



As certificações ambientais como diferencial de competitividade para as empresas exportadoras

Cynthia Veras Godeiro¹

¹Pós-graduanda em Direito do Estado pela Universidade Anhanguera-Uniderp e Tecnóloga em Comércio Exterior pelo IFRN. e-mail: cynthia_veras@hotmail.com

Resumo: A temática do desenvolvimento sustentável relacionada, principalmente, à gestão ambiental nas organizações influencia na postura das empresas que buscam se adequar às normas ambientais para que possam competir no mercado. A certificação ambiental, além de facilitar um intercâmbio comercial entre as empresas exportadoras, promove benefícios para a organização, no que diz respeito nos aspectos da produtividade e vantagem competitiva. Esse trabalho se justifica pela importância de estudos sobre a dinâmica das relações comerciais entre os países, tendo em vista que o assunto meio ambiente atrelado ao comércio internacional é destaque no cenário atual. Aplicou-se metodologia da pesquisa exploratória descritiva em documentos oficiais, livros, artigos científicos. Verificou-se o impacto que as certificações ambientais causam no intercâmbio comercial entre os Estados e o desempenho das empresas ambientalmente corretas no mercado internacional. Por fim, são apresentados motivos para que uma empresa adote um Sistema de Gestão Ambiental, entre os quais redução de custos em função da economia de recursos naturais e diminuição da geração de resíduos, conquista de mercados restritos, economia de recursos pertinentes a processos judiciais, facilidade para obtenção de financiamentos junto a organismos multilaterais de crédito, criação de uma “imagem verde”, ganho de status e confiabilidade no mercado internacional.

Palavras-chave: certificação ambiental, comércio internacional, competitividade

1. INTRODUÇÃO

A temática do desenvolvimento sustentável ligada, principalmente, a gestão ambiental nas organizações têm sido bastante discutida e abordada nos dias atuais. Então a preocupação com o meio ambiente e a forma de como está sendo explorado tornou-se fundamental para a qualidade de vida no planeta, passando a ser um pré-requisito para o desenvolvimento social e democrático de uma nação. Conceituando o desenvolvimento sustentável de acordo com a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas, temos: “Desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro.”

Esta definição nos leva a refletir sobre a forma de exploração das atividades econômicas no meio-ambiente e de como as empresas devem estar comprometidas com as questões ambientais para que possamos preservar os recursos para as próximas gerações. Nesta perspectiva, um número crescente de consumidores passou a se preocupar com a degradação ambiental, procurando consumir em todo seu ciclo de vida bens que sejam ambientalmente corretos. Isto influencia diretamente na postura das empresas que procuram se adequar às normas ambientais para que possam competir no mercado.

No âmbito do comércio internacional, as certificações ambientais possuem uma grande importância, na medida em que essas certificações são exigências de vários mercados, tais como: Europa e Estados Unidos. As certificações ambientais podem ter dois objetivos no comércio internacional: barreira comercial não tarifária ou defesa comercial e proteção contra dumping ecológico, temas que pretendem ser discutidos no decorrer da pesquisa.

A certificação ambiental, além de facilitar um intercâmbio comercial entre as empresas exportadoras, promove benefícios no âmbito sócio-econômico e ambiental da organização, no que diz respeito estrutura interna. Possibilitando-a evoluir para uma posição de maior produtividade e maior vantagem competitiva.



Diante do exposto nesta fase introdutória, podemos inferir que a temática abordada neste trabalho se justifica pela sua importância e polêmica para a dinâmica das relações comerciais entre os países, tendo em vista que o assunto meio ambiente atrelado ao comércio internacional está ganhando demasiado destaque no cenário atual, como já foi dito.

Diante desta discussão, surge um lugar para a seguinte problemática de pesquisa: De que forma a certificação ambiental em uma empresa proporciona um diferencial de competitividade no comércio internacional?

De acordo com esta problemática, temos como objetivo geral desta pesquisa: verificar o impacto que as certificações ambientais causam no intercâmbio comercial entre os Estados e como as empresas ambientalmente corretas competem no mercado internacional. Já no que diz respeito aos objetivos específicos, temos: a) Conhecer os principais processos de certificação ambiental e sua importância para intercâmbio comercial entre os países; b) Discutir a utilização da certificação ambiental como barreira comercial não tarifária ou defesa do meio-ambiente; c) Identificar os benefícios – econômicos, sociais e ambientais – que uma certificação ambiental proporciona para uma empresa exportadora; d) Discutir como as empresas se tornam mais competitivas no mercado internacional após a certificação ambiental.

