

Dinâmica Urbana e sua Influência na Gestão Ambiental das Pequenas e Médias Empresas.

Dra. Rosalinda Chedian Pimentel

Profª do Curso de Administração da UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto

End. Res.: Rua Campos Salles, 890, ap.102- Centro – CEP.: 14.015 –110-Ribeirão Preto/SP

End.: UNAERP – Av. Costábile Romano, 2.201,bl.H- Ribeirão Preto CEP.: 14.096-380

e-mail: rchedian@unaerp.br ou chedian@netsite.com.br

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	Pag. 02
2- ESPAÇO, TEMPO E O MEIO AMBIENTE	Pag. 02
3- A TEORIA FUNCIONALISTA E SUA HEGEMONIA ATÉ OS ANOS DE 1970	Pag. 04
4- A DINÂMICA URBANA E SUA IMPORTÂNCIA NAS EMPRESAS	Pag. 05
5- A DINÂMICA IMOBILIÁRIA E O MEIO AMBIENTE	Pag. 06
6- A QUESTÃO DAS EXTERNALIDADES E A GESTÃO DAS EMPRESAS	Pag. 07
7- DINÂMICA URBANA E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO AMBIENTAL DAS PME's	Pag. 07
8- CONCLUSÃO	Pag. 09
9- BIBLIOGRAFIA	Pag. 10

RESUMO

Algumas reflexões são elaboradas para demonstrar como a dinâmica imobiliária interfere na gestão das PME's, influenciando na forma de administrar os negócios, respeitando o meio ambiente. Discussão teórica é apresentada, bem como estratégias de ação transformadoras são destacadas no texto. Na primeira parte enfatiza-se a importância do tema, abrindo-se a problematização sobre a concepção neoliberal a respeito do espaço, tempo e o meio ambiente, para em seguida demonstrar que não há neutralidade do espaço na tática empresarial. A importância da dinâmica imobiliária é comprovada desde logo, transformando-se em fator determinante das relações entre empresas, consumidores e meio ambiente. Em seguida, discute-se a questão das externalidades e de seus impactos na gestão empresarial, concluindo com algumas recomendações de bem conviver das organizações e o meio ambiente dentro de um fenômeno ativo que é o da dinâmica imobiliária.

Palavras-Chave: dinâmica imobiliária; gestão das PME's e meio ambiente; externalidades e impacto ambiental; neutralidade do espaço.

1-INTRODUÇÃO

O trabalho constrói reflexões sobre alguns elos da dinâmica imobiliária na gestão ambiental de pequenas e médias empresas, considerando o embate entre a formação de crescentes guetos industriais e seus compromissos com a sociedade local e o meio ambiente.

O objetivo do trabalho consiste em estudar e compreender melhor como determinadas práticas urbanas comprometem a gestão ambiental praticada em pequenas e médias empresas, criando verdadeiros conflitos sociais intra e interempresariais e a sociedade local, cada vez mais consciente de seus direitos sobre a qualidade ambiental. As constatações da pesquisa pretendem contribuir para o avanço da ciência da administração, bem como contribuir para a melhor performance dos executivos que atuam nesse tipo de empresas, especialmente as localizadas nos centros da dinâmica imobiliária intensa.

Após a revisão da literatura foram identificadas, inicialmente, práticas funcionalistas de gestão ambiental empresarial que comprometem a relação harmônica entre a sociedade, as atividades econômicas e a qualidade ambiental. Em seguida foram selecionadas algumas dimensões que permitem caracterizar os reflexos da dinâmica imobiliária na prática da gestão empresarial, como: imagem e participação mercadológica, qualidade e preço dos produtos, relação com as comunidades e processo de segregação entre as formas de gestão e as expectativas socioambientais esperadas.

Dentre os principais resultados da pesquisa bibliográfica pode-se ressaltar o poder do capitalismo dentro das organizações e seus conflitos com os princípios de preservação ambiental; o uso capitalista das cidades e a formação de guetos em campos de interesses, onde forças atuam em permanente conflito entre o econômico e o socialmente “correto”; a emergência da cidade como *locus* de conflito gerencial e de disputas interempresarial, comprometendo a qualidade de vida ambiental das empresas e das comunidades que as acolheram, além do movimento de conscientização que se fez presente em protestos e reivindicações de direitos e cumprimento de deveres. A dificuldade de bibliografia específica exigiu que se construíssem hipótese de trabalho, que serão expostas ao longo do desenvolvimento do estudo.

2-ESPAÇO, TEMPO E O MEIO AMBIENTE.

Até a alguns anos atrás, tratava-se o tempo como o único senhor dos movimentos, revelando-o implacável na avaliação da dinâmica das atividades econômico-sociais. Contudo, a consciência de que a sua ação não ocorre no abstrato. Mas, na concretude das relações sociais, tornou-se visível a complexidade do binômio espaço-tempo dentro das organizações. Um não se realiza sem o outro ou sem ser dentro do outro.

