

**SAMUEL SOARES DA SILVA**

**A PERCEPÇÃO DOS CLIENTES EM RELAÇÃO ÀS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS  
QUANDO APLICADA NAS EMPRESAS**

**Ubá-**

**Minas Gerais, 2015**

**SAMUEL SOARES DA SILVA**

## **A PERCEPÇÃO DOS CLIENTES EM RELAÇÃO ÀS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS QUANDO APLICADA NAS EMPRESAS**

### **RESUMO**

O artigo teve o objetivo deste em analisar se é viável o aumento do investimento nas medidas sustentáveis da empresa SIER móveis de Ubá – MG, averiguando a percepção dos clientes potenciais em relação às medidas sustentáveis que a empresa utiliza, observando-se o conhecimento e a satisfação desses clientes, sabendo-se de tais medidas se os influencia na escolha da empresa para comprar nesse pólo moveleiro tão concorrido. A pesquisa foi caracterizada como básica e descritiva quanto aos meios e quanto aos fins é considerada bibliográfica e também vista como um estudo de caso. Através disso foram aplicados questionários para clientes potenciais da empresa SIER móveis dando ênfase nas medidas sustentáveis que a empresa já adere, com tudo observando-se que essas práticas podem ser vistas como um diferencial competitivo da empresa nesse pólo moveleiro de Ubá-MG e região.

Palavras-chave: Empreendedorismo sustentável, viabilidades, marketing, inovação, pólo moveleiro.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this article is to examine whether it is feasible to increase investment in sustainable measures the company SIER furniture Ubá - MG , verifying the perception of potential customers regarding sustainable measures used by the company , observing the knowledge and satisfaction these clients , knowing from such measures if the influence in choosing the company to buy this furniture hub so competitive . The research was characterized as basic and descriptive as to the means and the ends is considered as literature and also seen as a case study. Through that were applied questionnaires to potential mobile SIER business customers with an emphasis on sustainable measures that the company already adheres with all noting that these practices can be seen as a competitive advantage of the company in this furniture industry of Ubá -MG and region.*

**Key-words:** *Sustainable entrepreneurship, feasibility, marketing, innovation, pole furniture.*

## **1. TÍTULO**

À Percepção dos clientes em relação às práticas sustentáveis quando aplicada nas empresas.

## **2. INTRODUÇÃO**

As transformações vêm sendo cada vez maiores neste final de século, e a mudança como um todo é mais constante em toda parte do cenário mundial. Nunca o ser humano se transformou e evoluiu de uma maneira tão rápida e intensa, basicamente em todas as áreas do conhecimento. Os avanços e as tecnologias têm tomado conta desse cenário, alterando definitivamente antigos paradigmas (PANTIZIER, 1999).

Segundo Pantizier (1999), o mundo das empresas, que incluem as empresas e aqueles que as administram, acompanha toda essa evolução, a qual acaba criando a necessidade de que todos os gestores das organizações estejam atualizados, pois o mercado exige isso. São muitas as contribuições e novas propostas que essa evolução traz para a gerência das organizações modernas. Diante de todas essas mudanças ocorridas, o mercado também se alterou, a concorrência vem ficando maior e as empresas tendem a tomar medidas para que sobrevivam em meio a todas essas mudanças, com isso vem o surgimento da preocupação com o meio ambiente, pois nada é eterno, as empresas passam a ter uma preocupação maior com o seu redor surgindo assim medidas de sustentabilidade.

Segundo Dornelas (2001), o empreendedorismo, em geral, gera interesse em todo o mundo, o qual se estende além dos investimentos dos governos nacionais, atraindo também a atenção de muitas organizações, inclusive de organizações não governamentais (ONGs).

Já no cenário nacional, o empreendedorismo começou a se destacar na década de 90, com vários apoios do governo, e a pessoas inovadoras que queriam construir seu próprio negócio, destaca-se a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e da Sociedade Brasileira para a Exportação de Software (SOFTTEX), além da criação de medidas ambientais como a ISO 9000, ISO 4001 dentre outras.

