



**DESAFIOS NA IMPLANTAÇÃO DE PRÁTICAS DE
SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EM MPE DO SETOR CALÇADISTA A
PARTIR DO DISCURSO DOS PROPRIETÁRIOS**
*CHALLENGES IN THE IMPLANTATION OF ENVIRONMENTAL
SUSTAINABILITY PRACTICES IN THE MPE OF THE FOOTWEAR SECTOR
FROM THE OWNERS' SPEECH*

Diogo Reatto¹

Rafael Abrahão Branco²

Rafael Santos Lopes³

Thiago Fantini Correia⁴

RESUMO: Estudo qualitativo cujo objetivo foi identificar os fatores que distanciam o discurso teórico sobre sustentabilidade ambiental da implementação efetiva de programas e práticas desse tema em micro e pequenas empresas do setor calçadista de Birigui/SP. Com uma abordagem interpretativista, conduziram-se entrevistas com três proprietários de empresas, os quais afirmaram ter bom domínio sobre o tema, pois a discussão é constante e alavancada pelas diversas mídias. No entanto, confirmam que não possuem controle sobre a cadeia produtiva de calçados, logo não garantem as práticas sustentáveis de fornecedores e de empresas de descarte de resíduos. Sugerem que novas tecnologias aprimorem o sistema produtivo para menor impacto ambiental e desenvolvimento de produtos com materiais biodegradáveis.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Micro e Pequenas Empresas; Mercado Calçadista

¹ Doutorando em Administração, MACKENZIE, 2017.

² Bacharel em Administração, UNITOLEDO, 2015.

³ Bacharel em Administração, UNITOLEDO, 2015.

⁴ Bacharel em Administração, UNITOLEDO, 2015.

ABSTRACT: A qualitative study whose objective was to identify the factors that distanced the theoretical discourse on environmental sustainability from the effective implementation of programs and practices of this theme in micro and small companies of the footwear sector of Birigui / SP. With an interpretative approach, interviews were conducted with three business owners, who claimed to have good control over the subject, since the discussion is constant and leveraged by the various media. However, they confirm that they do not have control over the productive chain of footwear, so they do not guarantee the sustainable practices of suppliers and waste disposal companies. They suggest that new technologies improve the production system for less environmental impact and development of products with biodegradable materials.

Keywords: Sustainability; Micro and Small Businesses; Shoe Market

1 Introdução

O crescimento populacional, o aumento excessivo do uso dos recursos naturais e o desenvolvimento econômico levantaram a reflexão diante da utilização de recursos finitos como parte de processos produtivos de bens e serviços que visam a satisfazer necessidades infinitas. Dessa forma, as questões ambientais começaram a receber os olhares das empresas a partir de discussões mundiais e, posteriormente, leis que regularizam o uso dos recursos naturais. Logo, o conceito de Desenvolvimento Sustentável tornou-se relevante, discutido e inserido em pautas de reuniões e estratégias das empresas como a forma por meio da qual as atuais gerações satisfazem as suas necessidades sem, no entanto, comprometer a capacidade de gerações futuras satisfazerem as suas próprias (ANDRADE; TACHIZAWA; CARVALHO, 2002; DONAIRE, 2006; FONSECA; SOUZA; JABBOUR,2010).

Observa-se que, em especial, as micro e pequenas empresas – MPE – não possuem um sistema de gestão ambiental, estando suas ações de práticas ambientais limitadas ao controle ambiental nas práticas e processos produtivos (DONAIRE, 1995), visando a

benefícios econômicos. Entretanto, nem sempre o acompanhamento e controle dessas práticas são contínuos, o que dificulta o prosseguimento das ações voltadas a essa questão.

Contudo, as empresas reconhecem a importância da sustentabilidade dentro das organizações e também os benefícios que são gerados para os clientes e sociedade em geral; porém, os conceitos teóricos sobre sustentabilidade ambiental parecem não ser aplicados na gestão das empresas, pois a prática não os reflete, podendo o discurso dos gestores ou proprietários estar limitado ao que se reproduz na mídia (REATTO et al., 2013).

Dado o relevante conhecimento teórico dos proprietários de MPE do setor calçadista de Birigui/SP sobre a sustentabilidade ambiental e suas práticas (REATTO et al., 2013), propõe-se a realização desta pesquisa qualitativa cujo objetivo é identificar os fatores que distanciam o discurso teórico destes proprietários sobre o tema em estudo da implementação efetiva de programas de sustentabilidade ambiental e suas práticas nessas empresas. Para tal, este estudo está estruturado da seguinte maneira: a primeira seção apresenta um breve referencial teórico sobre as práticas de sustentabilidade ambiental e sua importância para as MPE, bem como as dificuldades encontradas por seus gestores na implantação dessas práticas. Na sequência, explica-se o percurso metodológico e, por fim, apresentam-se os elementos de análise seguidos da conclusão.