2. MATERIAL E MÉTODO

A metodologia aplicada neste trabalho consiste na busca e pesquisa exploratória descritiva por meio de consultas a livros, artigos, revistas e monografias. Também foi realizado levantamento de dados secundários utilizando *websites*, por exemplo.

Conforme Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em materiais prontos, constituídos principalmente de livros, artigos científicos e periódicos, podendo a pesquisa de um trabalho ser exclusivamente por meio de fontes bibliográficas. Portanto, a pesquisa bibliográfica constitui a base teórica de sustentabilidade e credibilidade quando da interpretação dos dados levantados.

A seleção de artigos científicos na Internet será uma das fontes para a busca de artigos mais atualizados no momento da confecção desse trabalho, sendo, portanto de relevância importância para a atualização das informações.

3. CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS E O COMÉRCIO INTERNACIONAL

A economia mundial encontra-se em constante movimento e passível de mudanças estruturais a todo instante. Com isso, os países começaram a se acoplar para formar blocos econômicos com o intuito de aumentar seu poder de barganha, buscar novas formas de protecionismo e participar de disputas geopolíticas. Temos vários exemplos desses blocos comerciais: NAFTA, União Européia e o MERCOSUL. Cada um em sua esfera diferenciada de integração, podendo ser em vários níveis: comercial, monetária e política.

Diante deste cenário econômico global em construção, os governos dos países desenvolvidos, sejam eles isolados ou em blocos econômicos, sofrem fortes pressões para que haja um protecionismo as empresas e os produtos nacionais, com intuito de evitar o desemprego e a falência das empresas dentro do país. Ou seja, a cobrança por medidas que protejam determinados setores da economia interna do país é muito grande, tendo os governos o desafio de adotar estratégias de proteção e competitividade que atendam os interesses dos nacionais.

O assunto de certificações ambientais, como um requisito fundamental nas atividades comerciais, tem sido alvo de muitas inquietações, principalmente por parte dos países em desenvolvimento, na medida em que surgiram propósitos comerciais ligados a objetivos ambientais duvidosos e o sistema de certificação ambiental foi originalmente elaborado nos países desenvolvidos. Bianchi (2008, p. 184) confirma:



Esse assunto apresenta-se cada vez mais complexo, pois hoje não envolve somente os setores produtivos dos diferentes níveis de países, mas também organizações não-governamentais que trabalham na área ambiental; os consumidores, principalmente os dos países ricos, entre outras implicações. Estes fatos, sem dúvida, favorecem o sistema de certificação ambiental originalmente elaborado nos países desenvolvidos.

Durante a Conferência do Rio (ECO-92), surgiu um grupo de especialistas – no âmbito da ISO – que seria incumbido de desenvolver normas de gestão ambiental. Dessa forma, as certificações e rótulos ambientais passaram a integrar as políticas ambientais dos países, auxiliando os consumidores a comprarem produtos provenientes de um processo ecologicamente “correto” e as empresas a adotarem medidas ecologicamente “sustentáveis”.

Portanto, de acordo com Bianchi (2008) “Mais recentemente, esses instrumentos passaram a integrar o marketing da empresa que possui o certificado, representando um diferencial a mais no mercado.” Isso nos remete a importância que as certificações ambientais estão adquirindo na economia internacional e como estão conferindo às empresas um diferencial de competitividade no mercado global.

4. OS BENEFÍCIOS E O DIFERENCIAL DE COMPETITIVIDADE PARA AS EMPRESAS CERTIFICADAS

O mundo dos negócios está cada vez mais competitivo. Para se adequar a essa realidade, a empresa que quiser se destacar no mercado, deverá se aliar aos conhecimentos da Administração e gestão empresarial.

O conceito de gestão muitas vezes se confunde com o conceito de administração. Em linhas gerais, pode-se dizer que a Administração é uma forma de gerenciar atividades e ações a fim de obter metas estabelecidas anteriormente. Gerir seria nada mais que um modelo de trabalho, encaminhado por uma política de valores, capaz de planejar, alocar e gerir recursos, ações, iniciativas, princípios, valores e estratégias, visando viabilizar o alcance dos objetivos propostos por uma organização. Segundo Chiavenato (2004, p.8): “Toda organização precisa ser administrada para alcançar objetivos com a maior eficiência, economia de ação e recursos, e ser competitiva.”