Hoje o mercado já exige medidas de sustentabilidade, a preocupação com o ambiente fica cada vez maior, com isso surgiu-se o empreendedorismo ambiental e o próprio empreendedorismo social. (KOTLER; ARMASTRONG, 1999)

Observa-se que com toda essa evolução as empresas e quem as administram almeja-se uma melhoria e uma visibilidade melhor em meio às outras empresas com isso surgiu-se o empreendedorismo sustentável. De acordo com Hockerts e Wüstenhagen (2010), o conceito de empreendedorismo sustentável emergiu recentemente na literatura acadêmica e define a criação de negócios que combinam, ao mesmo tempo, a geração de valor econômico, social e ambiental. Segundo vários autores, a raiz do conceito derivou de estudos que relacionavam empreendedorismo com desenvolvimento sustentável e de pesquisas sobre empreendedorismo social e empreendedorismo ambiental.

Com base no exposto, analisa-se a empresa SIER móveis de Ubá – MG. O setor referido é de suma importância para a cidade e região, de acordo com a Associação Comercial e Industrial de Ubá (ACIUBÁ) 2012, o setor moveleiro abrange centenas de empresas que dão origem a grande parte da economia da cidade e região sendo assim a existência de um arranjo produtivo local (APL) originando-se um polo moveleiro na região de Ubá - MG pela grande quantidade de empresas que fabricam móveis.

Observa-se que surge a questão de pesquisa: Com base na percepção dos clientes o empreendedorismo sustentável quando aplicado em determinada empresa é visto como diferencial competitivo por eles?

A pesquisa foi aplicada nos clientes potenciais da empresa SIER móveis uma das maiores desse pólo moveleiro de Ubá e região que utiliza de práticas sustentáveis, o trabalho teve o objetivo de analisar a posição de seus clientes, se procuram saber quem adere essas práticas e se isso influencia na escolha da empresa na hora da compra, com isso averiguando se as práticas sustentáveis (uso de materiais recicláveis, preocupação com o futuro do meio ambiente com suas praticas, dentre outras) é um diferencial para a empresa podendo assim influencias as empresas a aderirem a práticas de sustentabilidade a fim também de contribuir para demais estudos de áreas afins desse polo moveleiro.

### **3. REFERENCIAL TEÓRICO**

#### **3.1. Empreendedorismo**

Segundo Schumpeter (1984), o empreendedorismo pode ser considerado um movimento de mudança, causado pelo empreendedor, cuja origem da palavra vem do verbo francês “entrepreneur”, e seu significado pode ser visto como aquela pessoa que escolhe assumir riscos, inovar, ou seja, começar algo novo.

Apesar de o conceito de empreendedorismo ser um dos mais utilizados dentre os profissionais, ele já existia desde há muitos anos. O primeiro uso do termo “empreendedorismo” foi creditado a Marco Polo, que utilizava questões físicas e emocionais em seu favor, de modo que fez uma rota comercial para o oriente, assumindo riscos e conseguindo fazer ótimos contratos para vender suas mercadorias (DORNELLAS 2005).

Dornelas (2001), por exemplo, fala que o empreendedorismo é um assunto que abrange todo o cenário mundial, gerando grande interesse em toda parte do mundo. Esse interesse se estende desde os governos dos países até mesmo a organizações não governamentais. O autor fala também que a visão de um empreendedor não é a de uma pessoa passiva e sim de pessoas eficientes e eficazes, que vão atrás de seus sonhos para conquistá-los, sempre buscando empreendimentos.

Dornelas (2001) argumenta que a ciência do empreendedorismo gera os empreendedores, que são indivíduos diferenciados, pois não esperam que as oportunidades caiam do céu, e sim vão atrás delas, fazendo análises e tendo coragem para empreender. Já Dolabella (1999) descreve o empreendedor como aquele que sonha e busca transformar seu sonho em realidade. O empreendedor não se abate, pois seus erros e fracassos são vistos com bons olhos, pois é com ele que se aprende. Ele também acredita que pode convencer as pessoas a realizarem seus sonhos e coloca o destino ao seu favor, fazendo diferença no mercado, pois ele também tem capacidade de antecipar situações e preparar-se para elas. De acordo com Chiavenato (2008) o empreendedor não é só aquele que cria uma empresa, mas sim aquela pessoa que faz de sua empresa cada vez melhor, sabendo como administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades de seu negócio. Já Araujo (2004) complementa que é importante buscar sempre resultados de todos os processos que contém em uma empresa, ou seja, o empreendedor precisa conhecer seu negócio

como um todo, saber o que o seu cliente quer e ter condições de atendê-lo da melhor forma possível.