E, de forma mais consciente, observa-se uma cumplicidade entre ambos, ora dinamizando os fluxos, ora virtualizando-os. Observa-se também que o ser humano é o alvo permanente do seu jogo estratégico, pois ao mesmo tempo em que proporcionam a integração do homem em suas espacialidades e temporalidades, fazem-no vítima das armadilhas dos circuitos do valor de uso e do valor de troca.

O paradigma que se apoia nas idéias de equilíbrio e de harmonia social, contrapõe-se ao dos conflitos, já que a estruturação do espaço e do tempo transcende à questão de competência individual e transforma-se em uma questão de poder dentro da célula familiar e nas organizações.

As relações sociais também sofrem tal embate através da redução do tempo de circulação das mercadorias (inclusive da força de trabalho), diminuindo o tempo de giro do capital e aumentando, portanto a taxa de lucro. O espaço é condição fundante à expansão do capital. Esse processo interativo/iterativo ocorre através da divisão técnica do trabalho, não apenas no âmbito da unidade de produção e da reprodução, mas na sociedade como um todo.

Assumir o desafio que o tempo e o espaço modernos estão criando para reconstruir novas bases de negociações entre atores e sistemas locais, regionais, nacionais e mundiais, significa admitir como hipótese que há empreendedores, transformando as práticas defensivas em práticas ofensivas, desenvolvidas de modo coletivo dentro das comunidades e das empresas.

A difusão da “fábrica automática” através da estratégia corporativa multinacional já era um indicativo do quadro de início de século que se teria. Empresas modernas combinam vantagens da extensa divisão “técnica” do trabalho (economias internas) com as vantagens da extensa divisão social do trabalho (economias externas), o que resulta em síntese eficaz do planejamento e da regulação mercantil.

O processo de internalização das transações num único campo organizacional, dos sucessivos subprodutos da produção, vinculando insumos primários específicos a produtos específicos, gerou ‘economias de velocidade’ que, por sua vez, dotaram as empresas de capacidade peculiar, e verticalmente diferenciadas das originais, que operavam com recursos abundantes e regulares.

À medida que tal processo se estendeu a indústrias inteiras e se infiltrou nos diversos países, o número de excluídos sociais começou a crescer e a explicitar pressões radicais para a sua sobrevivência. Ao abismo, que se abre entre a realidade interna das empresas e a crescente financeirização do capital, denomina-se de *economia desconexa*. É desconexa porque a economia cresce, o lucro das empresas se multiplica e os trabalhadores, que eram parte integrante do sucesso, encontram-se à margem ou, quando em melhores condições, inseguros.

A padronização ou a *standartização* da produção (qualidade) combinada à economia de escala (quantidade) expressava uma dinâmica modificação na composição orgânica do capital. A cruzada da eficiência alcançou todos os níveis, desde o das atividades domésticas até o da estrutura político-administrativo dos países. Uma nova linhagem de talento especializado no mercado produtivo e de acumulação de capital surgiu no mercado de forma a gerir as instituições à semelhança de máquinas eficientes. A nova ordem é adotar com total consentimento a união da tecnologia e do capital, que passou a ditar novos paradigmas no tempo, espaço e meio ambiente, tais como:

- redução sistemática de custos de produção, com acréscimo continuado do ritmo de trabalho e ganhos de produtividade;
- inauguração de um novo modelo de consumo produtivo da força de trabalho, ao mesmo tempo que se promove a extorsão da mais-valia relativa através do *scientific management* (apelo da racionalização capitalista);
- *standartização* da produção dentro de especificações de normas de qualidade, mas com significação do número de linhas de produção e aumento quantitativo da produção efetiva;
- ampliação dos níveis de produtividade do trabalho através da gestão particular do capital circulante e da aceleração do ciclo do capital produtivo, impactando na redução do tempo morto na fábrica, devido aos ajustes de equipamentos e de automação;
- vinculação estrutural entre globalização e dualização associada à tese pós-industrial, já que a dualização é diretamente considerada como consequência da estruturação liberal do mercado pelo novo tipo de concentração de funções globais.

A reestruturação econômica, característica da cidade global, contribui também para a dualização espacial- pelos mecanismos do mercado fundiário e mobiliário, já que há concorrência entre os diferentes usos possíveis dos espaços mais valorizados – procurados-

bem atendidos pelas funções que oferecem o maior lucro (funções financeiras e de serviços anexos), ou que correspondem ao consumo de bens superiores ou de luxo.

A apropriação dos espaços centrais de qualidade pelas classes dominantes, seja para localização residencial, seja para atendimento de suas demandas por bens e serviços, é com certeza um dos aspectos mais relevantes na transformação das cidades, com sinais físicos e estéticos incorporados nas operações imobiliárias de prestígio.

Simetricamente, a presença crescente de excluídos, marginalizados, e de conjuntos habitacionais com baixa qualidade ambiental em bairros decadentes é visível e reconhecida, sendo politicamente exploradas nas mesmas cidades. Essas vertentes se encontram dentro das cidades, no chão de fábricas, intraempresas e interempresarialmente analisando.

