

Inovação e Sustentabilidade na Micro e pequena empresa: um estudo sobre a percepção e conhecimento sobre a aplicação de práticas sustentáveis em empresas de Ponta Grossa e Wenceslau Braz – PR

Ana Paula Aparecida Rodrigues (UTFPR) anastefanrodrigues@outlook.com
Angélica Biagi Bertoco (UTFPR) contato.bertagi@gmail.com
Eliane Netebka Ramos (UTFPR) linetrebka@hotmail.com

Resumo:

O presente artigo tem como objetivo destacar a inovação e a sustentabilidade, enfatizando a percepção e o conhecimento na aplicação de práticas sustentáveis em micro e pequenas empresas (MPEs) localizadas nas cidades de Ponta Grossa e Wenceslau Braz, ambas no Estado do Paraná. Ainda, essas empresas representam ramos de atividades distintas. Podemos caracterizar essa pesquisa como descritiva, exploratória e de levantamento. As informações para o desenvolvimento do mesmo foram coletadas através de um relatório produzido pelos Institutos Akatu e Ethos, utilizando as 56 práticas prioritárias resultantes do trabalho desses institutos no ano de 2008. Assim, através de pesquisas bibliográficas e da utilização de questionários estruturado em três partes, interpretou-se a percepção dos gestores inseridos nas MPEs em questão, observando e analisando suas ações sustentáveis, no que diz respeito aos aspectos sociais, econômicos e ambientais. Por fim, com esse estudo, pôde-se compreender como as mesmas se posicionam em relação às atitudes e comportamentos indicados como prioritários pelos consumidores pesquisados a respeito do consumo consciente e das práticas de RSE.

Palavras chave: Micro e Pequenas Empresas, SER, Sustentabilidade, Inovação.

Innovation and Sustainability in Small and Medium Enterprises: a study about perception and knowledge about the application of sustainable practices in enterprises in Ponta Grossa and Wenceslau Braz – PR

Abstract

This article has the purpose of drawing attention to innovation and sustainability, with emphasis on the perception and knowledge in the application of sustainable practices in small and medium enterprises (SMEs) located in the cities of Ponta Grossa and Wenceslau Braz, both in the State of Paraná. Also, these enterprises represent different lines of business. We may define this research as descriptive, exploratory and a survey. The information for its development was gathered through a report produced by the Akatu and Ethos Institutes, using the 56 priority practices that resulted from the work of these institutes in 2008. Thus, through bibliographical research and employing questionnaires structured in three parts, the perception of the managers inserted in the researched SMEs was interpreted, observing and analyzing their sustainable actions, concerning social, economic and environmental aspects. Finally, with this study, it was possible to understand how these enterprises are positioned in relation to the attitudes and behaviors regarded as priority by the customers researched with respect to conscious consumption and CSR practices.

Key-words: Small and Medium Enterprises, CSR, Sustainability, Innovation.

1. Introdução

No contexto mercadológico brasileiro, percebe-se que, as micro e pequenas empresas (MPEs) desempenham um papel de destaque para a economia nacional, sendo que as mesmas estão em constantes transformações. Com isso, utilizam da inovação tecnológica para, de certo modo, aumentarem e serem competitivas. Assim, “a capacitação tecnológica e a geração de inovações devem ser entendidos como os principais atributos que garantem a sobrevivência e o sucesso das micro e pequenas empresas” (MAIA, 2012, p.8).

Dessa forma, para se tornarem e se transformarem em competitivas, as micro e pequenas empresas buscam aderir estratégias e práticas sustentáveis, conscientizando-se que, devem modificar sua atuação e processo em relação aos impactos ambientais e também, sociais.

Ainda, para que micro e pequenas empresas sejam inovadores e sustentáveis é necessário que elas introduzam novidades que sejam sustentáveis para obter, por fim, resultados positivos para elas, para a sociedade e para o meio ambiente (SILVA; SANTOS; FERREIRA, 2012). Sendo assim, as empresas não podem apenas inovar, elas precisam considerar 3 (três) dimensões da sustentabilidade:

- dimensão social – preocupação com os impactos sociais das inovações nas comunidades humanas dentro e fora da organização (desemprego; exclusão social; pobreza; diversidade organizacional etc.);
- dimensão ambiental – preocupação com os impactos ambientais pelo uso de recursos naturais e pelas emissões de poluentes;
- dimensão econômica – preocupação com a eficiência econômica, sem a qual elas não se perpetuariam. Para as empresas essa dimensão significa obtenção de lucro e geração de vantagens competitivas nos mercados onde atuam (SILVA; SANTOS; FERREIRA, 2012, p. 2).

