



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

**AVALIAÇÃO DE CONDUTAS SUSTENTÁVEIS NAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE CONFECÇÃO DE FORTALEZA**

FORTALEZA

2013

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

AVALIAÇÃO DE CONDUTAS SUSTENTÁVEIS NAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE CONFECÇÃO DE FORTALEZA

Monografia apresentada ao Curso de Administração do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Serafim Firmo de Souza Ferraz

FORTALEZA

2013

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade

S583a Silva, Rebeka Maria Sotero.
Avaliação de condutas sustentáveis nas micro e pequenas empresas de confecção de Fortaleza /
Rebeka Maria Sotero Silva – 2013.
74 f.: il.

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2013.
Orientação: Prof. Dr. Serafim Firmo de Souza Ferraz.

1.Sustentabilidade 2.Micro e pequenas empresas I. Título

CDD 658

REBEKA MARIA SOTERO SILVA

AVALIAÇÃO DE CONDUTAS SUSTENTÁVEIS NAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS DE CONFECCÃO DE FORTALEZA

Monografia apresentada ao Curso de
Administração do Departamento de
Administração da Universidade Federal do
Ceará, como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Administração.

Aprovada em ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Serafim Firmo de Souza Ferraz (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Dr.^a Cláudia Buhamra Abreu Romero
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Ms. José Guilherme Said Pierre Carneiro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Aos meus pais e à minha
amada tia Ana (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela minha vida.

Aos meus pais, a quem devo tudo aquilo que conquistei e que representam meus exemplos de vida.

Aos meus irmãos, pela presença e apoio constantes.

Ao meu orientador, Serafim Ferraz, pela ajuda, dedicação e generosidade na elaboração da minha monografia.

Aos professores do curso de administração da UFC, que foram fundamentais na minha formação profissional.

Aos grandes amigos da FEAAC, Aline Arrais, Manuela Bechtel, Nathalia Lima e Renan de Caldas, com que compartilhei as preocupações e alegrias da faculdade.

Às minhas grandes amigas, Livia Oliveira e Paula Padilha, pela amizade sincera e por compreenderem minha ausência no período de realização da minha monografia.

Aos gestores das empresas participantes desta pesquisa.

RESUMO

As micro e pequenas empresas têm sido cada vez mais pressionadas para adotar melhores práticas ambientais e sociais. O trabalho visa avaliar o nível de adoção de condutas sustentáveis de micro e pequenas empresas que atuam no setor de confecção de Fortaleza, considerando as dimensões econômica, social e ambiental. Dessa maneira, procura contribuir para ampliar o conhecimento sobre a inserção da sustentabilidade na cultura de micro e pequenas empresas brasileiras, fornecendo informações relevantes para estudantes, empresários, governo e para a sociedade civil em geral. Na revisão bibliográfica aborda a evolução e a definição da sustentabilidade, o conceito de empresa sustentável, as perspectivas da gestão econômica, social e ambiental em empreendimentos de pequeno porte e as peculiaridades, características e principais aspectos do setor de confecção, considerando-se sua presença no Brasil e no Ceará. Após a revisão bibliográfica, realizou-se pesquisa de campo, com a aplicação de um questionário composto de 20 variáveis de frequência com uma escala de Likert de cinco pontos. Esse instrumento de coleta foi aplicado junto a 27 micro e pequenas empresas de confecção de Fortaleza, que são atendidas por uma das agências do Banco do Brasil. Em seguida, as informações coletadas foram tratadas quantitativamente através de estatística descritiva, com extração da média e desvio-padrão de cada variável. O estudo permitiu constatar que as micro e pequenas empresas que atuam no setor de confecção de Fortaleza têm um nível intermediário de adoção de condutas ambientalmente corretas e um nível alto de adoção no que se refere às condutas econômicas e sociais. Constatou-se também que as empresas apresentam um nível intermediário de sustentabilidade empresarial.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Micro e pequenas empresas. Confecção.

ABSTRACT

Micro and small enterprises have been increasingly pressured to adopt best environmental and social practices. The aim of this project is to evaluate the level of adoption of sustainable behaviors of micro and small enterprises operating in the manufacturing sector of Fortaleza, considering the economic, social and environmental dimensions. Therefore, attempts to contribute to increased knowledge about the inclusion of sustainability into the culture of micro and small Brazilian companies, providing relevant information to students, business, government and civil society in general. In the literature review discusses the evolution and definition of sustainability, the concept of sustainable business, the prospects of economic, social and environmental management in small business and the peculiarities, characteristics and key aspects of the confections sector, given its presence in Brazil and Ceará. After the literature review was performed field research with the application of a questionnaire composed of 20 variable frequency with a Likert scale of five points. This collection instrument was applied along with 27 micro and small confections companies in Fortaleza, which are served by one of the branches of Banco do Brasil. Then the data were treated quantitatively using descriptive statistics, with extraction of mean and standard deviation of each variable. Results pointed out that micro and small enterprises operating in Fortaleza's manufacturing sector has an intermediate level of adoption of environmentally correct behavior and a high level of adoption of economic and social behavior. It was also found that companies have an intermediate level of corporate sustainability.

Keywords: Sustainability. Micro and small enterprises. Confection.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – O ponto doce da sustentabilidade.....	40
Figura 2 – A cadeia de valor CTC brasileira em 2023.....	48
Quadro 1 – Tríplice Resultado.....	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Gestão Tradicional versus Gestão Ecocêntrica.....	26
Tabela 2 – Confecção de artigos de vestuário e acessórios: número de estabelecimentos por faixa de tamanho medido pelo número de empregados (2000 e 2005).....	47
Tabela 3 – Balança Comercial do Setor de confecções no Ceará.....	50
Tabela 4 – Principais Países-Destino das Exportações Cearenses no Setor de Confecção.....	50
Tabela 5 – Classificação da amostra por faturamento.....	57
Tabela 6 – Classificação da amostra por número de empregados.....	58
Tabela 7 – Classificação da amostra por público-alvo.....	58
Tabela 8 – Tipos de confecção produzidos pelas empresas da amostra.....	58
Tabela 9 – Classificação da amostra por tempo de atividade.....	59
Tabela 10 – Coeficiente <i>alpha de Cronbach</i> dos constructos.....	60
Tabela 11 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo econômicos.....	61
Tabela 12 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo sociais.....	62
Tabela 13 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo ambientais.....	64
Tabela 14 – Média e desvio-padrão da sustentabilidade empresarial.....	65

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ABDI** – Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial
- ABIT** – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
- CIN** – Centro Internacional de Negócios
- CMMAD** – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento
- CTC** – Cadeia têxtil-confecção
- DIEESE** – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
- FIEC** – Federação das Indústrias do Estado do Ceará
- IBPT** – Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário
- IEMI** – Instituto de Estudos e *Marketing* Industrial
- IPT** – Instituto de Pesquisas Tecnológicas
- MPEs** – Micro e pequenas empresas
- NEIT/IE/UNICAMP** Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas
- ONU** – Organização das Nações Unidas
- RSC** – Responsabilidade social corporativa
- SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SINDIVESTUÁRIO** – Sindicato dos Vestuários
- SINDROUPAS** – Sindicato da Indústria de Alfaiataria e de Confecção de Roupas de Homem de Fortaleza

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	Justificativa da Pesquisa.....	13
1.2	Objetivos da Pesquisa.....	14
1.3	Hipótese.....	15
1.4	Metodologia do trabalho.....	15
1.5	Estrutura da Monografia.....	16
2	SUSTENTABILIDADE.....	18
2.1	Evolução Histórica.....	18
2.2	Definições e dimensões.....	21
2.3	Sustentabilidade nas empresas.....	24
2.4	Gestão sustentável nas MPEs.....	27
2.4.1	<i>O modelo do triple bottom line.....</i>	<i>29</i>
2.4.2	<i>Gestão econômico-financeira e as MPEs.....</i>	<i>30</i>
2.4.3	<i>Gestão social e as MPEs.....</i>	<i>32</i>
2.4.4	<i>Gestão ambiental e as MPEs.....</i>	<i>34</i>
2.5	Características da empresa sustentável.....	37
2.6	Benefícios da sustentabilidade.....	40
3	O SETOR DE CONFECÇÃO.....	42
3.1	Características do setor.....	42
3.2	Processo produtivo e métodos de gerenciamento.....	44
3.3	Panorama da indústria de confecção brasileira.....	45
3.4	O setor de confecção no Ceará.....	49
4	MÉTODO DE PESQUISA.....	52
4.1	Tipo de pesquisa.....	52
4.2	Universo e amostra.....	52
4.3	Seleção dos sujeitos.....	54
4.4	Coleta de dados.....	54
4.5	Tratamento e Análise dos dados.....	55
5	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	57
5.1	Perfil geral das empresas pesquisadas.....	57
5.2	Confiabilidade dos constructos.....	59
5.3	Condutas econômicas.....	60

5.4	Condutas sociais.....	62
5.5	Condutas ambientais.....	63
5.6	Condutas sustentáveis.....	64
6	CONCLUSÃO.....	66
	REFERÊNCIAS.....	68
	ANEXO A.....	72

1 INTRODUÇÃO

A evolução da humanidade pode ser compreendida a partir da análise dos impactos ambientais e sociais que esse progresso gerou. Afinal, o aumento da exploração dos recursos naturais, visando atender às necessidades e desejos dos seres humanos, bem como o agravamento de problemas sociais e o aumento das diferenças de renda na população, representam claramente as consequências do desenvolvimento e do crescimento desequilibrado da sociedade.

Durante muitos anos, privilegiou-se o crescimento baseado essencialmente em aspectos econômicos, em detrimento da preocupação com as questões de caráter ambiental e social. Na década de 1980, entretanto, iniciou-se uma conscientização crescente sobre a necessidade de se encontrar maneiras de aliar o desenvolvimento econômico, sem destruir o meio ambiente ou comprometer o bem-estar das próximas gerações, e foi a partir dessa percepção que surgiu o termo sustentabilidade (SAVITZ; WEBER, 2007).

Almeida (2002) ressalta que a melhor tradução para o conceito de sustentabilidade está na palavra sobrevivência, que só pode existir com a busca do equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental.

A percepção da necessidade e importância desse equilíbrio vem crescendo cada vez mais no ambiente organizacional, proporcionando assim novas oportunidades e desafios para as empresas. Aliado a isto, as crescentes exigências exercidas pela sociedade civil e pelo próprio ambiente corporativo têm levado um número cada vez maior de empresas, de diversos setores e portes, a buscarem um desenvolvimento mais sustentável.

Acrescenta-se ainda a relevância das ações coercitivas do estado, que forçam as empresas a adequarem-se às exigências legais que atualmente norteiam as condutas das organizações em relação à sociedade e ao meio ambiente.

Diante desse cenário, as organizações têm procurado maneiras de se tornarem mais eficientes, investindo em novas tecnologias e inovando em relação aos produtos e serviços que oferecem ao mercado (MAKOWER, 2009).

Importante ressaltar que as pressões pela adoção de condutas sustentáveis no âmbito organizacional têm alcançado não só grandes empresas, mas também os micro e pequenos negócios, em virtude, principalmente, da representatividade de empresas deste porte para a economia do Brasil e das mudanças nos hábitos dos consumidores, que têm, cada vez mais, valorizado as chamadas empresas sustentáveis.

Um dos setores que tem grande destaque no âmbito das micros e pequenas empresas (MPEs), por sua significativa presença na economia do Brasil e, em especial, do Ceará e que precisa estar atento as mudanças do mercado para garantir sua competitividade é o setor de confecção.

Um estudo prospectivo da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) aponta que, sob uma perspectiva otimista, a estrutura versátil e flexível de pequenas empresas que atuam no setor de confecção permitirá a efetiva adaptação desses empreendimentos à concorrência global com base na utilização de novas tecnologias e no surgimento de gestores que estejam comprometidos com a produção sustentável (ABDI, 2010).

Assim, a preocupação, num mesmo nível, com as dimensões econômica, social e ambiental por parte das MPEs de confecção tem-se apresentado como uma questão estratégica, capaz de garantir vantagem ao gerar valor nos negócios e melhorar o desempenho e a imagem das empresas. Torna-se então importante verificar o posicionamento atual das MPEs de confecção diante de questões que conduzam à inserção da sustentabilidade na gestão de seus negócios.

Portanto, esse estudo se propõe a responder a seguinte questão: qual o nível de adoção de condutas sustentáveis de micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza?

1.1 Justificativa da Pesquisa

O crescimento das exigências do governo, de grupos ativistas, clientes, acadêmicos e empresários para que as organizações busquem adotar condutas mais

sustentáveis tem ampliado, cada vez mais, o interesse das empresas pela busca de uma gestão que garanta a sustentabilidade econômica do negócio, ao mesmo tempo em que promova o desenvolvimento social e assegure a proteção ambiental.

O estudo contribui com informações relativas às condutas das micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza, considerando as dimensões econômica, social e ambiental, podendo ser útil à comunidade científica em geral e aos gestores de empresas deste porte e segmento específicos, em suas análises e tomadas de decisões ligadas à inserção de uma verdadeira cultura sustentável em suas estratégias.

Além disso, o estudo pode auxiliar os órgãos governamentais na definição de políticas públicas que facilitem a implementação de práticas mais sustentáveis nos pequenos negócios. Esse fato é bastante relevante diante da importância que as empresas do setor de confecção têm para a economia brasileira e para o crescimento do Ceará, afinal a inserção de práticas sustentáveis pode representar a garantia da sobrevivência e crescimento destas empresas.

Acrescenta-se também a contribuição deste estudo para as instituições financeiras que fornecem linhas de crédito e condições diferenciadas para a promoção da sustentabilidade nas micro e pequenas empresas brasileiras que, a partir dos resultados da pesquisa, poderão identificar melhor o perfil desse público e as oportunidades existentes, para assim ampliarem seu poder econômico.

Evidencia-se, por fim, a relevância desta pesquisa diante da raridade de estudos que busquem avaliar a presença das três dimensões da sustentabilidade em MPEs no geral e em particular, no Ceará.

1.2 Objetivos da Pesquisa

A pesquisa tem como objetivo geral avaliar o nível de adoção de condutas sustentáveis de micro e pequenas empresas do setor de confecção da cidade de Fortaleza, capital do estado do Ceará.

Para o alcance deste objetivo geral, têm-se os seguintes objetivos específicos:

1. Avaliar a conduta econômica de micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza.
2. Avaliar a conduta social de micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza.
3. Avaliar a conduta ambiental de micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza.

1.3 Hipótese

Essa monografia tem como base a seguinte hipótese: as micros e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza adotam condutas orientadas essencialmente para a busca de melhores práticas na área econômica, em detrimento das áreas social e ambiental.

1.4 Metodologia do trabalho

Esta pesquisa classifica-se, quanto aos fins, como pesquisa descritiva, pois busca identificar e obter informações sobre a conduta econômica, social e ambiental de micro e pequenas empresas do setor de confecção.

Quanto aos meios, trata-se de pesquisa de campo, porque a investigação ocorreu em situação real, através da aplicação de questionário, nos locais que dispõem dos elementos para explicar o fenômeno estudado.

Em relação à forma de abordagem do problema, este trabalho se classifica como quantitativo, uma vez que os dados coletados em forma de questionário foram submetidos à análise estatística para resolução do problema de pesquisa. O questionário baseia-se no modelo utilizado por Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010), modificado para melhor adequação das questões ao contexto das micro e pequenas empresas do setor de confecção.

O universo do estudo é formado por MPEs da indústria de confecção de Fortaleza, justificando-se sua escolha pelo fato de as MPEs de confecção apresentarem uma participação bastante significativa para a economia do Brasil e em especial do Ceará.

A amostra da pesquisa de campo é constituída por 27 micro e pequenas empresas de Fortaleza, que atuam no setor de confecção e são atendidas por uma das agências do Banco do Brasil, cujo foco é voltado essencialmente para o relacionamento com empresas deste porte.

Um estudo sobre financiamento nas MPEs desenvolvido pelo SEBRAE (2012) evidencia que ainda é limitado o número de pequenos empreendimentos que têm acesso ao crédito bancário. Portanto, a amostra desta pesquisa, diante do relacionamento consistente que apresenta com o Banco do Brasil, considerando-se tanto a perspectiva temporal quanto do volume de operações transacionados, é considerada bastante qualificada. Acrescenta-se ainda o fato de serem empresas devidamente estruturadas e que apresentam potencial de crescimento.