Sabemos que uma empresa bem-sucedida no mercado deve necessariamente ter um bom plano organizacional e administrativo. Para isso, a empresa busca artifícios inovadores e estratégias competitivas para alcançar seus objetivos, sendo estes, que lhe permitam uma posição privilegiada e de destaque frente aos concorrentes. Segundo Rezende e Tachizawa (2000):

O grande objetivo de toda organização é ter uma forte posição competitiva, o que significa elevar as barreiras à entrada de novos competidores, engendrar um perfil de potencialidades maior e melhor do que o perfil dos seus concorrentes; tornar seu perfil compatível ou sinônimo de fatores-chave de sucesso do setor; ter um conjunto competente de estratégias competitivas inerentes; aumentar a integração ou o poder de barganha em relação aos fornecedores e intermediários e por último, ter uma alta participação no seu segmento de mercado.

Considerando o pensamento de Rezende, existem diversos fatores condicionantes específicos e não-específicos que culminam para o bom desempenho de uma organização num ambiente comercial e competitivo, tais como: o planejamento empresarial, o escopo, a análise interna e externa, bem como, a estratégia competitiva e de crescimento.

O planejamento empresarial consiste em um dos fatores mais importantes dentro de uma empresa, pois é fundamental que se defina as metas: o objetivo final, os recursos e as ações necessárias para onde se quer ir ou chegar. Sendo assim, o planejamento aparece como uma forma de atingir alternativas viáveis e estratégicas para a empresa, visando sempre minimizar os erros e ordenar as atividades para alcançar os objetivos. No que diz respeito a esse pensamento, Nascimento (2008, p. 53) complementa:



Pode-se dizer que é raro que uma única organização seja fornecedora de um determinado produto ou serviço. Geralmente, os gestores precisam descobrir o que seus concorrentes estão fazendo para, dessa forma, prever o que eles poderão fazer no futuro. Essas atividades referem-se ao ambiente competitivo, e o objetivo da análise do ambiente competitivo é ajudar as organizações a desenvolver uma vantagem competitiva, isto é, a capacidade de ter um desempenho melhor do que o dos concorrentes na oferta de algo que o mercado valorize. As organizações fazem isso entregando um valor maior, seja baixando os custos de compra e uso, seja oferecendo maiores benefícios.

O escopo de uma organização é a parte ideológica e funcional que esta empresa representa na sociedade. A missão, a visão e os valores permanentes de uma empresa são vertentes que compõem esse escopo. Já a análise interna e externa consiste num diagnóstico sobre os fatores que interferem dentro e fora de uma empresa, o microambiente e o macroambiente. No âmbito interno, são analisados os pontos fortes, fracos e o potencial dentro da empresa, como ela está organizada e estruturada nas suas áreas funcionais. No âmbito externo, existem forças que influenciam no caminho que a empresa deve seguir, são elas: demográficas, econômicas, naturais, tecnológicas, políticas e culturais. Para isso, faz-se necessário um monitoramento das estratégias usadas pelas concorrentes e estar atento às necessidades dos consumidores no mercado.

A estratégia competitiva e de crescimento está diretamente relacionada com o poder de inovação em algum segmento do mercado, algum lançamento mais competitivo que proporcione a conquista de novos clientes, promovendo a expansão e o crescimento da organização. Portanto, denominam-se estratégias, o conjunto de medidas que apresentam um impacto positivo para a empresa e que levem em consideração as variáveis que influenciam no macro e microambiente, fazendo com que essa empresa seja diferenciada dos seus concorrentes, tenha uma posição de liderança e consiga atingir seu mercado-alvo. Ou seja, o estabelecimento de objetivos e ações que alcancem efeitos no ambiente de negócio, proporcionando uma vantagem competitiva no local em que a empresa atua ou pretender atuar (BARBIERI, 2007).

Com relação a essa aplicação consciente de estratégias competitivas e direcioná-las para alcançar determinados objetivos, Ghoshal (2004, p. 226) diz:

Essa clareza de objetivos estratégicos é essencial para canalizar a chama empreendedora no desenvolvimento corporativo como um todo. Na ausência de uma missão estratégica claramente definida e amplamente comunicada, os gestores da linha de frente ficam sem uma base para selecionar as oportunidades com que se deparam. Logo, degenera o espírito empreendedor nos escalões mais baixos da pirâmide hierárquica, e tudo passa a ser um jogo frustrante de palpites e adivinhações. Os objetivos mais apropriados tendem a ser suficientemente precisos, de modo a eliminar claramente atividades que não dão apoio à missão estratégica da empresa.

