
AVALIAÇÃO DA CONDUTA DE EMPRESÁRIOS DA REGIÃO OESTE DO PARANÁ, BRASIL, EM RELAÇÃO AOS INVESTIMENTOS PARA A PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE¹

Aline Silva de Lima

alynni_lima@hotmail.com

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste

Geysler Rogis Flor Bertolini

geysler.bertolini@unioeste.br

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste

Ivano Ribeiro

ivano.adm@gmail.com

Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste

RESUMO

Este artigo teve como objetivo avaliar a conduta de empresários em relação aos investimentos para a preservação do meio ambiente, o estudo teve um caráter exploratório e foi desenvolvido por meio de questionários aplicados a 170 empreendedores capacitados pelo Programa Bom Negócio Paraná (PBNP) em quatro municípios da região oeste do Estado do Paraná - Brasil. Para avaliar a conduta dos empresários em relação a preservação do meio ambiente foi utilizado um instrumento já validado para a identificação do grau de consciência ambiental e consumo ecológico. Os dados foram relacionados a dois grupos distintos, os que investem e os que não investem na área ambiental. Os resultados indicam a existência de uma maior consciência ambiental no grupo de empresários que investe na área. Já em relação ao consumo ecológico esta diferença não se comprovou, sugerindo que uma maior consciência ambiental, e até mesmo o investimento na área não reflete um consumo ecológico por parte destes empresários.

Palavras chave: Empreendedores; área ambiental; investimentos.

EVALUATION OF THE CONDUCT OF BUSINESSMEN FROM THE WESTERN REGION OF PARANA, BRAZIL, IN RELATION TO INVESTMENTS FOR THE PRESERVATION OF THE ENVIRONMENT

¹ Recepção: 20/02/2014.

Aprovação: 23/06/2014.

Publicação: 07/07/2014.

ABSTRACT

This study aimed to evaluate the conduct of entrepreneurs in respect of investments for the preservation of the environment, the study had an exploratory character and was developed with questionnaires applied to 170 entrepreneurs trained by the Programa Bom Negócio Paraná (PBNP) in 4 municipalities in the west region of Paraná State - Brazil. To evaluate the conduct of business in relation to environmental preservation used an already validated instrument for identifying the degree of ecological and environmental awareness consumption. Data were related to two distinct groups (those investing and not investing) in the environmental area. The results indicate the existence of greater environmental awareness in the group of entrepreneurs who invest in the area. In relation to the green consumer this difference was not demonstrated, suggesting that greater environmental awareness, and even investment in the area does not reflect an ecological consumption by these entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurs; environmental area; investments.

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com o meio ambiente é fortemente discutida, e cada vez mais relevante para empresas e comunidades, porém essa preocupação não é recente, pois foi a partir da década de 60 que o mundo começou a despertar para uma mudança em relação à consciência ambiental. Já na década de 90 houve um grande impulso a cerca da qualidade ambiental, nessa década ocorreram grandes conferências sobre o meio ambiente, entre elas está a Rio 92, realizada no Rio de Janeiro que contou com a participação de representantes do mundo inteiro (MOURA, 2008).

Segundo o autor, a Rio 92 evidenciou uma mudança generalizada de maior preocupação com o meio ambiente, e foi a partir dessa conferência que passou a ser entendido que o desenvolvimento e um meio ambiente ecologicamente equilibrado, com conservação de recursos para as próximas gerações (desenvolvimento sustentável), devem caminhar juntos.

O consumo excessivo e desenfreado é um problema atual e cada vez mais frequente, fazendo com que a indústria necessite de mais recursos para suprir essa demanda, o que por sua vez gera desenvolvimento e lucro, porém torna os recursos cada vez mais escassos. Dessa forma, o mundo se desenvolve rapidamente, em muitos casos devido à utilização inconsciente dos recursos naturais (DRUNN; GARCIA, 2011).

Mas há um despertar para o desenvolvimento de uma consciência ecológica, conforme Drunn e Garcia (2011), o desenvolvimento da consciência ecológica encontra-se distribuída em diferentes camadas e setores da sociedade mundial, envolvendo também o setor empresarial, porém as pessoas ainda precisam conhecer melhor os problemas causados pelo mau uso dos recursos naturais, através da redução do consumo. Isso será possível se essa redução for trabalhada junto ao desenvolvimento econômico, proteção e desenvolvimento ambiental.