A escolha do Banco do Brasil para a aplicação dos questionários se deu de forma intencional, uma vez que esta instituição financeira é maior parceira do segmento de micro e pequenos negócios.

Os dados foram analisados quantitativamente, através das estatísticas descritivas extraídas (média e desvio-padrão) para o conjunto de variáveis componentes das condutas econômica, social e ambiental das empresas pesquisadas.

1.5 Estrutura da Monografia

Esta monografia está estruturada em seis seções. Na primeira, têm-se os aspectos gerais do trabalho, com a exposição da relevância da pesquisa, dos objetivos geral e específicos e uma compilação dos aspectos metodológicos utilizados no estudo.

A apresentação dos principais aspectos relacionados à sustentabilidade é realizada na segunda seção, expondo a origem do conceito, seu desenvolvimento ao longo dos anos e sua inserção no ambiente organizacional. A aplicabilidade desse conceito na gestão econômica, social e ambiental das micro e pequenas empresas, bem como os benefícios que a adoção da sustentabilidade proporciona para as empresas também é apresentada nesta seção.

Na terceira seção são apresentados aspectos relevantes do setor de confecção, destacando-se suas principais características e peculiaridades. Além disso, evidenciam-se o processo produtivo adotado por indústrias que atuam neste setor e os métodos de gerenciamento comumente adotados. Tem-se ainda a apresentação de importantes características do setor de confecção no Brasil e de dados relativos a presença deste setor no Ceará.

O método de pesquisa é apresentado na quarta seção, que visa evidenciar as diversas atividades e etapas presentes no processo de pesquisa.

A quinta seção inicia-se com a apresentação das empresas estudadas, considerando-se o porte, o tempo de atividade no mercado, o público que visam atender e os tipos de confecção que produzem. Em seguida, são mostrados os resultados da análise dos dados relacionados às condutas sustentáveis das empresas pesquisadas, para que assim se possa responder ao questionamento realizado no início deste trabalho.

Por fim, na sexta seção são apresentadas as conclusões da pesquisa, seguida das referências bibliográficas e do anexo contendo o questionário utilizado na coleta de dados.

2 SUSTENTABILIDADE

Esta seção tem por objetivo apresentar o desenvolvimento do pensamento sustentável ao longo dos anos, evidenciando sua aplicabilidade no contexto dos micro e pequenos negócios. O item 2.1 aborda a evolução do conceito de sustentabilidade e da noção de desenvolvimento sustentável, evidenciando os marcos históricos que contribuíram nesse progresso. No item 2.2 são mostradas as principais definições desses termos.

O item 2.3 apresenta a inserção da sustentabilidade no contexto organizacional. Já o item 2.4 trata da presença da sustentabilidade no contexto das MPEs, evidenciando aspectos da gestão de empresas deste porte em cada uma das dimensões da sustentabilidade. Os conceitos de empresa sustentável são abordados no item 2.5. Por fim, o item 2.6 expõe os benefícios da sustentabilidade empresarial.

2.1 Evolução Histórica

O caminho na busca de conceitos e práticas sustentáveis pode ser compreendido a partir da análise de certos acontecimentos, que tornaram cada vez mais evidentes a evolução de uma verdadeira consciência ambiental das pessoas que, aos poucos, evoluiu para uma consciência sustentável.

Fujihara e Lopes (2009) afirmam que a atenção aos problemas ambientais ganhou maior destaque no final da década de 1960, sendo os esforços orientados principalmente ao controle das fontes de poluição. Expandia-se, nessa época, a ideia de que desenvolvimento e meio ambiente eram incompatíveis. Nesse contexto, objetivando avaliar os impactos ambientais causados pelo desenvolvimento, ocorreu em 1968 a criação do Clube de Roma, o qual permitiu a realização de discussões formais sobre os problemas ambientais causados pelo desenvolvimento e pela industrialização. Alguns anos depois, em 1972, esse Clube elaborou o relatório denominado de Os Limites do Crescimento, o qual apresentava como conclusão a ideia de que o planeta não suportaria o aumento populacional, em virtude da exploração dos recursos naturais e do aumento da poluição.

Almeida (2002), por sua vez, destaca que em meados da década de 1970, a

maioria dos países baseava sua política ambiental apenas em ações pontuais e no chamado comando-e-controle, segundo o qual os governos estabeleciam os padrões e normas ambientais, e as empresas e cidadãos deveriam tratar de cumpri-los. Esse cenário não foi diferente no Brasil, que nessa época, ainda não havia definido uma gestão ambiental, ou seja, um conjunto de condutas integradas que mediassem à relação do homem com o ambiente (ALMEIDA, 2002).

Segundo Almeida (2002), esse quadro começou a se alterar depois que a Organização das Nações Unidas (ONU) convocou uma conferência, a conhecida Conferência de Estocolmo, realizada na Suécia em 1972 e que tratou do tema Meio Ambiente Humano, ampliando assim a discussão para além da esfera acadêmica e envolvendo também o governo.

Segundo Bursztyn e Persegona (2008), essa conferência despertou a percepção de que o modo como as nações vinham explorando os recursos naturais, estava causando sérios problemas ambientais e que era preciso reavaliar com urgência o comportamento até então praticado. Na conferência ficou claro o impasse entre os países desenvolvidos, que defendiam a conservação imediata dos recursos naturais e os países em desenvolvimento, que viram nas exigências dos países desenvolvidos um obstáculo ao seu crescimento e à consequente minimização de seus problemas sociais.

Como resultado, a Conferência de Estocolmo gerou a Declaração sobre Meio Ambiente Humano, que continha uma série de princípios que deveriam orientar as decisões ligadas à questão ambiental (BURSZTYN; PERSEGONA, 2008). Conforme Barbieri e Cajazeira (2012), uma das mais importantes contribuições da conferência foi relacionar a questão ambiental à social.

Os anos que se seguiram após a Conferência de Estocolmo foram caracterizados por uma maior abrangência do conceito de meio ambiente, criação de novos órgãos e instrumentos de controle ambiental e maior integração entre técnicos, sociedade e governo na busca de uma gestão ambiental de fato consolidada (ALMEIDA, 2002).

Savitz e Weber (2007) afirmam que o termo sustentabilidade surgiu durante a década de 1980, como resultado de uma maior conscientização das nações da necessidade de se encontrar meios de promover o crescimento econômico sem destruir o meio ambiente ou

comprometer o bem-estar das próximas gerações.

De acordo com Cunha *et al.* (2011), um dos fatores mais relevantes na evolução do pensamento sustentável foi a publicação em 1987 do relatório de Brundtland, também denominado de Nosso Futuro Comum, que apresentou, pela primeira vez, o conceito de desenvolvimento sustentável. Esse relatório destacava ainda que uma estratégia de desenvolvimento sustentável deveria abranger e integrar os seguintes sistemas:

- a) **Sistema político:** para garantir a participação dos cidadãos na tomada de decisões;
- b) **Sistema econômico:** para auxiliar na geração de conhecimento de fato consolidado;
- c) **Sistema social:** para propor soluções para os conflitos gerados pelo desenvolvimento sem equilíbrio;
- d) **Sistema de produção:** para que a base ecológica do desenvolvimento fosse de fato respeitada;
- e) **Sistema tecnológico:** para incentivar a busca constante por novas soluções;
- f) **Sistema administrativo:** para que o desenvolvimento seja flexível e capaz de se alterar conforme as demandas.

Naquela época, a inter-relação ente aspectos ambientais, econômicos e sociais ficava cada vez mais evidente. Almeida (2002) ressalta que foi a partir desse relatório que a gestão ambiental começou a evoluir para a gestão da sustentabilidade.

Outro acontecimento histórico que contribuiu para a inserção de práticas que levassem ao desenvolvimento sustentável foi a ECO-92, realizada no Rio De Janeiro, 20 anos depois da Conferência de Estocolmo. Essa nova conferência tinha como objetivo conciliar o desenvolvimento sócio-econômico com a preservação dos ecossistemas e produziu dois documentos: a Declaração Sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento e a Agenda 21 (SCHAUN *et al.*, 2010).

Barbieri e Cajazeira (2012) destacam que a Agenda 21 representou um macro plano de ação que, ao consolidar diversos temas que foram abordados em relatórios e acordos desenvolvidos anteriormente e propor o envolvimento de diversos segmentos sociais,

contribuiu para o alcance dos objetivos do desenvolvimento sustentável. Já a Declaração Sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento constituiu-se de 27 princípios que visavam guiar a elaboração de políticas públicas e acordos internacionais baseados no respeito ao desenvolvimento global e preservação dos recursos ambientais.

Assim, conforme ressalta Dalmoro (2009), o estudo da sustentabilidade apresentou grande intensificação nas décadas de 1980 e 1990, quando crescia paralelamente a preocupação com questões ambientais. Esse aumento da atenção às questões ambientais foi motivado pelo intenso processo de degradação do meio ambiente e dos recursos naturais, resultado do acelerado crescimento econômico e populacional característicos do século XX.

Outros marcos que contribuíram para que a questão da sustentabilidade recebesse destaque foram: a negociação do Protocolo de Quioto em 1997, que visava efetivar o compromisso de alguns países em reduzir a emissão dos gases causadores do efeito estufa; a Conferência Rio+10 em 2002 que tratou do tema gestão ambiental e desenvolvimento sustentável e a realização da 15ª Conferência do Clima das Nações Unidas em 2009 (SCHAUN *et al.*, 2010).

Assim, os conceitos e práticas tratados nos acontecimentos históricos relatados continuaram se desenvolvendo e passaram a abranger, de forma cada vez mais intensa, governo, sociedade e empresas. Almeida (2002, p. 62) sintetiza que nos dias atuais: “a gestão ambiental, tarefa de todos, evolui para algo mais profundo e mais amplo, que é a gestão da sustentabilidade. Amplia-se a perspectiva”.

Mas afinal, o que é sustentabilidade? As definições para este termo e para as expressões a ele relacionadas serão vistas a seguir.

2.2 Definições e dimensões

Savitz e Weber (2007) afirmam que sustentabilidade é a percepção da interdependência dos vários elementos e aspectos que compõem o mundo, entre si e em relação ao ambiente que os cerca. Acrescenta-se ainda a ideia de que a sustentabilidade é reconhecer as necessidades e interesses de diversos grupos sociais, buscando-se, cada vez

mais, reforçar a integração existente.

Almeida (2002) destaca que a sustentabilidade representa uma ideia e um conjunto de práticas que estão sendo estabelecidas aos poucos por diversos atores sociais. Segundo este autor, a melhor tradução para o conceito de sustentabilidade poderia ser a palavra sobrevivência, neste caso, abrangendo a sobrevivência do planeta, das sociedades e das empresas.

A maior parte dos autores concorda com a ideia de que a sustentabilidade é composta de três dimensões essenciais: econômica, social e ambiental. Ciegis, Ramanauskiene e Martinkus (2009) corroboram com a noção de que a sustentabilidade não deve representar a opção entre proteção ambiental e desenvolvimento social, precisa refletir na verdade, a busca por um progresso econômico e social que seja compatível com a proteção ambiental.

Assim, conforme ressalta Silva (2006), o estudo do desenvolvimento foca-se em analisar a exploração dos recursos (dimensão ambiental), como eles são modificados (dimensão econômica), e como os resultados dessa transformação são distribuídos (dimensão social).

Sachs (2002), por sua vez, sugere a utilização de oito critérios distintos de sustentabilidade, sendo eles: social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, econômica, política nacional e política internacional, assim caracterizados:

- a) **dimensão social** envolve questões ligadas à distribuição de renda, qualidade de vida, acesso igualitário aos serviços sociais e a busca pela homogeneidade social;
- b) **dimensão cultural** abrange a busca pelo equilíbrio entre mudança e respeito à tradição, além de incentivar o desenvolvimento de padrões culturais característicos e próprios de cada sociedade;
- c) **dimensão ecológica** está ligada a preservação dos recursos naturais e limitação da exploração dos recursos não renováveis;
- d) **dimensão ambiental**, por sua vez, está ligada ao respeito aos limites do ecossistema e à sua capacidade de se auto recuperar; a

- e) **dimensão territorial** envolve melhorias do ambiente urbano, minimização das diferenças entre regiões e balanceamento na composição de áreas urbanas e rurais;
- f) **dimensão econômica** preconiza a necessidade de buscar modernização dos meios de produção, a soberania na economia internacional e o alcance de um desenvolvimento equilibrado entre os diversos setores que compõem a economia;
- g) **dimensão da política nacional** está ligada ao alcance de uma democracia, na qual os direitos humanos estejam de fato presentes na vida de todos, além de considerar questões relativas à obtenção de certa coesão social;
- h) **dimensão de política internacional** abrange a busca pela paz, igualdade e cooperação e incentiva a existência de controles efetivos do sistema internacional financeiro e dos recursos naturais.

Outra noção importante de se conhecer é a de desenvolvimento sustentável. A definição mais amplamente conhecida desse conceito é aquela que foi formalizada no relatório *Nosso Futuro Comum* pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CMMAD, segundo a qual: “desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem suas próprias necessidades.” (CMMAD, 1991, p.46).

Conforme Desai (2002), o desenvolvimento sustentável tem, cada vez mais, se firmado como o modelo de desenvolvimento a ser seguido, ao evidenciar a necessidade de se integrar crescimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. O autor destaca ainda que o desenvolvimento sustentável é um processo complexo, que deve envolver recursos privados e públicos, além de abranger a participação de todos os grupos sociais que estejam verdadeiramente preocupados com o planeta e com as gerações presentes e futuras.

Ciegis e Zeleniute (2008 *apud* Ciegis, Ramanauskiene e Martinkus, 2009) afirmam que em cada uma das dimensões que compõem a sustentabilidade, a noção de desenvolvimento sustentável apresenta-se de formas diferentes, conforme descrito abaixo:

- a) **econômica** – representa o desenvolvimento que garante que a renda *per capita* das futuras gerações não será menor do que aquela observada nas gerações do

presente;

- b) **social** – envolve o desenvolvimento que propicia a preservação da comunidade, através da manutenção de relações próximas com a mesma;
- c) **ambiental** – é o desenvolvimento que permite a preservação da diversidade de espécies e conservação de ecossistemas essenciais.

A evolução dos conceitos de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável fizeram com que empresários e a própria sociedade atentasse para a necessidade de as empresas adotarem condutas mais sustentáveis. Conforme ressalta Makower (2009), é comum muitas pessoas entenderem a organização sustentável como um fenômeno recente. Assim para que se compreenda o que de fato é uma empresa sustentável, é necessário que se entenda, primeiramente, a trajetória.

2.3 Sustentabilidade nas empresas

O aumento da criação de órgãos de controle, aliado as crescentes pressões da sociedade, que sofria diretamente com os danos causados pela poluição industrial, obrigou as empresas a adotarem condutas mais responsáveis, sob o ponto de vista ambiental e social, a fim de garantirem a sustentabilidade econômica de seus negócios.

Almeida (2002) ressalta que, durante muito tempo, a preocupação com questões ambientais era vista pelas empresas como um mal necessário. Os sistemas utilizados para controle da poluição e destinação adequada de resíduos, bem como as pessoas responsáveis pelo seu gerenciamento na empresa, recebiam pouca atenção. As empresas buscavam, na melhor das hipóteses, adequar-se as exigências impostas pelo poder público.

No final da década de 1970, o setor químico mundial já percebia os impactos financeiros causados pela falta de atenção dada às questões ambientais e de segurança no trabalho. Os sucessivos desastres ecológicos causados por empresas deste setor levaram ao aumento da pressão da sociedade e do governo e à posterior percepção dos dirigentes da necessidade de se implantar mudanças urgentes. Esse processo de mudança do setor químico iniciou-se em 1985 com o programa desenvolvido pela associação canadense da indústria química e que visava reestabelecer as bases do desempenho da indústria em relação ao meio

ambiente, à saúde e à segurança do trabalhador (ALMEIDA, 2002).

