

UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ
NATÁLIA DIAS LIMA

**A SUSTENTABILIDADE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE
DO PARAÍBA (2012-2022)**

TAUBATÉ – SP
2023

NATÁLIA DIAS LIMA

**A SUSTENTABILIDADE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL:
A IMPORTÂNCIA DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE
DO PARAÍBA (2012-2022)**

Trabalho de Graduação apresentado para obtenção do Título de Bacharel em Ciências Econômicas do Departamento de Gestão e Negócios da Universidade de Taubaté.

Orientador: Prof.: Ms. José Joaquim do Nascimento

TAUBATÉ – SP

2023

SIBi – Sistema Integrado de Bibliotecas / UNITAU

L732s Lima, Natália Dias
A sustentabilidade e a responsabilidade social : a importância das pequenas e médias empresas do Vale do Paraíba (2012-2022). / Natália Dias Lima - 2023.
45 f. : il.

Monografia (graduação) - Universidade de Taubaté, Departamento de Gestão e Negócios, Taubaté, 2023.

Orientação: Prof. Me. José Joaquim do Nascimento - Departamento de Gestão e Negócios.

1. Pequenas e médias empresas - Economia. 2. Responsabilidade social da empresa. 3. Pequenas e médias empresas – Sustentabilidade. I. Título.

CDD- 658.408

NATÁLIA DIAS LIMA

**A SUSTENTABILIDADE E A RESPONSABILIDADE SOCIAL: A IMPORTÂNCIA
DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE DO PARAÍBA (2012-2022)**

Trabalho de Graduação apresentado para
obtenção do Título de Bacharel em Ciên-
cias Econômicas do Departamento de
Gestão e Negócios da Universidade de
Taubaté.

Orientador: Prof.: Ms. José Joaquim do
Nascimento

Data: __/ __/ __

Resultado: _____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Ms. José Joaquim do Nascimento

Universidade de Taubaté

Assinatura: _____

Prof. Dr.

Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me guiado até aqui, a minha família por todo apoio e incentivo ao longo da graduação. Agradeço, também, ao meu professor orientador José Joaquim do Nascimento pelo auxílio contínuo durante o meu estudo, por toda dedicação, e a minha professora Vilma Santos que muito me ajudou, compartilhando todo o seu conhecimento.

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos.”

(Provérbios 16:3).

RESUMO

A sociedade busca discutir sobre questões ambientais por se tratar de um momento essencial para que as organizações utilizem de ferramentas para demonstrar sua responsabilidade social. A responsabilidade social e a sustentabilidade surgem no contexto para indicar que as empresas têm um papel importante neste universo, a fim de demonstrar suas relações e como operam de forma eficaz no que diz respeito às necessidades econômicas, sociais e ambientais, sem comprometer as gerações futuras, sendo um diferencial estratégico e aumentando sua lucratividade de forma sustentável. Este estudo tem por objetivo identificar e estudar as formas atuais que as pequenas e médias empresas utilizam para minimizar impactos ambientais e sociais contribuindo para a sustentabilidade e responsabilidade social, permitindo que esses negócios compreendam seus desafios e as oportunidades, possibilitando a implementação de ações efetivas para um desenvolvimento mais sustentável e responsável. O estudo foi conduzido a partir do levantamento bibliográfico sobre a importância da responsabilidade social e sustentabilidade, analisando seus impactos na sociedade, estratégias para serem adotadas pelas empresas visando às práticas sustentáveis e a economia num todo. Com características qualitativas e quantitativas, este estudo apontou que as empresas do Vale do Paraíba durante o período de 2012 a 2022 utilizam ferramentas e indicadores como: investimento em campanhas educativas e busca por fornecedores ecologicamente responsáveis que contribuem para a responsabilidade social, bem como para a sociedade em que está inserida.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Sociedade. Micros e pequenas empresas. Responsabilidade Social.

ABSTRACT

Society is looking to discuss environmental issues because this is an essential time for organizations to use tools to demonstrate their social responsibility. Social responsibility and sustainability have emerged in this context to indicate that companies have an important role to play in this universe, in order to demonstrate their relationships and how they operate effectively with regard to economic, social and environmental needs, without compromising future generations, being a strategic differentiator and increasing their profitability in a sustainable way. This study aims to identify and study the current ways that small and medium-sized companies use to minimize environmental and social impacts, contributing to sustainability and social responsibility, allowing these businesses to understand their challenges and opportunities, enabling the implementation of effective actions for a more sustainable and responsible development. The study was based on a bibliographical survey of the importance of social responsibility and sustainability, analyzing their impacts on society, strategies to be adopted by companies with a view to sustainable practices and the economy as a whole. With qualitative and quantitative characteristics, this study showed that companies in the Paraíba Valley between 2012 and 2022 use tools and indicators such as investment in educational campaigns and the search for ecologically responsible suppliers that contribute to social responsibility, as well as to the society in which they operate.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Keywords: Sustainability. Society. Micro and small enterprises. Social responsibility.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil	20
FIGURA 02: Carga Tributária sobre bens e serviços: Brasil e países da OCDE (2017).....	26

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 Questão de Pesquisa.....	13
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos.....	13
1.3 Delimitação do Tema	14
1.4 Relevância	14
1.5 Metodologia	14
1.6 Estrutura do Trabalho	14
2. REVISÃO DE LITERATURA	16
2.1 Fundamentos sobre o consumo.....	16
2.1.1 As perspectivas do consumo na sociedade contemporânea	16
2.1.2 Os impactos do consumo na era da modernidade	17
2.2 Consumo Consciente.....	17
2.2.1 A importância das empresas no consumo consciente	17
2.3 Sustentabilidade e Responsabilidade Social	18
2.3.1 A responsabilidade social como estratégia para o mercado competitivo.....	18
2.4 Conceito de Sustentabilidade	19
2.5 A importância da sustentabilidade nas organizações atualmente.....	19
2.6 Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável	20
3. AS PEQUENAS EMPRESAS E A INTEGRAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE	21
3.1 Sustentabilidade e Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas.....	21
3.2 O consumismo no Brasil e na região do Vale do Paraíba.....	22
3.3 Estratégias para a promoção do consumo consciente nas MPEs do Vale do Paraíba no período de 2012 a 2022.....	22
3.4 O papel de destaque nas Pequenas e Médias Empresas na economia	24
3.5 Os desafios da manutenção das Médias e Pequenas Empresas	25
3.5.1 Estratégias Governamentais para a manutenção das MPEs.....	27
4. AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE DO PARAÍBA	28
4.1 A internacionalização das Médias e Pequenas Empresas do Vale do Paraíba: A busca para o crescimento global	28

4.2 Contexto social e ambiental no Vale do Paraíba.....	29
5. EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS MPES DO VALE DO PARAÍBA (2012-2022).....	31
5.1 Iniciativas locais de fomento à sustentabilidade.....	31
5.2 Impactos de políticas públicas na região.....	32
5.3 Ecologia Empresarial: A Natureza como modelo inspirador para o desenvolvimento sustentável de Pequenas e Médias Empresas.....	32
5.4 Pequenos Negócios do Vale do Paraíba responsáveis e preocupados com o meio ambiente	33
5.4.1 Por um planeta mais bonito e sustentável: Vegane Cosméticos Naturais.....	33
5.4.2 A empresa ABP Energia Solar e sua contribuição para sustentabilidade na cidade de Taubaté.....	34
6. RESULTADOS	36
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
ANEXOS	43

1. INTRODUÇÃO

Embora tenha empresas que presam pela sustentabilidade e responsabilidade social, ainda há muito que se fazer, pois muitas organizações visam os lucros apenas e acaba por não assumir o seu compromisso social para com a sociedade. Porém, para se manterem no mercado precisam de estratégias competitivas e segundo Drucker (1981), as empresas entre os anos de 60 e 70 buscavam possíveis estratégias no mercado oferecendo um preço melhor e um produto de qualidade, só que a competitividade ia aumentando e transformou a ideia de baixo custo para alta qualidade, sendo que a inovação e flexibilidade era o foco. Foi a partir daí que as empresas começaram a diversificar suas estratégias a fim de captar e manter os clientes em suas empresas, visando à responsabilidade social e se diferenciando no mercado.