Kraemer (2003) destaca que a gestão ambiental vem ganhando um espaço crescente no meio empresarial. O desenvolvimento da consciência ecológica em diferentes setores e camadas da sociedade mundial acabam por envolver também o setor empresarial. No entanto

alguns empresários ainda ignoram as questões ambientais e continuam seus negócios sem mudanças consideráveis no comportamento em relação ao meio ambiente, acreditando que o investimento em políticas ambientais não trarão os retornos financeiros esperados.

Neste contexto onde a questão ambiental tem se revelado cada vez mais importante também no meio empresarial, este trabalho tem como objetivo avaliar a conduta de empresários da região Oeste do Paraná, em relação aos investimentos efetuados para a preservação do meio ambiente. A conduta foi analisada a partir das perspectivas de consciência ambiental e consumo ecológico. Assim, o trabalho se baseia na seguinte pergunta de pesquisa: *Quais as relações entre investimento em preservação do meio ambiente e o grau de consciência ambiental e consumo ecológico em empresários da região oeste do Estado do Paraná - Brasil?*

Para seu desenvolvimento foram analisados empresários de quatro municípios: Marechal Cândido Rondon, Corbélia, Cascavel e Toledo. Esta amostra foi definida a partir da abrangência do Programa Bom Negócio Paraná (PBNP) no qual objetiva capacitar micros e pequenos empreendedores com o intuito de melhorar a gestão das empresas e contribuir para a sustentabilidade dos negócios nas diversas regiões do Paraná.

Os resultados apontam que a maior parte dos pesquisados (77%) ainda não possui investimento em meio ambiente. Identificou-se ainda que o grau de consciência ambiental é mais elevado no grupo de empresários que possuem investimentos na área, não havendo diferenças entre os dois grupos quando se trata de consumo ecológico.

Este trabalho foi estruturado em quatro seções, além desta introdução. O referencial teórico, onde são abordados alguns conceitos que visam discutir aspectos relacionados a investimentos na área, consciência ambiental e consumo ecológico; procedimentos metodológicos, destacando o tipo e abordagem da pesquisa, a amostra escolhida, e instrumentos de coleta e análise de dados; os resultados e discussões; e as considerações finais.

2 INVESTIMENTOS EM MEIO AMBIENTE, A CONSCIÊNCIA AMBIENTAL E O CONSUMO ECOLÓGICO

Muitas vezes os investimentos em gestão ambiental são direcionados por fatores competitivos, mas existem diversas questões que determinam a realização de investimento em gestão ambiental por parte das empresas, dependendo de sua realidade. Assim, o empresário e o investidor que antes viam a gestão ambiental como um prejuízo no processo produtivo, podem se deparar com vantagens competitivas e oportunidades econômicas de uma gestão responsável dos recursos naturais (KRAEMER, 2003).

A Figura 01 ilustra os motivos pelos quais as empresas se sentem motivadas a se integrar na causa ambiental.

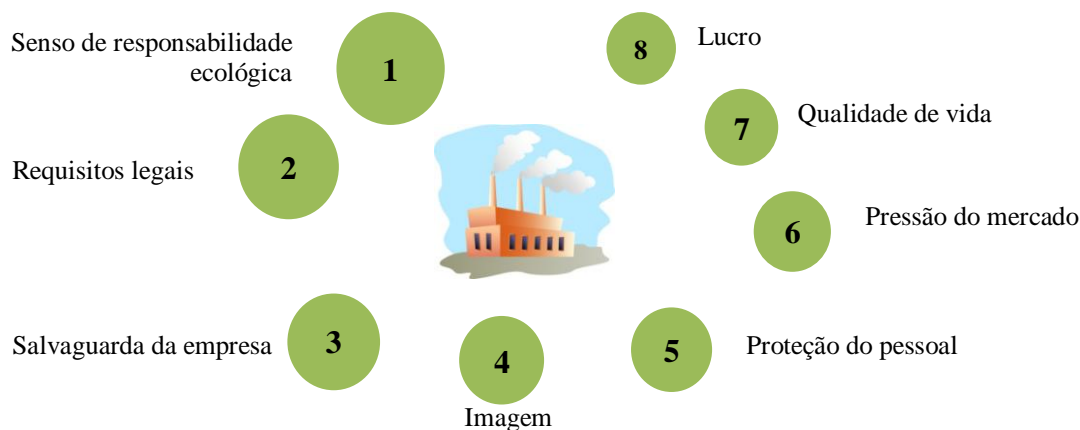


Figura 01 – Motivação para a Proteção Ambiental na Empresa

Fonte: Adaptado de Donaire (1999, p. 57).