2 Referencial Teórico

2.1 Responsabilidade socioambiental como evolução para Práticas de Sustentabilidade Ambiental

Há alguns anos iniciou-se uma tendência mundial na qual os investidores começaram a procurar empresas socialmente responsáveis. De acordo com Andrade, Tachizawa e Carvalho (2002) há uma crescente tendência do exercício da responsabilidade socioambiental por parte das organizações e essa tendência deve continuar de forma permanente e definitiva onde os resultados econômicos passem a depender cada vez mais de decisões empresariais. Deve ser levado em conta que não há conflitos entre lucratividade e questão ambiental e que os clientes e a comunidade em geral passam a

valorizar cada vez mais a adoção de práticas socioambientais por parte das organizações, sendo que a demanda e faturamento das empresas começarão a depender diretamente do comportamento dos consumidores que enfatizarão suas preferências por produtos ecologicamente corretos.

A massa consumidora cada vez mais representa uma pressão sobre as empresas e suas práticas de produção. Desta forma as empresas definem um conjunto de práticas que procuram demonstrar seu respeito e sua preocupação com as condições do ambiente e da sociedade em que estão inseridas. Os consumidores possuem uma atitude positiva em relação à compra de produtos de empresas socialmente responsáveis, ou seja, eles julgam esse tipo de compra como aquela que lhe agregam benefícios (SILVA; BERTRAND, 2009).

O que pode demonstrar se uma empresa é socialmente responsável, segundo Nascimento, Lemos e Mello (2008), são todas as ações desenvolvidas que visam a promover a melhoria da qualidade de vida ou ambiental, como proteção ao meio ambiente, proteção social, saúde, educação, por se tratarem de ações caracterizadas como transformadoras.

Segundo Borger (2001), a responsabilidade social deve ser vista como parte da cultura, da visão e dos valores da empresa, requerendo uma filosofia e compromisso articulados na afirmação da missão, porém a simples formalização da incorporação da responsabilidade social empresarial na missão, princípios e códigos de conduta não é suficiente para que essa faça parte da cultura organizacional. O engajamento da responsabilidade social gera mudanças nas empresas. A estrutura organizacional, os sistemas de avaliação e o ambiente organizacional estão na esfera da direção empresarial.

Posicionamentos seminais como o de Tomei (1984) consideram o surgimento da responsabilidade social das empresas como institucional, ou seja, incorporada à gestão empresarial caracteriza-se como uma estratégia corporativa para tornar a empresa competitiva e manter os níveis de acumulação. Já Ashley (2002) entende responsabilidade social como o comprometimento de todos os agentes sociais (governos, empresas privadas, sociedade civil e terceiro setor) com respeito a todos aqueles que com eles interagem (fornecedores, comunidade e clientes). No âmbito comunitário, esta responsabilidade se

traduz no patrocínio de ações concretas que tragam benefícios à sociedade, e devolvam, criem ou recriem as condições necessárias para o desenvolvimento crescente da cidadania.

No procedimento das empresas no que se refere à capacidade de atender as questões sociais, observa-se que tanto as grandes empresas como também as pequenas e médias, têm uma responsabilidade para com a sociedade em que atuam, embora alguns cientistas da área de administração, tais como Kobayashi, Odell, Steiner e outros que advogam um maior envolvimento das empresas, dirijam sua atenção somente para o estudo das grandes empresas, não esperando a mesma disposição das pequenas e médias empresas (OLIVEIRA, 1983).

Keim (1978), contrário a esse ponto de vista, exclui as pequenas empresas do peso da responsabilidade social, afirmando que a sociedade não espera delas muitas atividades socialmente responsáveis, mas somente espera ser provida de bens e serviços elaborados dentro da lei e das normas de honestidade e integridade. Sobre este assunto, Oliveira (1983) acredita que a disposição das pequenas empresas em ter um comportamento socialmente responsável seja maior do que a das grandes em investir em atividades sociais.

Após traçado este ponto e contraponto temporal, o conceito de responsabilidade social empresarial começou com a ideia de que apenas as grandes empresas são capazes de atender às questões sociais; evoluiu ao dar às pequenas e médias empresas o papel principal no que se refere a ter um comportamento socialmente responsável; e, finalmente, hoje a responsabilidade socioambiental envolve a todas indistintamente.

2.2 A importância da Gestão Ambiental para as Micro e Pequenas Empresas

As pequenas empresas contabilizam parcela significativa e de relevante importância no cenário globalizado atual. Além disso, esse setor é bastante considerado por sua capacidade de geração de empregos e eficientes melhorias da cadeia produtiva. Dessa forma, é correto afirmar que a utilização de instrumentos de gestão ambiental por esses modelos de organizações contribui para o bem-estar do meio ambiente, e conseqüentemente, para o desenvolvimento sustentável da sociedade (BARONI, 1992).

Ao mesmo tempo em que fazem mudanças em seus processos de gestão e gerenciamento direcionando e os colocando nos termos ambientais com a devida

preocupação e respeito pelas causas sustentáveis, as empresas que a princípio demonstravam receio em relação à geração de despesas que essas transgressões resultariam, estão aos poucos conseguindo viabilizar lucro e manter competitividade no mercado (DONAIRE, 2006).