Por sua vez, a competitividade moderna está exigindo cada vez mais que empresas e as indústrias se adaptem a uma tendência que está se consolidando no mercado internacional que é a preocupação com o meio ambiental. Essa tendência ambiental está delimitando o comportamento de muitas organizações - fazendo surgir as "indústrias verdes"- que pretendem tornarem-se mais competitivas no mercado internacional. Para isso, faz-se necessário o direcionamento das suas atividades à criação e desenvolvimento de processos, programas, e equipamentos antipoluidores que visam diminuir ou eliminar o impacto maléfico no meio ambiente.

Com relação à reação de empresas mais experientes no mercado diante da tendência ambiental que está se disseminando como estratégia competitiva no mercado, Kraemer (2005) afirma:



Empresas experientes identificam resultados econômicos e resultados estratégicos do engajamento da organização na causa ambiental. Estes resultados não se viabilizam de imediato, há necessidade de que sejam corretamente planejados e organizados todos os passos para a interiorização da variável ambiental na organização para que ela possa atingir o conceito de excelência ambiental, trazendo, com isso, vantagem competitiva.

Diante das exigências e pressões que o mercado internacional na modernidade está fazendo para que as empresas adquiram uma consciência ecológica, torna-se cada vez mais comum a adoção de um Sistema de Gestão ambiental (SGA) nas organizações. Para tanto, temos que a implementação desse Sistema deverá estar em conformidade com os itens previstos nas normas da série ISO 14000, dispondo a empresa da liberdade e flexibilidade de adotar um modelo que seja adequado para sua realidade.

4.1 Vantagens competitivas provenientes da implantação do SGA

Atualmente, estabelecer relações de negócios não engloba somente a venda de um produto ou serviço para mercados próximos. A rede de negociações é bastante complexa e estende-se globalmente, trazendo a necessidade de se ter um conjunto de regras padrão que possam facilitar o comércio entre os países. Concomitantemente, essas regras padronizadas devem ser suficientemente flexíveis a ponto que as empresas em qualquer parte do mundo possam aplicá-las.

Em uma realidade em que o mercado global encontra-se cada vez mais competitivo e voraz, as empresas devem ser capazes de adotar estratégias eficientes para se diferenciar de suas concorrentes. A adoção de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) tem se mostrado como uma ótima ferramenta para que as empresas possam evoluir da básica conformidade com regulamentos para uma posição de melhor produtividade e maior vantagem competitiva. Nesta perspectiva, tem-se percebido que as empresas que adotaram esse sistema de conformidade com o meio ambiente adquiriram uma estrutura mais sólida e capacidade de gerenciar melhor os fatores internos que interferem no desempenho econômico da empresa.

No que tange aos benefícios causados pela certificação ISO 14000 para uma empresa, podemos destacar as esferas econômica, ambiental e social que sofrem o impacto direto desse sistema de normas ambientais.

Do ponto de vista econômico, a implementação da gestão ambiental pode oferecer outras vantagens para a empresa e também para o cliente. Entre as vantagens para a empresa está a criação de uma imagem “verde”; acesso a novos mercados; redução e/ou eliminação de acidentes ambientais, evitando, com isso, custos de remediação; incentivo ao uso racional de energia e dos recursos naturais; redução do risco de sanções do Poder Público (multas) e facilidade ao acesso a algumas linhas de crédito. Referente aos consumidores, estes possuirão maiores informações sobre a origem da matéria-prima e composição dos produtos, podendo optar, no momento da compra, por bens e serviços menos agressivos ao meio ambiente. (VALLE, 1995)

Já na esfera ambiental, o SGA poderá proporcionar o desenvolvimento de processos produtivos mais limpos e incentivar a produção de produtos que não agriam tanto o meio ambiente. Uma das medidas que podem ser adotadas é o incentivo à reciclagem e uso racional dos recursos naturais.

Por último, temos o ponto de vista social, que está intimamente relacionada à visão ambiental, na medida em que medidas como a correção de problemas ambientais, condições de trabalho, mau cheiro, dentre outros, refletem significativamente no setor social.