No final da década de 1980, uma pesquisa realizada por uma empresa de consultoria americana revelou que 89% dos consumidores dos Estados Unidos estavam preocupados com os danos ambientais causados pelos produtos que compravam. Além disso, 78% disse que poderia pagar 5% a mais por produtos embalados com matérias recicláveis ou biodegradáveis (MAKOWER, 2009). Essa pesquisa despertou nas empresas a percepção da oportunidade que a gestão sustentável poderia representar.

Makower (2009) pontua que por volta dos anos 80 começaram a surgir as noções de prevenção da poluição, diminuição do desperdício e busca da eficiência energética. Essas ideias foram utilizadas pelas empresas para orientar seus sistemas de produção e administração.

Um importante marco rumo à evolução da sustentabilidade nas organizações foi uma reunião realizada com 48 empresários de 28 países que, no ano de 1991, gerou o livro-relatório *Mudando o Rumo – Uma Perspectiva Empresarial Global sobre Desenvolvimento e Meio Ambiente*, cujo objetivo principal era propor as bases do desenvolvimento sustentável sob a perspectiva dos empresários. Este livro evidenciou o fato de que a preocupação com a busca da sustentabilidade é estratégica para as organizações e incentivou as empresas a buscarem uma gestão mais responsável nas áreas econômica, social e ambiental (ALMEIDA, 2002).

Nessa época, grandes companhias buscaram ampliar a produção e comercialização de produtos mais ecológicos, entretanto, o que se observou foi que muitos produtos não eram ambientalmente eficientes, além de serem caros e de difícil acesso. Destacam-se nesse cenário dois grupos distintos de empresas: o primeiro constituído por aquelas que só adotavam práticas mais sustentáveis diante das pressões exercidas por grupos de ativistas e o segundo formado por empresas que perceberam a possibilidade de obter ganhos operacionais e em suas reputações com a inserção da sustentabilidade na gestão de seus negócios (MAKOWER, 2009).

Na década de 1990, surgiram os sistemas de gerenciamento ambiental e a conhecida norma ISO 14001, que determinava as bases da organização ambiental das

empresas. Assim, as organizações passaram a medir e controlar melhor seus processos produtivos. Aos poucos, aumentava também o interesse das empresas em controlar os impactos ambientais ao longo da cadeia de suprimentos (MAKOWER, 2009).

Tabela 1 – Gestão Tradicional versus Gestão Ecocêntrica

	GESTÃO TRADICIONAL	GESTÃO ECOCÊNTRICA
Metas	Crescimento econômico e lucros Riqueza dos <i>stakeholders</i>	Sustentabilidade e qualidade de vida Bem-estar dos <i>stakeholders</i>
Valores	Antropocêntrico Racionalidade e conhecimento geral Valores patriarcais	Biocêntrico ou Ecocêntrico Intuição e entendimento Valores feministas pós-patriarcais
Produtos	Desenhados para função, estilo e preço Esbanjador de embalagens	Desenhados para o meio ambiente Amigo do meio ambiente
Sistema de Produção	Intensivo em recursos e energia Eficiência técnica	Baixo uso de recursos e energia Eficiência ambiental
Organização	Estrutura hierárquica Decisões de cima para baixo Autoridade centralizada Alta diferença de renda	Estrutura não hierárquica Decisões participativas Autoridade descentralizada Baixa diferença de renda
Meio Ambiente	Dominação sobre a natureza Gestão do meio ambiente como um recurso Poluição e resíduos são externalidades	Harmonia com a natureza Recursos considerados como rigorosamente finitos Gestão e eliminação de poluição e resíduos
Funções Administrativas	Objetivos de marketing para aumentar o consumo. Objetivos financeiros para maximização dos lucros no curto prazo Contabilidade focada em custos convencionais Objetivos da gestão de recursos humanos para aumentar a produtividade do trabalho	Marketing para educação do consumidor Objetivos financeiros para crescimento sustentável no longo prazo Contabilidade focada em custos ambientais Objetivos de gestão de recursos humanos para segurança e saúde do trabalho

Fonte: Shrivastava (1995, p. 131).

Shrivastava (1995) sintetiza na tabela 1 as principais diferenças que a inserção da sustentabilidade no âmbito organizacional provocou na gestão das empresas, propondo um comparativo entre o paradigma tradicional e o ecocêntrico. O autor esclarece que a gestão ecocêntrica é aquela que busca desenvolver projetos e práticas sustentáveis e por isso propõe uma visão diferente dos objetivos, valores, produtos, sistema de produção, bem como da organização, do meio ambiente e das funções administrativas. Importante ressaltar ainda que dificilmente uma empresa apresenta as características de um único tipo de gestão em sua

forma pura.

Dessa maneira, percebe-se que, aos poucos, as empresas começaram a constatar que a busca da sustentabilidade em seus negócios deveria envolver pessoas, lucro e planeta. Makower (2009) sintetiza assim os três momentos que caracterizam a inserção da sustentabilidade nas organizações. O primeiro é representado pela tentativa das organizações de controlar aquelas condutas que causam grandes impactos ambientais. Num segundo momento, as empresas percebem que seus custos poderiam ser minimizados e sua imagem melhorada através da adoção de medidas de prevenção. No último momento, surge a percepção de que a consciência ambiental pode além de aumentar o lucro, ampliar as receitas através da inovação e aumentar a possibilidade conquista de novas oportunidades e mercados.

Assim, a gestão baseada em condutas sustentáveis foi sendo, cada vez mais, percebida como uma necessidade pela maioria das organizações, inclusive pelas MPEs. No tópico abaixo, apresenta-se aspectos relevantes da presença de práticas sustentáveis nas empresas de pequeno porte.

2.4 Gestão sustentável nas MPEs

A relevância das micro e pequenas empresas para o crescimento econômico nacional tem-se tornado cada vez mais evidente diante do crescimento deste segmento e dos novos empregos que gera. Em 2012, os pequenos negócios correspondiam a 99,1% das empresas brasileiras, representando 6,1 milhões de micro e pequenas empresas formais e garantindo 53,2% do total de empregos com carteira assinada (SEBRAE, 2012).

Apesar de ter apresentado uma pequena queda na participação relativa entre os anos de 2000 e 2011, o comércio continua sendo o setor de atividade com maior número de MPEs, totalizando 3,2 milhões de micro e pequenos empreendimentos em 2011. Após o comércio, os setores de serviço, indústria e construção são os que apresentam, nessa ordem, maior número de empresas deste porte (SEBRAE; DIEESE, 2012)

As empresas industriais, mesmo de pequeno porte, como é o caso das micro e pequenas indústrias de confecção, são caracterizadas pela agregação de mão de obra a um

produto, ou seja, transformam um insumo em produto final ou simplesmente intermedeiam acréscimo de mão de obra para outra indústria (SOUZA, 2007).

Mesmo diante do surgimento de novas MPEs a cada ano, a busca pela sobrevivência no longo prazo tem-se como um desafio constante, em virtude principalmente da supremacia de grandes organizações e das exigências e transformações existentes no ambiente corporativo. O Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), em estudo apresentado em 2013, corrobora com este fato, ao divulgar que o índice de desaparecimento das MPEs é maior que o de empresas de maior porte, sendo de 16,32% no primeiro ano de vida e de 44,95% entre o primeiro e quinto ano de atuação.

Numa retrospectiva histórica, entretanto, é possível perceber que o índice de sobrevivência das MPEs vem aumentando. Dados do estudo Sobrevivência das Empresas no Brasil, divulgado pelo SEBRAE (2013), aponta que a taxa de sobrevivência de MPEs com até 2 anos de atividade, que era de 73,6% para empresas constituídas em 2005 passou para 75,6% para empresas constituídas em 2007. Nesse ano o setor que apresentou maior índice de sobrevivência foi o da indústria (79,9%), seguido por comércio (77,7%), construção (72,5%) e serviços (70,5%).

Os principais motivos que levam a mortalidade das MPEs brasileiras são, nessa ordem: ausência de planejamento e conhecimento do mercado; complexidade tributária e burocracias existentes; dificuldade de obtenção de financiamentos; tecnologias complexas e caras; brigas entre familiares ou sócios; falência; motivos pessoais e outras causas relacionadas a falta de atualização e inovação (IBPT, 2013).

Tachizawa e Faria (2007), por sua vez, destacam que principais desafios enfrentados pela MPEs e que influenciam diretamente sua sobrevivência são: o diferencial da organização, a qualidade que oferta e a existência de preços compatíveis com os praticados no mercado. Ressaltam ainda a necessidade de os empreendedores estarem sempre preparados para enfrentar as mudanças constantes que ocorrem no ambiente corporativo.

Uma das tendências que se tem observado no ambiente corporativo é a busca dos clientes, cada vez mais intensiva, por marcas e produtos oriundos de processos que causem menos danos ambientais e que gerem benefícios sociais e econômicos. Conforme ressalta o

Santos (2012), as MPEs já vêm se posicionando em função dessa forte tendência, procurando adequar suas tecnologias, produtos, serviços e práticas e reconhecendo nessa mudança um grande diferencial para sua competitividade.

Esse fato evidencia que os empresários não tenderão a ignorar as mudanças e exigências legais e do mercado, bem como as oportunidades que esse cenário propicia. A inserção da sustentabilidade na estratégia e nos modelos de negócios passa a ser então uma exigência imposta aos empresários (SANTOS, 2012).

Segundo Santos (2012), é cada vez mais evidente a relevância e a necessidade de as empresas desenvolverem modelos de negócios que promovam o almejado desenvolvimento sustentável, principalmente quando se considera o âmbito das MPEs, objetivando assim fortalecer a importância de empresas deste porte na geração de empregos, na distribuição de riqueza e na capacidade de inovar.

Uma pesquisa do SEBRAE (2012) revela a forte ligação que os gestores de pequenas empresas fazem entre o tema sustentabilidade e as questões econômicas (82%), sociais (82%) e ambientais (87%). Assim os subtópicos abaixo visam apresentar um modelo de sustentabilidade empresarial bastante disseminado no ambiente organizacional, além de evidenciar aspectos da gestão da MPEs em cada uma das dimensões que compõem a sustentabilidade.

2.4.1 O modelo do triple bottom line

Uma das perspectivas sob a qual a sustentabilidade empresarial pode ser analisada é a partir observação de como as empresas podem torna-se mais lucrativas, adotando as condutas adequadas. Essa percepção pode ser obtida a partir do estudo do modelo conhecido como *triple bottom line* ou tríplice linha de resultados líquidos (SAVITZ; WEBER, 2007).

Esse modelo foi proposto por uma empresa de consultoria britânica e se tornou amplamente conhecido no âmbito organizacional a partir da publicação do livro ‘Canibais com Garfo e Faca’ de John Elkington em 1997, passando a representar assim um modelo de

gestão que incorporava as dimensões da sustentabilidade. (GUARNIERI, 2011).

Assim, conforme Barbieri e Cajazeira (2012) esclarecem, o modelo considera as dimensões econômica, social e ambiental em termos de resultados líquidos, evidenciando que quando se trata do desenvolvimento sustentável empresarial, é preciso que se considerem além do capital econômico, questões ambientais e sociais.

Dessa maneira, as empresas sustentáveis, ao utilizarem recursos econômicos, ambientais e sociais em suas atividades, devem, após considerar seu desempenho e impacto, ser capazes de medir, registrar e reportar resultados positivos em cada uma das dimensões (SAVITZ; WEBER, 2007).

Conforme se pode inferir na análise do quadro abaixo, o triplice resultado positivo é uma evidência do aumento do valor da empresa, em termos financeiros e em relação ao seu capital social, humano e ambiental. Os indicadores mostrados em cada uma das dimensões são apenas alguns dentre os diversos que podem ser considerados numa organização.

	ECONÔMICOS	AMBIENTAIS	SOCIAIS
Indicadores triplices	Vendas, lucro, ROI	Qualidade do ar	Práticas trabalhistas
	Impostos pagos	Qualidade da água	Impactos sobre a humanidade
	Fluxos monetários	Uso de energia	Direitos humanos
	Criação de empregos	Geração de resíduos	Responsabilidade pelos produtos
	Total	Total	Total

Quadro 1 – Tríplex Resultado

Fonte: Savitz e Weber (2007, p. 5).

O modelo proposto por Elkington representa, portanto, importante instrumento para compreensão da sustentabilidade, além de evidenciar a necessidade de se considerar o triplice resultado na avaliação da sustentabilidade nas empresas (SAVITZ; WEBER, 2007).

2.4.2 Gestão econômico-financeira e as MPEs

A eficiente gestão econômico-financeira é fundamental para qualquer empresa, independentemente do porte e do estágio de vida em que se encontra. Numa empresa considerada financeiramente saudável percebe-se que o dinheiro está constantemente

apresentando entradas e saídas, ou seja, está circulando. Assim, a sobrevivência e sucesso das empresas é diretamente dependente da forma como esses recursos são gerenciados (GONÇALVEZ; LOSILLA, 2011).

Tachizawa (2008) destaca que os resultados econômicos das empresas são cada vez mais dependentes de decisões que considerem que os seguintes fatores: a inexistência conflito entre lucratividade e a gestão ambiental; o fato de as preocupações ambientais estarem se expandido globalmente; a maior valorização dos clientes por aspectos de proteção ambiental e a percepção de que demanda e faturamento das empresas são cada vez mais pressionados e influenciados pelo comportamento de clientes que buscam produtos e organizações ecologicamente corretas.

A realidade evidencia que em empresas de grande porte existe um departamento específico para a administração dos recursos financeiros, enquanto que nas MPEs, a gestão financeira é, na maioria das vezes, realizada com base na intuição dos proprietários, sem o planejamento e controle necessários para que a empresa sobreviva e seja rentável ao longo dos anos (GONÇALVEZ; LOSILLA, 2011).

Sousa (2007) atenta para o fato de que os métodos empíricos já não são mais suficientes para garantir a sustentabilidade financeira das MPEs, sendo assim essencial que os proprietários/gestores dos empreendimentos de pequeno porte efetuem o controle de custos e a adequada gestão financeira para garantir a longevidade e lucratividade do negócio.

Santos, Ferreira e Faria (2009) destacam ainda que nas MPEs não existe uma evidente distinção entre a administração financeira e a contabilidade. Além disso, a contabilidade não costuma ser considerada um instrumento da administração financeira, mas sim uma exigência legal e burocrática.

Sousa (2007) destaca algumas atitudes que devem estar presentes no cotidiano das MPEs e facilitam bastante a gestão financeira, que são: dispor-se a correr riscos moderados e calculados; tentar buscar informações sempre atualizadas sobre clientes, fornecedores e concorrentes; definir metas no curto, médio e longo prazos e ajustá-las sempre que necessário e por fim, ter controle sobre os registros financeiros e estoques da empresa, que podem ser administrados por programas de computador.

Os gestores das MPEs devem ser capazes de perceber a necessidade de se implantar controles financeiros básicos, que envolvem contas a pagar, contas a receber, controle de receitas e controle de despesas, e assim, tomando como base esses instrumentos, deve tomar decisões mais racionais, buscando maximizar os resultados da empresa. maximização de resultados (GONÇALVEZ; LOSILLA, 2011).

Segundo Santos, Ferreira e Faria (2009), os problemas de liquidez constituem uma das principais razões que conduzem os pequenos negócios ao fracasso, entretanto a realidade tem mostrado que a falta de conhecimentos e de atenção dos pequenos empreendedores tem prejudicado bastante a eficiente gestão financeira das MPEs. Além disso, tem-se percebido que os pequenos empreendimentos enfrentam dificuldades em relação a correta administração do capital de giro, o que acaba por ocasionar elevação do risco de liquidez da empresa.

A falta de recursos financeiros é ainda apontada como um dos principais fatores limitantes à realização de investimentos que poderiam garantir o crescimento e inclusive a sobrevivência das MPEs (SANTOS; FERREIRA; FARIA, 2009).

Além disso, o acesso ao crédito e a outros serviços financeiros também representam dificuldades enfrentadas pelos gestores de MPEs e acaba por representar uma barreira ao crescimento econômico dos pequenos empreendimentos.

O SEBRAE (2012) destaca que hoje já existem linhas de crédito diferenciadas para atender pequenos empreendimentos que procuram implementar condutas e projetos sustentáveis em seus negócios. O acesso ao crédito representa fator crítico para investimentos que possibilitem combinar a diminuição de custos operacionais a ganhos de produtividade.