Segundo Karkotli (2006), o termo responsabilidade social tem se difundido no Brasil, mostrando que a globalização e a concorrência acirrada são fatores importantes neste contexto. A partir desta concorrência, Ashley (2002) aponta que existe uma constante busca por alternativas que favoreçam o crescimento e a sobrevivência do negócio em um mercado competitivo e a responsabilidade social é uma estratégia para que a empresa possa aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas. (KARKOTLI, 2006).

O Desenvolvimento Sustentável é muito importante para a sociedade pois envolve diversos pilares: social, econômico, ambiental, dentre outros. ODS é um processo de transformação a partir do indivíduo para o global (SILVA, 2006). E conforme Elkington (2001), a sustentabilidade é um equilíbrio entre todos esses pilares. É por isso que o Desenvolvimento Sustentável é o objetivo a ser alcançado e a sustentabilidade é o processo para atingi-lo.

Em síntese, o grande desafio do século XXI será mudar o sistema de valores por trás da economia global, a fim de que torne compatível com as exigências de dignidade humana e da sustentabilidade ecológica (HOYOS GUEVARA e DIB (2007)).

1.1 Questão de Pesquisa

Com base no tema proposto pela pesquisa, a questão para estudo é como as pequenas e médias empresas estão contribuindo com a sustentabilidade ambiental e social.

A questão de pesquisa levou em consideração a necessidade de destacar a relevância das organizações do Vale do Paraíba em relação às suas estratégias para investir em ações sustentáveis contribuindo para o desenvolvimento da economia na região.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Este estudo tem por objetivo identificar como as pequenas e médias empresas da região do Vale do Paraíba atuam no problema da sustentabilidade e responsabilidade ambiental e social no período de 2012 a 2022.

1.2.2 Objetivos Específicos

O presente estudo tem por objetivos específicos:

- I. Analisar as empresas que praticam ações de responsabilidade social;
- II. Definir a importância da sustentabilidade para a economia;
- III. Descrever ações e estratégias das pequenas empresas para colaborarem com o consumo consciente;
- IV. Entender o que é consumo consciente;
- V. Verificar o comportamento do consumidor em relação ao consumo consciente;
- VI. Discutir sobre os impactos do consumismo na economia.

1.3 Delimitação do Tema

Esta pesquisa está focada em uma tentativa que busca um estudo teórico referente à responsabilidade social e sustentabilidade das pequenas e médias empresas da região do Vale do Paraíba no período de 2012 a 2022, com a finalidade de propor estratégias para minimizar impactos negativos no ambiente e na economia.

1.4 Relevância

O estudo realizado a respeito do consumo consciente torna-se relevante porque suas práticas contribuem para mudanças de hábitos, buscando incentivar as pessoas de maneira correta a planejar, pesquisar, compartilhar ideias que visam a melhoria da qualidade de vida das pessoas, além e fortalecer a economia.

1.5 Metodologia

A metodologia deste trabalho aplica-se a elaboração de um estudo bibliográfico, de natureza quantitativa e qualitativa, à medida que se consulta a fontes bibliográficas, será feito em desenvolvimento a partir de conceitos, explicações e análises sobre a importância das organizações com a responsabilidade social e sustentabilidade no ramo dos negócios e como suas estratégias influenciam na economia e na sociedade.

Com base nestes procedimentos metodológicos podemos destacar alguns autores (Ashley, 2002), Lipovetsky (2011), Madruga (2009), Chiavenato (1999), que promovem discussões sobre o tema abordado no estudo e suas aplicações nas organizações e como elas influenciam na sociedade e na economia como resultado.

1.6 Estrutura do Trabalho

Este trabalho está estruturado em sete partes, de forma que sua sequência ofereça melhor entendimento do que se pretende propor com a pesquisa.

Na primeira seção, apresenta-se a introdução que trata de questões sobre o consumo consciente e como impacta na economia e na sociedade. Ainda trata da

questão da pesquisa, seus objetivos, sua importância sobre o tema, sua delimitação do assunto, a metodologia utilizada e como o trabalho está organizado.

A seção 2 trata-se da revisão de literatura, necessária para a fundamentação da pesquisa acerca dos temas consumo consciente e a responsabilidade social das empresas em relação ao consumo x consumidor e, como tudo isso impacta na economia.

A terceira, quarta e quinta seção refere-se ao desenvolvimento da pesquisa, trazendo a importância das pequenas e médias empresas do Vale do Paraíba para a economia da região, as dificuldades apresentadas por elas para a sua manutenção, políticas e incentivos governamentais para os pequenos negócios, estratégias a serem adotadas para o desenvolvimento sustentável e a análise de duas empresas da região que buscam a responsabilidade social.

A sexta seção refere-se aos resultados obtidos através da pesquisa, no que diz respeito ao comportamento do consumidor e das empresas em relação ao consumo consciente, seus impactos na economia e a sociedade

Após tamanha discussão e profunda análise com base nos referenciais pesquisados, busca-se na quarta parte, através das considerações finais, provocar a reflexão nas organizações a respeito do papel crucial, o qual ocupam, na promoção de práticas sustentáveis e as suas consequências na economia.

Por fim, as referências bibliográficas utilizadas para a elaboração e fundamentação da pesquisa.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Fundamentos sobre o consumo

Segundo Bauman (2008), o consumismo é um movimento da modernidade que demarca uma sociedade contemporânea, ou seja, uma sociedade que foca na aquisição excessiva. Reafirmando a ideia anterior, Lipovetsky (2010) comenta que a teoria se trata de uma era contemporânea do capitalismo, no qual o conhecimento da economia e a geração do lucro encontra-se em ascensão na atividade comercial e, por conseguinte, no consumo. A sociedade retrata um consumidor com um estilo de vida consumista. Por isso, os consumidores da atualidade passam a ser protagonistas que tem como espaços os “shoppings”, “restaurantes”, “shows”, “jogos de futebol”, independente do lugar existe um). consumidor nato sem se importar com a idade, sexo e cor. (BAUMAN, 2010).

2.1.1 As perspectivas do consumo na sociedade contemporânea

Canclini (2015) afirma que na sociedade contemporânea, o consumismo é fortemente estimulado, especialmente pelos meios de comunicação. Devido a isso, o consumo em grande escala estimula a produção e o crescimento econômico, o que teoricamente melhoraria o bem-estar social. Porém, o consumismo não consegue propor uma felicidade universal. Portanto, aumentar o padrão de vida não implica necessariamente em melhorar a qualidade de vida.

Dentro deste contexto (Silveira, Grassi, 2014) aponta que o consumo é resultado das alterações dos padrões da sociedade. Essas transformações adicionadas a inclusão do consumo desenfreado após a Revolução Industrial motivou o ser humano a inventar cada vez mais objetos e inseri-los no mercado para que a sociedade os adquira.