Essas dimensões sustentáveis citadas acima fazem com que as micro e pequenas empresas destaquem-se no contexto mercadológico, tornando-se competitivas, inovadoras e com responsabilidades em relação ao meio ambiente e com a sociedade.

2. Micro e pequenas empresas

As micro e pequenas empresas possuem papel importante para a economia do país, representando hoje aproximadamente 99% das empresas no Brasil, mais da metade dos empregos formais em estabelecimentos privados não agrícolas, parte significativa da massa de salários paga aos trabalhadores desses estabelecimentos e 25% do produto interno bruto do país (SANTOS, 2012, p.37).

A representatividade das MPE's teve início na década de 80, quando houve redução no crescimento econômico resultando maior nível de desemprego, nesse momento foram a alternativa mais viável para a força de trabalho excedente. Além disso, representou uma oportunidade para uma parte da população que tinha condição de empreender em um novo negócio (IBGE, 2003).

Ao final da década de 80 o modelo de negocio das MPE's ganhou força através de iniciativas mais concretas para incentivar o movimento como a implementação do Estatuto da Micro e Pequena Empresa, inclusão na Constituição Federal de 1988, a criação de linhas especiais de crédito e a criação do SIMPLES.

A criação de um Sindicato também foi de grande importância para as MPE's, pois garantiram parcerias com as Juntas Comerciais, Secretarias Estaduais, Secretaria da Fazenda e com a Receita Federal. Os benefícios vieram através da facilitação para abertura das empresas que passou a ser de 24 horas, a criação de programas para aumentar a geração de emprego e renda, apoio financeiro e a capacitação de empresários (IBGE, 2003).

Atualmente as micro e pequenas empresas constituem a base econômica e social do país que estão em constante transformação e por isso precisam vislumbrar seu papel diante dos novos desafios que essa nova dinâmica apresenta (SANTOS, 2012, p. 40).

Para ser classificada como micro e pequena empresa é preciso observar características como faturamento bruto, número de funcionários e o setor na qual estão inseridas de acordo com padrões estabelecidos no Estatuto da Micro e Pequena Empresa de 1999, conforme mostra os quadros 1 e 2 nos quais são apresentados a classificação por faturamento e número de funcionários divulgados pelo SEBRAE .

3. Inovação em micro e pequena empresa

A inovação tecnológica é um instrumento reconhecido para o aumento da competitividade de micros e pequenas empresas e condição essencial para o desenvolvimento econômico do país. O mundo sem fronteiras tecnológicas exige uma nova e diferenciada atuação de todos os profissionais (ALESSIO, 2004).

Conforme destaca Stefanovitz (2011, p. 30 apud DAVILA; EPSTEIN; SHELTON, 2007) sobre a inovação tecnológica, "é provável que uma inovação tecnológica proporcione uma inovação nos processos de negócios e que o contrário também aconteça, pois essas novidades andam em conjunto e a implementação de qualquer uma delas precisa ser pensado num todo". A competitividade exige um diferencial em relação aos concorrentes e, portanto requer uma postura de mudança, inovação, estar em busca de novas concepções que ofereçam subsídios para novas ideias.

Santos (2012) ressaltam a importância de micro empresas e sua capacidade de inovar através da facilidade com que reconhecem e exploram as oportunidades que emergem. Apesar de possuírem limitações, mesmo sendo pequenas inovações, se observar o volume que representam, o resultado se torna grandioso.

A Lei nº 10.973 (BRASIL, 2004) foi promulgada no país para incentivar e desenvolver a inovação e a pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, com vistas à capacitação e ao alcance da autonomia tecnológica. Nesta lei, inovação é a introdução de novidade ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, serviços ou processos. A inovação está atrelada à cadeia de desenvolvimento de produtos, processos ou serviços sendo, essencial para a obtenção e manutenção de sua competitividade. Cada empresa possui um processo de inovação tecnológica exclusivo, seu, conforme suas necessidades e o contexto em que está inserida, buscando um processo de gestão efetivo.

Neste sentido Lopes (2012) alerta sobre a implantação de práticas inovadoras e a necessidade e mudanças na cultura individual e organizacional. Além de disso o comprometimento com os processos de mudança e a disponibilidade podem levar tempo até serem efetivamente implantadas e continuadas no ambiente produtivo.

