

**AÇÕES SOCIOAMBIENTAIS PRATICADAS PELA INDÚSTRIA CALÇADISTA
DO RIO GRANDE DO SUL**

***SOCIO-ENVIRONMENTAL ACTIONS PRACTICED BY the FOOTWEAR INDUSTRY
IN RIO GRANDE DO SUL***

***ACCIONES SOCIOAMBIENTALES PRACTICADAS POR LA INDUSTRIA CALZADISTA
DEL RÍO GRANDE DEL SUR***

Nathally Karine Meyer

Graduada em Gestão de Recursos Humanos pelo Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas -
Universidade Feevale

Endereço: Câmpus II, ERS-239, n. 2755, CEP: 93525-075. Novo Hamburgo, RS, Brasil

Telefone: (51) 3586-8800

E-mail: meyer.nathally@gmail.com

Cristiane Froehlich

Doutora em Administração e Mestre em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos
(UNISINOS)

Docente e Pesquisadora no Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas - Universidade Feevale

Endereço: Câmpus II, ERS-239, n. 2755, CEP: 93525-075. Novo Hamburgo, RS, Brasil

Fone: (51) 3586-8800

E-mail: cfroehlich@feevale.br

Artigo recebido em 12/03/2018. Revisado por pares em 29/06/2018. Reformulado em 26/07/2018.
Recomendado para publicação em 18/07/2018. Publicado em 01/08/2018. Avaliado pelo Sistema
double blind review.



RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo verificar as ações socioambientais praticadas por empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana no Rio Grande do Sul. A pesquisa classifica-se em descritiva, levantamento (*survey*), quantitativa e qualitativa. A coleta de dados foi realizada por meio de questionário, com 25 respondentes, sendo caracterizada uma amostra não probabilística. Os principais resultados demonstram que 48% das empresas respondentes praticam ações socioambientais, enquanto 48% planejam uma futura implantação. Vale ressaltar que todas as empresas realizam a destinação correta dos resíduos sólidos gerados e 84% reaproveitam a matéria prima.

Palavras-chave: Desenvolvimento Sustentável; Sustentabilidade; Socioambiental; Indústria Calçadista; Estratégia.

ABSTRACT

This research aims to verify the social and environmental actions practiced by footwear industry companies located in Vale dos Sinos and Paranhana in Rio Grande do Sul. The research classifies ranks itself in descriptive, survey, quantitative and qualitative. The data collection was made through questionnaires, with 25 respondents, being characterized a non-probabilistic sample. The main results show that 48% of the respondent companies practice socio-environmental actions, while 48% plan a future deployment. It is worth mentioning that all companies carry out the correct allocation of the solid waste generated and 84% reuse the raw material.

Keywords: Sustainable development; Sustainability; Socioambiental; Footwear Industry; Strategy.

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo verificar las acciones socioambientales practicadas por empresas de la industria calzadista situadas en los valles del Sinos y Paranhana en Rio Grande do Sul. La encuesta se clasifica en descriptiva, levantamiento, cuantitativa y cualitativa. La recolección de datos fue realizada por medio de un cuestionario, con 25 respondedores, siendo caracterizada una muestra no probabilística. Los principales resultados demuestran que el 48% de las empresas encuestadas practican acciones socioambientales, mientras que el 48% planea una futura implantación. Es importante resaltar que todas las empresas realizan la destinación correcta de los residuos sólidos generados y el 84% reaprovechan la materia prima.

Palabras-clave: Desenvolvimiento sustentable; Sostenibilidad; Socioambiental; Industria del calzado; Estrategia.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento sustentável busca uma maneira de minimizar e até mesmo cessar os problemas ambientais e sociais do planeta baseado em três pilares, econômico, social e ambiental. Algumas décadas atrás, o objetivo principal de uma empresa era gerar lucros para seus donos, atualmente, as organizações passaram a assumir uma postura voltada para a sustentabilidade, focando não apenas o lucro de seus produtos ou serviços, mas também os impactos ambientais e sociais causados por eles. Desse modo, as questões ambientais e sociais estão ganhando destaque na contemporaneidade, surgindo assim à necessidade de uma sociedade cada vez mais sustentável (PHILOMENA, 1997).

Pode-se dizer que o tema sustentabilidade é considerado um novo paradigma que visa integrar o crescimento econômico, a preservação do meio ambiente e a equidade social com foco no desenvolvimento sustentável em longo prazo (BARBIERI et al., 2010). Contudo, as críticas em relação aos conceitos e as dificuldades para colocar em prática os pilares da sustentabilidade despertam o interesse de pesquisadores e gestores em compreender a operacionalização desses conceitos. Desse modo, o estudo da sustentabilidade é relevante e está na pauta dos governos que participam de comissões globais para refletir e definir metas e diretrizes (FROEHLICH, 2014; FROEHLICH; BITENCOURT, 2015).

No cenário atual, é importante que as pessoas adquiram e construam conhecimentos com relação à sustentabilidade socioambiental, uma vez que, o meio ambiente e as pessoas que nele habitam são os bens mais preciosos do planeta, e é dever de todos a prática de ações que diminuam ou anulem os impactos causados na natureza e na sociedade.

O Brasil é considerado o terceiro maior produtor mundial de calçados. No ano de 2015 foram produzidos 944 milhões de pares no Brasil. O Rio Grande do Sul se destaca como o estado que concentra o maior número de empregos (33,6%) e de empresas (35,1%) do setor calçadista do Brasil (ABICALÇADOS, 2016). A aglomeração coureiro-calçadista situada nos Vales do Sinos e Paranhana, na unidade federativa do Rio Grande do Sul, é considerada uma das mais antigas e organizadas do Brasil (CALANDRO; CAMPOS, 2013). Por esse motivo, o presente estudo traz como delimitação as indústrias calçadistas localizadas nos Vales do Sinos e Paranhana.

Vale ressaltar que os problemas de sustentabilidade relacionados à indústria calçadista estão diretamente ligados à produção de sua matéria prima, ao descarte de resíduos e até mesmo do próprio produto (VIEGAS, 1998; JACQUES, 2015). Devido à importância da indústria calçadista no cenário econômico e dos impactos que a produção de calçados pode causar ao meio ambiente e para sociedade o artigo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Quais são as ações socioambientais praticadas por empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana? O principal objetivo do artigo é verificar as ações socioambientais praticadas por empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana.

As contribuições do estudo relacionam-se com a apresentação das ações socioambientais de sustentabilidade praticadas pelas empresas calçadistas. Ainda, o estudo mostra a relevância do tema sustentabilidade para a indústria calçadista alvo da pesquisa.

A seguir, apresenta-se o embasamento teórico deste estudo, que aborda sobre a sustentabilidade no setor calçadista, desenvolvimento sustentável e sustentabilidade organizacional, e sustentabilidade socioambiental. Em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos, a análise dos resultados e, por fim as considerações finais.

2 SUSTENTABILIDADE NO SETOR CALÇADISTA

O calçado atende uma necessidade considerada básica para a saúde dos indivíduos, possuindo um grau de complexidade com relação ao seu projeto, manufatura, distribuição, uso, descarte e/ou logística reversa. De acordo com Jacques (2011) o Brasil e a China estão entre os maiores produtores, exportadores e consumidores de calçados, no entanto, a maior parte dos calçados produzidos pela China é desenvolvida por empresas americanas que apenas deslocam sua manufatura para outros países.

Viegas (1998) e Jacques (2011) afirmam que os problemas ambientais relacionados às indústrias da cadeia calçadista, estão diretamente ligados à produção da matéria-prima e ao descarte final do produto. Existe uma gama de produtos para a fabricação de calçados, onde o couro, a borracha, materiais sintéticos e tecidos ganham certo destaque. Muitos desses materiais possuem processos produtivos e de transformação bastante prejudiciais ao meio ambiente oferecendo riscos à saúde humana e ambiental (JACQUES, 2011).