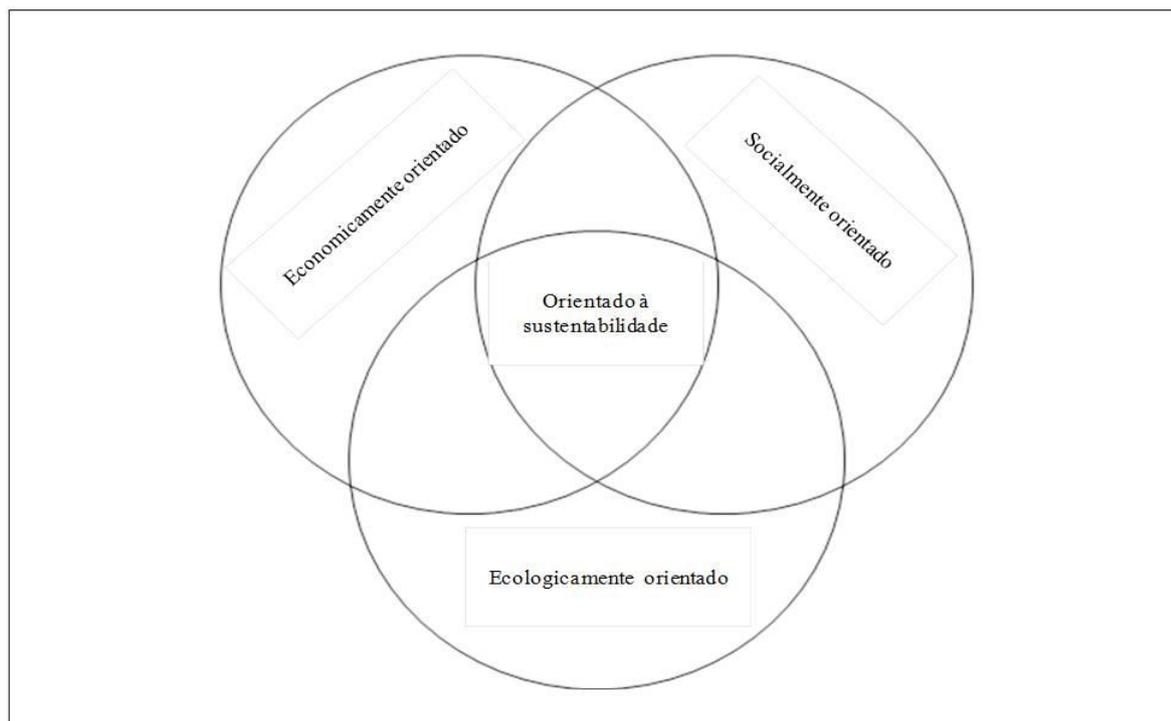
### 3.1.2 Empreendedorismo sustentável

A mudança no meio empresarial vem se elevando mais a cada dia. Com o surgimento da globalização, internet e a era atual, considerada a era do conhecimento, toda empresa passou a observar a grande importância de estar sempre se inovando, com isso surge-se a preocupação com o meio ambiente.

Com toda essa mudança, o mercado também se alterou, as empresas passaram a ter responsabilidades sociais e normas a serem cumpridas, mas que nem sempre são. É preciso ressaltar primeiramente que, por se tratar de um conceito novo, a discussão na literatura sobre “empreendedorismo sustentável” começa pela própria nomenclatura. Uns consideram correto usar o termo empreendedorismo orientado à sustentabilidade (*sustainability-driven entrepreneurs; sustainability-driven entrepreneurship*) por considerarem a sustentabilidade um processo e pelo fato de nenhuma empresa ser totalmente sustentável. Com base nisso, o termo empreendedorismo sustentável (*sustainable entrepreneurship; sustainable entrepreneurs; sustainopreneurship*) se popularizou, sendo adotado por várias empresas. (SHEPHERD & PATIZELT, 2011)

De acordo com Hockerts e Wüstenhagen (2010), o conceito de empreendedorismo sustentável emergiu recentemente na literatura acadêmica e define a criação de negócios que combinam, ao mesmo tempo, a geração de valor econômico, social e ambiental, Observa-se que este conceito derivou-se de estudos que relacionavam empreendedorismo com desenvolvimento sustentável e também de pesquisas sobre empreendedorismo social e empreendedorismo ambiental.