2.1.2 Os impactos do consumo na era da modernidade

Para Lipovetsky (2011), a era do consumo é marcada pelos processos de individualização e desregulamentação. Vale ressaltar que os impactos negativos realizados pelas organizações visam em grande parte a produção e o lucro, estabelecem processos danosos ao ecossistema, produzem bens ineficientes ou com baixa vida útil, gerando um ciclo infundável de produção, consumo, descarte e nova produção. A partir desta perspectiva, soluções são necessárias aos padrões atuais da sociedade e requer um processo de mudança na responsabilidade, não apenas dos produtores, mas também dos consumidores, pelos seus impactos provocados na sociedade, na economia e no ambiente. (RODRIGUES, 2019).

2.2 Consumo Consciente

Segundo Pinto e Batinga (2016), o consumo consciente não se limita a um ato, mas um estilo de vida., voltado para a responsabilidade socioambiental. Os autores destacam que a ideia não é reduzir o consumo, mas mudar sua perspectiva por meio dos produtos e serviços que ofereçam ao consumidor valor agregado. O consumo consciente não visa o fim da produção e do mercado de consumo, mas como objetivo primordial oferecer uma visão mais sustentável. A partir disso, a sociedade pode mostrar ao setor produtivo o que quer que lhe seja afetado em termos de produtos e serviços com impactos positivos ou que reduza significativamente os impactos negativos do consumo de todos os cidadãos (RODRIGUES, 2019).

2.2.1 A importância das empresas no consumo consciente

De acordo com Viela Junior (2006) o consumidor contemporâneo elevou suas necessidades para um patamar mais consciente, sofrendo influências de mercados globalizados e uma sociedade cada vez mais informada, no qual o consumidor está mais ciente de seus direitos e de suas responsabilidades para adquirir produtos e serviços de qualidade, bom preço e além de satisfazer suas necessidades imediatas, levar esses valores de natureza ideológica e seu modo de vida.

Diante disso, o Instituto Akatu (2004) afirma que o comércio varejista tem o papel fundamental na função de parte no processo do consumo consciente econômico, com a justiça social e a sustentabilidade, visando melhores condições de vida para ele e a comunidade. O consumo consciente visa transformar o ato de consumir em um ato de cidadania.

As empresas buscam estratégias e práticas empresariais para assegurarem competitividade neste mercado acirrado, e utilizam-se da responsabilidade social na gestão como ferramenta para atingir esse objetivo. Desta forma, as práticas socioambientais podem levar as empresas a ganharem muito, tanto interna como externamente.

2.3 Sustentabilidade e Responsabilidade Social

De acordo com Chiavenato (2009), a responsabilidade social se trata de uma das obrigações em que uma organização assume através de ações que promovam o bem-estar da sociedade, mas também procura atingir seus próprios interesses. Para o autor, as organizações além de se preocupar com os lucros, sente-se no direito de compensar de alguma forma a sociedade a partir de ações que beneficiem a sociedade alcançando eficiência e eficácia.

Para Ashley (2002), responsabilidade social é definido como um compromisso das organizações para com a sociedade, por meio de atitudes que afetem positivamente o ambiente social. Isso nos leva a concluir que as organizações devem contribuir através de suas atividades para o desenvolvimento sustentável da sociedade em que está inserida.

2.3.1 A responsabilidade social como estratégia para o mercado competitivo

Segundo Pastro (2001), as ações das empresas voltadas para a responsabilidade social em seus negócios são muito importantes, pois suas práticas interferem no compromisso de melhorar a qualidade de vida da sociedade, preservando o meio ambiente e o desenvolvimento de seus funcionários, tornando sua empresa reconhecida pela população.

Para finalizar esse assunto, Rocha e Veloso (1999) aponta que uma organização deve criar um relacionamento sólido com seu comprador, estabelecendo uma base sólida e se posicionando melhor no mercado com estratégias socialmente responsáveis e conscientes e assim atrair cada vez mais consumidores. Com uma sociedade mais consciente e exigente, eles optam na hora de comprar seus produtos e/ou serviços de empresas que prezam por uma conduta social correta.

2.4 Conceito de Sustentabilidade

O conceito de sustentabilidade abrange temas como responsabilidade social e meio ambiente. Então pode-se dizer que uma empresa sintetiza seus propósitos e ações aos mecanismos de resposta social agregando valor econômico, social e ambiental para as organizações (ETHOS; UNIETHOS, 2008).

A adoção do Tripé Bottom Line (Tripé da Sustentabilidade) é uma ferramenta que serve para medir o desempenho da organização e comparar as questões econômicas, ambientais e sociais de modo que estabeleça valores e processos que as empresas devem adquirir para reduzir os impactos causados nessas três esferas. (SPERS; MOTA; MARTINELLI, 2014).

2.5 A importância da sustentabilidade nas organizações atualmente

Para Madruga (2009), movimento em prol do desenvolvimento sustentável tem buscado práticas de medidas sustentáveis para que a economia cresça, pois busca discutir soluções para os graves problemas ambientais que envolvam o planeta. Sob esta ótica, o movimento busca uma visão que não seja só econômica para o mundo, mas sim incorporar preocupações socioambientais tanto na ordem econômica quanto social.

A partir desta perspectiva, Melo (2005) comenta que a sustentabilidade é uma integração dos aspectos financeiros, sociais e ambientais do negócio, se tornando pré-requisito essencial para a sobrevivência e o sucesso da empresa.

2.6 Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável

A Agenda 2030 é um plano de ação que consiste em transformar o planeta e direcioná-lo para um caminho sustentável. Ela é composta por 17 objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) conforme a Figura 1, e 169 metas correspondentes. (ONU, 2015).

Figura 1: Os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável no Brasil



Fonte: ONU, 2015.

Espera-se que essas ações somadas, consigam acabar com a pobreza e a fome, proporcionando um ambiente saudável, e ainda seja capaz de proteger o planeta através do consumo e da produção sustentáveis (objetivo 12 da Agenda ODS), que é o foco da pesquisa em questão, a fim de suportar as necessidades das gerações atuais e futuras.

3. AS PEQUENAS EMPRESAS E A INTEGRAÇÃO DO CONSUMO CONSCIENTE

As empresas têm um papel muito importante porque consomem uma grande quantidade de recursos ambientais e têm impactos econômicos e sociais fundamentais na sociedade.

Segundo o Instituto AKATU (2008), o consumidor consciente também busca disseminar o conceito e a prática do consumo consciente, fazendo com que pequenos gestos realizados por um número muito grande de pessoas promovam grandes transformações. Por isso, as pequenas empresas têm um papel primordial na transição para o modelo de desenvolvimento sustentável e assim, poderão colher somente benefícios, como redução de gastos, maiores visibilidade, aumento de produtividade e competitividade; estes são apenas alguns pontos positivos.

Assim sendo, o apoio a essas empresas podem garantir acesso às informações e tecnologias necessárias para produzir com qualidade e baixo impacto ambiental.

3.1 Sustentabilidade e Responsabilidade Social nas Pequenas e Médias Empresas

A sustentabilidade diz respeito à capacidade de satisfazer as necessidades da sociedade sem comprometer as gerações futuras. No âmbito empresarial, a sustentabilidade busca equilibrar os interesses econômicos, sociais e ambientais, de forma a não impactar negativamente no meio ambiente e na sociedade e ainda assim criar valor econômico. A responsabilidade social refere-se ao compromisso dessas empresas em agir de forma ética e contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade como um todo.