2.4.3 Gestão social e as MPEs

Há muita discussão sobre as possíveis diferenças conceituais apresentadas entre os termos Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Sustentabilidade. Almeida (2002) esclarece a RSC, ao definir as obrigações das empresas perante o mundo, acaba por estabelecer o papel dos gestores na dimensão social da sustentabilidade.

O Instituto Ethos (2007) afirma que a Responsabilidade Social Empresarial envolve a relação da organização com seus *stakeholders*, considerando o curto e o longo prazo e que portanto para uma empresa ser considerada socialmente responsável, precisa cumprir além de suas obrigações legais.

Barbieri e Cajazeira (2012) ressaltam que sempre existirão dificuldades ligadas à implementação de práticas de responsabilidade social empresarial, em virtude da diversidade de direitos, obrigações e expectativas dos públicos internos e externos com os quais a empresa interage.

Uma gestão é considerada socialmente responsável quando atende os seguintes princípios básicos: é transparente, ou seja, transmite de forma clara e acessível para todos aqueles públicos com os quais se relaciona as suas decisões e informações; estabelece seus compromissos públicos, sejam eles relacionados a aspectos internos ou externos; envolve-se com instituições diversas que auxiliem a empresa na resolução de problemas; é capaz de atrair e reter talentos; apresenta colaboradores motivados e comprometidos; é capaz de lidar eficientemente com situações de conflito; estabelecem metas de cunho social no curto e no longo prazo e envolvem a direção da empresa, evidenciando que o interesse por questões sociais é estratégico (INSTITUTO ETHOS, 2007).

As empresas, de qualquer país ou setor, que desejam tornar os ambientes de trabalho socialmente responsáveis, devem buscar implementar a chamada SA 8000, uma norma mundial que envolve temas como discriminação, saúde e segurança, trabalho infantil e remuneração (LEIPZIGER, 2003).

O SEBRAE em parceria com o Instituto Ethos (2003) definiu algumas diretrizes que norteiam a gestão social nas MPes, podendo-se citar duas ações bastante relevantes, que são: a valorização dos empregados e colaboradores e a promoção da comunidade na qual a empresa está inserida.

A primeira abrange o respeito as leis trabalhistas, apoio a novas ideias e comentários dos funcionários, incentivo a diversidade, promoção do desenvolvimento profissional, estabelecimento de incentivos e de remuneração justa e atenção a questões de saúde, bem-estar e segurança no trabalho (SEBRAE; INSTITUTO ETHOS, 2003).

Já a segunda diretriz objetiva fazer com que a empresa se torne uma parceira da comunidade e obtenha a consideração de todos. Ações simples como recrutar empregados ou se instalar em comunidades pobres, ajudar um projeto específico, identificar os problemas da comunidade e buscar soluções conjuntas, apoiar uma escola local ou ainda fazer doações dos produtos da empresa são exemplos de atitudes que podem ser facilmente adotadas por MPEs na gestão social de seus negócios (SEBRAE; INSTITUTO ETHOS, 2003).

Tachizawa (2008) esclarece que os indicadores adotados pelo Instituto Ethos não são muito distintos daqueles propostos pelas certificações sociais AS 8000 e AA 1000, que avaliam a relação da empresa com a comunidade na qual se insere. Essas certificações se baseiam nos em três áreas de atuação principais, sendo elas: processos produtivos, relações com a comunidade e relações com os empregados.

Os processos produtivos envolvem as relações trabalhistas, o respeito aos direitos humanos, a natureza do produto ou serviço ofertado, a contratação da mão de obra e a parceria com fornecedores. As relações com a comunidade, por sua vez, abrangem os problemas sociais resolvidos, o caráter das ações praticadas e os beneficiários e parceiros. Por fim, as relações com os empregados consideram o clima organizacional, a qualidade de vida no trabalho e os benefícios concedidos aos empregados e a seus familiares (TACHIZAWA, 2008).

2.4.4 Gestão ambiental e as MPEs

A evolução da preocupação ambiental no âmbito organizacional tem feito com que a busca de melhores práticas ambientais deixe de ser simplesmente um resultado buscado pelas empresas e passe a incorporar a cultura empresarial, guiando o processo de planejamento e constituindo-se como elemento que pode representar diferencial competitivo.

Assim, conforme destaca Valle (2004), a gestão ambiental das organizações já é percebida como uma função administrativa de grande importância e independente, que apresenta características particulares que a diferencia das demais, devendo estar integrada com os setores que orientam os negócios da empresa.

Viterbo Junior (1998, p. 51) define a gestão ambiental da seguinte maneira:

“gestão ambiental, nada mais é do que a forma como uma organização administra a relação entre suas atividades e o meio ambiente que as abriga, observadas as expectativas das partes interessadas. Ou seja, é a parte da gestão pela qualidade total.” O autor esclarece ainda que o foco da gestão ambiental não está no meio ambiente, mas sim na organização, uma vez que é por meio do aperfeiçoamento dos produtos, serviços e processos da empresa que os impactos ambientais por ela gerados serão minimizados.

Valle (2004) ressalta que a gestão ambiental exige, em primeiro lugar, que a alta administração da empresa defina uma política ambiental, que deve ser clara, objetiva e adequada à realidade da organização. Essa política visa expressar aos colaboradores e a sociedade em geral o compromisso ambiental formal da empresa em apresentar progressos contínuos, prevenir a poluição do ambiente e atender as exigências legais. Assim a elaboração e revisão das diretrizes ligadas atuação ambiental da empresa deve ter como base a política ambiental definida.

O aumento da complexidade das questões ambientais tem assim feito com que as tarefas relacionadas a responsabilidade ambiental das organizações ganhe importância, ao mesmo tempo que acaba gerando dificuldades a respeito de como a gestão ambiental deve ser conduzida pelos gestores. Nesse contexto, tem-se percebido que, muitas vezes, as organizações adotam apenas medidas pontuais na busca de suas responsabilidades ambientais, como uma resposta às demandas externas, o que não é eficiente e nem gera resultados sistemáticos. Assim, fica clara a importância e necessidade de Sistemas de Gestão Ambiental (SGAs), que possam sistematizar as ações orientadas ao ambiente e garantir a eficiência do compromisso ambiental das empresas (BERTOLINO, 2012).

Segundo Valle (2004), o SGA é parte integrante do sistema de gestão global da empresa e inclui as atividades de planejamento, as condutas e os recursos necessários para a elaboração, implementação e direção da política ambiental da organização e de seus objetivos.

Uma pesquisa realizada pela *International Organization for Standardization* (2005) revelou as razões que levam as MPEs a não implantação de um SGA. Assim, tem-se, em ordem de relevância para as empresas entrevistadas: o custo da certificação, a falta de recurso financeiro, a falta de recurso humano e o fato de este não ter sido requisitado pelo cliente.

Bertolino (2012) atenta para o fato de que a falta de atenção à questão da proteção ambiental gera custos maiores do que aqueles relacionados com a adoção uma eficiente gestão ambiental. Assim, o autor destaca os seguintes benefícios estratégicos e econômicos que a implantação de um SGA proporciona: economia de custos ligados a melhor utilização dos recursos e redução de multas; aumento das receitas com a venda de produtos verdes que em geral são mais caros e podem alcançar novos mercados; melhoria da imagem corporativa; inovação dos produtos ofertados; maior produtividade; forte comprometimento do pessoal; melhoria das relações com governo, sociedade e grupos ativistas.

Tilley (1999) destaca que não se pode acreditar que as estratégias ambientais aplicáveis as grandes empresas podem ser facilmente implantadas nos pequenos negócios, em virtude das características heterogêneas e únicas que as MPEs apresentam. A autora apresenta então quatro diferentes estratégias que as pequenas empresas podem adotar na gestão ambiental de seus negócios, sendo elas:

- a) **resistente:** ocorre quando a empresa ignora as pressões para melhorar seu desempenho ambiental, por não querer ou não ter consciência do impacto de suas atividades para o meio ambiente. Muitas pequenas empresas se encontram nessa categoria.
- b) **reativa:** essa estratégia representa uma resposta às pressões por melhoria do desempenho ambiental. É geralmente caracterizada por ações pontuais e fragmentadas.
- c) **pró-ativa:** é caracterizada por um verdadeiro esforço da empresa para reduzir os impactos ambientais. As melhorias ambientais em geral são permanentes, mas nem sempre estão completamente integradas à gestão do negócio. Poucas pequenas empresas se enquadram neste perfil, que pode estar presente em negócios de pequeno porte cuja atividade está diretamente ligada ao meio ambiente ou cujos proprietários estão pessoalmente empenhados com a causa ambiental.
- d) **sustentável/ecológico:** representa uma estratégia inovadora, ao exigir que todos os aspectos do negócio sejam repensados e que se integre o meio ambiente à estrutura e à gestão da empresa. Pequenas empresas que adotam essa estratégia são consideradas exceção.

Independentemente das motivações que levam uma empresa a adotar condutas ambientalmente responsáveis, pode-se definir um conjunto de atitudes simples e aplicáveis ao cotidiano das MPEs e que as auxilia na redução das agressões ao meio ambiente e na promoção de melhores condições ambientais. O Sebrae e o Instituto Ethos (2003) dividem essas práticas em quatro áreas: política e operações, minimização de resíduos, prevenção da poluição, uso eficaz de energia e água e por fim projeto ecológico.

A área de política e operações abrange a definição de padrões e compromissos ambientais pela empresa, além do que é determinado pela legislação, e ainda considera a necessidade de motivar os funcionários a buscarem formas de preservar a natureza. A segunda área envolve a adoção da reciclagem, redução do consumo de papel, utilização e compra, quando possível, de produtos reciclado e a procura preferencialmente por produtos que não geram resíduos. A área de prevenção e poluição, por sua vez, refere-se a redução do uso de produtos tóxicos e ao descarte seguro de substâncias tóxicas (SEBRAE; INSTITUTO ETHOS, 2003).

Já o uso eficaz de energia e água refere-se a avaliação do uso de energia da empresa, utilização de iluminação inteligente, realizar manutenção do sistema de climatização para proporcionar maior durabilidade dos equipamentos, acabar com os vazamentos de água, instalar acessórios que proporcionem a economia de água e reduzir o consumo de água nas áreas externas. A última área envolve um projeto ecológico com criação de um sistema de reciclagem, utilizar técnicas de construção ecologicamente corretas e estabelecer parcerias com fornecedores e clientes em busca de maior eficiência (SEBRAE; INSTITUTO ETHOS, 2003).

Mesmo diante da percepção da importância da sustentabilidade empresarial, percebe-se que ainda há bastante discussão sobre quais são as características que de fato definem uma empresa como sustentável. No tópico abaixo são apresentadas as opiniões de alguns importantes estudiosos sobre o tema.

2.5 Características da empresa sustentável

As empresas, de todos os portes e setores, estão cada vez mais conscientes da

necessidade de guiar suas ações e atitudes no rumo da sustentabilidade. Os desafios sociais e ambientais que surgem e se ampliam a cada dia, têm-se apresentado como uma excelente oportunidade para as empresas criarem valor em seus negócios e melhorarem sua eficiência e imagem (MAKOWER, 2009).

A sustentabilidade tem-se apresentado como um relevante instrumento para as empresas, uma vez que permite a aplicação de estratégias que envolvem questões de grande importância para a sociedade, como aquelas de caráter social e ambiental, ultrapassando assim o enfoque orientado somente para a preocupação com os aspectos econômicos financeiros (DALMORO, 2009).

Almeida (2002) afirma que para uma empresa ser sustentável é preciso que ela busque inserir duas ideias principais em seus negócios, que são: a ecoeficiência e a Responsabilidade Social Corporativa. A ecoeficiência, nesse caso, refere-se ao ato de produzir maior quantidade de produtos, com qualidade superior e com menos degradações ambientais. Já a Responsabilidade Social Corporativa abrange a percepção de que toda empresa está inserida em um meio social, com o qual interage, sendo preciso ter consciência dessa realidade para definir suas ações e tomar decisões.

Savitz e Weber (2007), por sua vez, atentam para o fato que a expressão Responsabilidade Social das Empresas representa os benefícios gerados para os grupos sociais que se encontram fora da empresa e por isso defendem que o termo sustentabilidade é mais adequado para guiar as ações empresariais, uma vez que considera, com igual relevância, os benefícios gerados fora da organização, bem como aqueles que são usufruídos pela própria empresa.

Savitz e Weber (2007, p. 2) destacam que: “Empresa sustentável é aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com as quais mantém interações.”. Acrescente-se ainda a noção de que as organizações sustentáveis são capazes de aliar os interesses empresariais com os do meio ambiente e da sociedade que as cerca, podendo assim permanecer lucrativas durante muitos anos.

Já Barbieri e Cajazeira (2012) definem que uma empresa é sustentável quando

busca inserir as ideias ligadas ao desenvolvimento sustentável nas suas condutas e políticas. Barbieri (2007 *apud* Barbieri e Cajazeiras, 2012, p. 68), acrescenta ainda que a organização sustentável: “É a que, simultaneamente, procura ser eficiente em termos econômicos, respeitar a capacidade de suporte do meio ambiente e ser instrumento de justiça social, promovendo a inclusão social, a proteção às minorias e grupos vulneráveis, o equilíbrio entre gêneros etc.”.

Empreendimentos sustentáveis geram rendimentos como meio de sobrevivência, em vez de simplesmente consumirem o próprio capital que, nesse caso, envolve os ativos humanos e sociais, além dos recursos naturais e econômicos. Assim a gestão sustentável não causa danos ao meio ambiente ou aos animais, mas ao contrário, propicia sua restauração e crescimento (SAVITZ; WEBER, 2007).

Friend (2009) define que uma empresa considerada sustentável é aquela que desenvolve suas atividades de forma que: diminua os impactos ambientais negativos; atenda as exigências ambientais legais; divulga periodicamente seu relatório de Responsabilidade Social Empresarial; utiliza sistemas de gestão ambiental adequados; tem certificação pelas normas ISO 14000 e afins; consegue sobreviver no longo prazo e enrique o mundo onde atua.

Savitz e Weber (2007) pontuam que a sustentabilidade empresarial não deve ser confundida com filantropia, pois uma organização sustentável deve buscar gerar benefícios para todos os grupos que estão ligados a ela, como clientes, fornecedores, comunidade e acionistas. O desafio que se tem apresentado às empresas é o de conseguir conciliar os interesses daqueles que se interessam primordialmente por seus resultados financeiros com os interesses da comunidade em geral. Esse ponto de conciliação é que os autores chamam de ponto doce da sustentabilidade, conforme se observa na figura 1.

Makower (2009) destaca a dificuldade de se definir quando uma empresa é de fato considerada verde em virtude, principalmente, das peculiaridades de cada negócio, cujos impactos ambientais apresentam-se de formas diferentes. Assim, fica difícil determinar um padrão uniforme para os produtos, instalações e atuação das empresas, que possa certificar diversas organizações como ambientalmente e socialmente responsáveis. O autor sugere então que as próprias empresas devem estabelecer suas condutas sustentáveis, a partir do que é considerado suficientemente bom para seus clientes, empregados, comunidade e para o meio ambiente.

Barbieri e Cajazeira (2012) destacam que a contribuição das organizações para o desenvolvimento sustentável, concentra-se em três dimensões essenciais: a econômica, a social e a ambiental. Isso não representa o simples abandono das outras dimensões, como aquelas propostas por Sachs, mas sim o enfoque no que é próprio à atuação das empresas.