A maioria das empresas possui grandes dificuldades em definir seus conceitos ambientais e acabam por formá-los baseadas em conceitos econômicos, fato que resulta em grande erro, pois a imagem ecologicamente correta deve ser solidificada na veracidade e na seriedade das ações ambientais praticadas por estas empresas (BARONI, 1992; DONAIRE, 2006).

Devido não ser exigida a regulamentação ISO 14000, as MPE tem adotado as práticas ambientais de forma estratégica como uma vantagem competitiva no mercado. Segundo Assumpção (2006), se as novas práticas forem implantadas de forma eficiente, o resultado poderá ser de excelente qualidade, devido ao fato de as MPE, em geral, possuírem vantagens quanto à elaboração e implantação de um sistema ambiental, dada a sua linha de comunicação mais curta e estrutura organizacional menos complexa (ASSUMPÇÃO, 2006).

Todo e qualquer tipo de mobilização que ocorra por parte das empresas para reduzir os impactos ambientais é de extrema importância, mas é fundamental que além de toda percepção que se tenha sobre a sustentabilidade, tenha-se também a certeza de que não há outra opção e que é totalmente necessário mudar as atitudes e as visões (DONAIRE, 2006).

Os empresários devem ter consciência do seu dever e da sua responsabilidade de se engajarem nas ações ambientais, eles possuem o papel de formadores de opiniões e influenciadores de comportamento e decisões. A quebra de algumas barreiras e o enfrentamento aos receios que a era verde trouxe foi um grande passo para que projetos e políticas sustentáveis fossem criados pelas (BENNET, 1992).

Porém, não basta somente o nível estratégico da empresa analisar e se conscientizar quanto às questões ambientais, é preciso capacitar toda a sua equipe, pois todos precisam estar cientes destas questões para saberem atender estes clientes tão exigentes. A integração de valores entre os membros da organização e um bom atendimento no mundo dos negócios pode ser o grande diferencial, muito mais até que criações e inovações em serviços e produtos de linha sustentável (VECCHIA, 2010).

Especificamente no contexto industrial, a preocupação com a difusão da responsabilidade ambiental pode ser percebida nos programas e projetos que visam qualidades, selos e certificações e também, nas iniciativas de reciclagem de resíduos. De acordo com informações do Compromisso Empresarial para Reciclagem – CEMPRE (2006), os projetos políticos de desenvolvimento devem dirigir esforços para a redução na geração de lixo uma vez que sua minimização implicará uma estrutura de coleta menor, como também a redução dos custos de disposição final.

Durante a fabricação do calçado, geram-se resíduos de retalhos de couros, possíveis refugos de solado, entressola ou palmilha do calçado e resíduos em forma de pó oriundo do lixamento do calçado na fase de acabamento, entre outros. Garlet e Greven (1996) afirmam que muitas indústrias depositam esses resíduos em áreas de céu aberto, o que causa vários problemas ambientais, como poluição visual, proliferação de insetos e pequenos animais, além de existir uma ameaça constante de combustão do material. Algumas indústrias vêm jogando esses resíduos em depósitos clandestinos, escondidos em locais de difícil acesso para fugir da fiscalização dos órgãos competentes e sem tomar nenhum tipo de cuidado (GARLET; GREVEN, 1996).

De acordo com a lei estadual de São Paulo nº. 898/1975 (SÃO PAULO, 1975), que trata sobre o uso do solo para a proteção dos mananciais, cursos e reservatórios de água e demais recursos hídricos, nas áreas de proteção, os projetos e a execução de atividades industriais dependerão da aprovação prévia da Secretaria dos Negócios Metropolitanos, e manifestação favorável da Secretaria de Obras do Meio Ambiente, mediante parecer da Companhia Estadual de Tecnologia de Saneamento Básico e de Defesa do Meio Ambiente – CETESB, quanto aos aspectos de proteção ambiental.

2.3 As dificuldades da aplicação de práticas de Gestão Ambiental em MPE

Após a percepção da importância da Gestão Ambiental nas empresas, apresenta-se um novo desafio aos micro e pequenos empresários: em que momento implantar as práticas e como administrá-las? Como identificar formas de praticar e descobrir novas técnicas? (TACHIZAWA, 2007).

Pesquisa realizada em 1451 estabelecimentos nas diversas regiões brasileiras (sendo 57,5% MPEs, 18,5% pequenas, 14,7% médias e 1,4% grandes) comprova a

correlação positiva entre porte e programas ambientais. De acordo com os dados levantados, apenas 10% das grandes empresas não realizaram qualquer investimento na área ambiental, sendo que esta proporção se eleva para cerca de 25% nas médias empresas, 33% nas pequenas e cerca de 65% nas microempresas (DEMAJOROVIC et al., 2001).