4. Inovação e sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável é um dos mais importantes movimentos sociais da atualidade. Este tema vem sendo discutido a quase duas décadas e a cada dia vem se tornando um conceito mais presente na rotina social.

Ao se comprometer com a sustentabilidade a organização deve mudar seus processos de atuação tentando reduzir impactos sociais e ambientais. Estas mudanças conferem caráter de inovação uma vez que “introduz novidades de qualquer tipo em bases sistemáticas”. Nesse ponto a inovação que contribui para o desenvolvimento sustentável é chamada de inovação sustentável e têm como base as três dimensões da sustentabilidade: social, ambiental e econômica (BARBIERI, 2010).

Contudo, a inovação com bases sustentáveis nas MPE's de longe parece algo inatingível e desnecessário uma vez que na maioria das empresas deste porte os proprietários veem a sustentabilidade como assunto de grandes empresas que possuem maiores recursos e que poluem mais. Mas se as MPE's representam o maior volume em número de empresas e empregos, logo temos que, as pequenas ações que apresentam podem ser as bases da nova geração de modelo de negócio sustentável. Então quais são as dificuldades encontradas para práticas sustentáveis nos pequenos negócios? Qual o nível de conhecimento sobre práticas sustentáveis das MPE's? Como capacitar e destinar recursos para que proprietários e funcionários obtenham o conhecimento sobre sustentabilidade?

Em 2003 o SEBRAE em parceria com o Instituto Ethos adaptou o sistema de indicadores Ethos para o ambiente das micro e pequenas empresas e dessa forma proporcionaram às empresas de menor porte uma ferramenta para aprofundar seu comprometimento com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. O Instituto Ethos acredita que os conceitos propostos pelo projeto se absorvidos pelos dirigentes das MPE's podem provocar um grande impacto na sociedade e na economia, pois a consciência adquirida por estas iniciativas será disseminada e assim será construído um país melhor (ETHOS & SEBRAE, 2012).

5. Metodologia

A caracterização dessa pesquisa pode ser definida, segundo Vergara (2010), em relação aos fins, como exploratória, descritiva, metodológica e de natureza aplicada. Exploratória pelo interesse dos autores pela compreensão entre a relação princípios sustentáveis na visão do consumidor e a prática de ações sustentáveis nas micro e pequenas empresas abordando aspectos social, econômico e ambiental.

Segundo Barbosa *et. al* (2008) uma pesquisa exploratória visa estabelecer estreitar os laços do pesquisador com o objeto de estudo, possibilitando a criação de novas ideias e compreensões

Quanto aos procedimentos técnicos pode ser entendida como de levantamento (*survey*), pois Miguel e Lee Ho (2012, p. 75) afirmam que essas pesquisas levam o pesquisador a campo buscando contrastar uma “amostra de um problema a ser investigado a fim de extrair conclusões acerca dessa amostra” com a literatura referente a essa determinada temática. Descritiva, metodológica e aplicada porque, mesmo considerando-se tratar de uma amostragem pequena, o método permite avançar essa discussão e estabelecer um quadro mais abrangente de empresas posteriormente, considerando-se a relevância da discussão para todos os setores da sociedade.

Ela é considerada descritiva por buscar enquadrar as empresas investigadas na temática discutida, pretendendo-se situá-las no problema proposto e apresentando uma descrição, nesse caso qualitativa, de seus comportamentos diante da investigação (BARBOSA *et. al.*, 2008). Entende-se ainda que a aplicação da ferramenta da pesquisa pode representar a reflexão de questões desconhecidas pelas empresas como sendo favoráveis ao desenvolvimento de uma conscientização em relação aos níveis interpretados como elementos da Sustentabilidade nos dias de hoje.

De acordo com a taxionomia de Vergara (2010), quanto aos meios de investigação do objeto pode-se considerar essa pesquisa como de campo e bibliográfica. Seguindo-se a lógica de toda investigação científica, a busca bibliográfica partiu da leitura de capítulos de livros, artigo publicado em revista científica e em sites de institutos, referências na discussão da Sustentabilidade, Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs), Dissertações e Teses.