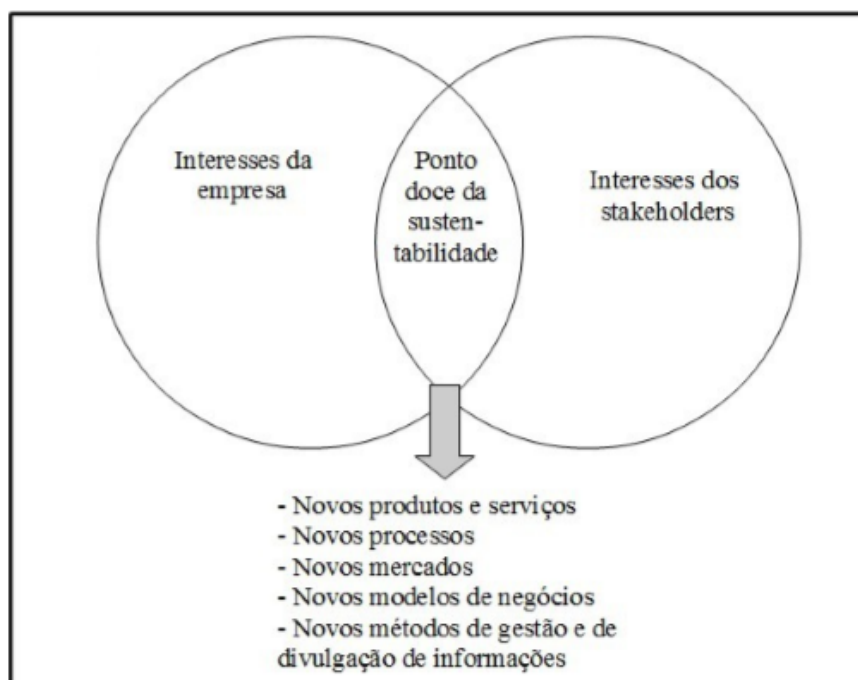


Figura 1 – O ponto doce da sustentabilidade.
Fonte: Savitz e Weber (2007, p. 30).

Assim, conforme Savitz e Weber (2007) destacam, as empresas precisam descobrir formas de gerar benefícios para o seu próprio negócio e para aqueles agentes diretamente relacionados a ela a fim de garantirem lucro no longo prazo e o desenvolvimento econômico, social e ambiental para a sociedade.

2.6 Benefícios da sustentabilidade

Savitz e Weber (2007) apresentam três benefícios principais que a adoção de condutas sustentáveis pode trazer às empresas, que são: a ajuda à sua proteção, ao seu gerenciamento e promoção do seu crescimento.

A **proteção** da organização está ligada ao fato de que quando a empresa procura atender as exigências da sustentabilidade acaba reduzindo os riscos de prejudicar clientes, funcionários e a sociedade, uma vez que analisa com critério, em cada uma das dimensões que

compõem a sustentabilidade, os impactos gerados pelos produtos e serviços que oferta. Além disso, torna-se possível a identificação, com maior brevidade, de possíveis riscos e falhas gerenciais que possam comprometer a empresa. Acrescenta-se ainda a manutenção da licença concedida pelo governo e a limitação de ações regulatórias (SAVITZ; WEBER, 2007).

A questão da ajuda ao **gerenciamento** está intrinsecamente relacionada à ecoeficiência, componente básico da sustentabilidade. Afinal, a busca pela melhor utilização da quantidade de recursos consumidos pela organização leva, conseqüentemente, à diminuição dos custos, ampliação da produtividade, eliminação de desperdícios, além de reduzir o impacto ambiental causado pela empresa (SAVITZ; WEBER, 2007).

Já a **promoção do crescimento** abrange a conquista de novos mercados e ampliação daqueles nos quais a empresa já atua, o desenvolvimento de novos produtos e serviços, o crescimento da inovação da empresa, aumento da satisfação dos clientes, estabelecimento de novas parcerias e melhoria da imagem da empresa e do valor da marca (SAVITZ; WEBER, 2007).

Leite, Santos e Oliveira (2011) destacam que a adoção de uma política de sustentabilidade pelas empresas influencia sua competitividade, a confiança dos clientes e o acesso a certos benefícios concedidos pelo governo. Esses autores acrescentam ainda que os gestores de MPEs conseguem identificar os seguintes benefícios decorrentes da implantação de condutas sustentáveis em suas empresas: aceitação da sociedade, interesse pelo produto/serviço, maior satisfação do cliente, possibilidade de conquista de novos mercados, facilidades na obtenção de financiamentos, redução de custos e maior facilidade de acesso aos incentivos governamentais.

O SEBRAE (2013) expõe ainda outras vantagens como a eliminação de desperdícios, redução dos custos, aumento da eficiência e conseqüente diminuição dos impactos ambientais.

Assim, ficam claros os benefícios advindos da adoção de condutas sustentáveis nas empresas de qualquer porte. Na próxima seção, serão apresentados os principais aspectos relacionados ao setor de confecção.

3 O SETOR DE CONFECÇÃO

O objetivo desta seção é apresentar um panorama dos principais elementos relacionados ao setor de confecção. Inicia-se com a exposição das características e peculiaridades do setor no item 3.1. Em seguida, no item 3.2, são evidenciadas as etapas do processo produtivo e os métodos de gerenciamento comumente utilizados em uma típica indústria de confecção, cujo estudo auxilia no entendimento das práticas adotadas. Por fim, apresenta-se, nos itens 3.3 e 3.4 respectivamente, um panorama da indústria de confecção brasileira e os principais dados relacionados à indústria de confecção no Ceará.

3.1 Características do setor

Segundo informações de um estudo realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) em parceria com Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT), a cadeia têxtil-confecção (CTC) é formada por indústrias do setor têxtil, que envolve fios, tecidos planos e malhas, e por indústrias de confecção, que abrangem vestuários e artigos confeccionados. A interdependência entre os setores têxtil e de confecção é portanto bastante acentuada, sendo o setor de confecção o principal destinatário da produção da indústria têxtil (SEBRAE; IPT, 2001).

Um estudo do DIEESE – Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (2006) aponta que o setor de confecções situa-se no terceiro estágio da CTC, ficando assim responsável pela produção dos produtos finais, como vestuário e acessórios, a partir da matéria-prima originária da indústria têxtil. Entre os anos de 1990 e 2006, o crescimento do segmento de vestuário foi de 188%, superior aquele obtido pelo segmento têxtil, em virtude, principalmente, do maior valor agregado dos itens comercializados pelo setor de confecções (COSTA; ROCHA, 2009).

A indústria de confecção caracteriza-se, predominantemente, pela confecção de peças e acessórios de vestuário, roupas profissionais, peças interiores como cortinas, capas e tapetes, além de abranger a fabricação de artefatos têxteis a partir de tecidos para vestuário. Outras atividades ligadas a essa indústria são: fabricação de tecidos e artigos de malha, artefatos de tapeçaria e acessórios para segurança industrial e pessoal (SEBRAE, 2010).

Costa e Rocha (2009) acentuam que a produção de vestuário apresenta como produtores principais a China/Hong Kong (43,5% do volume total produzido), a Índia (6,3%) e o Paquistão (3,7%). Os autores destacam ainda que, nesse mesmo segmento, no ano de 2006 os países desenvolvidos eram responsáveis por 80% do total consumido, sendo a liderança dos Estados Unidos, Alemanha e China, nessa ordem.

O Brasil é considerado o sexto maior produtor mundial de têxteis e confeccionados, sendo o responsável por aproximadamente 2,5% da produção mundial no ano de 2006. Em relação ao segmento específico do vestuário, o Brasil situa-se na 69ª posição entre os países exportadores e em 51ª, entre os importadores. Observa-se que grande parte da produção brasileira destina-se ao atendimento das necessidades do mercado interno (COSTA; ROCHA, 2009).

Mesmo diante da busca pela modernização dos equipamentos utilizados, que proporcionam uma maior diversidade de produtos a serem ofertados para o mercado, a estratégia utilizada pelas indústrias de confecção para enfrentarem a concorrência ainda é focada no preço. A ampliação do número de importações no Brasil só reforçou essa estratégia ao exigir que as organizações buscassem sempre reduzir os custos e preços praticados. Como consequência da maior modernização e do aumento da concorrência, as empresas de confecção passaram a oferecer produtos de maior qualidade (SEBRAE; IPT, 2001).

Diniz Filho (2011) ressalta que desde 2005 o crescimento das importações brasileiras de vestuário foi de 427%, sendo a criação de modelo tributário, trabalhista e previdenciário que desonere e permita o crescimento das empresas de confecção, a única saída pra a cadeia têxtil-confeção diante da concorrência considerada desleal pela associação.

Os vestuários e artigos confeccionados produzidos pelo setor de confecções destinam-se ao comércio atacadista, ao comércio varejista, neste caso envolvendo a cadeia e as lojas independentes, às lojas especializadas e inclusive a outras indústrias e atividades de serviços (SEBRAE; IPT, 2001).

As áreas do segmento de confecção que tem recebido grande atenção são o *design*, o *marketing* e a centralização das vendas, sendo cada vez mais comum, grandes empresas do setor terceirizarem parte da produção. Esse fenômeno tem sido motivado pelo

ciclo cada vez mais curto dos produtos, em decorrência das tendências de moda e pelo aumento da utilização de fibras sintéticas, que exigem que as empresas busquem sempre a inovação em *design* e renovação produtos que ofertam ao mercado (DIEESE, 2006).

Relatório do SEBRAE e do IPT (2001) destaca o *design* tem sido cada vez mais valorizado diante do ingresso de produtos estrangeiros voltados para o atendimento das demandas de segmentos mais exigentes do mercado. Esse relatório cita ainda a relevância da marca para o setor de confecção, cuja comercialização já se constitui como prática comum.

As organizações dos países desenvolvidos tem orientado, cada vez mais, sua produção na busca de produtos diferenciados e visando o alcance de nichos específicos do mercado (COSTA; ROCHA, 2009).

Percebe-se que o número de micro e pequenas empresas (MPEs) que atuam no setor de confecções é bastante significativo, uma vez que não há barreiras à entrada, como ocorre em alguns segmentos da indústria têxtil. Essas unidades de menor porte enfrentam, entretanto, alguns desafios no mercado como as exigências de preço, qualidade do produto e prazos de entrega cada vez mais curtos. Diante desse cenário os principais canais de comercialização das MPEs são formados pelo pequeno varejo. Além deste, acrescenta-se o abastecimento de artigos diferenciados, uniformes e roupas profissionais para outras indústrias (SEBRAE; IPT, 2001).

3.2 Processo produtivo e métodos de gerenciamento

O conhecimento do funcionamento de qualquer empresa é fundamental para que se possa analisar de forma crítica as condutas adotadas pela organização. Assim, faz-se necessário conhecer de forma abrangente o processo produtivo de uma típica indústria de confecção e os métodos de gerenciamento que podem ser adotados na sua administração.

Segundo Souza *et al.* (2005b), o processo de produção de uma indústria de confecção segue as seguintes etapas: *design*, modelagem, elaboração dos encaixes, risco e corte, separação das peças e costura, após a qual ocorre o acabamento, arremate e passadoria.

De acordo com o produto a ser ofertado também podem ser necessários os processos de serigrafia (estampa), bordado e a lavanderia industrial, as quais antecedem a costura, quando necessárias (SOUZA, 2005b). A costura é a etapa que envolve a maior parte do processo produtivo e representa inclusive a que consome maior número de empregados nas MPÉs que atuam no setor.

Outro aspecto relevante ligado às indústrias de confecção refere-se aos métodos de gerenciamento que podem ser utilizados na atividade da empresa. O relatório do DIEESE (2006) apresenta dois modelos de gerenciamento que são comumente adotados no setor de confecção. O primeiro baseia-se nas práticas do modelo Taylorista, exercendo assim controle da produção, separação entre concepção e produção, produção em série, estabelecimento de postos fixos e prática de controle de qualidade.

O segundo, por sua vez, baseia-se no modelo Toyotista e está mais presente em empresas de maior porte, adotando processos do tipo *just in time*, além de considerar a inserção da qualidade total, de ilhas de produção e da rotatividade de funções. Esse segundo modelo é o que apresenta maior atratividade para os gestores do setor, diante da flexibilidade que proporciona, podendo permitir assim o ajuste da produção as variações de demanda do mercado.

3.3 Panorama da indústria de confecção brasileira

A década de 1990 foi caracterizada por uma abertura comercial, que ocasionou diversas mudanças no setor de confecção do Brasil. Dentre essas mudanças, pode-se citar: a ampliação da produtividade e decorrente diminuição do número de empregados, o aumento da eficiência produtiva, o maior número de terceirizações, a maior especialização e o acréscimo na importação de insumos, em especial no período compreendido entre 1990 e 1996 (DIEESE, 2006).

Nesse mesmo período, constatou-se um aumento no número de estabelecimentos formais que passou de 15.369 em 1990 para 18.036 em 1996. Esse crescimento ocorreu também na produção, que aumentou 50%, passando de 4,4 para 6,5 milhões (SEBRAE; IPT, 2001).

Costa e Rocha (2009) ressaltam que, mesmo diante do aumento do consumo de confeccionados a nível mundial, o Brasil tem apresentado, ao longo dos anos 2000, um declínio em relação à sua competitividade e participação no mercado de confecções. Acrescenta-se ainda as dificuldades enfrentadas pelo crescimento da participação dos produtos asiáticos no comércio global. Assim, torna-se cada vez mais necessário que as organizações brasileiras busquem desenvolver estratégias diferenciadas e invistam em inovação para que consigam sobreviver e serem competitivas numa perspectiva de longo prazo.

Gorini (2000) ressalta que os principais gargalos enfrentados por empresas do setor de confecção no Brasil são os reduzidos investimentos em modernização tecnológica e a presença da informalidade que por vezes acaba afetando a eficiência produtiva e limitando o crescimento das empresas e a capacidade de investimento.

Em relação à participação dos pequenos negócios no setor de confecções, pode-se destacar os dados do IEMI – Instituto de Estudos e *Marketing* Industrial, apresentados no relatório do SEBRAE e do IPT (2001), que apontam que no ano de 1995, 70% das empresas brasileiras de confecção eram de pequeno porte, seguidas pelas de médio e grande porte respectivamente.

A Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) em parceria com o Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (NEIT/IE/Unicamp) divulgou no Relatório de Acompanhamento Setorial Têxtil e Confecção (2008) dados relativos à participação do setor de confecção de artigos de vestuário e acessórios em cada um dos portes de empresas existentes, conforme representado na tabela 2.

A análise da tabela 2 permite inferir que os estabelecimentos com até 10 empregados representam quase 70% do total de empresas do setor de confecções brasileiro e que nas unidades com até 99 empregados, que são consideradas pequenas empresas, de acordo com o critério adotado pelo SEBRAE, a participação no mercado aproxima-se dos 95%.

Tabela 2 – Confeção de artigos de vestuário e acessórios: número de estabelecimentos por faixa de tamanho medido pelo número de empregados (2000 e 2005)

Número de empregados	2000	Participação no total 2000 (%)	2005	Participação no total 2005 (%)	Δ 2000-2005
Nenhum	3423	9,9	3955	9,4	15,5
Até 4	15624	45	17954	42,7	17,9
De 5 a 9	6504	18,7	8085	19,2	24,3
De 10 a 19	4678	13,5	6016	14,3	28,6
De 20 a 49	3251	9,4	4283	10,2	31,7
De 50 a 99	781	2,2	1166	2,8	49,3
De 100 a 249	360	1	479	1,1	33,1
De 250 a 499	89	0,3	96	0,2	7,9
De 500 a 999	24	0,1	21	0	-12,5
1000 ou mais	11	0	11	0	0
TOTAL	34745	100	42066	100	21,1

Fonte: ABDI; UNICAMP (2008).

Os pequenos negócios do Brasil têm 66% de participação na indústria de vestuário – roupa íntima, de dormir, de esporte, de praia, de gala, de lazer, social, infantil, de segurança, profissional e de proteção, enquanto que na indústria de artigos confeccionados – meias, acessórios para vestuário, artigos de cama, mesa, banho, copa, cozinha, limpeza, para decoração industrial e de uso técnico, apresentam 78% de participação. Apesar dessa expressiva presença, as empresas as MPEs respondem por apenas 7,5% da produção da indústria de vestuário e por 11,8% da indústria de artigos confeccionados (SEBRAE, IPT, 2001).

Informações contidas no sítio oficial do SINDIVESTUÁRIO – Sindicato dos Vestuários mostram que em agosto de 2013, em relação ao mesmo mês do ano anterior, a produção de vestuário do Brasil apresentou um aumento de 3,47%. Já considerando o índice acumulado de agosto de 2012 a agosto de 2013, a produção brasileira de confecção apresentou queda de 3,17%.

Em relação a atividade de confecção, as perspectivas para o ano de 2023 apresentam um verdadeiro equilíbrio entre as visões otimistas e pessimistas. Por um lado, acredita-se que o estabelecimento de pequenas empresas flexíveis proporcionará rápida adaptação à concorrência mundial, em função do uso de novas tecnologias e no crescimento de gestores que estejam preocupados com a gestão sustentável (ABDI, 2010).