Com isso, o SGA traz diversas vantagens competitivas para as empresas que optam por internalizá-lo, tais como: criação de uma imagem “verde”, a diminuição dos custos internos,



aumenta a competitividade e facilita o acesso a mercados consumidores. Abordando sobre os incentivos que levam a empresa a implantar um SGA, Hojda (1998) apud Kraemer (2005):

Refere que todo o desenvolvimento de normas voltadas ao Sistema de Gestão Ambiental teve aspectos importantes, ao demonstrar que o correto estabelecimento da Gestão Ambiental, além de responder às exigências da comunidade mundial e do consumidor-cidadão, também oferece às organizações vantagens competitivas matematicamente mensuráveis: redução de custos, em função da economia de recursos naturais e diminuição da geração de resíduos; possibilidades de conquistar mercados restritos, como o da União Européia; economia de recursos pertinentes a indenizações por responsabilidade civil; mais facilidade para obtenção de financiamentos junto a organismos multilaterais de crédito, como o Banco Mundial (BID), Banco Interamericano de Desenvolvimento (BIRD) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e atendimento às legislações inerentes ao meio ambiente.

Temos que destacar que apesar de as empresas estarem aderindo cada vez mais à adoção de Sistema de Gestão Ambiental, não significa que seja por uma conscientização puramente ecológica, em que não pese outras questões como: enquadrar-se na legislação ambiental do país, evitando sanções; possuir um diferencial competitivo no mercado para aumentar seus lucros e diminuir os custos internos visando uma otimização da produção.

4.2 Gestão Ambiental como vantagem competitiva

Ao adotar uma Gestão Ambiental eficiente, a empresa espera assegurar sua sustentabilidade, por meio da implantação de mecanismos e ferramentas adequadas para este fim. Para isso, a implantação deve ser levada com muita seriedade e comprometimento de todos na empresa, principalmente da alta administração.

Para se tornar mais competitiva no mercado internacional, a empresa deve desenvolver seu plano de Gestão Ambiental em consonância com os aspectos econômico-contábeis, pois a partir disso serão identificados os custos ambientais gerados pelas atividades e processos organizacionais. Com base nesse diagnóstico financeiro, a organização poderá adotar ações e mecanismos de controle com o intuito de minimizar ou eliminar os custos provenientes do plano ambiental, melhorando decisivamente na eficiência da utilização dos recursos da empresa.

Sobre o aspecto da aplicação de Gestão Ambiental como ferramenta competitiva no mercado, Kraemer (2005) diz:

Assim, pode-se alavancar a estratégia competitiva da empresa e assegurar o cumprimento de seu papel social, através da atuação responsável. Junto às exigências e atribuições de responsabilidade que a sociedade estabelece para as empresas, através de suas leis, são oferecidas oportunidades. A gestão eficiente sabe detectar oportunidades para investimentos rentáveis onde parece haver apenas exigências e despesas.

Tendo em vista que no Brasil e no mundo, cada vez mais, difunde-se a preocupação com o meio ambiente, muitas empresas estão optando por adotar Sistema de Gestão Ambiental ou adequação do seu produto às normas ambientais, a fim de que obtenham certificações internacionais. Neste cenário, destaca-se cada vez mais o valor de uma certificação para angariar confiabilidade e competitividade da empresa no mercado internacional. Muitos países desenvolvidos fazem exigências de mercado nesse sentido, relacionadas às certificações ambientais, entretanto os países em desenvolvimento ainda possuem um longo caminho a percorrer, não significando que não seja possível o crescimento econômico da empresa sem a destruição dos recursos naturais.



5. CONCLUSÕES

O fator da competitividade não é um evento que advém dos primórdios, assim sendo, vem em ascensão principalmente na nova ordem econômica atual, visto que representa o potencial de cada empresa em elaborar estratégias competitivas para se sobressair no mercado internacional. Nessa discussão, destacam-se os fatos da modernização do embasamento estratégico, aonde as organizações necessitam fortalecer sua organização interna para que possam sistematizar e dominar um pensamento finalístico, objetivando assim, diferenciar a sua produção em relação ao mercado.

A procura pela competitividade está intrinsecamente relacionada com a concorrência produtiva. Destarte, as empresas devem agregar valor ao que produzem. Entretanto, essa proposta de competição não deve se encarada de forma isolada, onde os produtores isolem-se em nichos produtivos. Devem analisar de forma minuciosa todo o mercado, para que assim possam captar e perceber o mercado no contexto geral. Nesse contexto, percebemos que a adoção de medidas internas que atendem ao sistema de normalização ambiental em âmbito internacional, agrega um valor diferenciado ao produto – tido como ecologicamente correto- da empresa que se propõe a exportar.