Em relação a ferramenta de coleta de dados, e pensando-se na importância do consumidor como fator de transformação de formas de consumo e de culturas organizacionais na Administração moderna, buscou-se informações que discutisse traços do comportamento do consumidor brasileiro², no sentido de se conhecer alguns princípios tidos pelo consumidor como sendo de uma Gestão Responsabilidade Social Empresarial e Ambiental. O estudo intitulado “O CONSUMIDOR BRASILEIRO E A SUSTENTABILIDADE: Atitudes e Comportamentos frente ao Consumo Consciente, Percepções e Expectativas sobre a RSE” foi um trabalho realizado em 2010, que serviu de base para a seleção de grupos de questões afirmativas divididas de acordo com a relação empresa e: i - Direito das relações de trabalho; ii - Proteção das relações de consumo; iii - Meio Ambiente; iv - Ética e transparência; v - Relacionamento com seus públicos; vi - Governança corporativa. Esse relatório foi produzido pelos institutos Akatu e Ethos, em parceria com diversas empresas brasileiras, resultado de um trabalho com 800 consumidores acima de 16 anos em julho de 2010, de diversas classes sociais e residentes nas várias regiões do Brasil.

Foram pesquisadas as 56 práticas resultantes do trabalho desses mesmos institutos em 2008, denominado “Práticas e perspectivas da responsabilidade social empresarial no Brasil”, que representavam estudos consolidados que tratam do cumprimento de dois papéis essenciais das empresas que abordem: i – ações possíveis e essenciais da responsabilidade social e ii – uma sequência de práticas mais usadas pelas empresas. Foram definidos pela ordem de prioridade dos consumidores, a partir de questões como “mais, mais ou menos ou não importantes”. Foram definidas as 56 práticas prioritárias e organizadas conforme relação explicitada acima (alíneas i a vi) como práticas de RSE.

A partir dessas práticas prioritárias foi definida a ferramenta de investigação desse artigo, onde foram relacionados a partir da ordem de prioridade dos consumidos brasileiros as 6 (seis) primeiras afirmativas de cada grupo relacional. A escolha desse critério explica-se pelo fato de que alguns grupos não tiveram um valor muito alto em relação aos outros, mas a partir dos estudos teóricos consideramos tratar-se de questões relevantes para a compreensão geral dos fenômenos. Entre as relações pouco pontuadas estão a relação de proteção das relações de consumo, ética e transparência, relacionamento com seus públicos e governança cooperativa. Esse fosso entre os grupos relacionais pode representar futuro objeto de estudo, utilizado a partir da pretensão da continuação dessa pesquisa.

Na formulação da ferramenta de coleta de informações (questionário) foi utilizada a escala de *Likert*, partindo-se da premissa de que a proposta do diálogo entre teoria e prática pode ser articulada de maneira a obter percepções das empresas analisadas sobre os conceitos de uma gestão sustentável em conformidade com a expectativa dos consumidores. Segundo Pereira (2004, p. 65) trata-se, portanto, de uma análise qualitativa, sendo a escala de Likert uma estratégia bem sucedida de captação de sensibilidades que representados nos dados reconhece oposição entre contrários, reconhece gradiente e reconhece situação intermediária”.

O questionário foi dividido em três partes, sendo a primeira composta de questões que visam caracterizar a empresa, quanto ao ramo e porte e uma questão aberta cujo objetivo é verificar qual a percepção do significado do termo sustentabilidade pelos gestores em seus respectivos portes.

A segunda parte apresenta questões formadas com três ou cinco alternativas que buscam uma visão geral dos diferentes grupos relacionais sobre as percepções e ações sustentáveis. A terceira parte buscou aprofundar as especificidades dos grupos a partir do desmembramento de questões dos grupos relacionais propostos pelo relatório de pesquisa Ethos e Akatu de 2010.

A escolha das empresas objeto de aplicação dos questionários se deu pela proximidade das autoras em acessá-las, buscando-se a interpretação da percepção de seus gestores em ações consideradas sustentáveis, nos aspectos sociais, econômicos e ambientais. São empresas caracterizadas como micro e de pequeno porte, localizadas na cidade de Ponta Grossa e que representam ramos de atividades distintas.

6. Resultados e discussão

Destaque-se que a amostra coletada para essa proposta é representativa, constituindo-se uma proposta para aprofundamento do assunto para futuras pesquisas através do método apresentado. As quatro empresas podem assim ser classificadas de acordo com o ramo de atividade indicados pelos gestores das empresas investigadas: E1 – Fábrica de móveis; E2 – Comércio de Decoração e Presentes; E3 – Comércio de Móveis, Eletrodomésticos e Informática; E4 – Alimentício.