A visão negativa, por sua vez, é baseada na crença de que a baixa mão de obra disponível, aliada à baixa capacidade de inovação do segmento representarão barreiras que ocasionarão a fabricação de produtos de baixo valor agregado e voltados para nichos de mercado com baixa rentabilidade (ABDI, 2010). Um estudo da ABDI (2010) apresenta o esquema da figura 2 abaixo como representativo do futuro da CTC no Brasil.

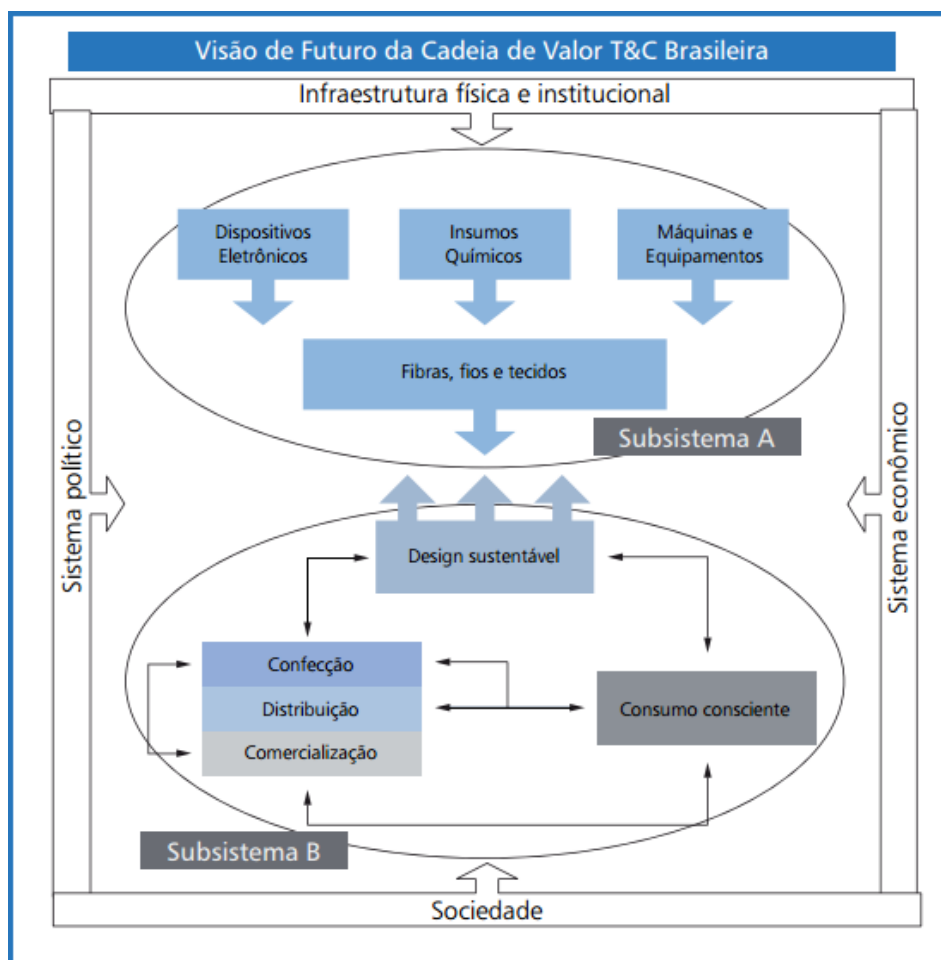


Figura 2 – A cadeia de valor CTC brasileira em 2023.
Fonte: ABDI (2010).

Nessa figura as empresas componentes do subsistema A são inovadoras em produtos e processos, enquanto que as do subsistema B focam seus investimentos em ativos intangíveis e em tecnologia. Além disso, acrescenta-se que a ligação entre o *design* sustentável e o consumo consciente baseia-se nas ideias de reuso e disposição.

Desde os anos 90, segundo Costa e Rocha (2009), tem ocorrido um deslocamento significativo de grandes empresas da CTC para os estados do Nordeste, em função da mão de obra mais barata e dos incentivos fiscais que são oferecidos pelos estados. Um dos estados

que vem tendo grande destaque nesse cenário é o Ceará.

3.4 O setor de confecção no Ceará

O trabalho das bordadeiras do Ceará, aliado às atividades das artesãs, é considerado o grande precursor do desenvolvimento e expansão do setor de confecções no estado. Inicialmente, os bordados eram voltados essencialmente para a fabricação de artigos de cama e mesa, expandindo-se, alguns anos depois, para o segmento de vestuário (DIEESE, 2006). Portanto, a compreensão do progresso e das atuais características do setor de confecções no Ceará deve estar acompanhada da percepção da relevância que a mão de obra predominantemente feminina e seus bordados tiveram nesse desenvolvimento.

O Ceará é considerado um dos grandes polos de produção da CTC, atraindo grandes empresas em virtude dos incentivos fiscais e da infraestrutura ofertadas pelo governo estadual (COSTA; ROCHA, 2009).

Um estudo do DIEESE (2006) destaca, com base em informações da RAIS – Relação Anual de Informações Sociais que, no de 2005, o Ceará era considerado o maior polo de confecção do Nordeste, detendo 36,72% do total de empresas da região, sendo seguido por Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte respectivamente. Fica assim clara a relevância da produção de confecção no Ceará para o Brasil.

A concorrência do setor de confecções no Ceará é baseada no preço praticado em mercados de baixa diferenciação, por isso é fundamental que as empresas do setor busquem estabelecer parcerias, que possam trazer vantagens desde o momento da aquisição da matéria-prima até a qualificação das pessoas que atuam no setor, visando assim garantir maior competitividade às empresas do setor de confecção (DIEESE, 2006).

Um estudo do setor cearense de confecção, promovido em 2013 pelo Centro Internacional de Negócios do Ceará (CIN) e pela Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), expõe os seguintes dados relativos a balança comercial do setor de confecções no Ceará entre os anos de 2010 e 2013 (Jan-Jul), conforme se observa na tabela 3 apresentada abaixo:

Tabela 3 – Balança Comercial do Setor de confecções no Ceará
Valores em US\$ FOB

ANO	EXPORTAÇÕES	VAR(%)	IMPORTAÇÕES	VAR(%)	SALDO
2010	8.319.945	3,5	8.411.473	-49,2	-91.528,00
2011	11.260.310	35,3	13.590.346	61,6	-2.330.036,00
2012	7.639.132	-32,2	22.596.505	66,3	-14.957.373,00
2013 (Jan-Jul)	3.097.801	-59,4	12.126.862	-46,6	-9.029.061,00

Fonte: CIN; FIEC (2013).

Esse estudo evidencia ainda que no ano de 2009 os principais corredores das exportações cearenses do setor de confecções foram Fortaleza – Porto (27,5%), Pecém – Porto (18,4%) e São Paulo – Aeroporto (16,4%). Já numa perspectiva global, essas mesmas instituições evidenciam, conforme representado na tabela 4 abaixo, os principais países-destino das exportações cearenses no setor de confecções. (CIN, FIEC, 2013).

Tabela 4 – Principais Países-Destino das Exportações Cearenses no Setor de Confecção

PAÍSES	2013 (Jan-Jul) em US\$ FOB	2012 (Jan-Jul) em US\$ FOB	Var (%)
Paraguai	731.427	377.578	93,7 ▲
Bolívia	523.122	268.745	94,7 ▲
Alemanha	408.124	471.427	13,4 ▼
Argentina	236.844	2.139.752	88,9 ▼
Uruguai	199.139	227.965	12,6 ▼
Demais países	999.145	1.600.658	37,6 ▼
Total exportado CE	3.097.801	5.086.125	39,1 ▼
Total de países	56	62	9,7 ▼

Fonte: CIN; FIEC (2013).

Assim, acrescenta-se que a participação do setor de confecção na balança comercial cearense, com relações às exportações e importações foi de respectivamente 0,6% e 0,8% no ano de 2012. Já em 2013, considerando o período entre janeiro e julho, essa participação foi de 0,5% para as exportações e 0,6% para as importações (CIN; FIEC, 2013).

Segundo o CIN e o FIEC, no período de Janeiro a Abril de 2009/2008 os produtos exportados pelo setor de confecção cearense foram: artigos para acampamento, de algodão; artigos para acampamento, de outras matérias-primas; sutiãs e bustiês; maiôs e biquínis; camisetas, camisas e conjuntos de malha de algodão.

Outros aspectos que merecem ser destacados referem-se aos centros de

comercialização e aos sindicatos do setor de confecção existentes no Ceará. Dentre os centros de comercialização com maior relevância para o Estado, observa-se que a grande maioria localiza-se na Região Metropolitana de Fortaleza e oferecem ampla variedade de produtos. O DIEESE (2006) cita a Associação dos Lojistas da Mosenhor Tabosa, Associação dos Lojistas do Maraponga Mart Moda, ressaltando que a existência de tantos sindicatos patronais acaba dificultando a integração do setor e que a atuação isolada dessas entidades impossibilita o desenvolvimento de projetos abrangentes que pudessem auxiliar o setor e acabam privilegiando a competição ao invés da cooperação.

Já em relação aos sindicatos existentes, pode-se citar dois: SINDCONFECÇÕES – Sindicato das Indústrias de Confecção de Roupas e Chapéus de Senhora do Estado do Ceará e o SINDROUPAS – Sindicato da Indústria de Alfaiataria e de Confecção de Roupas de Homem de Fortaleza (SOUZA, 2005a).

A relevância que o setor de confecções tem para a economia do Brasil e para o desenvolvimento do Ceará, aliado ao acirramento da concorrência, só torna cada vez mais evidente, a necessidade de as empresas do setor seguirem a tendência mundial de utilizarem de forma sustentável os recursos materiais, humanos e naturais, a fim de garantirem sua sobrevivência e crescimento no longo prazo.

Até então, analisou-se as principais características do setor de confecção e das empresas que nele atuam, considerando suas peculiaridades no âmbito global, nacional e estadual. Na seção seguinte serão então expostos os métodos de pesquisa utilizados para verificar o nível de adoção de práticas sustentáveis nas MPEs.

4 MÉTODO DE PESQUISA

Esta seção apresenta os procedimentos metodológicos adotados para o alcance dos objetivos deste trabalho. Inicialmente, é mostrada a tipificação da pesquisa quanto aos fins e aos meios, seguida pela descrição do universo e da amostra da pesquisa. Posteriormente, tem-se a apresentação dos métodos e instrumento de coleta utilizados na pesquisa de campo e apresentação do método usado para tratamento e análise dos dados.

4.1 Tipo de pesquisa

Para a classificação desta pesquisa, utilizou-se a taxionomia proposta por Vergara (2007), que propõe dois critérios: quanto aos fins e quanto aos meios.

Assim, este trabalho de pesquisa classifica-se, quanto aos fins, como pesquisa descritiva, porque busca identificar, obter informações e descrever a conduta econômica, social e ambiental de micro e pequenas empresas do setor de confecções. “A pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou fenômeno.” (VERGARA, 2007, p. 47).

Quanto aos meios, trata-se de pesquisa de campo, porque a investigação ocorreu em situação real, através da aplicação do questionário, nos locais que dispõem dos elementos para explicar o fenômeno estudado.

Em relação à forma de abordagem do problema, este trabalho se classifica como quantitativo, uma vez que os dados coletados em forma de questionário foram submetidos à análise estatística para resolução do problema de pesquisa.

4.2 Universo e amostra

O universo do estudo é formado por MPEs da indústria de confecção de Fortaleza, justificando-se sua escolha pelo fato de os pequenos empreendimentos de confecção apresentarem uma participação bastante significativa para a economia do Brasil e em especial do Ceará, conforme informação contida em um relatório desenvolvido pela Agência Brasileira

de Desenvolvimento Industrial e pela UNICAMP (ABDI; UNICAMP, 2008). Além disso, a revisão bibliográfica indicou que o Ceará é considerado o maior polo de confecção do Nordeste, sendo portanto a contribuição desse estado de grande relevância para a produção do Brasil.

A amostra da pesquisa de campo é assim constituída por 27 micro e pequenas empresas de Fortaleza, que atuam no setor de confecção e são atendidas por uma das agências do Banco do Brasil, cujo foco é voltado essencialmente para o relacionamento com empresas deste porte.

A escolha da amostra foi realizada de forma aleatória, através de sorteio, no qual cada membro da população formada por MPEs de confecção da agência na qual o estudo se realizou teve uma oportunidade de ser escolhido. O número de 27 empresas a serem entrevistadas representou de maneira satisfatória a lista de empresas disponibilizada pela agência, que totalizava 31 empresas.

Um estudo sobre financiamento nas MPEs desenvolvido pelo SEBRAE (2012) evidencia que ainda é limitado o número de pequenos empreendimentos que têm acesso ao crédito bancário. Portanto, a amostra desta pesquisa, diante do relacionamento consistente que apresentam com o Banco do Brasil, considerando-se tanto a perspectiva temporal quanto do volume de operações transacionados, é considerada bastante qualificada. Acrescenta-se ainda o fato de serem empresas devidamente estruturadas e que apresentam potencial de crescimento.

A escolha do Banco do Brasil para a aplicação dos questionários se deu de forma intencional, uma vez que esta instituição financeira, conforme informações contidas em seu sítio oficial, é o maior parceiro do segmento de micro e pequenas empresas, mantendo relacionamento com mais de 2,2 milhões de empresas deste porte. O Banco está inclusive investindo na abertura de agências voltadas para o atendimento especializado das MPEs.

Ressalta-se ainda que a escolha da agência na qual os respondentes foram selecionados foi motivada por dois critérios principais. O primeiro envolve a acessibilidade, uma vez que a pesquisadora desta monografia já foi estagiária da referida agência e o segundo relaciona-se ao fato de a agência escolhida ser uma das três do Banco do Brasil em Fortaleza

cujo atendimento é mais fortemente orientado para o relacionamento com empresas de pequeno porte.

A classificação do porte das empresas consideradas neste estudo é baseada no critério utilizado Receita Federal, que se baseia na receita bruta auferida pelas empresas e foi estabelecido pela lei complementar 123/2006, conhecida como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa. Segundo essa Lei, as microempresas são aquelas que possuem uma receita bruta anual de R\$ 60 mil a R\$ 360 mil. Já as pequenas empresas devem ter um faturamento entre R\$ 360 mil e R\$ 3,6 milhões.

4.3 Seleção dos sujeitos

O critério definido para selecionar os sujeitos que compõem esta investigação, objetivando a qualidade das informações a partir das quais foi possível elaborar a análise e chegar a compreensão mais ampla do problema delineado foi o cargo/função. Optou-se assim pelos respondentes que fossem dirigentes das empresas e/ou por empregados que participassem diretamente das decisões estratégicas da empresa, fato comum quando se trata de negócios de pequeno porte.

Assim, cada empresa disponibilizou um respondente, totalizando 27 respondentes. Quando o respondente se tratava de funcionário, eles buscaram, sempre que necessário, informações com o (s) dirigente (s) da empresa, qualificando ainda mais a informação.

4.4 Coleta de dados

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário (ANEXO A), com base no modelo utilizado por Pimentel, Reinaldo e Oliveira (2010) e modificado para envolver questões que fossem mais ajustadas a micro e pequenas empresas do setor de confecções. Nas dimensões econômica, social e ambiental realizou-se basicamente a exclusão e adequação de algumas variáveis consideradas inadequadas para o porte de empresa que se deseja avaliar nesta pesquisa, a fim de garantir melhor coesão do questionário.

Assim, o instrumento de coleta de dados é dividido em dois blocos principais. O

primeiro contém questões que buscam estabelecer o perfil da empresa e abrange a razão social da empresa, endereço, tempo de atividade no mercado, número de empregados, nome do entrevistado, tempo do entrevistado no cargo, público-alvo da empresa, tipo de confecções que fabrica e faturamento bruto anual.

O segundo bloco está estruturado sobre três constructos: dimensão econômica; dimensão social e dimensão ambiental da sustentabilidade empresarial na organização. Ressalta-se que os questionários entregues/enviados para as empresas não apresentavam essas três dimensões destacadas, para que as respostas dos pesquisados não sofressem qualquer tipo de indução. Esse segundo bloco é composto de 20 variáveis de frequência com uma escala de Likert de cinco pontos – nunca (1), raramente (2), às vezes (3), frequentemente (4) e sempre (5). A dimensão econômica abrange 7 variáveis, a social 6 e a ambiental 7, garantindo assim o balanceamento das questões tratadas no instrumento de coleta.