Entre os motivos encontrados, a responsabilidade ecológica e os requisitos legais têm maior destaque. A imagem da empresa, a proteção dos empregados e principalmente o lucro, estão entre os motivos menos lembrados.

Para Moura (2008), uma grande quantidade de empresas vem demonstrando preocupações e investindo em seu desempenho ambiental. Grande parte dessas empresas são filiais de multinacionais e estão seguindo diretrizes vindas do exterior para que elas adaptem-se a padrões corporativos, principalmente com interesse em preservar o nome da companhia e resguarda-la de problemas. Outras empresas estão procurando atingir melhor desempenho por uma necessidade expressa pelos seus clientes, essencialmente nos de produtos de exportação, outras, ainda, por trabalharem com alimentos, de forte conhecimento popular, onde o desgaste da marca representaria fortes perdas.

O autor ainda separa as empresas em quatro categorias de atuação ambiental, sejam elas:

- a) as que nada fazem em relação ao meio ambiente, pois suas atividades geram poucos impactos;
- b) as que pouco atuam, mesmo gerando impactos, limitando-se a cumprir os padrões mínimos da legislação;
- c) as que buscam ter uma atuação mais significativa, possuindo uma área dedicada a tratar das questões ambientais da empresa e seguem, quase sempre, os padrões corporativos;
- d) as que procuram obter certificação, segundo normas ambientais, para o seu Sistema de Gestão Ambiental (ISO 14001).

Conforme Callenbach apud Kraemer (2003), seis são as razões pelas quais todo administrador ou empresário responsável deve implementar os princípios da administração com consciência ecológica em sua companhia:

- a) **sobrevivência humana:** sem empresas com consciência ecológica, não se tem uma economia com consciência; sem uma economia com consciência ecológica, a sobrevivência humana estará ameaçada;

- b) **consenso público:** sem empresas com consciência ecológica, não haverá consenso entre o povo e a comunidade de negócios; sem esse consenso, a economia de mercado estará politicamente ameaçada;
- c) **oportunidades de mercado:** sem administração com consciência ecológica, haverá perda de oportunidades em mercados em rápido crescimento;
- d) **redução de riscos:** sem administração com consciência ecológica, as empresas correm o risco de responsabilização por danos ambientais, que potencialmente envolvem imensas somas de dinheiro, e de responsabilização pessoal de diretores, executivos e outros integrantes de seus quadros;
- e) **redução de custos:** sem administração com consciência ecológica, serão perdidas numerosas oportunidades de reduzir custos;
- f) **integridade pessoal:** sem administração com consciência ecológica, tanto os administradores como os empregadores terão a sensação de falta de integridade pessoal, sendo assim, incapazes de identificar-se totalmente com seu trabalho.

Conforme Pereira e Curi (2012), pode-se dizer que a consciência em relação aos problemas ambientais é muito recente, o mundo passou a se preocupar com os impactos gerados pelo mau uso dos recursos naturais, principalmente nas últimas décadas do século XX, sendo esta preocupação, atualmente tema importante e recorrente nos mais diversos segmentos de opinião.

Segundo Butzke *et al.* (2001) citado por Bertolini, Possamai e Brandalise (2009 p. 105) “conscientização ambiental pode ser entendida como a mudança de comportamento, tanto de atividades como em aspectos da vida dos indivíduos e da sociedade em relação ao meio ambiente, é essencialmente uma questão de educação”.

Esta consciência, segundo Bertolini, Possamai e Brandalise (2009) resulta do conhecimento de que o comportamento do indivíduo pode influenciar no futuro da natureza e das pessoas, isto é, a pessoa que possui consciência ambiental mudará seu comportamento, objetivando a preservação da natureza e se interessando por ações e produtos ambientais. A conscientização ambiental vem a ser um fator determinante para que se perceba e valorize um produto ecologicamente correto.

“O indivíduo consciente busca o equilíbrio entre a sua satisfação pessoal, a preservação do meio ambiente e o bem estar da sociedade, refletindo sobre o que consome e prestigiando as empresas comprometidas com a responsabilidade social” (INSTITUTO AKATU, 2010 p. XIII).