Considerando-se o Quadro 1, que classifica as empresas conforme seu faturamento anual, as quatro empresas se enquadram como de pequeno porte. No entanto, diante dos critérios do Quadro 2 (dados do Sebrae/2011), que considera o quadro de funcionários, a empresa E3 é uma pequena empresa com 28 funcionários. As demais são consideradas micro empresas: E1 tem 11 funcionários; E2 4 e E4 5 funcionários.

Quanto ao recorte espacial dessa pesquisa: E1, E2 e E4 desenvolvem suas atividades na cidade de Ponta Grossa/PR e a empresa E3 em Wenceslau Braz/PR. Os questionários foram aplicados entre dezembro de 2015 e fevereiro de 2016.

A parte 1 procurou saber ainda através de pergunta aberta o conceito de Sustentabilidade, sendo que 1 das empresas, por motivo desconhecido, preferiu buscar uma definição pronta da internet, não desenvolvendo sua ideia quanto à temática. As demais empresas citam primeiramente a dimensão ambiental e social e a preocupação com as gerações futuras, mas não refletem preocupação com o ciclo de vida dos produtos que trabalham.

A parte 2 está dividida em 3 itens, sendo o primeiro item referente a forma como o consumidor vê a empresa em relação ao seu papel social. De acordo com o relatório que serve de base para essa pesquisa, a maioria absoluta (60 %) considera que é preciso que as empresas cumpram a legislação indo além desde que traga benefícios para a sociedade. Isso demonstra que o “jeitinho brasileiro” não representa a percepção do povo brasileiro quando a questão é posicionamento ético empresarial no país. No geral as empresas dessa pesquisa concordam que é preciso ir além do que manda a legislação e não focar apenas em seus interesses, mas que suas ações podem representar o bem da sociedade.

De acordo com Marcondes (2010) trata-se de uma tendência que reflete uma gestão continuamente preocupada com as necessidades da sociedade, do meio ambiente, ética e capital intangível das empresas.

Logicamente essa é uma discussão mais complexa ao ser analisada por outros prismas, conforme pode ser verificada numa das questões desse item, sobre a dificuldade em se cumprir as leis pelas dificuldades que elas podem representar. Uma das empresas discorda que deve cumprir todas elas, o que nos leva a pensar na burocratização e a alta carga tributária que perpassa as empresas brasileiras.

O item seguinte trata da atribuição de responsabilidades para solução ambientais e sociais. De acordo com os dados do relatório que serve como base de análise, menos de 30 % dos consumidores brasileiros estudados diz que não cabe aos “consumidores” muita responsabilidade pelos cuidados com o meio ambiente, número esse que sobe para 50 % nos países ricos. Ainda nessa questão, 9 % afirmam não terem nenhuma responsabilidade sobre esse aspecto. Diante da mesma questão, os empresários questionados desta pesquisa afirmam que cabe a eles serem “muito responsáveis” pela responsabilidade em enfrentar problemas ambientais e sociais.

Seguindo o roteiro do questionário, o próximo item aborda a definição de princípios de sustentabilidade e RSE. Estruturado em 11 questões, considera as prioridades dos consumidores sobre práticas empresariais consideradas sustentáveis, onde se desponta como prioritárias (80 %) as relações de trabalho, seguidas em segundo lugar por questões ambientais e proteção das relações de consumo (ambas com 69 %).

Busca perceber o grau de percepção dos empresários sobre aspectos da Sustentabilidade e RSE em aspectos que envolvem relação de trabalho a diferentes gêneros, raças, deficientes físicos, trabalho infantil, condições de saúde e renda digna do trabalhador e segurança no impacto social e ambiental resultantes de hábitos do consumo. Segundo o relatório Akatu/Ethos, o papel das empresas (bens e serviços) é determinante no grande impacto sobre a natureza, na economia e na sociedade em geral, considerando-se “a grande responsabilidade sobre a forma como estes recursos são gerados, gerenciados, consumidos e descartados após a produção e consumo” (PESQUISA, 2010, p. 39).

Em nossa amostragem foi possível perceber que diante de questões que indicam responsabilidade da empresa sobre garantias dos trabalhadores terceirizados (condições e segurança no trabalho e certificação sobre origem do trabalho) houve indiferença de uma das empresas analisadas, o que pode sugerir o desconhecimento sobre os aspectos atuais que envolvem o conceito de Sustentabilidade. O mesmo ocorreu em relação às práticas das relações de trabalho igualitárias aos diferentes gêneros, raças, deficientes e trabalho infantil.