Careon e Silva (2010) listam os desafios das MPE ao aplicar práticas de sustentabilidade ambiental: falta de recursos que poderiam ser destinados a aplicação de projetos e processos sustentáveis; dificuldade para encontrar fornecedores que vendam produtos ou serviços com base na sustentabilidade; falta de incentivo governamental; alto valor de tributação em relação ao produto ou serviço vendido; e possível sobrecarga de tarefas com os funcionários, impossibilitando a iniciativa para aplicar novas práticas ou projetos sustentáveis; falta de interesse dos stakeholders e concorrência desleal. Ainda destacaram-se a burocracia, alta taxa e tributação e falta de incentivo governamental; além da sobrecarga de tarefas, os funcionários também não possuem interesse no assunto.

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa de Leite, Santos e Oliveira (2011), verifica-se que muitos são os desafios das MPE para aplicarem o modelo de Desenvolvimento Sustentável: há falta de informações sobre o assunto no seu segmento de mercado, falta de conscientização e interesse por parte dos gestores em colaborar com a preservação do meio ambiente, disponibilidade financeira e até mesmo pouca divulgação por parte do governo dos benefícios concedidos as empresas que aplicam esse modelo. Portanto, o passo inicial para que MPE possuam a mínima possibilidade de aplicá-la, é que os gestores se informem sobre o assunto para poder realizar a implementação destas práticas.

O estudo de Reatto et al. (2013) realizado em MPE do setor calçadista de Birigui verificou-se que as MPE não possuem uma gestão ambiental, porém encontram-se na segunda fase de aplicação das práticas ambientais, na qual se preocupam com a integração do controle ambiental nas práticas e processos produtivos (DONAIRE, 1995), visando a benefícios econômicos. Entretanto, nem sempre o acompanhamento e controle dessas práticas são contínuos, o que dificulta o prosseguimento das ações voltadas a essa questão. Ainda, o mesmo estudo concluiu que as empresas reconhecem a importância da sustentabilidade dentro das organizações e também os benefícios gerados para os clientes e sociedade em geral; todavia, não se pode afirmar que os conceitos teóricos foram

interiorizados, pois a prática não os reflete, podendo o discurso dos respondentes estar limitado ao que se reproduz na mídia.

Contudo, de acordo com a mesma pesquisa de Demajorovic et al. (2001), em média, 75% dos programas de práticas ambientais são desenvolvidos dentro das MPE com seus próprios técnicos, sendo a contratação de serviços externos e a construção de parcerias ainda bastante incipientes. Nas pequenas empresas analisadas, 19% utilizaram serviços de consultoria, 14% contaram com apoio técnico de órgãos ambientais e apenas 11% receberam apoio técnico de instituições patronais ou mistas, tais como CNI, SENAI e SEBRAE para o desenvolvimento de programas ambientais. Esta falta de apoio talvez explique o fato de que, particularmente nas pequenas empresas, as iniciativas de controle de poluição não estejam sendo implementadas. Por exemplo, apenas 30% dos entrevistados das pequenas empresas apontaram como uma de suas prioridades disporem os resíduos sólidos.

As MPE precisam entender que a utilização das práticas de Gestão Ambiental na administração das empresas traz como consequências os seguintes benefícios como, por exemplo, benefícios econômicos, entre eles: redução do consumo de água, energia e outros insumos; venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes através da reciclagem; redução de multas e penalidades por poluição. Também traz incremento de receitas: aumento da contribuição marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais altos; aumento da participação no mercado devido à inovação dos produtos e menos concorrência; linhas de novos produtos para novos mercados; aumento da demanda para produtos que contribuam para a diminuição da poluição. E por último os benefícios estratégicos como: melhoria da imagem institucional; renovação do portfólio de produtos; aumento da produtividade; alto comprometimento do pessoal; melhoria nas relações de trabalho; melhoria e criatividade para novos desafios; melhoria das relações com os órgãos governamentais, comunidades e grupos ambientalistas; acesso assegurado ao mercado externo; melhor adequação aos padrões ambientais (DONAIRE, 2006).

Por fim, a busca de soluções para problemas ambientais exige que empresários assumam uma nova postura, passando a considerar o meio ambiente em suas decisões. Essa atitude não é apenas fruto de despertar de consciência, senão das pressões exercidas pelos governos, pela sociedade e pelo mercado, reciprocamente (ALMEIDA, 2010).

3 Procedimentos de Investigação

Para responder ao problema de pesquisa, conduziu-se um estudo qualitativo interpretativo básico, o qual está interessado em como as pessoas interpretam suas experiências, como elas constroem seus mundos e quais significados atribuem a suas experiências (MERRIAM, 1998).

Os sujeitos de pesquisa entrevistados foram três proprietários de MPE do setor calçadista de Birigui, sendo todos homens, escolhidos de acordo com seu interesse em falar sobre o assunto e representatividade no meio empresarial. Embora o número de sujeitos tenha sido limitado, seus discursos foram suficientemente relevantes para responder aos objetivos deste estudo. O entrevistado 1 tem 27 anos, com formação acadêmica em Administração pelo instituto Insper/SP; o entrevistado 2, de 35 anos, possui é tecnólogo em Administração; o entrevistado 3, de 56 anos, possui ensino médio completo.