Brandalise (2008) salienta que o cidadão consciente tem a atitude de selecionar produtos, preferindo aqueles que são menos contaminantes e que são fabricados por empresas que investem na conservação ambiental.

O Instituto Akatu (2006) propôs em sua publicação alguns princípios que são norteadores do consumo consciente, que aplicados ao cotidiano do indivíduo, são capazes de trazer a sustentabilidade a humanidade. Os princípios do consumidor consciente são:

- a) planejamento das compras, a fim de não consumir por impulso;
- b) avaliar nas escolhas os impactos que o consumo pode causar ao meio ambiente;
- c) consumir apenas o necessário, para suprir apenas as reais necessidades;
- d) reutilizar produtos e embalagens, ou seja, não comprar novamente o que pode ser reutilizado consertando ou transformando;

- e) separar o lixo: reciclar contribuirá com a economia de recursos naturais, a redução da degradação ambiental e a geração de empregos;
- f) usar crédito conscientemente, comprar com a certeza que poderá quitar as prestações;
- g) buscar conhecer e valorizar na hora de consumir as práticas de responsabilidade social das empresas, e não apenas nas escolhas de consumo valorizar preço e qualidade, mas também a responsabilidade da empresa com seus funcionários, a sociedade e o meio ambiente;
- h) não comprar produtos piratas ou contrabandeados;
- i) contribuir com envio de sugestões ou críticas as empresa a fim de ajudar no processo de melhoria de produtos e serviços;
- j) divulgar o consumo consciente buscando sensibilizar outros consumidores;
- k) exigir dos políticos ações que viabilizem e aprofundem a prática do consumo consciente;
- l) refletir constantemente sobre os princípios que guiam as escolhas e hábitos de consumo.

O indivíduo consciente está ciente dos problemas ambientais e tem preferência por consumir produtos que são ecologicamente corretos, e se dispõem a pagar mais por estes produtos e que esta preocupação é constante e não passageira (BRANDALISE, 2008).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com os objetivos propostos esta pesquisa é do tipo exploratória, as investigações desta natureza envolvem levantamentos bibliográficos, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o fenômeno pesquisado e análise de exemplos que possam estimular um melhor entendimento do problema (GIL, 2010; MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Segundo o método empregado a pesquisa pode ser classificada como de levantamento. Segundo Gil (2010) a pesquisa de levantamento se caracteriza pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento deseja-se conhecer. Inicia-se com a solicitação de informação a um grupo de pessoas sobre o problema estudado e em seguida, após uma análise preliminar, se obtém as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Quanto à forma de abordagem, caracteriza-se como pesquisa quantitativa e qualitativa. Pesquisa qualitativa, pois se objetiva avaliar o nível de consumo e consciência ambiental de empresários, buscando conhecer os hábitos dos empresários perante a práticas diárias em relação ao meio ambiente. Segundo Lakatos e Marconi (2008), a pesquisa qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos com profundidade, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre a investigação, hábitos, atitudes, tendências de comportamento, entre outros aspectos.

Esta pesquisa também é abordada quantitativamente, pois para conhecer o grau de conscientização ambiental e consumo ecologicamente correto dos empresários pesquisados foram utilizados cálculos estatísticos para a obtenção dos dados.

Segundo Moresi (2003), a pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, ou seja, traduzir em números opiniões e informações para classificá-la e analisá-las. Esse tipo de análise de dados exige o uso de recursos e de técnicas estatísticas.

Neste estudo, a população foi composta por empresários matriculados no Programa Bom Negócio Paraná (PBNP). A amostra utilizada totalizou 170 empreendedores capacitados pelo Programa Bom Negócio – Núcleo Cascavel, esta amostra foi constituída por micro e pequenos empreendedores dos municípios de Cascavel, Toledo, Corbélia e Marechal Cândido Rondon. O PBNP é especialmente voltado às micro e pequenas empresas dos setores industrial, comercial e de serviços de todo o estado. O programa disponibiliza capacitação, consultoria e acompanhamento de empreendedores, melhorando a gestão das empresas.