No plano da gestão ambiental, outro problema é o volume de resíduos derivados da atividade produtiva de tais matérias-primas, o que causa alto índice de perdas no processo produtivo. Algumas empresas desse setor ainda possuem dificuldades de reaproveitamento e descarte correto desses materiais, tornando a prática de deposição irregular de resíduos comum em algumas organizações (VIEGAS, 1998). O tratamento do couro demonstra um potencial poluidor significativo na geração de resíduos, uma vez que o processamento de uma tonelada de pele salgada gera de 200 a 250 Kg de couro acabado, equivalente a 22,5% de rendimento médio de processo, gerando cerca de 600 kg de resíduos sólidos (ALVES; BARBOSA, 2013).

A indústria calçadista vem buscando reduzir os impactos ambientais relacionados à sua atividade produtiva, neste sentido, a produção dos calçados em algumas empresas é pautada nos princípios da gestão ambiental, focando em cuidados com a captação, acondicionamento, transporte, coleta, tratamento e disposição final de resíduos (BAARS et al., 2008).

As empresas do setor coureiro calçadista, em especial as fabricantes de calçados de couro, que trabalham ou pretendem trabalhar com o mercado externo, devem adotar estratégias de sustentabilidade socioambiental, pois são diretamente afetadas pelos programas de rotulagens ambientais implementados por países desenvolvidos (PLENTZ; TOCCHETTO, 2014).

De acordo com Cintra (2012) o conceito de sustentabilidade não chegou por completo na indústria calçadista, percebe-se a predominância de ações ambientais, muitas delas obrigatórias, por força da Lei. Segundo a autora, faltam ações mais efetivas, principalmente no pilar social, para ser considerado um conjunto para a economia sustentável.

Para colocar seus produtos no mercado externo e ampliar os seus negócios, muitas empresas da indústria calçadista utilizam da responsabilidade social, assim como da ambiental para agregar valor à marca e receberem certificação de qualidade com reconhecimento internacional (FREITAS, 2002).

No que diz respeito à sustentabilidade social, o setor calçadista possui algumas características que o distinguem na discussão do tema, pois trata-se de um segmento industrial cuja a estrutura de produção está fundada em bases próprias da manufatura e

artesanato. A maioria das empresas deste setor, não reconhece a responsabilidade social como uma obrigação por parte da empresa, mas associam o tema com uma questão moral (BARBOSA et al., 2012).

A Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) juntamente com a Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couros, Calçados e Artefatos (Assintecal), apoiadas pelo Sebrae, lançaram no ano de 2013 o programa Origem Sustentável, o qual surgiu quando as primeiras empresas de calçados e seus componentes foram certificadas por seu alinhamento com quatro pilares: ambiental, econômico, social e cultural (ABICALÇADOS, 2016).

A certificação reconhece as empresas brasileiras que incorporaram a sustentabilidade em seu sistema produtivo, seguindo a seguinte escala de premiação: branco, bronze, prata, ouro e diamante. Os níveis branco e bronze são dados mediante a própria declaração da empresa, os níveis subsequentes – prata, ouro e diamante – são reconhecidos após auditorias realizadas pela *System & Service Certification* (SGS) e da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) (ABICALÇADOS, 2016).

O objetivo do programa é que cada vez mais empresas do setor calçadista e seus componentes adquiram um maior engajamento com o tema sustentabilidade, resultando em maiores oportunidades de mercado nacional e internacional. O Selo também pode ser considerado como uma garantia de alinhamento da indústria de componentes e de calçados brasileira com os padrões de sustentabilidade do mercado externo. Atualmente estima-se que, no Brasil, mais de cem empresas da indústria calçadista e seus componentes aderiram ao Selo Origem Sustentável (ABICALÇADOS, 2016).

2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL

Após a revolução industrial a tecnologia vem crescendo e tomando um espaço cada vez maior no mundo, com o aumento populacional ao longo do tempo os seres humanos começaram a utilizar de forma excessiva os recursos naturais disponíveis no planeta sem se preocuparem com o futuro (FERNANDES et al., 2009).

O superpovoamento da Terra é o ponto de partida para a sustentabilidade. Existem

hoje, mais de 7,5 bilhões de pessoas no planeta, estima-se que em 1750, no início da revolução industrial, a população mundial girava em torno de 800 milhões de pessoas, ou seja, cerca de nove vezes menos. A população continua crescendo em um ritmo acelerado, cerca de 75 milhões de pessoas por ano, estima-se que na década de 2020 existirão 8 bilhões de pessoas no planeta e 9 bilhões em 2040 (SACHS, 2017).

A busca do desenvolvimento sustentável está trazendo à tona diversas problemáticas que ao longo dos anos foram deixadas para trás, exigindo uma reavaliação pela sociedade (PHILOMENA, 1997). A atual situação mundial é de uma sociedade consumista, que devora produtos, serviços e tecnologias, gerando cada vez mais o esgotamento dos recursos naturais, colocando em risco a sobrevivência do planeta (HANSEN, 2012). Na contemporaneidade não há espaço para pensamentos que defendem o meio ambiente como objeto cuja principal função é satisfazer de forma inconsequente e desenfreada os desejos dos seres humanos (CARLI, 2012).

O desequilíbrio ambiental é resultado de inúmeras interferências feitas pelos seres humanos na natureza no decorrer dos anos, tal desequilíbrio desencadeou impactos negativos ao capital natural do planeta (REIS et al., 2012). Esse é o motivo que leva Binswanger (2001) a afirmar que, a sustentabilidade perfeita não pode mais ser efetivada, uma vez que, os estragos feitos ao meio ambiente são consideráveis e irreversíveis. Sendo assim, o conceito de sustentabilidade pode servir para aplacar e diminuir o ritmo da destruição dos recursos naturais. A natureza é necessária e indispensável para as vidas da atual e futura geração, nesse sentido, o desenvolvimento sustentável visa qualificar o crescimento e o desenvolvimento econômico mantendo a necessidade de preservação do meio ambiente (BINSWANGER, 2001).

A década de 1980 foi um marco importante para o desenvolvimento sustentável. A Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente, em 1987, publicou o Relatório Brundtland que, entre outras coisas, apresentou o conceito de desenvolvimento sustentável (ALENCASTRO, 2012). Esse conceito tornou-se essencial na atualidade, pois a ideia de desenvolvimento sustentável está centralizada em promover o desenvolvimento econômico para satisfazer as necessidades da atual geração sem prejudicar as gerações futuras (OLIVEIRA; SOUZA-LIMA, 2006).

Após a publicação do Relatório de Brundtland, o desenvolvimento sustentável passou Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.11, n. 1, mai./ago. 2018.

a ser visto como o maior desafio e o principal objetivo das sociedades contemporâneas (VEIGA, 2005). Sachs (2017) afirma que o desenvolvimento sustentável recomenda uma visão holística onde a sociedade aspira objetivos sociais, econômicos e ambientais e, para que os mesmos sejam alcançados, um quarto objetivo terá que vir à tona: a boa governança. No atual contexto, essa boa governança não está apenas ligada aos governos, mas também aos principais intervenientes sociais, incluindo as empresas.

Para que o conceito de desenvolvimento sustentável seja durável, Rufino et al. (2011), acreditam que ele precisa atender alguns requisitos: ser economicamente viável, ecologicamente correto, socialmente justo e culturalmente aceito. De acordo com os autores manter esse modelo equilibrado e trabalhar com o maior número de dimensões da sustentabilidade é o grande desafio das organizações.

A partir da disseminação do conceito de sustentabilidade, muitas empresas passaram a adotar estratégias de negócios que incluem as questões ambientais, adotando ações menos prejudiciais ao meio ambiente e aumentando a sua competitividade no mercado (ABREU; BORGES, 2013).

A globalização possui uma elevada influência relacionada ao interesse pela sustentabilidade organizacional. Por causa da sustentabilidade organizacional as empresas vêm buscando maneiras de reduzir e até mesmo anularem os impactos ambientais causados pelos seus processos produtivos. Além disso, desejam deixar suas práticas transparentes para a sociedade (MUNCK; SOUZA, 2009).