Nas questões que tratavam diretamente do uso de recursos como água e energia, as respostas são categóricas em reafirmar a necessidade da racionalização do uso desses elementos. Medeiros, Ribeiro e Cortimiglia (2014) ao tratar dos fatores de sucesso para o desenvolvimento inovador e sustentável afirmam que a empresa precisa pensar os três pilares essenciais da Sustentabilidade que abordam os eixos econômico, social e ambiental. Seu crescimento como empresa inovadora deve considerar todo o ciclo de vida do produto, e isso não pode ser desvinculado dos aspectos sociais tanto da produção quanto do consumo dos produtos que produz ou intermedia.

Sobre a proteção das relações de consumo as respostas que tivemos indicam consenso em relação à minimização de riscos à saúde e segurança do consumidor e sobre programas de educação sobre impactos sociais e ambientais decorrentes de hábitos consumidores. Apenas uma das empresas demonstrou indiferença em relação a promover programas de ações educativas ou informações sobre segurança ou saúde junto a seus funcionários. Isso pode representar uma situação em que há tomada de responsabilidade maior em relação ao consumidor do que ao funcionário, talvez desconsiderando-se que esse último não esteja ligado ao produto ou serviço oferecido por essa empresa.

Ultimamente, Sustentabilidade pode ser entendida como um princípio no qual os recursos naturais necessários à satisfação presente não deve comprometer a satisfação das necessidades das gerações futuras. Este novo princípio foi ampliado para a expressão "sustentabilidade no

longo prazo". As empresas precisam então inovar com sustentabilidade (MEDEIROS; RIBEIRO; CORTIMIGLIA, 2014).

Dentre as prioridades citadas pelo relatório base desse trabalho as questões relativas ao meio ambiente envolvem ações de gestão de impacto ambientais, inovações tecnológicas e emissão de gases de efeito estufa, entre outros. Quanto ao uso racional da água, energia e programas de coleta seletiva, as empresas questionadas nesse artigo são categóricas em afirmar sua importância em se tratando de Sustentabilidade.

No entanto às questões relativas ao uso de tecnologias para reciclagem, sobre medidas de redução de impactos, houve respostas que indicam indiferença sobre sua responsabilidade à questão proposta. Sobre a emissão de gases do efeito estufa, a maioria discorda que tem algum papel na responsabilidade por esse assunto.

Em relação aos primeiros itens de consenso provavelmente se dá pelo trabalho já desempenhado pelos esforços da educação formal e informal que debatem constantemente esses assuntos. Quanto às discordâncias ou indiferenças pode representar uma percepção em relação ao distanciamento em escala global, entendendo que o problema é maior do que seu raio de ação.

A Responsabilidade das empresas no contexto atual envolve o dilema apelo da sociedade e seu sucesso empresarial, sendo indispensável uma postura que admita a necessidade de se discutir sustentabilidade ao invés de reduzir o modelo praticado capitalista por séculos (HALLSTEDT, THOMPSON; LINDAHL, 2013).

As prioridades citadas pelos consumidores brasileiros ressaltam a necessidade de um envolvimento total das empresas aos outros dois pilares da Sustentabilidade, as questões sociais e ambientais, em todos os seus aspectos.

A questão seguinte refere-se à ética e transparência, abordando temas como combate à corrupção, práticas de propina, doações para campanhas políticas. No relatório analisado, 38 % dos consumidores apontam como dimensão prioritária, destacando-se a questão da corrupção, onde mais de 1 a cada 5 entrevistados abordam essa questão. As empresas questionadas aqui revelam total compatibilidade com a gravidade desse problema para a sociedade atual. No entanto, parece-nos que existe certo descomprometimento em relação à produção de situações que possam desencadear comportamentos antiéticos, diante da indiferença e discordância completa em relação à disposição em publicar valores éticos e em questões à participação com processos eleitorais por meio de doações para campanha.

O último aspecto analisado refere-se à especificação quanto à governança corporativa, que na pesquisa sobre as prioridades citadas no relatório por apenas 10 % dos consumidores como prática de responsabilidade sustentável. Essa dimensão aborda tema como balanços e relatórios financeiros, gestão de negócios e conselho administrativo, que pode significar conceitos abstratos aos consumidores, que foge ao seu entendimento (PESQUISA, 2010).

No entanto, resultado semelhante foi encontrado na amostra, onde apenas em questão relativa à incorporação de critérios socioambientais na gestão empresarial é citada como consenso absoluto pelos gestores. As demais questões sobre abertura de dados e participação de equipe externa na gestão sugerem indiferença quanto ao assunto. Isso pode significar que a percepção foi de distanciamento desses empresários quanto à sua realidade, por serem micro ou pequenas empresas, ou ainda desconhecimento sobre a abrangência dos aspectos da RSE, conforme vem sido abordada bordado em diversas pesquisas e discussões teóricas, que envolve a Governança Corporativa.