Para a coleta de dados utilizou-se o modelo desenvolvido, testado e validado por Bertolini e Possamai (2006) intitulado “Uma Proposta de Mensuração do Grau de Consciência Ambiental, do Consumo Ecológico e dos Critérios de Compra dos Consumidores”, segundo os autores o instrumento proposto tem a finalidade de mensurar o grau de consciência ambiental, de consumo ecológico e de importância dos critérios de compra dos consumidores, este foi adaptado para a utilização com empresários, contendo 22 questões sobre a caracterização da amostra, e aspectos relacionados aos investimentos na área ambiental, utilizando uma escala de respostas no modelo *likert* de quatro pontos sendo: 1-Nunca, 2-Pouquíssimas vezes, 3-Algumas vezes, e 4-Sempre.

O questionário foi aplicado durante as reuniões de capacitação do PBNP no período de 2012 e 2013 sempre de forma presencial e com a colaboração de bolsistas envolvidos no processo de capacitação. Foram comparados dois grupos de empresários (os que investem em meio ambiente e os que não investem) com os constructos consciência ambiental e consumo ecologicamente correto, a comparação das médias dos grupos foi efetuada a partir do *teste t-Student* para duas amostras independentes, já que os pressupostos de normalidade e homogeneidade foram aceitos conforme destacado por Marôco (2011).

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Buscando responder a pergunta de pesquisa proposta, inicialmente procedeu-se uma análise descritiva buscando caracterizar a amostra pesquisada, do total da amostra verificou-se que 48,2% são do sexo masculino, 45,9% do sexo feminino e 5,9% não responderam.

A Tabela 01 apresenta o total de respondentes por município pesquisado, pode-se visualizar que um total de 170 empreendedores responderam ao questionário, sendo que 41,8% são de Cascavel; 27,6 de Corbélia; 18,2 de Marechal Cândido Rondon e 12,4 de Toledo.

Tabela 01 – Total de participantes por município pesquisado

	Cidade	Frequência	Percentual
Válidas	Cascavel	71	41,8
	Toledo	21	12,4
	M.C.Rondon	31	18,2
	Corbélia	47	27,6
Total		170	100

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

A Tabela 02 apresenta o total de participantes por tipo de organização pesquisada, o Programa Bom Negócio tem um maior foco nos MEI (Micro Empreendedor Individual),

Micros e Pequenas empresas e isso justifica um maior percentual de respondentes nestes tipos de organização, visto que 32,9% são MEI; 39,4% Micro; 14,1% Pequena e apenas 1,8% Média e 0,6% Grande empresa estas duas tiveram apenas 4 respondentes; 11,2 % dos pesquisados não responderam.

Tabela 02 – Total de participantes por tipo de organização pesquisada

	Tipo de organização	Frequência	Percentual
Válidas	Mei	56	32,9
	Micro	67	39,4
	Pequena	24	14,1
	Média	3	1,8
	Grande	1	0,6
	Total válido	151	88,8
Sem respostas		19	11,2
Total		170	100

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Em relação a faixa etária dos pesquisados, a Tabela 03 evidencia que 7,1% dos participantes possuem idade de até 24 anos; 27,1% estão na faixa de 25 a 34 anos; 43,5% que foi o maior percentual observado estão entre 35 a 49 anos, e 18,2% com 50 anos ou mais, 4,1% do total dos participantes não responderam a esta questão.

Tabela 3 – Total de participantes por idade

	Idade	Frequência	Percentual
Válidas	Até 24 anos	12	7,1
	De 25 a 34 anos	46	27,1
	De 35 a 49 anos	74	43,5
	50 ou mais	31	18,2
	Total válido	163	95,9
Sem respostas		7	4,1
Total		170	100

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Quanto a escolaridade, a Tabela 4 mostra que existe uma maior concentração de respondentes com ensino médio 58,8%, e apenas 2,9% possuem mestrado ou doutorado.

Tabela 4 – Total de participantes por grau de escolaridade

	Grau de escolaridade	Frequência	Percentual
Válidas	Fundamental	18	10,6
	Médio	100	58,8
	Superior	27	15,9
	Pós	13	7,6
	Mestrado / Doutorado	5	2,9
	Total válido	163	95,9
Sem respostas		7	4,1
Total		170	100

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Após as análises referentes a caracterização dos pesquisados foi verificada a existência de investimento na área ambiental por parte dos empresários. Dos 170 pesquisados 23 não responderam a questão relacionada ao investimento, e assim um total de 143 foram analisados nesta fase da pesquisa.