Contudo, os empresários necessitam acima de tudo possuir conhecimento não só das suas empresas, mas sim entender a complexa teia produtiva mundial, encaixando-se nesse contexto através de suas perspectivas produtivas. Para isso deverá traçar objetivos e focá-los.

A certificação do ISO 14000 significa adequação dos requisitos e procedimentos presentes em um Sistema de Gestão Ambiental adotado por uma determinada empresa, além de destaque em relação aos concorrentes e melhoria no desempenho ambiental e empresarial. Ao obter essa certificação ambiental, a empresa ganha uma imagem positiva em relação à comunidade, ganhando assim reconhecimento perante todos.

As empresas que possuem a certificação ISO 14000 possuem outros benefícios como o ganho de status e confiabilidade diante do mercado, avançando assim no entrave concorrencial. Existem também aquelas indústrias que almejam essa certificação e a possuem apenas objetivando ascensão no que concerne a questão do “marketing”.

No entanto, ainda existem algumas empresas que relutam diante dos benefícios e vantagens de se possuir a certificação da série ISO 14000, baseado na justificativa de que aumentaria os custos da empresa, impossibilitando a obtenção do lucro máximo. Mas essa uma visão bastante retrógrada e fora do contexto estratégico de mercado, na medida em que o mundo converge para uma preocupação natural com o meio ambiental e o mercado está incorporando determinadas exigências de cunho ambiental.

Para tanto, são apresentados alguns motivos fundamentais para que uma empresa adote um Sistema de Gestão Ambiental, entre os quais a redução de custos na organização em função da economia de recursos naturais e diminuição da geração de resíduos, conquista de mercados restritos, economia de recursos pertinentes a processos judiciais, facilidade para obtenção de financiamentos junto a organismos multilaterais de crédito, criação de uma “imagem verde”, ganho de status e confiabilidade no mercado internacional.

Por fim, podemos inferir que as certificações ambientais são de suma importância dentro do contexto mercadológico internacional, de maneira que permite as empresas agregar um valor competitivo e sustentável com o meio ambiente.

REFERÊNCIAS

ARMELIN, Marco Antonio. **A Consciência ambiental das organizações e sua certificação**. São Paulo, 2008. Disponível em < <http://adm.cneccapivari.br/?q=node/36>> Acesso em: 06 dez. 2009.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2007.



BIANCHI, Patrícia Nunes Lima. **Meio ambiente: certificações ambientais e comércio internacional**. Curitiba : Juruá, 2008.

ORGANIZATION INTERNATIONALE DE NORMALISATION. **Apresenta textos sobre normas internacionais de padronização**. Disponível em: <<http://www.iso.org/iso/fr/home.htm>> Acesso em: 5 dez. 2009.

CHIAVENATO, I. **Introdução á teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações: edição compacta. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DENARDIN, Valdir Frigo; VINTER, Glaucia. **Algumas considerações acerca dos benefícios econômicos, sociais e ambientais advindos da obtenção da certificação iso 14000 pelas empresas**. [S.l.: s.n] Disponível em < www.race.nuca.ie.ufrj.br/eco/trabalhos/comu1/4.doc> Acesso em 28 nov. 2009.

D'LSEP, Clarissa F.M. **Direito Ambiental Econômico e a ISO 14000**: Análise jurídica do modelo de gestão ambiental e certificação ISO 14001. São Paulo: Revista dos Tribunais Ltda, 2004.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro**. 8.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

GHOSHAL, Sumantra; TANURE, Betania. **Estratégia e Gestão Empresarial**: Construindo empresas brasileiras de sucesso – Estudos de casos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRUMMT, Alvaro. **Importância da certificação de um SGA-ISO 14001 para as empresas**. [S.l.: s.n] Disponível em: <http://web03.unicentro.br/especializacao/Revista_Pos/P%C3%A1ginas/6%20Edi%C3%A7%C3%A3o/Agrarias/PDF/6-Ed6_CA-Impor.pdf> Acesso em: 05 dez. 2009.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Gestão ambiental**: a busca de estratégias para vantagem competitiva e construção da imagem corporativa. [S.l., 2005] Disponível em < <http://www.gestipolis.com/Canales4/ger/buscestrategias.htm>> Acesso em: 20 maio 2010.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito Ambiental Brasileiro**. 2.ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

NASCIMENTO, Luis Felipe et al. **Gestão Socioambiental Estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VALLE, Cyro Eyer do. **Qualidade ambiental: como ser competitivo protegendo o meio ambiente**: (como se preparar para as Normas ISO 14000) São Paulo: Pioneira, 1995.