Collis e Hussey (2005) destacam que a vantagem de utilização desse método é a possibilidade de expor variadas afirmações numa lista que não ocupa muito espaço, além de facilitar o preenchimento por parte do respondente e a codificação por parte do pesquisador.

Após a seleção das empresas que iriam compor a amostra foi realizado contato por telefone com os dirigentes de cada uma das empresas a serem pesquisadas, explicando os objetivos do estudo, convidando a empresa para participar da pesquisa e delimitando a forma mais conveniente para a empresa preencher o questionário, pessoalmente ou via e-mail.

Num segundo momento foram entregues pessoalmente pela autora desta monografia os questionários aos respondentes, que o preenchiam na presença da pesquisadora. Foram enviados também os questionários para os dirigentes das empresas que desejaram receber o questionário por meio eletrônico. Dessa maneira, foram entregues 11 questionários pessoalmente e os 16 restantes foram enviados via e-mail. O processo de contato e visita às empresas ocorreu no mês de novembro de 2013.

4.5 Tratamento e Análise dos dados

Para o tratamento e análise dos dados, foi necessário codificar as questões

fechadas, digitar os dados e reuni-los em forma de tabelas no *software* Excel, visando a melhor visualização e manipulação. Após a consolidação da planilha, foram extraídos, inicialmente, os dados descritivos para caracterização da amostra.

Em seguida, calculou-se o coeficiente *Alpha de Cronbach* para verificação da confiabilidade dos constructos (dimensão econômica, dimensão social e dimensão ambiental) da pesquisa. As médias e desvios-padrão de cada uma das variáveis abordadas nos três constructos que compõem a segunda parte do questionário também foram extraídos.

Além disso, calculou-se a média e o desvio-padrão geral de cada construto, com base nas informações das variáveis pelas quais são constituídos. Assim, foram analisadas a presença de cada uma das variáveis descritas no questionário, bem como do conjunto de práticas que compõem cada uma das dimensões da sustentabilidade empresarial.

Em virtude da aplicação da escala de Likert de cinco pontos, utilizou-se as recomendações propostas por Costa e Oliveira (2009), segundo os quais valores de média até 3 são considerados baixos, de 3 a 4 são intermediários, e de 4 a 5 são elevados, enquanto que para os desvios-padrão, valores até 0,8 são baixos, de 0,8 a 1,0 são médios, e acima de 1,0 são elevados.

5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta seção inicia-se com uma breve apresentação do perfil do conjunto de empresas estudadas. Em seguida, expõe o cálculo do coeficiente *alpha*, que mensura a confiabilidade da coerência interna dos constructos do questionário. Por fim, expõe a avaliação das condutas econômica, social e ambiental, individualmente e em conjunto, das MPEs de confecção pesquisadas, mediante as estatísticas extraídas dos dados obtidos no instrumento de coleta, com o intuito de cobrir os objetivos geral e específicos propostos no início deste trabalho.

5.1 Perfil geral das empresas pesquisadas

A amostra pesquisada é constituída por 27 MPEs que atuam no setor de confecção de Fortaleza e são atendidas por uma das agências do Banco do Brasil. A tabela 5 mostra o perfil dessas empresas no que se refere faturamento, que foi um dos critérios definidos para a seleção das empresas pesquisadas.

Tabela 5 – Classificação da amostra por faturamento

Receita bruta anual	Quantidade de empresas	%
De 0 a R\$ 240.000,00	3	11
De R\$ 240.000,00 a R\$ 360.000,00	7	26
De R\$ 360.000,00 a R\$ 1 milhão	4	15
De R\$ 1 milhão a R\$ 2,4 milhões	5	18
De R\$ 2,4 milhões a R\$ 3,6 milhões	8	30
TOTAL	27	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, conforme a classificação utilizada pela Receita Federal, cujas bases já foram expostas na metodologia desta pesquisa, dentre as empresas pesquisadas, 10 classificam-se com microempresa e 17 como pequena empresa.

A tabela 6 mostra o perfil das empresas no que se refere ao número de empregados. Essa segmentação se baseou no critério proposto pelo SEBRAE para classificação do porte das empresas que atuam no setor da indústria.

Tabela 6 – Classificação da amostra por número de empregados

Nº de Funcionários	Quantidade de empresas	%
De 0 a 19 pessoas ocupadas	8	30
De 20 a 99 pessoas ocupadas	18	66
De 100 a 499 pessoas ocupadas	1	4
TOTAL	27	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação ao principal público-alvo que as 27 empresas de confecção pesquisadas atendem, pode-se observar a seguinte segmentação, conforme tabela 7.

Tabela 7 – Classificação da amostra por público-alvo

Público-alvo	Número de empresas	%
Adulto masculino	3	11
Adulto feminino	17	63
Unisex	6	22
Infantil	1	4
TOTAL	27	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Nenhuma das empresas tem foco, portanto, no atendimento do público infante juvenil, gestantes e recém-nascidos. Destaca-se o grande número de empresas orientadas para o atendimento do público adulto feminino. Esse fato é ressaltado por Costa e Rocha (2009) que destacam que o segmento adulto feminino exerce predomínio no mercado brasileiro.

Em relação ao tempo de atividade das MPEs pesquisadas, pode-se observar a seguinte distribuição, conforme apresentado na tabela 8.

Tabela 8 – Classificação da amostra por tempo de atividade

Tempo de atividade	Número de empresas
0 – 10 anos	14
11- 20 anos	7
21-30 anos	4
Mais de 30 anos	2

Fonte: Dados da pesquisa.

No que diz respeito ao mercado de atuação, constatou-se que 19 apresentam

apenas atuação local e as outras 8 indicaram ter atuação a nível nacional, existindo assim a possibilidade de vender seus produtos para outros estados do Brasil.

O tipo de confecção que essas empresas produzem é bastante variado e pode ser visualizado na tabela 9. Importante ressaltar que, a grande maioria das empresas pesquisadas produz mais de um tipo de confecção, visando assim atender as demandas diversas de seus clientes.

Tabela 9 – Tipos de confecção produzidos pelas empresas da amostra

Tipos de confecção	Quantidade de empresas
Calças	13
Bermudas/Shorts	11
Roupa de couro	1
Jardineira	4
Jaquetas	4
Vestidos	15
Camisas	10
Blusas/T-shirts	15
Saias	12
Linha noite	5
Roupa íntima	4
Linha praia	2
Roupa para esporte	1
Uniformes	2
Acessórios	2

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, pode-se ter uma visão abrangente do perfil das empresas que participaram da pesquisa. Nos tópicos abaixo serão evidenciadas as estatísticas extraídas dos dados dos questionários aplicados.

5.2 Confiabilidade dos constructos

A confiabilidade da coerência interna dos constructos foi analisada a partir do cálculo do coeficiente *alfa de Cronbach.*, cujos valores podem variar de 0 a 1. Conforme Hair Junior *et al.* (2005), um *alfa* de 0,7 é considerado como o mínimo pelos pesquisadores. O

autor ressalta ainda que valores que variam entre 0,7 e 0,8 evidenciam boa intensidade de associação, entretanto dependendo dos objetivos da pesquisa, coeficientes mais baixos (a partir de 0,6) podem ser aceitáveis. Os valores encontrados para cada um dos constructos da pesquisa são apresentados na tabela 10.

Tabela 10 – Coeficiente *alpha de Cronbach* dos constructos

Constructo	<i>alpha</i>
Dimensão econômica	0,75
Dimensão social	0,71
Dimensão ambiental	0,78

Fonte: Dados da pesquisa.

Portanto, todos os valores encontrados do índice *alpha de Cronbach*, são considerados aceitáveis, embora sugira-se revisão do instrumento de coleta utilizado na busca de valores de *alpha* superiores a 9, para os quais a confiabilidade do questionário seria considerada excelente.

Em função dos resultados da confiabilidade extraída, decidiu-se pela utilização das variáveis que constituem cada um dos constructos analisados para gerar uma medida geral de cada uma das dimensões da sustentabilidade empresarial.

5.3 Condutas econômicas

A avaliação da conduta econômica das empresas pesquisadas foi realizada com base na extração da média e do desvio-padrão de cada uma das variáveis que formam o constructo econômico da sustentabilidade empresarial, bem como através do cálculo da média e do desvio-padrão da dimensão econômica, conforme se pode observar na tabela 11.

A análise dos dados apresentados, permite inferir que, conforme a classificação proposta por Costa e Oliveira (2009), as médias das variáveis do construto ‘Dimensão Econômica’ variaram entre intermediária e alta (3,78 a 4,63). Já os desvios-padrão variaram entre baixo e intermediário (0,63 a 0,96). Já a média geral obtida para o constructo foi alta (4,16) e desvio-padrão médio (0,83). Isso demonstra uma preocupação comum dos gestores das empresas pesquisadas na busca de um melhor desempenho econômico e uma elevada frequência na adoção de condutas que garantam a sustentabilidade econômica de suas

empresas.

Tabela 11 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo econômicos

VARIÁVEIS	Média	Desvio-padrão
Meu negócio tem gerado o retorno financeiro necessário para se manter.	4,63	0,63
Faço o reinvestimento necessário na empresa para que ela cresça.	4,37	0,79
O número de clientes do meu produto aumentou nos últimos anos.	4,26	0,76
Minhas vendas aumentaram nos últimos anos.	4,19	0,68
Identifico os riscos do meu setor e me preparo para enfrentá-los.	4,07	0,78
Invisto em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias.	3,81	0,96
Estou reduzindo meus custos através de melhorias no meu processo produtivo.	3,78	0,89
TOTAL	4,16	0,83

Fonte: Dados da pesquisa.

Destaca-se as variáveis 6 (Invisto em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias) e 7 (Estou reduzindo meus custos através de melhorias no meu processo produtivo), que são as que apresentam menores médias e maiores desvios-padrão, evidenciando assim que, apesar do grande preocupação com aspectos econômicos da organização, as empresas pesquisada apresentam nível intermediário na busca por inovação.

Macêdo, Queiróz e Gonzalez Junior (2010) afirmam que as constantes mudanças que ocorrem no ambiente externo têm exigido, cada vez mais, a busca pelo conhecimento das ferramentas de controle financeiro por parte dos gestores de MPEs. Os autores ressaltam ainda que é crescente o número de pequenos negócios que realizam controle financeiro e se preocupam com o fluxo de caixa de suas empresas.

Esse fator tem sido decisivo para o aumento do índice de sobrevivência das MPEs. Dados do estudo Sobrevivência das Empresas no Brasil, divulgado pelo SEBRAE (2013), aponta que a taxa de sobrevivência de MPEs com até 2 anos de atividade, que era de 73,6% para empresas constituídas em 2005 passou para 75,6% para empresas constituídas em 2007. Nesse ano o setor que apresentou maior índice de sobrevivência foi o da indústria (79,9%), seguido por comércio (77,7%), construção (72,5%) e serviços (70,5%).

Tachizawa (2008) destaca que a eficiente gestão econômico-financeira das

empresas propicia a otimização dos investimentos em gestão ambiental e social.

5.4 Condutas sociais

A avaliação da conduta social das empresas pesquisadas foi realizada com base na extração da média e do desvio-padrão de cada uma das variáveis que formam o constructo social da sustentabilidade empresarial, bem como através do cálculo da média e do desvio-padrão do constructo social, conforme se pode observar na tabela 12 a seguir.

Tabela 12 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo sociais

VARIÁVEIS	Média	Desvio-padrão
Em relação aos funcionários, cumpro todas as nossas obrigações trabalhistas.	4,70	0,54
A remuneração paga aos funcionários é justa e proporcional a contribuição destes pra o desenvolvimento da minha empresa.	4,56	0,64
As condições de saúde e segurança no trabalho são adequadas.	4,33	0,78
Funcionários em cargos equivalentes recebem a mesma remuneração.	3,96	1,02
Ofereço benefícios aos funcionários além do que é determinado pela lei.	3,70	1,14
Minha empresa participa de projetos sociais e/ou promove melhorias na comunidade em que está inserida.	2,74	1,35
TOTAL	4,00	1,15

Fonte: Dados da pesquisa.

Esse constructo se caracteriza portanto, conforme a classificação proposta por Costa e Oliveira (2009), por médias que variam de intermediária a alta (3,70 a 4,70) e desvios-padrão que variam de baixo a alto (0,54 a 1,14), com exceção da variável 6 (Minha empresa promove melhorias na comunidade em que está inserida) que apresenta média baixa (2,74) e desvio-padrão alto (1,35).

Isto demonstra que as empresas apresentam maior preocupação com seus funcionários e não buscam, na maioria das vezes, promover o desenvolvimento da comunidade na qual estão inseridas. Há portanto uma maior atenção ao ambiente social interno e pouca ao externo.

Ressalta-se ainda as variáveis 1 (Em relação aos funcionários, cumpro todas as

nossas obrigações trabalhistas) e a variável 2 (A remuneração paga aos funcionários é justa e proporcional a contribuição destes pra o desenvolvimento da minha empresa) que apresentam médias altas e desvios-padrão baixos.

Esse cenário pode ser explicado pela pressão das exigências trabalhistas, pela necessidade de reter a mão de obra especializada do setor e por os empreendedores julgarem que a participação em projetos sociais pode decorrer em altos custos para suas empresas, além de não perceberem qualquer agregação de valor para a organização (PIMENTEL; REINALDO; OLIVEIRA, 2010).

Os valores gerais encontrados para a média (4,00) e desvio-padrão (1,15) da dimensão social são considerados elevados, indicando que mesmo diante do alto nível de adoção de condutas socialmente corretas, esta não é uma prática comum a toda a amostra.

Esse alto nível de adoção pode ser explicado pelo fato de as condutas ligadas a dimensão social da sustentabilidade serem práticas, simples e apresentarem uma boa relação custo-benefício, sendo de fácil implementação em virtude do pequeno porte das empresas e do potencial de flexibilidade (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012).

5.5 Condutas ambientais

A avaliação da conduta ambiental, último constructo, das empresas pesquisadas foi realizada com base na extração da média e do desvio-padrão de cada uma das variáveis que formam a dimensão ambiental da sustentabilidade empresarial, bem como através do cálculo da média e do desvio-padrão do constructo ambiental, conforme se pode observar na tabela 13 a seguir.

As variáveis do constructo ' Dimensão Ambiental ' apresentam médias que, conforme a classificação proposta por Costa e Oliveira (2009), variam entre baixa e intermediária (2,74 a 3,93) e desvios-padrão altos (acima de 1).

Esse fato evidencia que as empresas do setor de confecção de Fortaleza não adotam com frequência condutas que levem ao melhor desempenho na dimensão ambiental da

sustentabilidade empresarial e que no setor há grande variação na inserção de práticas ambientalmente corretas na cultura organizacional.

A média geral do construto ambiental é intermediária (3,52) e o desvio padrão é alto (1,31), demonstrando que as empresas encontram dificuldades nos aspectos relacionados à sustentabilidade ambiental empresarial.

Tabela 13 – Médias e desvios-padrão das variáveis e do constructo ambientais

VARIÁVEIS	Média	Desvio-padrão
Adoto práticas para reduzir o consumo de papel na empresa.	3,93	1,24
Procuro reduzir o consumo de energia da empresa.	3,78	1,01
Procuro controlar o consumo de água na empresa.	3,70	1,14
Resíduos gerados na produção são encaminhados para reciclagem ou reutilizados na própria empresa.	3,56	1,45
Ocorre o descarte seguro de resíduos tóxicos como pilhas, cartuchos de tinta e produtos de limpeza.	3,48	1,31
A empresa procura definir políticas de preservação do ambiente.	3,44	1,22
Produtos reciclados são usados no cotidiano da empresa.	2,74	1,53
TOTAL	3,52	1,31

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme a classificação proposta por Tilley e Young (2006), pode-se inferir que a amostra pesquisada está no estágio de ecoeficiência, uma vez que as condutas ambientais são adotadas, em sua maioria, visando os ganhos econômicos.