As informações foram coletadas por meio de entrevistas semiestruturadas (FLICK, 2009), as quais ocorreram no próprio ambiente de trabalho de cada chefe de departamento, com duração entre 25 e 40 minutos. Os sujeitos de pesquisa foram antecipadamente informados sobre os objetivos da pesquisa e da confidencialidade das informações. Os principais eixos de discussão do roteiro de entrevista baseavam-se na sua concepção sobre o conceito de sustentabilidade; a importância de se investir na questão ambiental e a importância para as MPEs; o impacto da sua MPE no meio-ambiente; sobre as ações de integração de funcionários na discussão e prática ambiental; os impedimentos para a aplicação de práticas de sustentabilidade ambiental na empresa e sugestões para se superar esses obstáculos. O conteúdo das entrevistas foi reduzido e categorizado seguindo a estratégia de análise de dados qualitativos categorial adaptado de Flores (1994).

3.1 Características do *Cluster* Calçadista de Birigui

Birigui, na região noroeste do estado de São Paulo, possui 108.728 habitantes (BRASIL, 2013), é considerada a Capital Brasileira do Calçado Infantil e é movida pela indústria calçadista, sendo o polo de maior produção de calçados para crianças. Suas

empresas geram 19 mil empregos diretos, produzem 263 mil pares de calçados por dia, que equivalem a uma produção anual de 63,5 milhões de pares (SINBI, 2012).

4 Apresentação e Análise das Informações

Quando questionados sobre a importância de se discutir o tema sustentabilidade ambiental em MPE, em específico no setor calçadista de Birigui, os entrevistados foram unânimes ao afirmar que a discussão do tema é relevante para o cenário de negócios atual devido ao discurso ser recorrente nas mais diferentes mídias e meios de comunicação. Os sujeitos 1 e 2 ressaltam que discutir sustentabilidade deve ser prioridade, “não é uma coisa levada como segundo plano não [...] e a gente tem esse desafio de desenvolver novas formas [de práticas sustentáveis], pra realmente não dar margem pra atitudes não sustentáveis”. As empresas reconhecem a importância da sustentabilidade dentro das organizações e também os benefícios gerados para os clientes e sociedade em geral. No entanto, essa importância atribuída à discussão do tema se deve pela preocupação com a imagem e com o impacto econômico. É prioritário e que eles têm o desafio de desenvolver novas formas pra que não haja margem pra atitudes não sustentáveis. O entrevistado 3 coloca como base de preocupação os fins comerciais, salientando que “as empresas que têm essa preocupação são mais valorizadas”. Tais empresas acabam por formar tais conceitos através dos conceitos econômicos, fato que resulta em um grande erro, pois uma imagem sustentável deve ser construída com verdadeira preocupação com o futuro do planeta. Muito mais importante que uma imagem ecologicamente correta é a veracidade e a seriedade das ações ambientais praticadas por elas (BARONI, 1992; DONAIRE, 2006).

Os entrevistados confirmaram que um fator coercitivo para se pensar em práticas ambientais sustentáveis são as fiscalizações. Embora não tenham discorrido se são regulares e exercidas por quais órgãos de poder, pode-se inferir que a existência de regulamentações, certificações, cobrança pelo poder público e pela sociedade em geral não são inibidores de práticas de sustentabilidade ambiental, senão fomentadores de, ao menos, um pensamento mais crítico e responsável sobre o tema. O estudo de Reatto et al. (2013) apontou que proprietários de MPE calçadistas de Birigui acreditam que incentivos financeiros e educacionais (palestras, cursos, workshops) para a sustentabilidade

financiados pelos governos facilitariam a aplicação de práticas ambientais nas MPE. Tal posicionamento dos empresários ressalta que eles veem políticas públicas como aliadas das MPE no desenvolvimento e aplicação das práticas ambientais, desde a conscientização até o seu desenvolvimento e gerenciamento, corroborando Fonseca, Souza e Jabbour (2010), para quem a superação das barreiras na aplicação de práticas ambientais sustentáveis só será possível com a conjugação de iniciativas e medidas de políticas públicas para o desenvolvimento das MPE. Nenhum dos entrevistados destacou o porte da empresa e a decorrente falta ou limitação de recursos financeiros como dificultadores de implantação de práticas de sustentabilidade ambiental, o que alimenta a discussão proposta há tempo por Keim (1978), quem exclui as pequenas empresas do peso da responsabilidade social, afirmando que a sociedade não espera delas muitas atividades socialmente responsáveis, mas somente espera ser provida de bens e serviços elaborados dentro da lei e das normas de honestidade e integridade; e Oliveira (1983), que acredita que a disposição das pequenas empresas em ter um comportamento socialmente responsável seja maior do que a das grandes em investir em atividades sociais.