Ao desenvolver soluções inovadoras para os desafios socioambientais, as chamadas MPEs têm a oportunidade de incorporá-las em seus produtos e/ou serviços atendendo às necessidades da comunidade de forma sustentável e diferenciar-se no mercado. A promoção dessas práticas além de fortalecer sua reputação e legi-

timidade, constrói uma imagem de confiança e contribui para uma economia mais equitativa e sustentável.

3.2 O consumismo no Brasil e na região do Vale do Paraíba

O consumo possui papel vital na economia, sendo ele um dos principais impulsionadores do crescimento econômico, além da promoção do bem-estar e qualidade de vida. Ele é fortemente influenciado pelos meios de comunicação, em especial nos últimos anos, onde a tecnologia vem ganhando cada vez mais força e se tornando acessível a todos.

No Brasil, o consumo muitas vezes está associado ao status social, valorizando marcas e produtos, e as redes sociais que contribuem para o crescimento desacerbado do consumismo no país, visto que a população está sempre em busca de validação externa, sendo assim estão sempre ativas em seus perfis de Instagram, Facebook, publicando fotos, vídeos, e influenciando outros amigos. A facilidade de compra é outro fator que colabora para o aumento do consumismo, com o avanço da tecnologia, o consumidor é capaz de adquirir sua compra com apenas um clique, e recebê-la dentro de algumas horas.

A região do Vale do Paraíba carrega o mesmo padrão de consumo do Brasil, pode-se considerar que o seu consumo é ainda mais fortificado, já que as cidades agrupadas na região possuem centros de comércio varejistas, shoppings centers, estimulando o consumismo com sua variedade de produtos.

3.3 Estratégias para a promoção do consumo consciente nas MPEs do Vale do Paraíba no período de 2012 a 2022

Tendo em vista tamanha importância das pequenas e médias empresas no ambiente econômico são indispensáveis traçar estratégias para a promoção do consumo sustentável por meio desses pequenos negócios.

A prática de consumo sustentável nessas empresas pode ser aplicada desde o seu funcionamento no dia a dia até a produção e entrega do seu produto, adotando medidas como:

- **Personalização Sustentável:** Criar produtos ou serviços exclusivos, adaptados às preferências e necessidades específicas dos clientes, com ênfase em opções sustentáveis e ecologicamente amigáveis.
- **Programas de Reconhecimento Sustentável:** Estabelecer programas de fidelidade que reconheçam e recompensem clientes que optam por escolhas sustentáveis. Isso pode incluir benefícios como descontos, brindes ou participação em iniciativas de responsabilidade social.
- **Transparência na Cadeia de Suprimentos:** Enfatizar a transparência na origem e produção dos produtos, comunicando abertamente as práticas éticas e sustentáveis ao longo da cadeia de suprimentos, construindo assim confiança com os consumidores.
- **Envolvimento Comunitário:** Iniciar projetos e ações que tenham impacto direto na comunidade local. Além de fortalecer os laços com os consumidores, isso demonstra um compromisso autêntico com a responsabilidade social.
- **Modelos de Negócios Circulares:** Adotar modelos de negócios baseados na economia circular, promovendo a reutilização, reciclagem e redução de resíduos. Oferecer incentivos, como descontos, para clientes que retornam embalagens ou apoiam práticas sustentáveis.
- **Educação do Consumidor no Ponto de Venda:** Inserir materiais educativos nos pontos de venda para informar os consumidores sobre os benefícios do consumo consciente e como suas escolhas impactam positivamente o meio ambiente e a sociedade.
- **Colaborações Locais:** Estabelecer parcerias com outras MPEs locais compartilhando valores sustentáveis. Isso pode incluir colaborações em eventos, promoções conjuntas e iniciativas comunitárias voltadas para a sustentabilidade.

- **Ofertas Exclusivas e Temporárias:** Lançar linhas de produtos ou serviços sustentáveis exclusivos por tempo limitado. Essa abordagem cria uma sensação de exclusividade, incentivando os consumidores a experimentarem as opções conscientes.
- **Desafios para a Sustentabilidade:** Incentivar a participação dos clientes em desafios e campanhas nas redes sociais que promovam a adoção de práticas sustentáveis em suas rotinas diárias. Reconhecer e recompensar ativamente as contribuições.
- **Workshops e Eventos de Conscientização:** Conduzir workshops e eventos, tanto presenciais quanto online, para compartilhar conhecimentos sobre práticas sustentáveis, envolvendo diretamente os consumidores no processo de conscientização.

Contudo, a adesão dessas estratégias possibilita um caminho para uma economia mais sustentável, reduzindo o impacto ambiental e preservando os recursos naturais, criando um ambiente mais saudável para essa e para gerações futuras. É fato que além dos benefícios gerados no aspecto ambiental, empresas que aderem estratégias sustentáveis também contam com uma redução nos seus custos operacionais, oferecendo um produto mais barato e conseqüentemente aumentando suas vendas. Ainda transmitem credibilidade, melhorando sua reputação e garantindo reconhecimento, alcançando maior gama de clientes e demanda de seus produtos e serviços.

3.4 O papel de destaque nas Pequenas e Médias Empresas na economia

As pequenas e médias empresas, em conjunto, são de suma importância para a economia global e local. Sua flexibilidade e capacidade de se adaptar mais rapidamente às mudanças de mercado possibilitam alta porcentagem de geração de empregos, se destacam no quesito inovação e empreendedorismo, se tornando grandes geradoras de novas ideias e tecnologias, impulsionando a concorrência e a dinâmica no mercado. Vale destacar também sua contribuição significativa para o

PIB nacional, que mesmo possuindo faturamento baixo comparado as grandes corporações, por serem inúmeras espalhadas por todo o território, juntas, representam uma parcela substancial. Esses pequenos negócios contribuem ainda para o crescimento da sua comunidade local, em especial em regiões onde grandes empresas não podem se estabelecer, fortalecendo a infraestrutura e promovendo melhora no padrão de vida da população de onde estão firmadas.

Hoje, as MPEs são responsáveis por um quarto do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, além de gerar os quase 100 milhões de empregos existentes. (SEBRAE, 2020). Na região do Vale do Paraíba, localizada no interior de São Paulo, somaram R\$7,7 milhões, em quatro anos, injetados na economia da região, ganhando destaque como a quinta do Estado de São Paulo que mais investe em inovação. (GOVERNO SP, 2019). A área é conhecida por sua variedade de setores, incluindo comércio, serviços, agricultura, e por seu espírito inovador, já que é campo de muitas startups e empresas de tecnologia emergentes.

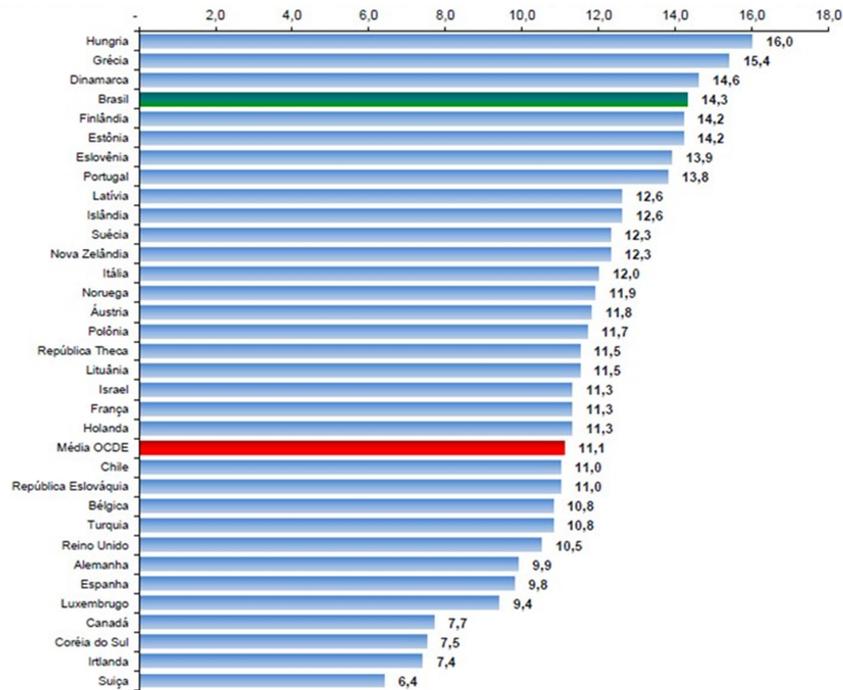
O Vale do Paraíba conta com ajuda do Projeto Desenvolve SP, projeto que busca ajudar pequenas empresas a transformar grandes ideias ainda que no papel. Em especial na cidade de São José dos Campos, onde abriga grandes empresas como Embraer, Boeing e o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA). (GOVERNO SP, 2019)