A divulgação das ações e projetos sustentáveis está se tornando essencial na atualidade, pois fortalecem uma visão positiva da empresa perante a sociedade e seus grupos de interesses (PADIA et al., 2013), ou seja, “as empresas devem comprovar que seus produtos e serviços não causam mal aos consumidores nem ao meio ambiente” (STADLER; MAIOLI, 2012, p. 104).

Até meados da década de 1970, uma empresa economicamente saudável, com crescente lucro e patrimônio, mesmo se houvesse dívidas era considerada uma empresa sustentável. Atualmente, a abordagem conhecida como os três “Ps” (*People, Planet and Profit*), apresenta uma nova maneira de configurar a sustentabilidade empresarial, na visão

desta abordagem, uma empresa sustentável deverá ter foco não somente ao quesito lucro, mas também ao desenvolvimento social e a preservação ambiental (MUNCK; MUNCK; SOUZA., 2011). Deste modo, a sustentabilidade é um desafio e uma necessidade de conscientizar a sociedade para que sigam na direção do equilíbrio entre três dimensões: econômica, social e ambiental (BELLEN, 2006; ABREU; BORGES, 2013).

O *people* representa o capital humano de uma sociedade ou empresa, é sua responsabilidade social. Refere-se a aspectos como: adequação a legislação trabalhista, salários justos, bom relacionamento com a sociedade no geral e ambiente de trabalho saudável. O *planet* é o capital natural de uma sociedade ou empresa, que devem aplicar formas que diminuam e compensem seus impactos ambientais negativos. O *profit*, é o resultado econômico positivo, ou seja, o lucro de uma empresa, sem o qual ela não sobrevive (ALENCASTRO, 2012).

Décadas atrás, o objetivo da maioria dos empresários era a criação de negócios prósperos que pudessem passar por várias gerações de sua família, isso era a imagem perfeita de futuro para qualquer empreendimento. Com o passar do tempo, a longevidade das empresas começou a depender cada vez mais da sustentabilidade do planeta e da sociedade. (SANTOS, 2015).

Ser sustentável é o dever de toda empresa, independente do setor em que atuam, diante desse paradigma, as empresas devem elaborar estratégias sustentáveis, divulgar para seu público suas práticas de responsabilidade social corporativa e criar setores, áreas ou até mesmo departamentos responsáveis pela sustentabilidade (AMATO NETO, 2015).

A sociedade está cada vez mais exigente com relação às ações sociais e ambientais praticadas pelas organizações. Neste sentido, na busca por uma imagem positiva perante a sociedade, as empresas devem alinhar a temática sustentabilidade em seu planejamento estratégico, deixando claro em sua missão, visão e valores, elementos que confirmem uma comunicação sustentável da organização perante a comunidade (OLIVEIRA et al., 2015).

Devido a essa exigência da sociedade e a busca pela qualidade de vida no âmbito ambiental e social, a sustentabilidade socioambiental vem ganhando cada vez mais espaço nos contextos acadêmico e empresarial. Promover a sustentabilidade socioambiental é

essencial para o desenvolvimento sustentável (BRASIL, 2009), por esse motivo, na próxima seção apresentam-se conceitos e características da sustentabilidade socioambiental.

2.2 SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A sustentabilidade socioambiental pode ser entendida como um conjunto de práticas ambientais e sociais desenvolvidas pelas empresas visando à busca pela melhoria da qualidade de vida da sociedade (DOMENICO et al., 2015). Identificou-se no decorrer da pesquisa que alguns autores como, Costa e Montenegro (2015), Domênico et al. (2015) e Cohen et al. (2017) utilizam-se do termo responsabilidade socioambiental como sinônimo de sustentabilidade socioambiental.

As empresas socialmente responsáveis são aquelas que possuem uma postura ética perante seus clientes, fornecedores e colaboradores, criando assim, vantagens competitivas (SABONARO et al., 2017). Desse modo, as práticas socioambientais são ótimas contribuintes para a implantação do desenvolvimento sustentável, conservação dos ativos ambientais e a inclusão social (COMINI et al., 2013).

O comportamento positivo das empresas relacionadas a questões éticas, ambientais e sociais, vinculadas aos valores da organização e seu modo de fazer negócios pode ser considerado a sua orientação socioambiental (SOUZA FILHO; BARBIERI, 2015). Ainda que a responsabilidade socioambiental seja considerada uma dimensão da sustentabilidade corporativa, ela tem sido trabalhada por muitas empresas de forma desintegrada, mais recentemente, nota-se que algumas empresas possuem uma cultura forte com relação ao cuidado ambiental e social, e acabam por estruturar setores internos específicos para as práticas de responsabilidade socioambiental, normalmente intitulados de 'sustentabilidade' (COHEN et al., 2016).

A preocupação com a sustentabilidade socioambiental é um tema que demanda atenção por parte das empresas e também por seus grupos de interesses (*stakeholders*). Percebe-se que, quando a empresa não destina atenção suficiente para as questões sociais e ambientais, ela deixa de atingir as expectativas dos grupos de interesse ocasionando, muitas vezes, um ponto fraco de seu negócio (COSTA; MONTENEGRO, 2015).

O consumidor espera das empresas que, além de cumprir seu papel econômico, contribuam para o desenvolvimento sustentável e econômico da sociedade, sendo agentes sociais e ambientais. Esse é um dos motivos que impulsionam as organizações a fazerem além de suas obrigações, visando satisfazer os interesses dos *stakeholders* (FERREIRA; GUERRA, 2012).

A empresa deve possuir uma cultura interna voltada para a responsabilidade social e, é de extrema importância que seus colaboradores façam parte dos processos, sendo incentivados a participarem de ações e projetos sociais (PONTES et al., 2015). De acordo com Melo Neto e Froes (2001) a responsabilidade social gera vantagens para as empresas tais como: a diferenciação perante os concorrentes, a atração e retenção de talentos profissionais, geração de mídia espontânea, segurança patrimonial e dos colaboradores, fidelização de clientes, atração de investidores, deduções fiscais, entre outros.

O pilar ambiental tem a sua importância na sustentabilidade socioambiental. Bánkuti e Bánkuti (2014) abordam algumas ações ambientais, tais como: redução do impacto ambiental negativo de produto (com relação às matérias primas), redução do impacto ambiental negativo do processo (gestão de resíduos: reciclagem e descarte), utilização de recursos naturais menos impactantes em substituição aos insumos químicos (utilização de produtos orgânicos), redução do impacto ambiental negativo pós-consumo (utilização de embalagens recicláveis, conscientização do cliente com a questão ambiental e a maneira correta de descarte do produto e de sua embalagem).

Sobre as ações ambientais que podem ser aplicadas nas empresas Silva et al. (2009) destacam que elas podem envolver o desenvolvimento de produtos que possam ser reciclados, a separação do lixo, o descarte do produto após seu consumo, a adoção de tecnologias limpas, a abordagem dos 4Rs (reduzir, reutilizar, reciclar e recuperar), medidas de economia de energia, água e outros materiais de consumo, a não contaminação de qualquer tipo de ambiente natural, além de programas de reciclagem e reaproveitamento de resíduos. Oliveira (2006) acrescenta ainda a destinação correta dos resíduos sólidos gerados pela empresa.

As empresas que apresentam práticas de sustentabilidade socioambiental alinhadas à estratégia corporativa usufruem de alguns benefícios, tais como: aumento da fidelização dos
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.11, n. 1, mai./ago. 2018.

clientes, valorização da marca, comunicação externa, redução dos custos, além do crescimento de desempenho por parte dos colaboradores (COMINI et al., 2013).