7. Considerações

Quando se pensou em investigar a percepção dos empresários sobre as práticas de RSE nos apropriamos do princípio de que muitas vezes a visibilidade do papel das empresas em questões envolvendo essa temática recai principalmente nas grandes empresas. Isso pode ser facilmente constatado nos diversos blogs que podem ser encontrados com publicações sobre políticas empresariais de Sustentabilidade e RSE.

De acordo com algumas leituras estudadas buscamos compreender como empresas próximas de nossa realidade, que podem ser caracterizadas como micro e pequenas empresas, se posicionam em atitudes e comportamentos acerca do consumo consciente e práticas de RSE.

Embasadas no relatório de pesquisa “Atitudes e Comportamentos frente ao Consumo Consciente, Percepções e Expectativas sobre a RSE” publicado em 2010 pelos institutos Akatu e Ethos, fizemos uma leitura comparando-se as prioridades dos consumidores brasileiros entrevistados e a percepção dos gestores de nossa amostragem.

Verificou-se que tanto nas questões relativas aos problemas ambientais e sociais, os empresários se percebem quanto à sua responsabilidade na cadeia produtiva. Porém essa afirmação nos pareceu limitada, pois a impressão que se tem é que compreendem apenas o ambiente próximo como território de responsabilidade. Atestam que é preciso racionalização no uso de recursos como água, energia e descarte de resíduos sólidos, mas muitos se mostram indiferentes em relação à problemática maior, como em relação aos gases do efeito estufa ou ações didáticas ao consumidor quanto aos hábitos de consumo consciente. O mesmo se dá em relação a aspectos sociais, ao alegarem responsabilidade pelo cuidado com o consumidor e com seus trabalhadores, no entanto, questões como origem do produto (e as políticas dos seus fornecedores) e do trabalho utilizado no produto final (trabalho forçado ou infantil) foram citadas com indiferença nessa pesquisa. Isso demonstra de certa forma falta de conhecimento sobre as transformações necessárias que devem abranger toda a cadeia produtiva e o consumo consciente.

Fazemos essa assertiva, considerando os elementos chave para a sustentabilidade estratégica, o compromisso dos gestores com a sustentabilidade deve fazer parte de sua missão e visão empresarial, assim como ver-se responsável por todos os estágios que envolvem o produto que representa, pensando constantemente em ferramentas para orientação de decisões estratégicas (HALLSTEDT, THOMPSON; LINDAHL, 2013).

Nesse mesmo sentido verificamos que outros aspectos como Ética e Transparência e Governança Corporativa são percebidos parcialmente pelas empresas questionadas como práticas RSE. Entendemos que nesses aspectos também falta a articulação de que a empresa tem um papel que vai além do uso de recursos naturais e sua comunidade próxima, mas que como parte de um organismo muito maior onde cada ação se reflete em toda a humanidade.

Diante dos resultados obtidos que retratam o distanciamento das empresas a aspectos que consideram como não responsáveis, espera-se que as questões sobre o conhecimento sobre estágios anteriores do produto, origem de trabalho, ética e transparência e governança corporativa tenham colaborado para uma abertura de ideias sobre a temática.

Que esse estudo represente uma ferramenta para o aprofundamento dessa discussão em trabalhos futuros, a partir da coleta de uma amostragem maior que possa contribuir com a produção de conhecimento sobre essa temática. É indiscutível a importância das micro e pequenas empresas no cenário econômico nacional, assim como a relevância da problemática acerca a mudança do paradigma de consumo na atual conjuntura mundial, onde torna-se cada vez mais urgente tomada de decisões e práticas inovadoras que favoreçam tanto o desenvolvimento de uma nova postura diante da sociedade e dos recursos naturais.