Quanto às práticas desenvolvidas pelas empresas entrevistadas, basicamente preocupam-se com o descarte de resíduo sólido e o uso de materiais sintéticos. Um ponto que as empresas afirmaram não aplicar é o do controle sobre fornecedores, deixando a cargo dos órgãos regulamentadores a fiscalização sobre o processo produtivo. Todos os entrevistados são unânimes na preocupação com resíduos e todos fazem a coleta e separação corretas, no entanto, o entrevistado 3 cita que os resíduos são recolhidos por um caminhão da prefeitura e não sabe qual é o destino que é dado a esse material, reforçando a ideia de que o controle restringe-se a práticas internas. Garlet e Greven (1996) afirmam que muitas indústrias depositam esses resíduos em áreas de céu aberto, e isto causa vários problemas ambientais, como poluição visual, proliferação de insetos e pequenos animais, além de existir uma ameaça constante de combustão do material. As demais práticas ambientais sustentáveis corroboram os achados de Reatto et al. (2013), que verificaram que o reaproveitamento de sobras de matéria-prima, descarte correto de resíduos, controle de consumo de água e coleta seletiva de lixo são as práticas mais desenvolvidas pelas micro e pequenas empresas, no entanto, não demonstram uma preocupação sócio-ambiental

desenvolvida porque esses tipos de práticas se baseiam na redução dos custos, o que favorece economicamente a empresa e não primeiramente a sociedade e o meio ambiente.

Ao serem questionados sobre o envolvimento dos colaboradores das empresas com a sustentabilidade, o entrevistado 1 afirma que seus funcionários possuem envolvimento com as práticas de sustentabilidade da empresa, e que cada funcionário da produção tem seu local de colocar os dejetos de produtos e com eles é trabalhada a questão de para onde cada resto de material vai, qual o seu destino final. O mesmo entrevistado revelou que todo o material de sobra pode ser também reaproveitado para o artesanato, dentro de um projeto proposto pelo SESI. A empresa apenas sede seu local de trabalho e os restos de materiais. Dessa forma os funcionários podem aprender novas formas de utilização de materiais, e a empresa passa a dar fins ao seu estoque de resíduos que não sejam apenas aquele descarte final de um material comum. Os Entrevistados 2 e 3 possuem apenas um funcionário cada e eles afirmam que estão cientes de todos os problemas que cada material pode trazer ao ambiente, e que participam de cada etapa de descarte.

Quando indagados sobre as dificuldades de se aplicar as práticas sustentáveis, observou-se que os entrevistados preocuparam-se em destacar, principalmente, a procedência e o uso de matérias-primas, em especial, o couro. Nenhum deles afirmou conhecer a cadeia produtiva do couro e se seus fornecedores são certificados ou se também se preocupam com o impacto ambiental no beneficiamento do couro. O entrevistado 1 declara que “não é uma coisa que eles conseguem controlar hoje” e que não se sabe “onde ele [o fornecedor] joga os produtos químicos usados pra curar o couro”. Isso reforça a pesquisa de Careon e Silva (2010), ao listar a dificuldade para encontrar fornecedores que vendam produtos ou serviços com base na sustentabilidade.

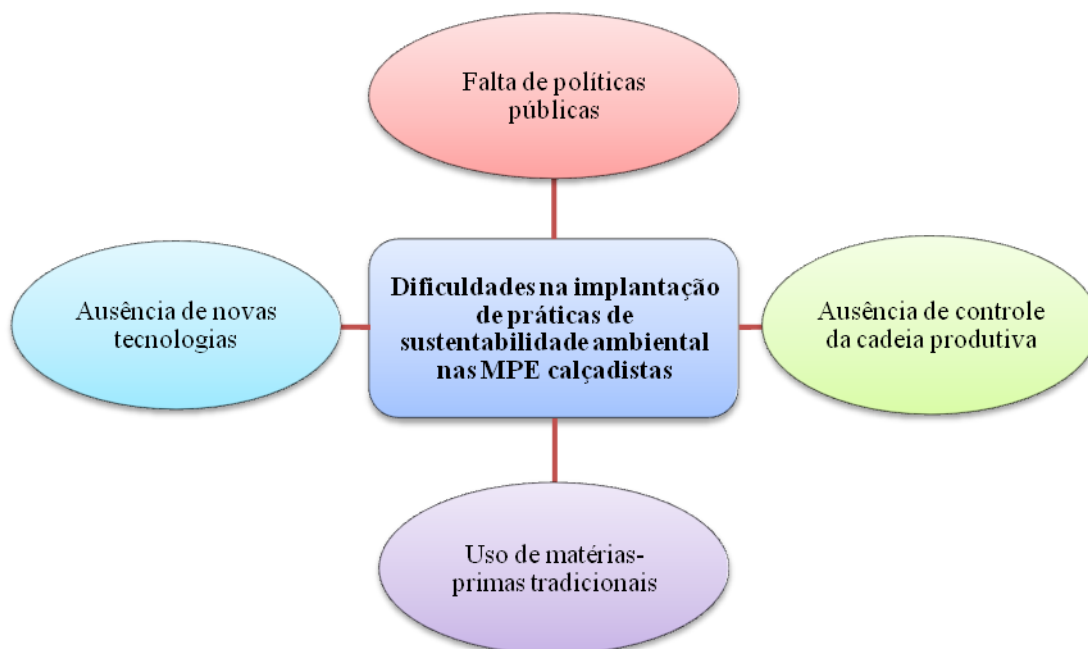
O entrevistado 1 ainda acrescenta a dificuldade de gerir a cadeia produtiva dos calçados, visto que grande parte é terceirizada e, portanto, são serviços prestados fora da fábrica: “hoje quase que é impraticável você ter um monitoramento de todas as práticas sustentáveis de cada terceiro numa empresa de calçados” [...] “você tem esses terceiros espalhados tanto na cidade quanto na região e você acompanhar o dia-a-dia desse terceiro pra saber como é a prática desse cara, isso é complicado” (Entrevistado 1). A empresa aqui se diz incapaz de conhecer de perto os processos produtivos dos terceiros que prestam serviço à mesma, ainda que a grande maioria se encontre no próprio município de Birigui.