A sustentabilidade socioambiental pode ser considerada um processo progressivo e contínuo de desenvolvimento de competências e responsabilidades sociais e ambientais direcionada a todos os públicos sendo eles trabalhadores, consumidores, empresas, governos, mercado e concorrente, comunidade e o próprio meio ambiente (BRASIL, 2009).

É importante que as empresas tenham preocupação com a sustentabilidade em todo o ciclo de vida de seus produtos, principalmente no processo de desenvolvimento, assim será possível à construção de uma sociedade sustentável que oferece produtos e serviços que não prejudicam o meio ambiente e a própria sociedade (MAGNAGO et al., 2012).

Diante do cenário atual de desigualdades sociais e degradação ambiental, a sustentabilidade socioambiental não pode ser considerada um paradoxo ou tendência passageira, muito pelo contrário, este assunto deve ser tratado com urgência pela sociedade e organizações, é preciso que a mudança parta de cada um, e para isso, o conhecimento e a conscientização ganham grande destaque neste desafio (FERREIRA; GUERRA, 2012).

A seguir são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento dessa pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Método pode ser considerado como o caminho para o alcance de determinado fim. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 24) “é um conjunto de procedimentos adotados com o propósito de atingir o conhecimento”. O método estabelece de modo geral “o que fazer” (BARROS; LEHFELD, 2007).

Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007), o método não pode ser considerado uma certeza de acerto, como uma fórmula ou uma receita que quando aplicada colhe os resultados previstos sem margem de erro. Ou seja, o método científico é um instrumento de trabalho, onde o resultado depende do usuário que o aplica.

Quanto aos seus objetivos o estudo classifica-se como descritiva, pois a pesquisa

observa e analisa os dados sem manipulá-los, procura descobrir a frequência com que o fenômeno ocorre, suas relações, características, natureza, causas e conexões com outros fenômenos (BARROS; LEHFELD, 2007). Uma de suas características é a utilização de técnicas padronizadas para a coleta de dados (GIL, 2002).

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos a pesquisa classifica-se como levantamento (*survey*), pois envolve uma interrogação direta das empresas cujo o comportamento deseja-se entender. Entre as principais vantagens dos levantamentos pode-se citar a quantificação, a economia, a rapidez e o conhecimento direto da realidade (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Quanto à abordagem do problema considera-se uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa, segundo Prodanov e Freitas (2013), é descritiva onde os pesquisadores tendem a analisar cada dado de forma indutiva, onde os focos principais da abordagem são o processo e seu significado. Pode ser considerada como um processo de análise e reflexão da realidade, uma forma de compreender o objeto de estudo e seu contexto histórico (OLIVEIRA, 2011). A pesquisa quantitativa é uma maneira de mensurar os dados obtidos através das informações coletadas (OLIVEIRA, 2011), a análise é realizada normalmente por meio de estatísticas, possui um alto índice de generalização e o pesquisador possui um papel neutro com relação ao objeto de estudo (APPOLINÁRIO, 2006).

O objeto de estudo do presente artigo são as empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana no Rio Grande do Sul. Os instrumentos utilizados para a coleta de dados foram questionário e análise dos sites institucionais. O questionário é considerado um importante instrumento de pesquisa, pois é capaz de fornecer dados reais da amostra pesquisada (OLIVEIRA, 2011).

O questionário foi elaborado com base no referencial teórico. Para melhor entendimento e classificação das perguntas, o mesmo foi dividido em 5 partes distintas, a primeira parte possuía o objetivo de coletar dados referentes às empresas e aos respondentes, ou seja, o perfil. O segundo bloco intitulado 'sustentabilidade organizacional' teve como objetivo verificar a relação da empresa com a temática sustentabilidade de um modo geral. O terceiro bloco intitulado ' pilar ambiental da sustentabilidade' teve como foco verificar as ações ambientais praticadas pelas empresas, o quarto bloco nomeado ' pilar social
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.11, n. 1, mai./ago. 2018.

da sustentabilidade', teve como objetivo verificar a relação e a participação das empresas com ações sociais e por último, o quinto bloco de perguntas, intitulado 'pensando no futuro' teve como objetivo verificar a opinião dos respondentes quanto às ações socioambientais que ainda podem ser implantadas e suas expectativas para o futuro.

Antes da aplicação do questionário, o mesmo foi validado por uma professora doutora pesquisadora do tema do curso de administração de uma Instituição de Ensino Superior situada na Região do Vale do Rio dos Sinos e por uma consultora de sustentabilidade residente no Vale do Paranhana. O questionário foi elaborado na ferramenta *online Google Docs*, e enviado para 45 empresas através de e-mail, entre os dias 1º e 10 de novembro de 2017. Foi criada uma lista com possíveis empresas para aplicação da pesquisa a partir do site da Abicalçados e de empresas conhecidas dos Vales do Sinos e Paranhana. Após a confecção da lista, as autoras entraram em contato via telefone com os profissionais responsáveis pelas áreas de RH/ambiental/sustentabilidade das 45 empresas para solicitar a participação na pesquisa.

No prazo estabelecido de coleta de dados, 25 empresas responderam o questionário totalizando um retorno de 56% de respondentes, caracterizando uma amostra não probabilística por conveniência, uma vez que, os questionários foram enviados para os elementos em que o pesquisador teve acesso (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Os dados coletados por meio do questionário foram tabulados e organizados conforme os respectivos blocos (perfil da empresa e respondentes, sustentabilidade organizacional, pilar ambiental, pilar social, pensando no futuro). Para as perguntas fechadas/objetivas do questionário foi utilizada a análise descritiva e para as perguntas abertas, foi utilizada a análise de conteúdo. A etapa de análise tem como finalidade, atender os objetivos de estudo, confrontar e comparar os dados. A análise e a interpretação dos dados desenvolvem-se através evidências observadas, a partir do referencial teórico, complementados com o posicionamento do pesquisador (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A seguir, apresenta-se a análise dos dados obtidos com a pesquisa realizada nas empresas da indústria calçadista dos Vales do Sinos e Paranhana.

4 ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS

Inicialmente apresentam-se as informações referentes aos perfis das empresas participantes a dos respondentes do questionário. Quanto à localização das empresas respondentes, 80% estão localizadas no Vale do Paranhana enquanto os outros 20% no Vale do Sinos. Quanto à classificação das empresas, 16% classificam-se em micro empresas, 24% pequeno porte, 32% médio porte e 28% grande porte. Quanto ao tempo de existência das empresas, 28% estão no mercado entre 1 e 10 anos, 24% entre 11 e 20 anos, 12% entre 21 e 30 anos, 16% entre 31 e 40 anos, 12% entre 41 e 50 anos e 8% mais de 51 anos.

Quanto às características dos respondentes: 44% são do sexo masculino e 56% do sexo feminino. Quanto à escolaridade, 28% dos respondentes possuem ensino médio completo, 36% ensino superior incompleto, 28% ensino superior completo e 8% são pós graduados. 32% dos respondentes atuam no setor de recursos humanos (RH) da empresa, 32% nos setores administrativos, 16% são técnicos em segurança no trabalho e meio ambiente e 20% proprietários/sócios da empresa. Quanto ao tempo de atuação na empresa, 64% estão entre 1 e 5 anos, 20% entre 6 e 10 anos, 8% entre 11 e 15 anos e 8% entre 16 e 20 anos.

A primeira questão do segundo bloco de perguntas, intitulado sustentabilidade organizacional, tinha como objetivo verificar a relação da empresa com a temática sustentabilidade. As respostas apontaram que: 4% das empresas respondentes nunca tiveram contato com o tema, 48% planejam a implantação de práticas sustentáveis e 48% já possuem práticas sustentáveis implantadas. De acordo com Amato Neto (2015) ser sustentável é dever de toda empresa, independentemente de sua área de atuação, neste sentido, observa-se que menos da metade das empresas pesquisadas possuem práticas sustentáveis implantadas, por outro lado, o mesmo número já está planejando uma futura implantação.