Deste total aproximadamente 25% deles desenvolvem algum tipo de investimento em meio ambiente. Os 75% que não realizam investimentos na área apontaram que os principais motivos para não investirem são: a falta de recursos suficientes (47%); não investem pois os clientes não se importam (3,4%); jamais investirão pois não é importante (0,6%); e não investem mas pretendem investir (24%).

Visando identificar o grau de consciência ambiental dos empresários, estes foram separados em dois grupos, o primeiro formado pelos 75% pesquisados que não investem em ações ambientais, totalizando 110 participantes. E o segundo grupo composto pelos 25% que já efetuam investimentos na área, que totalizou 37 respondentes.

Procedeu-se assim uma análise que objetivou comparar os dois grupos em relação as oito variáveis do constructo de consciência ambiental, e oito variáveis do constructo consumo ecológico.

Para verificar a existência de diferenças entre os grupo pesquisados, utilizou-se o *teste t-Student* para duas amostras independentes, que conforme destacado por Marôco (2011) pode constatar se as médias de duas populações são ou não significativamente diferentes.

Na Tabela 05 observa-se as médias da escala utilizada (1-Nunca, 2-Pouquíssimas vezes, 3-Algumas vezes, e 4-Sempre); o desvio padrão, e o p-valor, onde valores abaixo do nível de significância de 0,05 apontam para diferenças significativas entre os grupos, sendo utilizado um nível de confiança de 95%.

Tabela 05 - Grau de conscientização ambiental dos empresários

	Investimento em Ações Ambientais	Média (1 a 4)	Desvio Padrão	P-valor
Antes de jogar algo no lixo, você pensa em como poderia reutilizá-lo?	Não Investe	3,19	0,748	0,021*
	Investe	3,51	0,651	
Você separa o lixo que pode ser reciclado, como papel, plástico, alumínio, vidro ou metais ferrosos?	Não Investe	3,37	0,800	0,011*
	Investe	3,70	0,618	
Evita a queima de lixo doméstico (plásticos, isopor, restos orgânicos)?	Não Investe	3,78	0,629	0,445
	Investe	3,86	0,419	
Procura não deixar a torneira aberta ao escovar os dentes ou fazer a barba?	Não Investe	3,55	0,737	0,511
	Investe	3,65	0,753	
Apaga as luzes e a TV quando sai do ambiente?	Não Investe	3,55	0,615	0,010*
	Investe	3,78	0,417	
Utiliza máquinas de lavar roupas ou louças apenas quando estiverem com capacidade máxima preenchida?	Não Investe	3,33	0,843	0,214
	Investe	3,53	0,696	
Você se preocupa em não jogar lixo na rua?	Não Investe	3,83	0,556	0,070
	Investe	3,95	0,229	
Você utiliza os dois lados dos papéis, ou reutiliza rascunhos?	Não Investe	3,25	0,710	0,065
	Investe	3,51	0,804	

*Diferenças significativas ao nível de significância de 0,05.

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Pode-se visualizar que das oito variáveis que compõem o constructo do grau de conscientização ambiental, em todas elas as médias são mais elevadas no grupo dos empresários que investem em ações ambientais. Destas, três apresentam diferenças estatísticas significativas: a primeira - *Antes de jogar algo no lixo, você pensa em como poderia reutilizá-lo?*, que apresentou um p-valor de 0,021; a segunda - *Você separa o lixo que pode ser reciclado, como papel, plástico, alumínio, vidro ou metais ferrosos?*, que possui um p-valor de 0,011; e a última - *Apaga as luzes e a TV quando sai do ambiente?*, que apresentou um p-valor de 0,010.

Na sequência foi analisado o consumo ecológico dos empresários dos dois grupos, conforme observado na Tabela 06.