Com base na diferenciação de empreendedorismo sustentável Schlange (2007) da a delimitação do conceito e apresenta-o como a interseção dos empreendimentos orientados economicamente, socialmente e ambientalmente como mostra a Figura 1.



**Figura 1: Empreendedorismo orientado à sustentabilidade como um conceito de interseção.**

Fonte: Adaptado de Schlange, L. E. (2007). Stakeholder Perception in Sustainable Entrepreneurship: The Role of Managerial and Organizational Cognition. *Corporate Responsibility Research Conference*, 15-17 July, p. 7.

Com base no exposto pode-se ver que o empreendedorismo sustentável é orientado para a sustentabilidade, neste caso observa-se que o empreendedor sustentável é aquele onde sua motivação não é só o lucro, mas também resolver problemas sociais e ambientais por meio de um negócio de sucesso. (CHOI & GRAY, 2008).

### 3.2. Pólo moveleiro de Ubá – MG

Tudo começou há mais de oito décadas com empreendedores que construíram pequenas marcenarias na cidade de Ubá - MG com a finalidade de construir móveis para o próprio lar. Após a 2ª guerra mundial (1946) surgiu-se as grandes mudanças, os empreendedores investiram-se em maquinários com o intuito de diminuir a mão de obra visando à inovação, com isso às empresas cresceram, mas a concorrência também.

O conhecimento da concorrência é de grande importância, pois a empresa tem que estar sempre atenta às mudanças que acontecem no mercado, podendo também auxiliar em estratégias com os concorrentes.

Com base no exposto pode-se observar que uma gama muito grande de empresas de móveis surgiu-se em Ubá-MG e região com isso criou-se um arranjo produtivo local (APL) transformou-se também no primeiro pólo moveleiro do Estado de Minas Gerais. O APL é constituído por oito cidades, sendo: Ubá, Guidoal, Pirauba, Rio Pomba, Rodeiro, São Geraldo, Tocantins e Visconde do Rio Branco, ele reuni mais de 300 empresas de móveis para residências fora empresas fornecedoras, é composto basicamente por Micro e Pequenas Empresas que representam mais de 90% deste total, gera aproximadamente 7200 postos de trabalho diretos e 20000 indiretos além de diversas empresas já exportarem para fora do Brasil seus móveis. (INTERSIND, 2013)

### **3.2.1. Sier Móveis**

A empresa Sier móveis é uma das maiores do APL de móveis de Minas Gerais, a empresa esta a mais de 25 anos no mercado, seus móveis são fabricados pra todo o Brasil além de exportar para alguns países, é referência em seu segmento, fabrica sala de jantares, racks e complementos, e conta com um foco muito grande no design de sua produção.

A missão da empresa é ‘desenvolver produzir e comercializar móveis de alta decoração, utilizando as tecnologias disponíveis e investindo no aprimoramento constante de nossas equipes para superar as expectativas dos clientes internos e externos.’

Sua visão é ‘ser uma referência líder e referência na fabricação de móveis nos mercados atuantes’.

Com base no exposto observa-se que a empresa adere também práticas sustentáveis, como a coleta de lixo para a reciclagem, a compra e utilização de matéria prima especializada e produzida com medidas sustentáveis em sua grande parte, o uso de lâmpadas fluorescentes, a economia e o tratamento da água utilizada na empresa dentre outras práticas além de sempre conscientizar seus funcionários a aderirem elas com isso ajudando o meio ambiente.

#### **4. METODOLOGIA**

Observa-se quanto à natureza da pesquisa que ela pode ser definida como aplicada, pois é uma síntese do assunto que está sendo pesquisado, que se baseia em trabalhos que já foram publicados, tendo grande conceito por autores de grande nível (RODRIGUES, 2007).