Amato Neto (2015) destaca a importância da temática sustentabilidade, bem como a criação de áreas, setores ou departamentos responsáveis especificamente pelo assunto. Das empresas pesquisadas, apenas 32% possuem uma área/setor próprio de sustentabilidade. Quanto ao tempo de existência do setor, 4 empresas possuem entre 1 e 4 anos, 1 entre 6 e 10 anos, 1 entre 11 e 20 anos, 1 com mais de 20 anos e 1 não soube responder. Nota-se que, das 25 empresas respondentes, 3 possuem a área mais de 10 anos.

A pergunta número três deste bloco questionou os respondentes quanto à importância do setor e o motivo por não terem setor próprio de sustentabilidade. Duas empresas têm o Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.11, n. 1, mai./ago. 2018.

setor/área responsável pela sustentabilidade devido ao descarte de resíduos, outras seis responderam cada uma os seguintes motivos: cumprimento das Leis ambientais, aumento da procura de terceirização, reciclagem e reaproveitamento de materiais, prevenção de passivos ambientais, marketing sustentável e desenvolvimento de projetos internos.

Os motivos citados pelos respondentes por não terem um setor próprio de sustentabilidade foram: empresa com pouco tempo de atuação (12%), possuem assessoria ambiental externa (6%), as práticas dependem de atenção contínua (6%), as práticas foram incorporadas em outros setores da empresa (24%), falta de pessoal qualificado (6%) e a empresa muito pequena (18%). Além disso, 12% estão estudando uma futura implantação, enquanto 18% não possuem interesse em implantar uma área exclusiva para a sustentabilidade.

A questão quatro do segundo bloco de perguntas teve como objetivo verificar a relação da temática sustentabilidade com a missão, visão e valores das empresas respondentes. Verificou-se que 40% delas afirmam possuir a sustentabilidade alinhada à missão, visão e valores, 24% não possuem a temática alinhada e os outros 36% ainda não definiram sua missão, visão e valores.

A exigência da sociedade com relação às ações sociais e ambientais das empresas está cada vez maior. Na busca por uma imagem positiva perante a sociedade, torna-se essencial que as empresas alinhem a temática sustentabilidade em seu planejamento estratégico, deixando claro em sua missão, visão e valores, elementos que confirmem tal relação (Oliveira et al., 2015). Observa-se que a maioria das empresas pesquisadas ainda não apresentam o alinhamento da temática sustentabilidade em sua missão, visão e valores.

Nas questões cinco e seis do segundo bloco de perguntas, utilizou-se a escala de Likert como forma de mensuração da importância da temática sustentabilidade nas empresas. Os respondentes deveriam marcar um número de 1 ao 5, onde 1 correspondia a nenhuma importância e 5 muito importante. As tabelas 1 e 2 apresentam as respostas da importância da sustentabilidade quanto ao planejamento estratégico (Tabela 1) e a produção do calçado (Tabela 2):

Tabela 1 - A importância da sustentabilidade com relação ao planejamento estratégico

Escala de Likert	% de respostas
1 – Sem nenhuma importância	0%
2 – Pouco importante	12%
3 – Nem um e nem outro	52%
4 - Importante	24%
5 – Muito importante	12%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

Percebe-se que apenas 24% e 12% consideram importante e muito importante, respectivamente, a temática sustentabilidade relacionada ao planejamento estratégico da empresa, o que pode ser considerado um ponto negativo. Comini et al. (2013) afirmam que empresas que possuem a sustentabilidade alinhada ao planejamento estratégico, usufruem de alguns benefícios, tais como: aumento da fidelização dos clientes, valorização da marca, redução dos custos, comunicação externa e crescimento do desempenho por parte dos colaboradores.

Tabela 2 - A importância da sustentabilidade com relação à produção do calçado

Escala da Likert	% de respostas
1 – Sem nenhuma importância	0%
2 – Pouco importante	8%
3 – Nem um e nem outro	48%
4 – Importante	24%
5 – Muito importante	20%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

De acordo com Bánkuti e Bánkuti (2014) a sustentabilidade alinhada ao processo produtivo, desde a escolha da matéria prima utilizada, a gestão de resíduos, a embalagem do produto e a conscientização do cliente com as questões ambientais e o devido descarte da embalagem e do produto, trazem ganhos de competitividade com relação à marca e a empresa, além de reduzirem custos. Percebe-se que menos da metade das empresas pesquisadas acreditam que a sustentabilidade seja importante ou muito importante quando relacionada à produção do calçado.

Abreu e Borges (2013), Bánkuti e Bánkuti (2014) e Sabonaro et al. (2017), afirmam que práticas sustentáveis trazem para as empresas vantagens competitivas com relação as concorrentes, a pergunta sete do segundo bloco de questões, teve como objetivo verificar se as empresas conseguem perceber essa vantagem competitiva, 48% das empresas pesquisadas conseguem perceber essas vantagens.

O objetivo da pergunta número oito do segundo bloco de questões era identificar a maneira como percebiam essa vantagem competitiva. As respostas obtidas foram as seguintes: aumento na procura para terceirização (8%), aumento das vendas para grandes redes (8%), valorização da marca (25%) e aumento da busca pelo produto (42%).

O consumidor espera das empresas uma postura ética, que além de cumprir seu papel econômico, contribuam para o desenvolvimento sustentável da sociedade, trabalhando como agentes sociais e ambientais (FERREIRA; GUERRA, 2012). A pergunta nove do segundo bloco de questões teve como objetivo, verificar se as empresas pesquisadas, quando no papel de consumidor, levam em consideração as práticas sustentáveis no momento da escolha de seus fornecedores, 48% dos respondentes disseram que levam em consideração. De acordo com o Respondente 10 (R10) “a empresa controla a origem da matéria prima e está sempre em busca de parceiros que realizam práticas sustentáveis”.

O Programa Origem Sustentável lançado em 2013, visa engajar as empresas da cadeia produtiva do calçado com a temática sustentabilidade. A questão número dez do segundo bloco de perguntas teve como objetivo verificar quantas das empresas pesquisadas participam do programa, em resposta, apenas duas (8%) afirmaram fazerem parte do programa, sendo uma na escala prata de premiação e a outra na escala ouro. As duas empresas participam a quatro anos do projeto, segundo o R10 “a primeira empresa calçadista a ser contemplada com o selo, estamos no selo ouro”.

A pergunta onze do segundo bloco de questões teve como objetivo entender os motivos que levaram as empresas pesquisadas a não participarem do Programa Origem Sustentável, as respostas obtidas foram as seguintes: tema é pouco explorado na empresa (4%), estão estudando futura participação no programa (4%), participam de outros projetos sustentáveis (9%), não possuem interesse (22%) e desconhecem o programa (52%). O restante dos respondentes (9%) não soube informar o motivo.

O terceiro bloco de questões teve como foco o pilar ambiental da sustentabilidade, a primeira questão deste bloco procurava saber quais ações ambientais são praticadas nas empresas, a tabela 3 apresenta as respostas obtidas:

Tabela 3 - Ações ambientais praticadas pelas empresas pesquisadas

Ações ambientais	% de adesão
Meios de redução/reaproveitamento de água	36%
Meios/conscientização de redução de energia	56%
Reaproveitamento de matérias primas e insumos	84%
Separação interna de lixo (papel, plástico, orgânico, etc.)	72%
Descarte correto dos resíduos sólidos gerados pela empresa	100%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

Observa-se que 100% dos respondentes afirmam fazer o devido descarte dos resíduos sólidos gerados pela empresa. A questão dois deste bloco teve como intuito identificar como é feito este descarte, 32% das empresas pesquisadas utilizam o serviço de empresas terceirizadas especialistas em descarte de resíduos, 8% realizam através do coprocessamento, 32% através de programas do Sindicato da indústria da cidade, 12% afirmam reutilizar, reciclar e processar os resíduos, 12% encaminham para centro de reciclagens e 8% não souberam responder a pergunta. Uma das empresas respondentes também mencionou outra ação ambiental utilizada: a logística reversa.