3.5 Os desafios da manutenção das Médias e Pequenas Empresas

As pequenas e médias empresas não param de crescer e cada vez mais se encontra pequenos negócios na vizinhança, nas cidades mais próximas, nos bairros das cidades, elas estão espalhadas por todos os cantos. Apesar de seu crescimento constante, empreender não é uma tarefa fácil, enfrenta-se a questão da concorrência com grandes marcas, o recrutamento de profissionais capacitados e ainda a carga tributária, considerada um dos grandes desafios no Brasil.

De acordo com estudos realizados pela Universidade de Campinas em 2022, o valor da carga tributária no Brasil corresponde a 14,3% do PIB sobre a sociedade em relação ao consumo de bens e serviços, sendo ela uma das mais altas do mundo, ficando abaixo apenas de países como a Hungria, Grécia e Dinamarca, conforme o gráfico abaixo

Figura 2: Carga Tributária sobre bens e serviços: Brasil e países da OCDE (2017)



Fonte: Carga Tributária no Brasil 2018 Análise por Tributos e Base de Incidências-Edição Março/2020

No gráfico acima, referente ao ano de 2017, o Brasil ocupa o quarto lugar em carga tributária sobre bens e serviços comparados aos 32 países analisados. É notório também, que o país possui uma diferença de 3,2 no percentual da média dos países da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico).

Diante de inúmeros desafios apresentados anteriormente é conclusivo que as pequenas e médias empresas, apesar de estarem crescendo nos últimos anos, apresentam dificuldades em se manterem funcionando. Segundo a Agência Brasil de 2021, somente 54% dessas MPEs estavam confiantes em continuar operando. Se fazendo necessária a adoção de incentivos por meio do governo para a manutenção e preservação desses empreendimentos.

3.5.1 Estratégias Governamentais para a manutenção das MPEs.

A implantação de estratégias para a manutenção das micro e pequenas empresas é uma tarefa do governo, o qual pode traçar mudanças significativas e corroborar com a sua sobrevivência.

Atualmente, no Brasil, os impostos cobrados para as pequenas empresas consistem em três regimes tributários: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real. Sendo eles definidos de acordo com o faturamento atingido pela empresa.

Dado o contexto atual do país, pode-se considerar a implementação de mudanças na carga tributária um trabalho árduo. O governo pode adotar como medidas: a revisão de políticas fiscais, analisando e identificando áreas onde é possível realizar ajustes sem que haja danos a arrecadação necessária para o país; a simplificação dos processos fiscais, visando a redução com gastos contábeis; promoção de programas para o apoio do empreendedorismo, colaborando para o processo de abertura desses pequenos negócios; introdução de incentivos fiscais para essas empresas de pequeno porte como redução e isenção de impostos e a redução das alíquotas, garantindo tributos menores e tornando-as mais competitivas no mercado.

4. AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE DO PARAÍBA

A região do Vale do Paraíba é conhecida por sua diversidade em setores de comércio, sendo eles: manufatura, tecnologia, comércios, serviços, agricultura e turismo. A cidade de São José dos Campos, em especial, é conhecida por estabelecer grandes polos aeroespaciais.

Nos centros das cidades estabelecidas na região é possível encontrar inúmeras lojas de roupas, sapatos, utensílios de beleza e aparelhos eletrônicos, considerados ramos de maior atratividade, segundo Marco Aurélio Bede, especialista em pequenos negócios do Sebrae Nacional.

Por estar localizada próxima a Serra da Mantiqueira, essas cidades, acabam atraindo a população vizinha, que então se deslocam para efetuarem suas compras, garantindo menores preços e maior diversidade em produtos. A região ainda conta com a presença de universidades, recebendo milhares de estudantes a todo o momento, fortificando o consumo local e intensificando o empreendedorismo regional.

4.1 A internacionalização das Médias e Pequenas Empresas do Vale do Paraíba: A busca para o crescimento global

O Brasil é conhecido por exportar uma variedade de produtos, essas exportações desempenham um papel estratégico na economia do país. Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE em 2020, 40% das exportações e importações no Brasil eram originárias das MPEs. Em 2019, cerca de um terço dessas exportações, foram feitas por pequenas e médias empresas, de acordo com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos- Apex (MARTINS, 2021).

No Vale do Paraíba, segundo estudo realizado pela Investe São Paulo, a exportação vem ganhando cada vez mais espaço, em 2017, a região somou 379 empresas exportadoras. Sendo a cidade de São José dos Campos líder no envio de produtos para outros países com 130 empresas exportadoras, seguida por Taubaté com 54, Jacareí (51), Pindamonhangaba (41), Caçapava (21), Lorena (20) e Guaratinguetá (13). (REVISTA H-TEC HUMANIDADES E TECNOLOGIA, 2022).

4.2 Contexto social e ambiental no Vale do Paraíba

O Vale do Paraíba é considerado uma região rica em diversidade social e ambiental. A região conta com uma densidade populacional e disponibilidade de mão de obra qualificada significativa, impactando assim diretamente as atividades empresariais, além de ser polo de instituições universitárias e escolas de ensino técnico.

No aspecto ambiental, a localidade agrupa diferentes ecossistemas, sendo a preservação da biodiversidade uma preocupação ambiental importante, contando com iniciativas para a preservação da área verde, como: o corredor ecológico, um programa de mobilização socioambiental criado para as escolas públicas regionais com intuito de conscientizar a comunidade e despertar sua importância como agentes transformadores do meio ambiente. Além de sua ampla diversidade em área verde, o território possui muitos recursos hídricos, já que é cortado por importantes rios, por exemplo, o rio Paraíba do Sul.

Um ponto preocupante para as gestões nacionais e locais é o desenvolvimento industrial em certas localidades, trazendo junto de si a emissão de poluentes atmosféricos, que segundo a OMS em 2021, a ocorrência de 4,2 milhões de mortes prematuras é atribuída à poluição do ar, anualmente, no mundo.

A legislação ambiental presente na região e no país compactua com a adoção de políticas ambientais. Podemos citar a Lei nº 12.528, de 02/01/2007 que obriga a implantação do processo de coleta seletiva em “shoppings centers” do Estado de São Paulo, se fazendo obrigatória em empresas de grande porte, condomínios industriais e residenciais. Outra norma de suma importância e de grande relevância é a Resolução CONAMA nº237/1997, a qual estabelece diretrizes gerais para o licenciamento ambiental no Brasil, buscando a promoção do desenvolvimento sustentável, conciliando o crescimento econômico com a preservação do meio ambiente.