Tabela 06 - Grau de consumo ecologicamente correto dos empresários

	Investimento em Ações Ambientais	Média (1 a 4)	Desvio Padrão	P-valor
Ao comprar, você tem a prática de procurar saber se o fabricante tem ações ambientais (leva em conta a postura ambiental do fabricante)?	Não Investe	2,35	0,915	0,224
	Investe	2,57	0,929	
Tem a prática de comprar produtos e embalagens fabricados com material reciclado ou que podem ser recicláveis?	Não Investe	2,66	0,901	0,475
	Investe	2,78	0,821	
Antes da compra, você tem a prática de verificar rótulos e embalagens para identificar um produto ambientalmente correto?	Não Investe	2,43	0,994	0,378
	Investe	2,59	0,896	
Você tem a prática de comprar produtos orgânicos?	Não Investe	2,74	0,820	0,153
	Investe	2,95	0,743	
Você tem a prática de comprar produtos de limpeza biodegradáveis?	Não Investe	2,76	0,938	0,147
	Investe	3,03	0,986	
Você tem a prática de comprar lâmpadas e eletrodomésticos que gastam menos energia?	Não Investe	3,80	0,485	0,454
	Investe	3,86	0,347	
Você tem a prática de pagar mais por um produto que não polui o meio ambiente?	Não Investe	2,82	0,848	0,549
	Investe	2,92	0,983	
Nas compras, ao encontrar um produto com rótulo que informa que ele foi fabricado de maneira ambientalmente correta, você fica satisfeito?	Não Investe	3,16	0,761	0,473
	Investe	3,27	0,838	

Fonte: Dados da pesquisa (2013).

Nota-se que em relação ao consumo ecologicamente correto, as médias da escala possuem valores mais elevados no grupo de empresários que investem na área ambiental. Contudo, não é possível afirmar que os grupos são estatisticamente diferentes, já que todos os p-valores se encontram acima do nível de significância de 0,05.

Isto demonstra que os empresários que investem na área ambiental, mesmo possuindo um grau de conscientização mais elevado em relação à algumas variáveis (conforme Tabela 01), na prática tendem a ter o mesmo comportamento daqueles que não investem em tais ações.

Nesta perspectiva, Souza (2002) aponta que as preocupações ambientais podem em algumas circunstâncias estarem relacionadas às próprias pressões externas e da dinâmica que as empresas passam a assumir, onde acabam internalizando e vinculando estas condicionantes ao seu ambiente para se manterem competitivas. Sharma (2000) também comenta que estas pressões podem ser interpretadas como oportunidades ou ameaças pelos dirigentes organizacionais, que podem optar por investir ou não na área ambiental.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo avaliar a conduta de empresários da região Oeste do Paraná em relação aos investimentos para a preservação do meio ambiente. Foram analisados empreendedores dos municípios de Marechal Cândido Rondon, Toledo, Cascavel e Corbélia. O estudo foi desenvolvido por meio de questionários aplicados durante as capacitações do Programa Bom Negócio Paraná (PBNP) Núcleo de Cascavel nos anos de 2012 e 2013.

Foram comparados dois grupos de empresários (os que investem em ações ambientais e os que não investem neste área). Os resultados indicam que algumas variáveis relacionadas a consciência ambiental estão mais presentes no grupo formado pelos empresários que possuem investimento na área.

Já em relação ao consumo ecológico não observou-se diferenças entre os grupos, sugerindo que o grau de consciência ambiental mais elevada, e o investimento em ações na área ambiental não indica a existência de um consumo mais consciente do que os indivíduos do primeiro grupo.

Estas observações sugerem a existência de um contraste entre a consciência e a atitude, pois mesmo que o indivíduo tenha consciência das questões que envolvem o meio ambiente, muitas vezes ele não está disposto a abrir mão de maiores recursos financeiros para a aquisição de produtos “verdes”.

Assim, mesmo com as limitações deste estudo que envolveu uma amostra composta apenas por empresários matriculados em um programa de capacitação do governo do Estado do Paraná, não permitindo assim que estes resultados sejam generalizados. O estudo contribui para o entendimento sobre o grau de consciência ambiental e consumo ecológico de pequenos empresários.

Sugere-se que futuras pesquisas desta natureza explorem ainda neste mesmo ambiente empresarial novas variáveis como, grau educacional, idade e renda, verificando como estes elementos podem interferir na conduta dos empresários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA JUNIOR, A.; GOMES, H. L. R. M. Gestão ambiental e interesses corporativos: imagem ambiental ou novas relações com o ambiente? **Ambiente & Sociedade**, v. 15, n. 1. p. 157-177, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v15n1/11.pdf>>. Acesso em 15 mai. de 2013.

BARBIERI, J.; SILVA, D. Desenvolvimento sustentável e educação ambiental: uma trajetória comum com muitos desafios. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 3. p. 51-82, 2011. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/2989/2817>>. Acesso em 28 mai. de 2013.