A questão três do terceiro bloco de perguntas apresenta que, 60% das empresas respondentes afirmam levar em consideração os impactos ambientais no desenvolvimento de um novo produto, desses, 26% fazem pesquisas e análises dos processos produtivos, 33% na escolha dos fornecedores, 40% no reaproveitamento de materiais, 20% no descarte dos possíveis resíduos e 7% de acordo com os princípios que regem a empresa. Para a construção de uma sociedade sustentável, uma parte da responsabilidade está associada ao processo de desenvolvimento de produtos, segundo Magnago et al. (2012) é essencial que as empresas tenham preocupação com a sustentabilidade no desenvolvimento de seus produtos.

As questões quatro e cinco deste bloco tinham como objetivo verificar se as empresas pesquisadas fazem a divulgação das ações ambientais praticadas e como é feita essa divulgação. Verificou-se que, 52% dos respondentes não fazem a divulgação de suas ações para clientes, fornecedores e colaboradores, enquanto as outras 48% fazem da seguinte maneira:

Tabela 4 - Ferramentas divulgação das ações ambientais

Ferramentas de divulgação	% de adesão
Palestras/Workshops/Cursos	42%
Murais	33%
Jornal/Revista da Empresa	17%
Cartazes	17%

Site Institucional	17%
<i>Folders</i>	17%
Relatório de Sustentabilidade	17%
Pessoalmente	8%
Nas embalagens	8%
<i>E-mail</i>	8%
Semana Interna de Prevenção a Acidentes de Trabalho (SIPAT)	8%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

Segundo Munck e Souza (2009) e Standler e Mioli (2012) é essencial que as empresas, além de aderirem às ações ambientais, divulguem tais práticas de forma clara e transparente para a sociedade, fornecedores, clientes e colaboradores. Percebe-se que, as empresas preocupam-se em fazer a divulgação para o público interno, utilizando como principais ferramentas palestras, *workshops*, cursos, jornais e revistas internas.

O quarto bloco de questões teve como foco o pilar social da sustentabilidade, a primeira pergunta deste bloco teve como objetivo verificar se as empresas pesquisadas participam ou oferecem ajuda financeira para programas ou projetos sociais, 44% dos respondentes afirmaram participar e ajudar financeiramente projetos sociais, enquanto os outros 56% não participam e nem contribuem financeiramente com projetos desta finalidade. Costa e Montenegro (2015) afirmam que as questões sociais demandam atenção por parte das empresas e que, quando o mesmo é deixado de lado ou não recebe atenção suficiente, elas deixam de atingir as expectativas dos consumidores, ocasionando um ponto fraco de seu negócio.

A questão dois do quarto bloco de perguntas visou verificar quais programas e projetos recebem ajuda financeira por parte das empresas respondentes, 55% das empresas fazem doações para a APAE (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais) de sua cidade, 36% contribuem financeiramente para orfanatos e lares de idosos, 18% fazem doações para fundações como a ABRINQ (Fundação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos), 9% elaboram projetos internos de prevenção da obesidade e inclusão de pessoas com deficiência, 9% contribuem com projetos esportivos, 18% fazem doações para projetos sociais do próprio município e o restante dos respondentes (9%) não souberam responder.

Além de aderir a ações e projetos sociais, é importante que as empresas divulguem essas ações para a sociedade e seus grupos de interesse, isso traz resultados e fortalece uma

visão positiva da empresa (PADIA et al., 2013). As questões três e quatro do quarto bloco de perguntas tinham como objetivo verificar se as empresas fazem a divulgação das ações sociais praticadas e como é feita essa divulgação. Observou-se que, 27% das empresas que participam de ações ou projetos sociais não fazem nenhum tipo de divulgação enquanto as outras 73% fazem da seguinte maneira:

Tabela 5 - Ferramentas de divulgação das ações sociais

Ferramentas de divulgação	% de adesão
Murais internos	38%
Jornal/Revista da Empresa	38%
Folders	25%
E-mail	13%
Banners	13%
Relatório de Sustentabilidade	13%
Redes Sociais	13%
Palestras	13%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

Percebe-se que, assim como as ações ambientais, as empresas pesquisadas preocupam-se em manter o público interno informado quanto às ações e ajudas com projetos sociais. A responsabilidade social deve estar inserida no ambiente das organizações, os colaboradores são fundamentais para o desenvolvimento da organização, por esse motivo, é fundamental que os mesmos sejam incentivados a participarem de ações e projetos sociais (PONTES et al., 2015). Por este motivo, as questões cinco e seis do quarto bloco de perguntas tiveram como objetivos verificar se as empresas pesquisadas incentivam seus colaboradores a participarem de ações e projetos sociais e de que maneira são incentivados.

No geral, 56% dos respondentes afirmaram não incentivar os colaboradores a participarem de programas sociais, enquanto 44% afirmaram incentivar das seguintes maneiras: divulgando campanhas e atividades que possam participar (36%), promovendo ações e visitas dos colaboradores em instituições como asilos e orfanatos (27%), através de projetos existentes na empresa (9%) e por meio de setor próprio de sustentabilidade (9%).

De acordo com Melo Neto e Froes (2001) a responsabilidade social gera vantagens para as empresas que a utilizam, diante disso, para finalizar o quarto bloco de perguntas, a questão número sete objetivou verificar se as empresas pesquisadas participantes de ações e projetos sociais conseguem identificar as vantagens citadas pelos autores (MELO NETO; FROES, 2001). As respostas obtidas foram as seguintes: 73% afirmam identificar uma

diferenciação perante os concorrentes, 55% na atração e retenção de talentos, 55% na fidelização dos clientes, 36% na segurança patrimonial e dos colaboradores, 36% em deduções fiscais, 27% na geração de mídia espontânea e 27% na atração de investidores.

A sustentabilidade socioambiental pode ser considerada um processo gradativo e contínuo de desenvolvimento de competências, responsabilidades e ações sociais e ambientais direcionada a todos os públicos, sendo eles colaboradores, consumidores, empresas, governos, mercado e concorrente, comunidade e o próprio meio ambiente (BRASIL, 2009). Diante disso, para finalização do questionário, o último bloco de perguntas, intitulado 'pensando no futuro', teve como objetivo verificar quais outras ações socioambientais poderiam ser implantadas nas empresas pesquisadas e qual a expectativa da empresa para o futuro com relação às práticas socioambientais. A tabela 6 apresenta as práticas que, na opinião dos respondentes, poderiam ser implantadas nas empresas pesquisadas:

Tabela 6 - Ações socioambientais que podem ser implantadas nas empresas pesquisadas

Ações sociais/ambientais	% de adesão
Treinamentos internos sobre sustentabilidade	24%
Meios de redução de energia	20%
Reaproveitamento da água da chuva	16%
Separação interna de lixo	16%
Ajudar instituições e projetos sociais	16%
Plantio de árvores	12%
Ações de redução do impacto ambiental interno e externo	8%
Projetos socioambientais que envolvam clientes, fornecedores e colaboradores	8%
Reaproveitamento de materiais	8%
Participação de projetos voluntários da cidade	4%
Projetos no turno inverso da escola com crianças e adolescentes	4%

Fonte: Elaborado pelos autores com resultados da pesquisa (2018).

Em análise a tabela 6, percebe-se que, das ações apresentadas pelos respondentes, 55% são focadas no pilar ambiental da sustentabilidade, 18% no pilar social e 27% na sustentabilidade de forma geral. Além disso, 8% dos respondentes afirmaram apenas manter as ações já existentes, 8% desconhecem ações que poderiam ser implantadas e 4% destacam a necessidade de realização de um estudo para identificar tais ações. Para Ferreira e Guerra (2012), a sustentabilidade socioambiental é um fator predominante com o qual todas as empresas devem se preocupar, uma vez que a melhoria do ambiente externo possibilita uma melhora no ambiente interno da organização. Nota-se, que 84% dos respondentes já possuem

em mente ideias de ações que ainda podem ser implantadas nas empresas em que atuam, tais como, as citadas na tabela 6.