Dado o seu contexto social e ambiental é de conhecimento que as empresas instaladas nas cidades pertencentes ao grupo, possuem um papel de suma importância na busca por práticas sustentáveis e responsáveis, pode-se considerar como forma de atuação dessas empresas:

- **Práticas Sustentáveis e Eficiência Energética:** Adoção de práticas que reduzam o impacto ambiental, como gestão de resíduos, eficiência energética e utilização de energias renováveis.
- **Engajamento com a Comunidade:** Desenvolvimento de projetos que beneficiem a comunidade local, demonstrando o compromisso da empresa com responsabilidade social.
- **Educação Ambiental:** Implementação de programas de educação ambiental para funcionários e comunidade, visando à conscientização sobre práticas sustentáveis.
- **Transparência e Relatórios de Sustentabilidade:** Divulgação transparente de práticas sustentáveis adotadas pela empresa, por meio de relatórios de sustentabilidade, promovendo a responsabilidade e prestação de contas.
- **Inovação Tecnológica Sustentável:** Investimento em tecnologias verdes e inovações que contribuam para a sustentabilidade e redução do impacto ambiental.

5. EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS MPEs DO VALE DO PARAÍBA (2012-2022)

5.1 Iniciativas locais de fomento à sustentabilidade

Na abrangente região do Vale do Paraíba, composta por 18 cidades, destaca-se notavelmente São José dos Campos, líder nacional em desenvolvimento sustentável, ocupando a 24ª posição entre as 5.570 cidades brasileiras, conforme o Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades-BRASIL (ISDC-BR) em 2022. Seguem-se Taubaté e Tremembé como importantes municípios na região.

São José dos Campos, em particular, se destaca por sua liderança em programas relacionados à preservação e educação ambiental. O PROMEA (Programa Municipal de Educação Ambiental), estabelecido em 2006, integra, divulga e promove ações educativas voltadas ao meio ambiente. Além disso, o projeto Ecobriquedodeca incentiva crianças a transformar materiais reciclados em brinquedos, estimulando a criatividade e a consciência ambiental. A cidade também estabeleceu postos do SEBRAE no Alto da Ponte e em São Francisco Xavier, oferecendo suporte técnico aos produtores locais para promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável.

Taubaté, em paralelo a São José dos Campos, adota iniciativas e incentivos para aprimorar e preservar o meio ambiente. O Projeto Reflorestamento Taubaté, por exemplo, busca aumentar a cobertura vegetal e preservar as áreas verdes municipais, visando à estabilidade climática, melhoria na qualidade do ar, preservação do solo e, conseqüentemente, à qualidade de vida da população taubateana. Outra ação notável é a construção do Núcleo Ambiental, que utiliza energia fotovoltaica para suprir as necessidades energéticas.

No âmbito das pequenas e médias empresas (MPEs) na região, além das ações governamentais, destacam-se iniciativas próprias. Essas empresas podem se envolver em práticas sustentáveis, como gestão eficiente de resíduos e eficiência energética, alinhando-se aos esforços das prefeituras. Colaborações com programas educativos e a implementação de tecnologias sustentáveis podem ser formas adicionais de contribuir para a construção de um ambiente mais equilibrado e saudável no Vale do Paraíba.

5.2 Impactos de políticas públicas na região

Para incentivar novos empreendimentos e a continuação dos já existentes, a cidade de São José dos Campos estabeleceu o Parque Tecnológico, espaço que conta com 51 empresas residentes, desde pequenas até empresas de grande porte, incluindo 36 empresas incubadas, sendo elas microempresas e startups. O objetivo da Incubadora de Negócios do Parque Tecnológico é abrigar novos negócios e colaborar para o desenvolvimento econômico da cidade.

Além dos programas estabelecidos pelo Governo Federal e o Governo do Estado de São, como citado anteriormente, a cidade de Taubaté sancionou a Lei nº 5.846, fundamentando o Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico de Taubaté (Condet) e o Fundo de Desenvolvimento Econômico com o objetivo de oferecer investimentos e aplicar recursos para viabilizar a inclusão de empresas de todos os portes na cidade.

De acordo com as pesquisas realizadas, todos os projetos de apoio a esses microempreendedores carregam junto de si, estímulos para a sustentabilidade, disponibilizando recursos e dissertando sua importância à adoção de políticas ecologicamente corretas em suas empresas.

5.3 Ecologia Empresarial: A Natura como modelo inspirador para o desenvolvimento sustentável de Pequenas e Médias Empresas

A Natura é considerada uma das empresas mais sustentáveis do mundo, ocupando a 14ª posição segundo a revista Forbes. A marca é 100% carbono neutro, levando em consideração desde a extração da matéria-prima, até o descarte de seus produtos. Em 2018 se tornou a primeira empresa brasileira a receber o selo The Leaping Bunny, alegando a não realização de testes de seus produtos em animais, e o selo B Corp, que reconhece companhias comprometidas em harmonizar o sucesso financeiro com a promoção de impactos positivos na sociedade e no meio ambiente.

A empresa alega que ao comprar seus produtos, o cliente contribui com o sustento de aproximadamente 2.000 famílias, tornando o trabalho com as comunidades nativas capaz de preservar 1,8 milhões de hectares da Floresta Amazônica.

Outro ponto forte da Natura é a preocupação com suas embalagens, a linha Natura Ekos possui seus frascos produzidos de PET 100% reciclados e suas recargas são provenientes do plástico verde, produzidos por meio da cana de açúcar. A adesão de produtos de hidratação facial em frascos garante ao cliente um custeio menor e descarta possíveis gastos desnecessários por meio da empresa.

A preocupação da Natura com o meio ambiente é um atrativo para a conquista de novos clientes, em especial aqueles que buscam por mais beleza e prezam por empresas ecologicamente corretas, um perfil de consumidor que vem crescendo e ganhando força todos os dias. Com isso, a organização vem construindo uma boa reputação e conquistando maior visibilidade no Brasil e no mundo, além de influenciar outras pequenas e médias empresas à adoção de políticas ecológicas em seu meio organizacional, que é o caso de pequenos negócios do ramo de cosméticos da região do Vale do Paraíba que já incluíram medidas sustentáveis em suas empresas, optando por fornecedores responsáveis, adotando atitudes conscientes relativas à coleta seletiva e fabricando produtos que não agridam o meio ambiente, que é o caso da Vegane Cosméticos Naturais, localizada na cidade de São José dos Campos.

5.4 Pequenos Negócios do Vale do Paraíba responsáveis e preocupados com o meio ambiente

5.4.1 Por um planeta mais bonito e sustentável: Vegane Cosméticos Naturais

A Vegane Cosméticos Naturais está localizada na cidade de São José dos Campos e tem como seu principal objetivo proporcionar beleza para os seus clientes sem prejudicar o meio ambiente e causar danos à saúde do seu consumidor.

A empresa busca através da fabricação de seus produtos reduzir os impactos causados pelos cosméticos químicos, por isso opta por desenvolver seus produtos por meio de matérias-primas naturais, o que chamam de “da Terra para a Terra”, movimento que consiste em extrair da natureza e devolvê-los sem causar possíveis danos.

A marca garante que seus produtos estão livres de componentes sintéticos, derivados de petróleo, parabenos, formaldeído, sulfatos, fragrâncias e corantes artificiais, substâncias essas que são extremamente prejudiciais para o meio ambiente.

Os produtos da Vegane estão conquistando consumidores de toda a região do Vale do Paraíba, incluindo a cidade de Taubaté, Tremembé, Pindamonhangaba e até cidades que não fazem parte da RMVP (Região do Vale do Paraíba).