O entrevistado 3 destaca aspectos que podem tornar o seu produto mais competitivo. Aspectos esses que são comprometidos quando são aplicadas algumas práticas sustentáveis. Por exemplo: “você só ganha cliente hoje com entrega rápida, preço bom e falha do concorrente”. Portanto, o valor de produtos que são sustentáveis, como por exemplo, cola à base d’água, são superiores, o que encarece o produto final. Ainda fala sobre a demora que pode haver quando se usa tais produtos: “hoje uma cola à base de petróleo, solvente, ela vai dar o tempo de secagem de 4 minutos aproximadamente, uma a base de água vai dar em média de 12 minutos e é mais cara” [...] “a gente compra a cola à base d’água pro forro, pra todo resto do acabamento, a empresa não consegue atingir o prazo, a gente vai perder o cliente, nosso produto vai ficar mais caro, outras empresas vão estar a nossa frente.”

Ao darem sugestões para que as práticas de sustentabilidade ambiental se tornassem mais fáceis de serem aplicadas nas micro e pequenas empresas do setor calçadista, os entrevistados 2 e 3 foram unânimes quando sugeriram que os valores de máquinas e materiais que não poluem tanto o meio ambiente fossem mais acessíveis, mais baratos. O entrevistado 2, com uma posição extremista, declara que “o couro deveria deixar de existir como matéria prima, o couro animal, e deveria haver apenas o couro sintético a base de PVC reciclado”. O entrevistado 1 propõe um sistema de logística reversa eficaz: “trazer esse produto que já foi descartado completamente do pé da criança, várias crianças usaram o produto e ele não serve pra mais nada”. Ainda salienta que os calçados deveriam evoluir na questão do uso de materiais biodegradáveis: “Hoje nós usamos muito couro e muito sintético que não são biodegradáveis, então, você gera um resíduo, você descarta ele da forma correta, mas você está gerando resíduos que não são sustentáveis” (Entrevistado 1).

A Figura 1 ilustra o diagrama que representa graficamente as relações entre os conceitos que tentam entender quais as dificuldades de se implementar práticas de sustentabilidade ambiental em MPE do setor calçadista de Birigui (SP).

Figura 1 – Sistema de categorias para o problema de pesquisa proposto



Fonte: elaborado pelos autores (2014).

A próxima seção resgata os objetivos da pesquisa, responde a eles e propõe uma agenda de pesquisa.

5 Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo identificar quais são as dificuldades que as micros e pequenas empresas do setor calçadista de Birigui têm em implantar práticas de sustentabilidade ambiental.

Por meio de uma abordagem interpretativista, conclui-se que as empresas reconhecem a importância da gestão ambiental dentro das organizações e também os benefícios que são gerados aos seus clientes e a sociedade em geral. Verificou-se que, devido ao seu porte, as empresas não possuem uma gestão ambiental muito ampla, mas sabem quais são as dificuldades e as práticas necessárias para tal, além de se preocuparem com a integração do controle ambiental nas práticas e nos processos produtivos.

Observou-se também que as empresas adotam métodos adequados com relação ao destino de resíduos sólidos que são gerados durante o processo produtivo, demonstrando,

assim, a importância de se investir no descarte e na coleta corretamente, trazendo benefícios tanto para a empresa quanto para a sociedade.

Assim, as entrevistas dos entrevistados sobre os principais obstáculos para a implantação de práticas ambientais sustentáveis em MPE calçadistas sugerem algumas respostas de por quê o discurso teórico de empresários sobre sustentabilidade ambiental e a sua importância é tão fluido, porém tão distante do cotidiano de séria implementação dessas práticas. Por envolver não somente a indústria calçadista, como também toda uma cadeia produtiva, os proprietários se veem limitados em suas ações de implantação de práticas de sustentabilidade ambiental. Desta forma, este trabalho é uma primeira contribuição de resposta à agenda de pesquisa de estudos que se preocupam com o discurso de sustentabilidade ambiental e empreendedorismo social em MPE.

Como Ashley (2002) propôs, talvez a discussão que se possa trazer para o âmbito das MPE calçadistas seja a responsabilidade social destas empresas se traduzir em patrocínios de ações concretas que tragam benefícios à comunidade em que estão inseridas, e devolvam, criem ou recriem as condições necessárias para o desenvolvimento crescente da cidadania.