Sabe-se que a sustentabilidade socioambiental ainda tem muito a ser desenvolvida, contudo, acredita-se que as ideias e ações praticadas hoje, constituem um ponto de partida fundamental para a construção de um futuro mais sustentável (IPEA, 2010). Diante disso, quando questionados sobre as expectativas para o futuro com relação às ações socioambientais, 20% afirmaram possuir a expectativa de redução dos impactos ambientais de sua produção, 20% acreditam que as práticas realizadas sejam iniciais para a adesão de uma produção mais sustentável, 16% esperam usufruir de vantagens competitivas, 16% buscam uma melhora na sociedade onde estão inseridas, 8% esperam ser consideradas empresas sustentáveis, 4% esperam ser reconhecidas pela seriedade com todos os públicos e pela excelência em tudo o que faz, 4% visam um aumento na conscientização dos colaboradores com relação à sustentabilidade, 4% esperam ser empresas mais saudáveis social e financeiramente, 4% pretendem permanecer no mercado, e 4% esperam ser reconhecidas por tais ações e 12% não souberam informar.

A expectativa de R10 para o futuro é “ser uma marca, que na tomada de decisões de todas as suas áreas e níveis (operacional, tático e estratégico) não considera apenas fatores de ordem econômica (lucro, custos), mas também os impactos ambientais, sociais e culturais, planejando e agindo sobre tais consequências, de forma a potencializar o que é bom, e mitigar o que é ruim”.

Esta seção apresentou a análise dos resultados obtidos na pesquisa por meio do instrumento de coleta e a comparação dos mesmos com o referencial teórico. A seguir apresentam-se as considerações finais, limitações do estudo e sugestões para pesquisas futuras.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento sustentável está ganhando força, e cada um deve fazer a sua parte para minimizar e até mesmo anular os impactos sociais e ambientais negativos para não prejudicar as futuras gerações.

Este artigo apresentou como questão de pesquisa: Quais são as ações socioambientais praticadas por empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana? O objetivo geral visou verificar as ações socioambientais praticadas por empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana.

A partir dos dados analisados verificou-se que, 48% das empresas pesquisadas afirmam possuírem práticas sustentáveis implantadas, enquanto 48% planejam a implantação de ações sustentáveis. Constatou-se que 68% das empresas ainda não possuem um setor próprio de sustentabilidade, sendo que 18% nem possuem o interesse de criar, no futuro, um setor próprio para essa demanda.

Em relação às ações ambientais praticadas pelas empresas, pode-se identificar que 32% das empresas pesquisadas praticam ações e meios de redução e reaproveitamento de água, 56% buscam a economia de energia elétrica, 84% reaproveitam a matéria prima utilizada, 72% possuem separação interna de lixo, e todas afirmaram fazer o descarte correto dos resíduos sólidos.

Em relação às ações sociais verificou-se que 55% das empresas fazem doações para a APAE, 36% contribuem para orfanatos e lares de idosos, 18% fazem doações para fundações como a ABRINQ, 9% elaboram projetos internos de preservação da obesidade e inclusão de pessoas com deficiência, 9% contribuem para projetos esportivos e 18% fazem doações para projetos sociais do próprio município.

Percebeu-se que as empresas ainda não possuem o hábito de divulgarem as ações socioambientais praticadas para a sociedade, fornecedores e clientes, preferem fazer a divulgação interna para os colaboradores.

Os respondentes mostraram interesse pelo assunto e também sugeriram várias ações que ainda podem ser implantadas em suas empresas, como por exemplo, treinamentos internos sobre sustentabilidade, reaproveitamento de água da chuva, redução de energia, projetos socioambientais que envolvam clientes, fornecedores e colaboradores, reaproveitamento de materiais, participação em projetos voluntários da cidade, entre outros.

Pode-se concluir que, mesmo a sustentabilidade sendo um assunto da atualidade, a

maioria das empresas pesquisadas ainda possui muito a desenvolver no que se refere à sustentabilidade socioambiental. Muitas empresas desconhecem o Programa Origem Sustentável que foi lançado pela Abicalçados com o objetivo de engajar as empresas da cadeia produtiva do calçado com a temática sustentabilidade, melhorando as oportunidades de mercados a nível nacional e internacional, uma vez que alguns países já possuem orientação para a aquisição de produtos sustentáveis.

A contribuição do estudo está relacionada com a apresentação de um panorama das ações socioambientais praticadas pelas empresas da indústria calçadista situadas nos Vales do Sinos e Paranhana no Rio Grande do Sul.

Destaca-se como limitação de estudo a amostra, pois a mesma poderia ser mais ampla, com um número maior de envolvidos e respondentes. Para novos estudos, sugere-se a aplicação da pesquisa com a mesma temática, porém voltada para outras segmentações de empresas, bem como pesquisas voltadas para a inserção da temática sustentabilidade na cultura organizacional das organizações.

REFERÊNCIAS

- ABICALÇADOS. **Relatório setorial Indústria de Calçados Brasil**. Novo Hamburgo: Associação Brasileira das Indústrias de Calçados. 2016.
- ABREU, S. R.; BORGES, F. Q. Indicadores de sustentabilidade organizacional: estudo em um shopping center no Estado do Pará. **Revista de Economia e Administração**, v. 12, n. 4, p. 480-507, 2013.
- ALENCASTRO, M. S. C. **Empresas, ambiente e sociedade: introdução a gestão**. Curitiba: InterSaberes, 2012.
- ALVES, V. C.; BARBOSA, A. S. Práticas de gestão ambiental das indústrias coureiras de Franca-SP. **Gestão da Produção**, v. 20, n. 4, p. 883-898, 2013.
- AMATO NETO, J. **A era do ecobusiness: criando negócios sustentáveis**. Barueri, SP: Manole, 2015.
- APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- BAARS, E. M.; KALINOWISK, T.; RUIZ, R. A Gestão da Sustentabilidade no Desenvolvimento de Coleção de Calçado. **II Encontro de Sustentabilidade e Projeto - ENSUS**, Santa Catarina, 2008.
- Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v.11, n. 1, mai./ago. 2018.

BANKUTI, S. M. S.; BANKUTI, F. I. Gestão ambiental e estratégia empresarial: um estudo em uma empresa de cosméticos no Brasil. **Gestão & Produção**, v. 21, n. 1, p. 171-184, Mar., 2014.

BARBIERI, J. C. et al. **Inovação e sustentabilidade**: novos modelos e proposições. São Paulo: *RAE – Revista Administração Eletrônica*, v. 50, n. 2, p. 146-154, abr./jun., 2010.

BARBOSA, A. DE S.; ALVES, E. A.; BRAGA FILHO, H. Responsabilidade social empresarial na indústria de calçados paulista: uma análise dos pólos de Franca e Birigui. **Revista brasileira de gestão e desenvolvimento regional**, Taubaté, SP. V. 8, n.3, p. 183-197. Set. – Dez., 2012.

BARROS, A. J. da S.; LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BARROS, R. A. et al. Práticas de Sustentabilidade Empresarial no APL Calçadista de Campina Grande-PB: um estudo de caso. **Revista Gestão Industrial**, v. 6, n. 1, p.157-177, 2010.

BELLEN, H. M. V. **Indicadores de sustentabilidade**: uma análise comparativa. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BINSWANGER, H. C. Fazendo a sustentabilidade funcionar. In: CAVALCANTI, C. (org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. 3. ed. São Paulo: Cortez: Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2001.

BORATO, A. F. A relação entre responsabilidade social, sustentabilidade e qualidade de vida. **Exposição da Universidade Tecnológica Federal do Paraná Expo UT**. Ponta Grossa, PR, 2011.

BRASIL. **Agenda Ambiental na Administração Pública**. Brasília: Ministério do Meio Ambiente. 2009.