Empresas como essa vêm ganhando destaque em todo o território nacional e a probabilidade de crescimento é muito alta se mantiverem seus padrões de qualidade, pois além devolverem a autoestima e promoverem o autocuidado, impacta de maneira positiva para a manutenção do meio ambiente, fabricando produtos que não agridem o planeta Terra e expandindo o conceito e importância de sustentabilidade através de suas vendas.

5.4.2 A empresa ABP Energia Solar e sua contribuição para sustentabilidade na cidade de Taubaté

Segundo pesquisas realizadas pelo G1 em 2020, o Brasil entrou para o grupo de 20 países líderes em projetos de energia fotovoltaica no mundo. A energia fotovoltaica consiste na captação de energia elétrica através da radiação solar, ou seja, sua matéria-prima é originária da natureza, por isso se torna uma fonte de energia sustentável. De acordo com a Secretaria do Meio Ambiente, desde 2012 até o ano de 2021, mais de 13,6 milhões de toneladas de CO₂ foram evitadas, vale ressaltar ainda, em âmbito econômico, a geração de cerca de 347 mil empregos gerados através da energia solar.

A energia solar foi criada em 1839 por um físico, e após uma série de acontecimentos, em meados de 1958, se deu a utilização das primeiras placas solares, a partir daí a evolução se tornou constante, e atualmente no mercado houve redução nos custos para adquirir um sistema solar e a diminuição da área necessária para a instalação.

Para agregar com a pesquisa foi avaliada a empresa ABP Energia Solar, empresa de médio porte, referência em instalação de energia solar na região do Vale do Paraíba. A empresa ajuda produtores rurais a gerarem sua própria energia

elétrica, reduzindo seus gastos de produção e aumentando a lucratividade, garantindo vantagem competitiva no mercado setorial.

A empresa efetuou a instalação de placas solares em diversos pequenos e grandes empreendimentos da região, e segundo depoimentos dados pelos seus clientes para a equipe do G1, como o senhor Mistuo (Chico), comerciante local que alegou pagar cerca de R\$1.000,00 mensal em energia elétrica em seu estabelecimento. Após a adesão das placas solares obteve uma queda de cerca de 80% em sua conta de luz. Reduções assim afetam de maneira positiva os custos operacionais do comércio, garantindo a venda de produtos mais baratos a seus clientes e construindo uma imagem responsável perante a sociedade. A economia obtida ainda pode ser investida no estabelecimento através de melhorias como a reforma local, inclusão de novos produtos e a ampliação do negócio.

6. RESULTADOS

As empresas estudadas estão situadas nas cidades de São José dos Campos e Taubaté, ambas na região do Vale do Paraíba, são consideradas empresas de pequeno e médio porte. A empresa Vegane Cosméticos tem como seu principal ramo a fabricação e venda de produtos de beleza com a utilização de matéria-prima sustentável e a empresa ABP Energia Solar tem como especialidade a fabricação de placas solares para distribuição de energia elétrica nas casas e comércios da região, utilizando de recursos sustentáveis e incentivando a responsabilidade social.

Os dados obtidos revelam uma tendência positiva nas práticas de sustentabilidade ambiental adotadas pelas MPEs ao longo dos últimos dez anos. A utilização de fontes de energia renovável aumentou significativamente, evidenciando o compromisso crescente das empresas com a eficiência energética e a redução da pegada de carbono.

No que diz respeito à gestão de resíduos e ao uso responsável de recursos naturais, observamos estratégias eficientes por parte das MPEs. A implementação de práticas de reciclagem e reutilização de resíduos demonstra uma abordagem mais consciente em relação ao ciclo de vida dos materiais.

Os resultados destacam um notável impacto positivo das MPEs na comunidade do Vale do Paraíba. Projetos sociais, parcerias educacionais e a promoção da diversidade no ambiente de trabalho revelam um compromisso sólido com a responsabilidade social. A análise comparativa ao longo da última década aponta para uma evolução constante nas práticas sustentáveis e responsáveis desses pequenos negócios.

Conclui-se essa seção destacando a relevância das MPEs do Vale do Paraíba no cenário da sustentabilidade e responsabilidade social. Os resultados obtidos sugerem que essas empresas não apenas adotaram práticas sustentáveis, mas também desempenharam um papel ativo na construção de uma comunidade mais resiliente e equitativa.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a análise do período entre 2012 e 2022, tornou-se evidente o impacto significativo que as médias e pequenas empresas (MPEs) exercem no cenário da sustentabilidade e responsabilidade social no Vale do Paraíba. Este estudo destaca que, apesar dos desafios econômicos e sociais enfrentados, muitas dessas empresas não apenas adotaram práticas sustentáveis, mas também integraram a responsabilidade social como parte intrínseca de suas operações.

A pesquisa revelou que as MPEs do Vale do Paraíba não perseguem apenas o sucesso financeiro, mas também reconhecem a relevância de contribuir para o desenvolvimento sustentável da região. A implementação de políticas e práticas sustentáveis não apenas impulsionou a eficiência operacional, mas também consolidou a reputação das empresas no mercado, resultando em vantagens competitivas tangíveis e intangíveis.

A responsabilidade social, por sua vez, destacou-se como um fator crucial na interação entre as empresas e as comunidades locais. A participação ativa em projetos sociais, o apoio a iniciativas culturais e os investimentos em educação evidenciaram o compromisso das MPEs em contribuir para a melhoria da qualidade de vida na região.

No entanto, apesar dos avanços observados, este estudo identifica desafios persistentes que as MPEs enfrentam ao adotar plenamente práticas sustentáveis e responsáveis. Limitações financeiras, falta de conscientização e resistências culturais emergem como obstáculos que requerem atenção contínua e estratégias inovadoras.

Nesse contexto, torna-se claro que as MPEs do Vale do Paraíba desempenham um papel crucial na edificação de uma sociedade mais sustentável e equitativa. A continuidade desses esforços demandará não apenas o comprometimento das empresas, mas também parcerias sólidas com o setor público, organizações não governamentais e a sociedade em geral. Este estudo contribui para a compreensão das práticas sustentáveis e responsáveis no âmbito das MPEs, oferecendo insights valiosos para futuras pesquisas e aprimoramento das políticas públicas direcionadas ao desenvolvimento sustentável da região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKATU, Instituto. **Algumas ações para ser um consumidor consciente, 2004.** Disponível em: <<http://www.akatu.org.br>>. Acesso em: 20 nov. 2022;

AKATU, Instituto. **Descobrimo o consumidor consciente: uma nova visão da realidade brasileira.** Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 21 nov. 2022;

ALMEIDA, Fernando. **Responsabilidade Social e Meio Ambiente: “Os desafios da sustentabilidade.”** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008;

ASHLEY, P. A. (Coord.) (2002). **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva. LIBÂNEO, José Carlos. Didática. São Paulo: Cortez, 1994;

BATINGA, Georgina de; PINTO, Marcelo de R. **O consumo consciente no contexto do consumismo moderno: algumas reflexões.** Org. v. 14. Edição Especial, 2016. p. 30-43;

BAUMAN, Z. **A cultura do lixo.** In: Vidas desperdiçadas. Rio de Janeiro: Zahar, 2004;

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Tradução: Carlos Alberto. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed, 2008;

BOEHM, Camila. **Um quarto das pequenas e médias empresas relata fechamento, diz estudo.** Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-04/um-quarto-das-pequenas-e-medias-empresas-relata-fechamento%2C%20diz-estudo>>. Acesso em: 02 de nov. 2023;