A pesquisa tem como objetivo descrever a percepção dos clientes nesse APL de móveis sobre o empreendedorismo sustentável aplicado nas empresas, dando ênfase na empresa SIER móveis. Conforme Gil (2002), a pesquisa é caracterizada como descritiva quanto a os seus objetivos. Rodrigues (2007) fala que nesse tipo de pesquisa os fatores são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados de modo que o pesquisador não interfira neles.

Quanto aos meios, a pesquisa pode ser classificada como bibliográfica, pois está sendo desenvolvidos com base em materiais já elaborados, constituídos de livros, artigos científicos. Observa-se ainda que, por esta sendo aplicada em uma única organização, caracteriza-se também como estudo de caso (GIL, 2002).

A pesquisa foi elaborada com clientes potenciais desse APL de móveis da cidade de Ubá - MG, com base nos clientes da empresa SIER móveis que está no mercado a mais de 25 anos, com o objetivo de observar a importância das práticas sustentáveis que a empresa pratica e se isso influencia os clientes na hora da compra. Foram aplicados 20 questionários com 10 perguntas fechadas em cada um deles nos meses de Junho e Julho a alguns clientes da empresa, para medir a viabilidade e saber se as práticas são realmente reconhecidas e se isso é também decisório na hora de efetuar o pedido, assim sabendo se o empreendedorismo social pode ser visto como um diferencial competitivo nesse APL de móveis tão concorrido.

#### **5. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

De acordo com Araujo (2004), É muito importante estar sempre acompanhando de perto a empresa e buscar identificar todos os resultados que ela pode obter com tudo o presente capítulo apresenta os principais resultados que foi obtido através da aplicação dos questionários aos clientes potenciais da empresa Sier móveis com o objetivo identificar a percepção dos clientes da empresa da cidade de Ubá – MG em relação a práticas sustentáveis que a ela adere, e se os influenciou na hora

de escolher onde comprar, havendo também um levantamento dos principais fatores determinantes ao efetuar uma compra na opinião dos clientes que participaram.

O primeiro ponto investigativo foi verificar se os clientes buscaram conhecer sobre outras empresas antes de efetuar a compra na Sier móveis, sendo que o resultado obtido foi que 80% concordaram que observaram outras empresas para escolher a empresa onde comprar e os outros 20% compraram, mas não foram em mais nenhuma empresa antes.

A grande maioria dos compradores da empresa ficou satisfeita com sua compra e seus fatores como logística, qualidade do produto e preço pago por eles, sendo 95% dos entrevistados satisfeitos, apenas 5% não se sentiram completamente satisfeitos.

Chamou atenção o numero considerável de entrevistados que de acordo ao conhecimento deles em relação às práticas sustentáveis que a empresa Sier móveis adere como o tratamento de água, a madeira padronizada e sustentável, a coleta de lixo reciclável dentre outras, 70% dos compradores entrevistados tem conhecimento das práticas, mas 30% não sabiam dessa atividade da empresa.

O ponto bem interessante da pesquisa foi à prioridade dos clientes na hora de comprar o produto, sabe-se que as práticas sustentáveis aderidas pela empresa Sier é de grande importância perguntou-se aos clientes se elas seriam mais determinantes na hora de comprar do que fatores como o preço e qualidade do produto e 95% disseram que não, apenas 5% deram mais relevância as praticas de sustentabilidade aderida pela empresa.

Em relação ao problema e ao objetivo de estudo verifica-se que as perguntas do questionário que foi aplicado aos clientes pode-se considerar como a mais relevante para alcançar o objetivo do artigo foi em relação às práticas sustentáveis que a empresa Sier móveis adere, ou seja, se essas práticas foram vistas como um diferencial competitivo da empresa na hora de escolherem onde comprar e 70% dos entrevistados disseram que sim, os outros 30% não foram influenciados pela sustentabilidade que a empresa adere.

Por fim verificou-se que 100% dos clientes sentiram-se satisfeitos em adquirir produtos de empresas que pratiquem ações sustentáveis.