CALANDRO, M. L.; CAMPOS, S. H. **Arranjo Produtivo Local calçadista Sinos Paranhana**: Relatório I. Porto Alegre: FEE - Relatório do Projeto Estudo de Aglomerações Industriais e Agroindustriais no RS, 2013.

CARLI, A. A. de. A educação ambiental como premissa inafastável à sustentabilidade do acesso à água potável: para as gerações presentes e futuras. In: FLORES, C. N. (Org.). **A sustentabilidade ambiental em suas múltiplas faces**. Campinas, SP: Millennium Editora, 2012.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CINTRA, S. V. **Os desafios da gestão feminina no setor calçadista de Franca (SP) sob o olhar do serviço social**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.

COHEN, M. et al. Responsabilidade Socioambiental Corporativa como fator de atração e retenção para jovens profissionais. **Brazilian Business Review**, v. 14, n. 1, p. 21-41, 2017.

COMINI, G. et al. Melhores Práticas de Sustentabilidade Socioambiental no Planejamento Estratégico das Organizações: uma análise de apoio à decisão multicritério com expert choice. **X Simpósio de Excelência e Tecnologia**, 23, 24, 25 outubro, 2013.

COSTA, L. L. N.; MONTENEGRO, L. M. Responsabilidade Socioambiental: um estudo no Setor de Cerâmica Vermelha de Itabaiana, SE. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 4, n. 2, p. 147-172, 2015.

DOMENICO, D. et al. Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BM&FBovespa. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 14, n. 42, p. 70-84, 2015.

FERNANDES, C. C. et al. Desenvolvimento sustentável: a presença e importância do meio ambiente no cenário empresarial. **II Encontro científico e II Simpósio de Educação**. Lins, SP, 2009.

FERREIRA, B. S.; GUERRA, J. A. de P. Responsabilidade Socioambiental: um olhar sistêmico em uma organização estatal. 8º Congresso Brasileiro de Sistemas. **Revista Gestão & Conhecimento**, Poços de Caldas, MG, 2012.

FREITAS, C. E. L. de. **Os parâmetros de qualidade da indústria calçadista: uma investigação da sua validade a partir do estudo de caso da calçados Zapata S.A.** 123 f. Dissertação (apresentada para obtenção do Grau Mestre) - Escola Brasileira de Administração Pública, Rio de Janeiro, 2002.

FROEHLICH, C. **O desenvolvimento da capacidade de inovação para alcançar a sustentabilidade empresarial**: estudos de caso na Artecologia e no Hospital Mãe de Deus. Tese (doutorado em Administração) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-Graduação em Administração, São Leopoldo, RS, 2014.

FROEHLICH, C.; BITENCOURT, C. Sustentabilidade empresarial: um estudo de caso no Hospital Mãe de Deus. **Sustentabilidade em Debate**, v. 6, n. 3, p. 116-130, set/dez., 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HANSEN, G. L. A sociedade de consumo e o paradoxo da proteção ambiental. In: FLORES, C. N. (Org.). **A sustentabilidade ambiental em suas múltiplas faces**. Campinas, SP: Millennium Editora, 2012.

JACQUES, J. **Estudo de Iniciativas em Desenvolvimento Sustentável de Produtos em Empresas Calçadistas a Partir do Conceito Berço ao Berço**. 322 f. Tese (Pós-graduação em engenharia de produção) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

MAGNAGO, P. F.; AGUIAR, J. P. O.; PAULA, I. C. de. Sustentabilidade em desenvolvimento de produtos: uma proposta para a classificação de abordagens. **Revista Produção Online**. Florianópolis. v. 12, n. 2, p. 351-376, abr./jun., 2012.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro da: filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social.** Rio de Janeiro, RJ: Qualitymark, 2001.

MUNCK, L.; MUNCK, M. M.; SOUZA, R. B. de. Sustentabilidade Organizacional: a proposta de uma *framework* representativa do agir competente para seu acontecimento. **XXXV Encontro da ANPAD.** Rio de Janeiro, 4 – 7 setembro, 2011.

MUNCK, L.; SOUZA, R. B. de. Responsabilidade Social Empresarial e Sustentabilidade Organizacional: a hierarquização de caminhos estratégicos para o desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Estratégia**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 185-202, 2009.

OLIVEIRA, G. B. de; SOUZA-LIMA, E. de. **O desenvolvimento sustentável em foco: uma contribuição multidisciplinar.** São Paulo: Annablume, 2006.

OLIVEIRA, M. de. **A Produção Mais Limpa Como Ferramenta de Gestão Ambiental Para as Indústrias do Município de Juiz de Fora.** 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 2006.

OLIVEIRA, M. M. de. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses.** 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

OLIVEIRA, M. C. de et al. Comunicação de Responsabilidade Socioambiental na Missão, Visão e Valores de Empresas da MB&FBovespa de da Fortune 500. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 19, n.2, 2016.

PADIA, C. et al. A importância de projetos sustentáveis para o desenvolvimento das organizações. **VII Seminário Estadual de Engenharia Mecânica e Industrial.** 3ª Semana Internacional das Engenharias da FAHOR. Horizontina, RS. 16 à 18 de outubro, 2013.

PHILOMENA, A. L. O imperativo humano – ou, como fica a questão populacional no desenvolvimento sustentável? In: Becker, D. F. (org.). **Desenvolvimento sustentável necessidade e/ou possibilidade?** Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 1997.

PLENTZ, N. D.; TOCCHETTO, M. L. O Ecodesign na Indústria de Calçados: proposta para um mercado em transformação. Revista do Centro do Ciências Naturais e Exatas - UFSM, Santa Maria. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – REGET**, v. 18, n. 3 Set- Dez, p.1022-1036, 2014.

PONTES, A. V. V. et al. Responsabilidade social como estratégia de relacionamento com o colaborador: um estudo à luz da percepção da gerência de recursos humanos. **XII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, Resende, RJ. 28 à 30 de outubro, 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2. ed. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2013.

RIBEIRO, P. E. C. D.; PALACIOS, K. E. P.; FERREIRA, T. V. A. Responsabilidade Socioambiental nas Organizações: uma Medida de Práticas Organizacionais e Endosso dos Trabalhadores. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 1, p. 36-50, 2015.

REIS, L. B. dos et al. **Energia, recursos naturais e a prática do desenvolvimento sustentável**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

RUFINO, S.; AMATO NETO, J.; COSTA, R. P. da. Economia solidária e sustentabilidade. In: NETO, J. A. (org.). **Sustentabilidade & produção**: teoria e prática para uma gestão sustentável. São Paulo: Atlas, 2011.

SACHS, J. D. **A era do desenvolvimento sustentável**. Lisboa – Portugal: Conjuntura Actual Editora, 2017.

SABONARO, D. Z. et al. A Incorporação da Gestão Socioambiental na Estratégia Competitiva: Um Estudo de Caso no Setor Sucroalcooleiro. **Desenvolvimento em Questão**, v. 15, n. 38, p. 319-342, 2017.

SANTOS, M. O. Responsabilidade Ambiental nas Organizações: a busca pelo diferencial competitivo. **Revista de Iniciação Científica Cairu**, Barris Salvador, BA, 2015.

SILVA, K. R. T. da et al. Meio Ambiente e Responsabilidade Social nas Empresas. // **Encontro Científico e II Simpósio de Educação Unisalesiano**. Lins-SP, 28 – 31 Out., 2009.

SOUSA FILHO, J. M.; BARBIERI, J. C. Estratégia socioambiental baseada em recursos e ambiguidade causal. **Revista de Administração de Empresas**, v. 55, n. 6, p. 699-711, 2015.

STADLER, A.; MAIOLI, M. R. **Organizações e desenvolvimento sustentável**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VIEGAS, C.; FRACASSO, E. M. Capacidade tecnológica e gestão de resíduos em empresas de calçados do Vale do Sinos: estudo de dois casos. **Rev. Adm. Contemp**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 41-62, Aug. 1988.