BRASIL, Unidas Nações: **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Brasília, 2015. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em: 02 de nov. 2023;

CANCLINI, N. C. Consumidores do século XXI, cidadão do século XVIII. In: _____ . **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8ª ed., 2 reimp., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015 a;

_____. **O consumo serve para pensar**. In: _____ Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. 8ª ed., 2 reimp., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015 b;

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos** – 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999;

COSMÉTICOS, Natura. **Nossos Compromissos**. Disponível em: <<https://www.naturabrasil.fr/pt-pt/os-nossos-valores/sustentabilidade>>. Acesso em: 14 nov. 2023;

COSMÉTICOS, Vegane: **Beleza e saúde em um único produto**. São José dos Campos. Disponível em: <<https://www.veganecosmeticos.com.br/missao>>. Acesso em 15 nov. 2023;

ETHOS, Instituto. **Relatório de Sustentabilidade Instituto Ethos e UniEthos 2008**. São Paulo, 2008. Disponível em: <https://www3.ethos.org.br/wpcontent/uploads/2012/12/Relatorio-de-Sustentabilidade-Ethos-e-Uniethos-2008_pt.pdf>. Acesso em: 19 de nov. 2023;

FEDERAL, Governo. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. Brasília, 2022. Disponível em: <<https://www.gov.br/mre/pt-br/delbrasonu/desenvolvimento-sustentavel-e-meio-ambiente/agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>>. Acesso em 02 de nov. 2023;

G1, Portal. **Empresa de energia solar de Taubaté registra crescimento durante a crise.** Taubaté, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/especial-publicitario/abpsolar/noticia/2020/07/24/empresa-de-energia-solar-de-taubate-registra-crescimento-durante-a-crise.ghtml>>. Acesso em: 15 de nov. 2023;

ISHISAKI, Norio; DE SOUZA, R. de O. I. Kethellen; DE OLIVEIRA, C. M. Allana. **Internacionalização de Pequenas e Médias Empresas do Vale do Paraíba: Uma Análise Qualitativa.** Disponível em: <https://www.bing.com/search?pglt=2081&q=INTERNACIONALIZA%C3%87%C3%83O+DE+PEQUENAS+E+M%C3%89DIAS+EMPRESAS+DO+VALE+DO+PA-RA%C3%8DBA%3A+UMA+AN%C3%81LISE+QUALITATIVA&cvid=86c695a900a94500ac43de2df44a305a&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBBzlwM2owajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531>. Acesso em: 16 de nov. 2023;

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.** Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia de Letras, 2010;

LIPOVETSKY, Gilles. **A cultura mundo.** São Paulo: ed. Companhia de Letras, 2011;

MADRUGA, L. R. R. G. (2009). **Comportamento coletivo e interações sociais no comitê de gerenciamento da bacia hidrográfica do rio Santa Maria: aprendizagem social e emergência do empreendedorismo socioambiental.** (Tese de doutorado). Programa de Pós-graduação em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <<https://www.scielo.br>>. Acesso em: 16 de nov. 2023;

MELO, F. P. , No. (2005) .**Socioeconomia solidária para o desenvolvimento integral, democrático e sustentável.** São Paulo: Cedac. Disponível em: <<https://www.scielo.br>> . Acesso em: 18 de nov. 2023;

PASTRO, I. I. Entrepreneur: habilidade de criar e inovar. In: **Encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas. Londrina. Anais...** Paraná, 2001. CEFET, 2001. p. 128-141;

ROCHA, Thelma e André Veloso. **A hora da recompensa: Como obter sucesso através dos programas de fidelização.** Cobra Editora e Marketing, São Paulo, 1999;

RODRIGUES, Aline Coimbra. **Consumo consciente: um estudo com os estudantes e professores do curso de Administração da UFRJ**. Orientador: Prof.^a. Dr.^a Rita de Cássia Monteiro Afonso, 2019. TCC (graduação) – Curso de Bacharelado em Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.pantheon.urjf.br>>. Acesso em: 23 de nov. 2022;

SÃO PAULO, Governo do Estado de. **Parque Tecnológico de São José dos Campos se torna o maior do país**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<https://www.desenvolvimentoeconomico.sp.gov.br/parque-tecnologico-de-sao-jose-dos-campos-se-torna-o-maior-do-pais/>>. Acesso em: 02 de nov. 2023;

SÃO PAULO, Governo do Estado de. **Vale do Paraíba se destaca pelo volume de projetos inovadores**. São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/vale-do-paraiba-se-destaca-pelo-volume-de-projetos-inovadores/>>. Acesso em: 02 de nov. 2023;

SEBRAE. **Micro e Pequenas Empresas geram 27% do PIB do Brasil**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil>>. Acesso em: 02 de nov. 2023;

SEBRAE. **Qual a importância da sustentabilidade empresarial?** São Paulo, 2022. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/qual-e-a-importancia-da-sustentabilidadeempresarial>>. Acesso em: 14 de nov. 2023;

SILVEIRA, C.E.M. da; GRASSI, K. **Configuração e justificação de um direito fundamental ao meio ambiente á luz dos conceitos de meio justo e de natureza** – projeto em François Ost. In: Revista Direito e Práxis, v.5; n.8, p. 76-93, 2014;

SOLAR, Energia ABP. **Energia limpa, renovável que traz economia e retorno de 100% de seu investimento**. Taubaté. Disponível em: <<https://abpsolar.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 15 de nov. 2023;

SPERS, Valéria Rueda Elias; MOTA, Marília Gabriela Mosca; MARTINELLI, Pedro Paulo Holtz. **Conversando sobre Administração: Foco na Responsabi-**

lidade Social. Campo Grande: Life, 2014. 176 p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=WmtlCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq>>. Acesso em: 16 de nov. 2023;

STRAUSS, Karsten. **Natura é a 14ª empresa mais sustentável do mundo.** Disponível em: <<https://forbes.com.br/listas/2018/01/natura-e-a-14a-empresa-mais-sustentavel-do-mundo/>>. Acesso em: 15 de nov. 2023;

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira.** 5 ed. Revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2006;

TAUBATÉ, de Municipal Prefeitura: **Taubaté mantém ações de preservação do meio ambiente e bem-estar animal.** Taubaté, 2022. Disponível em: <<https://taubate.sp.gov.br/novo/noticias/taubate-mantem-acoes-de-preservacao-do-meio-ambiente-e-bem-estar-animal/>>. Acesso em: 15 de nov. 2023;

TREMembÉ, de Municipal Prefeitura: **Alunos do CEEP visitam o centro de educação ambiental de Tremembé.** Tremembé, 2022. Disponível em: <<https://tremembe.sp.gov.br/alunos-do-ceep-visitam-o-centro-de-educacao-ambiental-de-tremembe/>>. Acesso em 15 nov. 2023;

VILELA JÚNIOR, A. **Gestão ambiental: desafios e perspectivas para as organizações.** São Paulo: Senac, 2006;

YOUNG, F. A. Victor. **O Brasil tem a maior carga tributária do mundo?** Disponível em: <<https://www.blogs.unicamp.br/sobreeconomia/2022/05/02/o-brasil-tem-a-maior-carga-tributaria-do-mundo/>>. Acesso em 02 de nov. 2023;

ANEXOS

FOTO 1: Linha Ekos Natura



FOTO 2: Produtos hidratantes D-Pantenol Vegane Cosméticos Naturais



FOTO 3: Instalação de placas solares ABP em supermercado de Taubaté