BERTOLINI, G. R. F.; POSSAMAI, O. Uma proposta de instrumento de mensuração do grau de consciência ambiental, do consumo ecológico e dos critérios de compra dos consumidores. **Revista de Ciência & Tecnologia** v. 13, n. 25/26. P.17-25. Piracicaba: 2005.

BERTOLINI, G. R. F.; POSSAMAI, O.; BRANDALISE, L. T. A percepção dos consumidores de produtos ecologicamente corretos: estudo de caso em pequena empresa. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v. 3, n. 1. p. 99-119, 2009.

- BRANDALISE, L. T. **A percepção do consumidor na análise do ciclo de vida do produto: um modelo à gestão empresarial**. Cascavel: Edunioeste, 2008.
- Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e desenvolvimento - CMMAD. **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- DRUNN, K. C.; GARCIA, H. M. Desenvolvimento sustentável e gestão ambiental nas organizações. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas da Eduvale**. v. 4, n. 6, p. 01-11., 2011. Disponível em: <<http://www.eduvaesl.edu.br/site/edicao/edicao-40.pdf>>. Acesso em: 18 abr. 2013.
- GIESTA, L. C. Desenvolvimento sustentável, responsabilidade social corporativa e educação ambiental em contexto de inovação organizacional: conceitos revisados. **Revista de Administração da UFSM**, v. 5. p.767-784. Santa Maria: RS, 2012. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/reaufsm/article/view/7654/pdf>>. Acesso em 28 mai. 2013.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- INSTITUTO AKATU pelo Consumo Consciente. **Guia – doze princípios do consumidor consciente 2006**. 2p. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/NOV-AKATU-VALEq_4_Fold.pdf> Acesso em: 04 jun., 2013.
- INSTITUTO AKATU pelo Consumo Consciente; WII – The Worldwatch Institute. **Estado do Mundo – transformando culturas – do consumo à sustentabilidade**, 2010. Disponível em: <<http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/100629EstadodoMundo2010.pdf>> Acesso em: 04 jun., 2013.
- JACOBI, P. R. Educação Ambiental: o desafio da construção de um pensamento crítico, complexo e reflexivo. **Educação e Pesquisa**, v. 31, n. 2. p .233-250, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ep/v31n2/a07v31n2.pdf>>. Acesso em: 01 jun., 2013.
- KRAEMER, M. E. P. **A gestão ambiental como vantagem competitiva**. Itajaí: Universidade do Vale do Itajaí, 2003. 16 p. Disponível em: <<http://artigoscientifico.uol.com.br/artigos/?mnu=1&smnu=5&artigo=1063>> Acesso em: 23 out., 2013.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARÔCO, J. **Análise Estatística com a Utilização do SPSS**. 5ª. ed. Lisboa: Pero Pinheiro, 2011.
- MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MATOS, M. A. E.; PACHECO, I. A.; GARCIA, Á. S.; ZANON, Â. M. A Educação Ambiental apresentada como conceito subjacente nas dissertações do Mestrado em geografia da UFMS. *In: IV Encontro Nacional da Anppas*, 2008. 8p. Disponível em: <<http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT9-539-877-20080510152039.pdf>>. Acesso em: 01 jun., 2013.
- MORESI, E. **Metodologia da Pesquisa**. Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu Em Gestão Do Conhecimento e Tecnologia da Informação. Universidade Católica de Brasília – UCB. Brasília, 2013.
- MOURA, L. A. A.; **Qualidade e gestão ambiental**. 5. ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2008.

PEREIRA, S. S.; CURI, R. C. Meio ambiente, impacto ambiental e desenvolvimento sustentável: conceituações teóricas sobre o despertar da consciência ambiental. **Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 2, n. 4, p. 35-57. Campina Grande. Set/dez., 2012.

SHARMA, S. Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. **Academy of Management Journal**, v. 43, n. 4, p. 681-697, 2000.

SOUZA, R. S. Evolução e condicionantes da gestão ambiental nas empresas. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 8, n. 6, p. 1-22, 2002.

TANNOUS, S.; GARCIA, A. Histórico e evolução da educação ambiental, através dos tratados internacionais sobre o meio ambiente. **Revista Nucleus**, v. 5, n. 2, p. 183-196. 2008. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3738/nucleus.v5i2.131>>. Acesso em: 28 mai., 2013.