5.6 Condutas sustentáveis

Após a avaliação de cada uma das condutas componentes da sustentabilidade empresarial, é possível realizar-se a avaliação geral das condutas sustentáveis da amostra pesquisada. Para isto, extraiu-se a média e o desvio padrão a partir dos valores obtidos para os constructos já apresentados, obtendo-se os seguintes valores, conforme exposto na tabela 14.

Os valores obtidos indicam, conforme a classificação proposta por Costa e Oliveira (2009), média com valor intermediário e desvio-padrão com valor alto, evidenciando assim que as empresas avaliadas apresentam um nível intermediário de sustentabilidade

empresarial e que há bastante variação em relação as condutas sustentáveis adotadas.

Tabela 14 – Média e desvio padrão da sustentabilidade empresarial

Média	Desvio-padrão
3,88	1,14

Fonte: Dados da pesquisa.

Assim, conforme ressaltado em um estudo realizado pelo SEBRAE (2012), apesar de as MPEs adotarem, em sua maioria, ações sustentáveis, percebe-se que esses empreendimentos ainda não as têm como uma estratégia de mercado, uma vez que 54% dos empresários entrevistados no referido estudo ainda não identificam claramente as oportunidades de ganhos ligadas à preocupação sustentável.

Assim, foi possível obter-se o nível de adoção de condutas sustentáveis das MPEs de confecção de Fortaleza, em cada uma das dimensões da sustentabilidade e no geral. Destaca-se ainda que o nível intermediário de sustentabilidade empresarial encontrado é influenciado principalmente pelas condutas ambientais das empresas pesquisadas, uma vez que as dimensões econômica e social apresentaram médias elevadas.

A seguir, serão expostas as conclusões obtidas acerca da pesquisa realizada e apresentadas as limitações do estudo e as sugestões para pesquisas futuras.

6 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo geral avaliar as condutas sustentáveis de micro e pequenas empresas do setor de confecção de Fortaleza, verificando em que nível certas práticas são adotadas pelas empresas na busca de uma gestão mais sustentável. A presente pesquisa conseguiu atingir os objetivos propostos, ao determinar o nível de adoção de práticas sustentáveis, considerando a análise isolada e geral das dimensões econômica, social e ambiental.

Em relação aos objetivos específicos que foram traçados, concluiu-se que as empresas estudadas encontram-se em um nível elevado de sustentabilidade econômica, pois já adotam com alta frequência boa parte das condutas relacionadas a esta dimensão, embora esta não seja uma prática comum a todo o grupo.

A amostra demonstrou ainda um nível também considerado alto de sustentabilidade social, porém com menor uniformidade se comparada a análise do desvio-padrão observado na dimensão econômica. Acrescenta-se ainda que as empresas têm uma maior preocupação com as questões sociais internas, que envolvem seus funcionários, do que com aquelas relacionadas à comunidade com a qual interagem.

Já em relação à sustentabilidade ambiental, as empresas se encontram em um nível intermediário. Constatou-se pouca preocupação na adoção de condutas que diminuam os impactos ambientais, existindo maior atenção para aquelas condutas que além de favorecerem o meio ambiente, podem proporcionar a redução das despesas na empresa.

Em relação ao objetivo geral estabelecido, constatou-se que amostra se encontra em um nível intermediário de sustentabilidade empresarial e apresenta condutas mais orientadas para a sustentabilidade econômica, do que para a social e ambiental, confirmando assim a hipótese apresentada no início desta pesquisa.

A pesquisa contribuiu com a expansão do conhecimento acerca de condutas sustentáveis no âmbito dos negócios de pequeno porte, sendo possível estabelecer um panorama sobre o nível de sustentabilidade de MPEs do setor de confecção de Fortaleza, que apresenta grande relevância para economia do Brasil e do estado do Ceará.

Ressalta-se que o instrumento de coleta utilizado pode ser considerado como uma limitação desta pesquisa, uma vez que representa a opinião dos dirigentes das organizações estudadas, os quais tendem a ser menos rigorosos na autoavaliação das empresas nas quais atuam.

Sugere-se então que em estudos futuros sejam entrevistados também empregados, clientes e fornecedores ou que sejam estabelecidas metodologias capazes de verificar *in loco* as variáveis sustentáveis que o estudo se dispõe a avaliar.

Recomenda-se ainda a realização de estudos que possam identificar as condutas de MPEs de Fortaleza pertencentes a outros setores de atividade. Sugere-se também a possibilidade de utilização dos dados coletados nesta pesquisa para a realização de uma análise em separado das condutas sustentáveis das microempresas e das pequenas empresas, com a possibilidade de comparação dos resultados obtidos e verificação da existência de diferenças.

REFERÊNCIAS

- ABDI. **Estudo prospectivo setorial: têxtil e confecção**. Série Cadernos da Indústria ABDI, v. XVIII. Brasília: ABDI, 2010.
- _____.; UNICAMP. **Relatório de acompanhamento setorial: têxtil e confecção**. v. I, 2008.
- ALMEIDA, Fernando. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- BARBIERI, J.; CAJAZEIRA, J. **Responsabilidade social empresarial: da teoria à prática**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- BERTOLINO, M. **Sistemas de gestão ambiental na indústria alimentícia**. Porto Alegre: Artmed, 2012.
- BURSZTYN, M.; PERSEGONA, M. **A grande transformação ambiental: uma cronologia da dialética homem-natureza**. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.
- CIEGIS, R.; RAMANAUSKIENE, J.; MARTINKUS, B. **The concept of sustainable development and its use for sustainability scenarios**. Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics, 2009.
- CIN; FIEC. **Estudo setorial: confecção**. 2013. Disponível em <http://www.fiec.org.br/portaltv2/sites/cin/files/files/setorial_confeccao-1307.pdf>. Acesso em: 18 set. 2013.
- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. ed. Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- COSTA, A; ROCHA, C. **Panorama da cadeia produtiva têxtil e de confecções e a questão da inovação**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 29, p. 159-202, mar. 2009.
- COSTA, F.; OLIVEIRA, L. Uma análise do interesse de estudantes de cursos de administração pela área de produção e operações. In: XII Simpósio de Administração da Operação, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV, 2009.
- CUNHA, Miguel. *et al.* **Estratégia Oceano Verde**. 1. ed. Portugal: Texto, 2011.
- DALMORO, M. A visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas. **Revista Gestão Organizacional**. v. 2, n. 2, p. 87-104, Jan./Jun. 2009.
- DESAI, N. Johannesburg and beyond making sustainable development a global reality. In: UN – United Nations. **Global challenge global opportunity: trends in sustainable development**. Johannesburg: United Nations, 2002. Disponível em <http://www.un.org/esa/sustdev/publications/critical_trends_report_2002.pdf>. Acesso em: 04 set. 2013.

DIEESE. **Setor de confecção no nordeste**. 2006. Disponível em: <<http://projetos.dieese.org.br/projetos/CEAS/estudoCaso3SetorConfeccaoNE.pdf>>. Acesso em: 21 ago. 2013.

DINIZ FILHO, A. **Panorama do setor têxtil e de confecções**. ABIT. Brasília, 2011. Disponível em: <http://abit.org.br/abitonline/2011/06_07/apresentacao.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2013.

FRIEND, G. **O segredo das empresas sustentáveis: a vantagem das estratégias 'verdes'**. Centro Atlântico, 2009.

FUJIHARA, M.; LOPES, F. **Sustentabilidade e mudanças climáticas: guia para o amanhã**. São Paulo: Terra das Artes Editora e Editora Senac São Paulo, 2009.

GONÇALVEZ, D.; LOSILLA, M. Controladoria empresarial: gestão financeira em micro e pequenas empresas. **Revista Hórus**. v. 5, n.2, abr-jun 2011.

GORINI, A. **Panorama do setor têxtil no Brasil e no mundo: reestruturação e perspectivas**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 12, p. 17-50, set. 2000.

GUARNIERI, P. **Logística reversa: em busca do equilíbrio econômico e ambiental**. 1. ed. Recife: Clube de Autores, 2011.

HAIR JUNIOR, J. *et al.* **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

IBPT. **Causas do desaparecimento de micro e pequenas empresas**. 2013. Disponível em: <<https://www.ibpt.org.br/img/uploads/novelty/estudo/701/CausasDeDesaparecimentoDasMicrosEPequenasEmpresas.pdf>> Acesso em: 15 ago. 2013.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. Strategic SME Group. **The Global Use of Environmental Management System by Small and Medium Enterprises – Executive Report**. Stocolmo: ISO, 2005. 259p. (ISO/TC207/SC1/).

LEIPZIGER, D. **SA 8000: o guia definitivo para a norma social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MACÊDO, M.; QUEIROZ, L.; GONZALEZ JUNIOR, I. O impacto das ferramentas de controle administrativo na sustentabilidade das micro e pequenas empresas da cidade de cachoeira. **Revista Eletrônica da Faculdade Adventista de Administração do Nordeste**. p. 40-53, 2010.

MAKOWER, J. **A economia verde: descubra os desafios e oportunidade de uma nova era de negócios**. São Paulo: Editora Gente, 2009.

PIMENTEL, T.; REINALDO, H.; OLIVEIRA, L. Empreendedorismo sustentável: uma análise da sustentabilidade empresarial em micro, pequenas e médias empresas industriais atendidas pelo peieX – no nutec. *In*: Simpósio de Administração da Operação, Logística e Operações Internacionais (SIMPOI), 13., 2010, São Paulo. **Anais...**São Paulo: FGV-EAESP, 2010.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SANTOS, L.; FERREIRA, M.; FARIA, E. Gestão Financeira de Curto Prazo: Características, Instrumentos e Práticas Adotadas por Micro e Pequenas Empresas. Piracicaba: **Revista de Administração da UNIMEP**. V.7, n.3. p. 70-92, set/dez 2009. Disponível em <<http://www.regen.com.br/ojs/index.php/regen/article/view/145>>. Acesso em: 10 set 2013.

SAVITZ, A.; WEBER, K. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCHAUN, A. *et al.* **Comunicação e Sustentabilidade: conceitos, contextos e experiências**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

SEBRAE. **Comece certo: indústria da confecção**. São Paulo, 2010.

_____. **Financiamento da sustentabilidade nas micro e pequenas empresas**. 2012.

_____. **O que pensam as micro e pequenas empresas sobre sustentabilidade**. Série estudos e pesquisas. 2012.

_____. **Sobrevivência das empresas no Brasil**. Coleção estudos e pesquisas, jul. 2013.

_____.; INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas: passo a passo**. São Paulo: 2003.

_____.; IPT. **O desempenho das MPEs no setor têxtil-confecção**. 2001. Disponível em <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_setoriais/textil_confeccao.pdf> Acesso em: 14 ago. 2013.

SHRIVASTAVA, P. Ecocentric Management for a Risk Society. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 1, p.118-137, 1995.

SILVA, C. **Desenvolvimento sustentável: um modelo integrado, analítico e adaptativo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

SINDIVESTUÁRIO. **Sindicato dos Vestuários**. Disponível em: <<http://sindivestuario.org.br/dados-economicos-2/>>. Acesso em: 06 nov. 2013.

SOUZA, A. **Gerência financeira para micro e pequenas empresas: um manual simplificado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SOUZA, L. **Decisão de terceirização e as práticas em gestão do fator humano: análise nas grandes indústrias cearenses de confecção**. Dissertação, 2005. (Mestrado Profissional em Administração) – Programa de pós-graduação em Administração, UFC, Fortaleza, 2005a.

SOUZA, L. *et al.* Terceirização Estratégica e a Gestão do Fator Humano em Grandes Indústrias Cearenses de Confecção. *In: ENANPAD*, 29., 2005, Brasília. **Anais...**Rio de Janeiro: ANPAD, 2005b.

TACHIZAWA, T. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TILLEY, F. **Small-Firm Environmental Strategy: The UK Experience**. Durham University Business School, UK. 1999. Disponível em < <http://www.greenleaf-publishing.com/content/pdfs/gmi25till.pdf> >. Acesso em: 22 ago. 2013.

_____.; YOUNG, W. Can businesses move beyond efficiency? The shift toward effectiveness and equity in the corporate sustainability debate. **Business Strategy and the Environment**, v. 6, n. 15, p. 402-415, 2006.

VALLE, C. **Qualidade ambiental: ISO 1400**. 5. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

VERGARA, S. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

VITERBO JUNIOR, E. **Sistema integrado de gestão ambiental: como implementar um sistema de gestão que atenda à norma 14001, a partir de um sistema baseado na norma ISO 9000**. São Paulo: Aquariana, 1998.

ANEXO A

Este questionário tem por objetivo avaliar as condutas sustentáveis de MPEs do setor de confecção de Fortaleza. Todos os dados recolhidos serão tratados com confidencialidade e utilizados apenas para fins acadêmicos. Sua colaboração é muito importante para o êxito desta pesquisa. A primeira parte do questionário é relativa a informações da empresa e a segunda trata das práticas adotadas pela empresa.

PERFIL DA EMPRESA

Nome da empresa: _____

Endereço sede: _____

Tempo de atividade da empresa: _____

Número de empregados da empresa: _____

Nome do entrevistado: _____

Cargo/Função: _____ Tempo na função: _____

Área de atuação da empresa:

Local Estadual Regional Nacional Internacional

Público alvo:

Adulto masculino

Unissex

Adulto feminino

Gestantes

Infantil

Recém-nascidos

Infante juvenil

Outro(s): _____

Tipos de confecção que produz:

Calças

Camisas

Uniformes

Bermudas/shorts

Blusas/T-shirts

Acessórios

Roupas de couro

Linha noite

Paletós

Jardineiras

Roupas íntima

Cama e mesa

Jaquetas

Roupas para esporte

Saias

Vestidos

Linha praia

Outro(s): _____

Faturamento bruto anual:

Entre 0 e R\$ 240.000,00.

Entre R\$ 1 milhão e R\$ 2,4 milhões.

Entre R\$ 240.000,00 e R\$ 360.000,00.

Entre 2,4 milhões e R\$ 3,6 milhões.

Entre R\$ 360.000,00 e R\$ 1 milhão.

Acima de R\$ 3,6 milhões.

Marque apenas **UM** item em cada afirmação, conforme a frequência com que essas condutas estão presentes em sua empresa, sendo:

1 – NUNCA

2 – RARAMENTE

3 – ÀS VEZES

4 – FREQUENTEMENTE

5 – SEMPRE

DIMENSÃO ECONÔMICA						
1	Meu negócio tem gerado o retorno financeiro necessário para se manter.	1	2	3	4	5
2	Minhas vendas aumentaram nos últimos anos.	1	2	3	4	5
3	O número de clientes do meu produto aumentou nos últimos anos.	1	2	3	4	5
4	Faço o reinvestimento necessário na empresa para que ela cresça.	1	2	3	4	5
5	Invisto em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias.	1	2	3	4	5
6	Estou reduzindo meus custos através de melhorias no meu processo produtivo.	1	2	3	4	5
7	Identifico os riscos do meu setor e me preparo para enfrentá-los.	1	2	3	4	5
DIMENSÃO SOCIAL						
8	Em relação aos funcionários, cumpro todas as nossas obrigações trabalhistas.	1	2	3	4	5
9	Ofereço benefícios aos funcionários além do que é determinado pela lei.	1	2	3	4	5
10	A remuneração paga aos funcionários é justa e proporcional a contribuição destes pra o desenvolvimento da minha empresa.	1	2	3	4	5
11	As condições de saúde e segurança no trabalho são adequadas.	1	2	3	4	5
12	Funcionários em cargos equivalentes recebem a mesma remuneração.	1	2	3	4	5
13	Minha empresa participa de projetos sociais e/ou promove melhorias na comunidade em que está inserida.	1	2	3	4	5

DIMENSÃO AMBIENTAL						
14	Procuro reduzir o consumo de energia da empresa.	1	2	3	4	5
15	Resíduos gerados na produção são encaminhados para reciclagem ou reutilizados na própria empresa.	1	2	3	4	5
16	Adoto práticas para reduzir o consumo de papel na empresa.	1	2	3	4	5
17	Produtos reciclados são usados no cotidiano da empresa.	1	2	3	4	5
18	Procuro controlar o consumo de água na empresa.	1	2	3	4	5
19	Ocorre o descarte seguro de resíduos tóxicos como pilhas, cartuchos de tinta e produtos de limpeza.	1	2	3	4	5
20	A empresa procura definir políticas de preservação do ambiente.	1	2	3	4	5