Referências

- AKATU; ETHOS.** *Pesquisa 2010: Responsabilidade social das empresas e percepção do consumidor brasileiro.* Disponível em http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/10_12_13_RSEpesquisa2010_pdf.pdf. Acessado em 02 nov. 2015.
- ALESSIO, P. A.** *Informação e Conhecimento. Um Modelo de Gestão para potencializar a Inovação Tecnológica e a Cooperação Universidade-Empresa.* Tese (doutorado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis: UFSC, 2004.
- BARBIERI, J.C.; VASCONCELOS, I.F.G.; ANDREASSI, T.; VASCONCELOS, F.C.** *Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições.* RAE- Revista de Administração de Empresas. Volume 50, n 2, São Paulo, 2010. Disponível em < <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rae/article/viewArticle/31280>> Acesso em 09/02/16.
- BARBOSA, J., et al.** *Análise das metodologias e técnicas de pesquisas adotadas nos estudos brasileiros sobre Balanced Scorecard: um estudo dos artigos publicados no período de 1999 a 2006.* In LOPES, J; FRANCISCO, J.; PEDERNEIRAS M. (Orgs.). **Educação contábil:** tópicos de ensino e pesquisa. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRASIL.** *Lei nº 10.973/2004, de 2 de dezembro de 2004.* Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato20042006/2004/lei/110.973.htm >. Acesso em 2 de fevereiro de 2016.
- DAVILA, T.; EPSTEIN, M.; SHELTON, R.** *As regras da inovação.* Porto Alegre: Bookman, 2007.
- ETHOS & SEBRAE.** *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas.* Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. São Paulo, Julho de 2012.
- HALLSTEDT, S. I., THOMPSON, A. W.; LINDAHL, P.** *Key elements for implementing a strategic sustainability perspective in the product innovation process.* Journal of Cleaner Production, v. 51, 2013, pp. 277-288.
- IBGE.** *As Micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil : 2001.* Estudos e pesquisas de informação econômica. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística Coordenação de Serviços e Comércio. – Rio de Janeiro, vol.1, 2003.
- LABOREVE, R.L; CARVALHO, R. L.** *A construção de um sistema local de inovação: o caso de Campos dos Goytacazes.* Revista de Economia Fluminense, Rio de Janeiro, Ano.1 n.º 1, p. 10-15, janeiro 2004.
- LOPES, B. F.** *A compreensão do termo inovação na perspectiva dos profissionais que trabalham em uma empresa de tecnologia da informação – um estudo de caso.* Pedro Lopes: FPL, 2012. 100 f. Dissertação (mestrado) – Mestrado Profissional em Administração. Fundação Pedro Leopoldo, 2012.
- MAIA, A. F. S.** *Inovação em micro e pequenas empresas: uma análise do caso brasileiro.* 116 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós- Graduação em Economia. 2012. Disponível em: http://www.bdtu.ufu.br/tde_arquivos/3/TDE-2012-09-06T155442Z-21/Publico/d.pdf Acesso em 22 nov. 2015.
- MARCONDES, A. W. BACARJI, C. D.** *ISE: Sustentabilidade no mercado de capitais.* São Paulo: Report Editora, 2010.
- MEDEIROS, J. F.; RIBEIRO, J. L. D.; CORTIMIGLIA, M. N.** *Success factors for environmentally sustainable product innovation: a systematic literature review.* Journal of Cleaner Production, v. 65, 2014, pp. 76-86.
- MIGUEL, P. A. C.; LEE HO, L.** *Levantamento tipo survey.* In: MIGUEL et al. *Metodologia de pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão de Operações.* 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- PEREIRA, J. C. R.** *Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais.* São Paulo: Edusp, 2004.
- SCORSOLINI-COMIN, F.; INOCENTE, D. F.; MIURA, I. K.** *Aprendizagem organizacional e gestão do conhecimento: Pautas para a gestão de pessoas.* Rev. bras. orientac. Prof, v.12, n.2, São Paulo, dez. 2011. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902011000200010. Acesso em 15 nov. 2015.

SANTOS, C.A. *Pequenos Negócios: Desafios e Perspectivas: Inovação*. SEBRAE. Brasília, 2012.

STEFANOVITZ, J. P. *Contribuições ao estudo da gestão da inovação: proposição conceitual e estudos de casos*. São Carlos, 2011. 197 f. Tese (doutorado) – Programa de Pós- Graduação e Área de Concentração em Engenharia de Produção. Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, 2011.

SILVA, K. R. O.; SANTOS, R. A.; FERREIRA, A. P. A. L. *Inovação e Sustentabilidade*. 2012. XVII Seminário Interinstitucional de Ensino, Pesquisa e Extensão. XV Mostra de Iniciação Científica. X Mostra de Extensão. Unicruz. Disponível em: <http://www.unicruz.edu.br/seminario/downloads/anais/ccsa/inovacao%20e%20sustentabilidade.pdf> . Acesso em: 17 nov. 2015.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2010.