Após a análise dos questionários pode-se observar que foi de grande importância para poder alcançar as respostas divulgadas no artigo, pois, compradores potências deram suas opiniões em relação às perguntas estabelecidas e assim pode-se tirar conclusões para alcançar o objetivo final do artigo que foi confirmando a grande importância do empreendedorismo sustentável quando aderido nas empresas, como base a pesquisa que foi realizada na empresa Sier móveis em Ubá - MG.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente artigo teve o objetivo de averiguar a percepção dos clientes em relação às práticas sustentáveis quando aderidas pelas empresas, e se elas podem ser vistas como um diferencial competitivo, sabendo-se que a empresa Sier móveis de Ubá-MG adere práticas de sustentabilidade, como a coleta de lixo seletiva, o tratamento da água e sua reutilização, a compra de matéria-prima com selos de sustentabilidade dentre outras práticas, aplicou-se um questionário para os clientes potenciais da empresa com o intuito de averiguar se essas práticas são relevantes e quais fatores foram determinantes para os clientes na hora de escolherem onde comprar.

De acordo com a pesquisa elaborada pelo artigo observou-se que a grande maioria dos clientes fez uma pesquisa de mercado antes de optarem pela empresa Sier móveis para comprar, e após comprarem a grande maioria ficaram satisfeitos com os fatores agregados ao produto, qualidade do produto, preço, logística dentre outros.

Um fator determinante para a conclusão do artigo foi através das informações em relação ao conhecimento das práticas sustentáveis que a Sier móveis adere por parte de seus clientes, grande parte não tinha conhecimento dessas práticas, e o restante que sabia dessas ações sustentáveis viram elas como determinante na hora de escolherem a empresa para comprar, ou seja, viram essas práticas como um diferencial competitivo da empresa e assim optaram pela empresa.

Observa-se que essas práticas não foram vistas como mais determinante pelos clientes do que o preço, ou qualidade do produto que compraram, mas quando todos foram informados das práticas de sustentabilidade que a empresa pratica todos os entrevistados se sentiram ainda mais satisfeitos pelas compras efetuadas em uma empresa que adere práticas de sustentabilidade como a Sier móveis de Ubá-MG.

Conclui-se o artigo observando que essas práticas são de grande importância para o meio ambiente e sociedade em geral, além de serem vistas como um diferencial competitivo das empresas que aderem essas práticas, podendo também contribuir para futuros artigos nessa área observando a grande importância das práticas de sustentabilidade quando aderidas nas empresas.

## 7. REFERÊNCIAS

ACIUBA - Associação Comercial e Industrial de Ubá. Ubá - MG, 2012.

ARAUJO, Luiz Cesar. **Teoria geral da administração** - aplicação e resultados nas empresas brasileiras. São Paulo: 2004.

CHOI, David.Y. & GRAY, E.R. **Socially Responsible Entrepreneurs: What Do They Do (To Create and Build Their Companies)?** Business Horizons, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo, 2008.

DOLABELLA, Fernando. **O segredo de Luiza**. São Paulo, 1999.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo** - transformando ideias em negócios. São Paulo, 2001.

DORNELLAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo** - transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, 2005

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. São Paulo, 2002.

HOCKERTS, K., & WUSTENHAGEN, R. **Greening Goliaths versus emerging Davids. Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship**. Journal of Business Venturing, 2010.

INSTITUTO EUVALDO LODI – MG; INTERSIND; Sebrae – MG. **Diagnóstico do Pólo Moveleiro de Ubá e Região**. Belo horizonte: IELMG/INTERIND/SEBRAE-MG, 2013.

KOTLER, Philip; ARMASTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro. Prentice-Hall, 1999.

KOTLER,, Philip; KELLER, Kelvin Lane. **Administração de marketing**. São Paulo, 2006.

PANTIZIER, Rolf Dieter. **Empreendedorismo e formação de administradores** - uma análise do curso de administração da universidade regional de Blumenau. Blumenau, 1999.

RODRIGUEZ, William Costa. **Metodologia científica**. Paracambi - RJ, 2007.

SCHLANGE, L. E. **Stakeholder Perception in Sustainable Entrepreneurship**: The Role of Managerial and Organizational Cognition. Corporate Responsibility Research Conference, 2007.

SHEPHERD, D. A. & PATZELT, H. **The New Field of Sustainable Entrepreneurship**: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” With “What Is to Be Developed”. Entrepreneurship Theory and Practice, 2011.

SHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro, 1984.