Assim, deixa-se o tema em aberto para que futuros estudos ampliem, dentro da mesma abordagem metodológica, o número de entrevistados e novos rumos possam ser dados à discussão aqui apresentada.

Referências

- ALMEIDA, L. N.. Sustentabilidade ambiental como estratégia empresarial na rede Walmart. VII SEGET – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2010.
- ANDRADE, R. O. B.; TACHIZAWA, T.; CARVALHO, A. B. Gestão Ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.
- ASHLEY, Almeida Patrícia (Coord). Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2002.
- ASSUMPCÃO, Luiz Fernando Joly. Sistemas de gestão ambiental: Manual prático para implementação de SGA e Certificação ISO 14001. Curitiba: Juruá, 2006.
- BARONI, M.. Ambiguidades e deficiências do conceito de desenvolvimento sustentável. Revista de administração de empresas, v. 32, 1992.
- BENNETT, S. Ecoempreendedor: oportunidades de negócios decorrentes da Revolução Ambiental. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1992.

- BORGER, F. G. Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. 258 f. Tese (Doutorado em Administração) – FEAC – USP, São Paulo, 2001.
- BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
- CAREON, L. H.; SILVA, S. F. Sustentabilidade Empresarial para a Micro e Pequena Empresa. XIII SEMEAD. Seminários em Administração. Set. 2010.
- CEMPRE. Compromisso Empresarial para Reciclagem. Disponível em: <<http://www.cempre.org.br>>.
- DEMAJOROVIC, J.; MAC DOWELL, S.; SEO, E. S. M. Pequenas e Médias Empresas: Desafios e Perspectivas para a Gestão Ambiental em um Contexto de Competitividade. In: Anais do 6º. Encontro Nacional de Gestão Empresarial em Meio Ambiente – ENGEMA. EAESP-FGV e FEA-USP, 2001.
- DONAIRE, D. Gestão ambiental na empresa. São Paulo: Atlas, 1995.
- _____. Gestão Ambiental na empresa. 2ª. ed. São Paulo: Atlas 2006.
- FLICK, U. Introdução à pesquisa qualitativa. 3ª. Ed.. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FLORES, J. G. Análisis de datos cualitativos: aplicaciones a la investigación educativa. Barcelona: PPU, 1994. p. 7-107.
- FONSECA, S. A.; SOUZA, S. B. S.; JABBOUR, C. J. C.. Desafios e Oportunidades das Incubadoras de Empresas para a Incorporação de Estratégias Ambientais. Revista O&S. v.17, n.53, Salvador, p. 331-344. Abril/Junho, 2010.
- GARLET, G.; GREVEN, H. A. Aproveitamento de resíduos de E.V.A da indústria calçadista na construção civil. Anais do Workshop sobre Reciclagem e reutilização de resíduos como materiais de construção civil. ANTAC – PCC / USP, São Paulo, 1996.
- KEIM, G. D. Corporate Social Responsibility: an assessment of the enlightened self-interest model. Academy of Management Review, v. 3, n. 1, p. 32-39, 1978.
- LEITE, K. O.; SANTOS, M. J. V.; OLIVEIRA, J. C. Sustentabilidade: Fator Preponderante nas Micro e Pequenas Empresas. Revista Administração Eletrônica. n. 6, ago-dez. 2011.
- MERRIAN, S. B. Qualitative research and case study applications in education. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.
- NASCIMENTO, L. F.; LEMOS, A. D. C.; MELLO, M. C. A. Gestão socioambiental estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- OLIVEIRA, J. A. Responsabilidade social de pequenas e médias empresas de conservas alimentícias do Rio Grande do Sul: um estudo sobre seus beneficiários. Série Textos Acadêmicos, n. 307. Natal: UFNR/DA, 1983.
- REATTO, D; CANATA, P. C.; TAKATA, S. A. S.; ANTUNES, T. C. F.; GUIMARÃES, M. C. N.. Identificação de Práticas Ambientais Sustentáveis nas Micro e Pequenas Empresas Calçadistas do Município de Birigui (SP). In: Anais do XXXIII Encontro Nacional de Engenharia da Produção – ENEGEP, 2013, Salvador.
- SÃO PAULO (Estado). Decreto nº 898, de 18 de Dezembro de 1975. Diário Oficial do Estado de São Paulo, DOSP.

SILVA, R. C. M.; BERTRAND, H. O comportamento socialmente responsável das empresas influencia a decisão de compra do consumidor. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 3, n. 1, p.10-25, 2009.

SINBI. Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuário de Birigui. Disponível em: < www.sinbi.org.br>.

TACHIZAWA, T. *Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa*. São Paulo: Atlas, 2007.

TOMEI, P. A. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado nacional. *Revista de Administração de Empresas*, v. 24, n. 4, out./dez., 1984. p. 189-202.

VECCHIA, R. *O meio ambiente e as energias renováveis*. Barueri: Manole, 2010.