Lembrando Jean Baudrillard, que considera no indiferenciado universo dos valores signos a distinção do espaço, tempo e meio ambiente, pode-se adotar como hipótese de trabalho que o espaço-tempo neutralizado, homogeneizado torna-se um espaço-tempo de indiferenças sobre o meio ambiente, aprofundando a perda da identidade e de qualidade das relações tão propagadas nos dias atuais.

O cenário do urbano e de sua dinâmica encobrem o mundo das micro e pequenas empresas, através de um conjunto funcional em que cada termo, tanto os homens quanto as coisas, as instituições, as organizações passam pela definição da funcionalidade, da lógica que rege os princípios de determinação dos códigos entre e intraempresarial.

3-A TEORIA FUNCIONALISTA E SUA HEGEMONIA ATÉ OS ANOS DE 1970

O funcionalismo pode ser considerado uma teoria social global, um sistema de referência em condições de compreender os aspectos da vida individual e social das empresas e dos indivíduos. Os precursores da teoria funcionalista são Durkheim, relativamente ao conceito de solidariedade orgânica, e Spencer relativamente ao processo de seleção (darwinismo social). O conceito de solidariedade orgânica foi elaborado em contraposição ao de solidariedade mecânica para caracterizar sistemas de organização social típicos, respectivamente, da sociedade de estrutura agrícola-artesanal e da sociedade capitalista-industrial.

Enquanto a solidariedade mecânica fundamenta-se em papéis pouco diversificados, perpetuando-se no tempo em sistemas produtivos auto-suficientes relativamente independentes, em relações baseadas em consenso e estabelecida através de um esquema normativo legitimado pela tradição no meio ambiente, a solidariedade orgânica nasce da divisão social do trabalho, típica do sistema de fábrica e do concurso de todos os membros da sociedade, os quais se encontram ligados (dependentes) uns aos outros na satisfação das necessidades, e levados à cooperação que é entendida como princípio moral e ético que deve nortear as organizações e a sociedade, em geral.

A divisão do trabalho na dinâmica urbana explica, ao mesmo tempo, a desorganização, a reorganização e a crescente diferenciação. O meio ambiente é o espaço no qual as necessidades humanas podem ser satisfeitas, na medida que o homem se insere na estrutura e participa dos objetivos do sistema do qual faz parte, assim como as empresas. Por sua vez, para sua manutenção e desenvolvimento o conjunto de organizações e indivíduos deve garantir a satisfação de seus interesses. Do encontro das exigências nascem as necessidades *derivadas*, quais sejam:

- estabelecer e manter a ordem e harmonia do meio ambiente com o homem;
- educar e desenvolver cada cidadão para contribuir e conquistar um meio ambiente melhor e de qualidade.

Para esclarecer o processo de derivação e hierarquia das necessidades dos vários agentes sociais, deve-se demonstrar que a economia, o conhecimento, a religião e os

mecanismos da Lei, a instrução educativa e a criação artística estão direta ou indiretamente em relação com as necessidades fundamentais dos homens e das empresas.

As necessidades derivadas inserem-se num quadro de referência, numa dinâmica imobiliária, na qual as respostas são organizadas em setores que correspondem aos principais subsistemas integrantes da sociedade:

- o aparelho cultural dos utensílios e dos bens dos consumidores deve ser produzido, usado, mantido e substituído por uma nova produção e a esta necessidade do sistema corresponde um setor, que é a Economia;
- o comportamento humano, no que respeita as suas prescrições técnicas, consuetudinárias, legais e morais, deve ser codificado, regulado em ações e sanções, correspondendo ao controle social;
- o material humano com o qual cada organização é conservada, deve ser renovado, formado e disciplinado através do conhecimento e da tradição. Esta exigência é satisfeita pela Educação;
- a autoridade no interior de cada empresa, instituição deve ser provida de poderes e dotada de meios para impor a execução das suas estratégias. Para tanto, existe a Política.

Há situações de conflito, de falta de identidade com os objetivos mais gerais de preservação ambiental, que a teoria funcionalista chama de inadaptação social, pois para o funcionalismo, o sistema social se funda em processos socializantes e integradores, e a ideologia representa a forma de sobrevivência do sistema social.

4-A DINÂMICA URBANA E SUA IMPORTÂNCIA NAS EMPRESAS

A hipótese assumida de neutralidade do espaço na escolha da localização das empresas é elemento determinante do raciocínio neoclássico, ligado à configuração da estrutura de gestão das organizações. Isto porque a maneira clássica de resolver o problema da neutralidade foi propor uma teoria da renda fundiária em que, pelo viés da concorrência, seriam anulados os ganhos potenciais de recursos ligados às diferenças de localização (de fertilidade) espacial. Assim, a concorrência e a propriedade acarretariam a eliminação das condições de não-igualdade dadas pela localização (fertilidade) do espaço (terra); graças ao pagamento da renda, o mercado reencontraria sua característica inicial de igualdade das relações de troca.

Entretanto, a construção da idéia de neutralidade espacial não é desprovida de uma certa ambigüidade, porque recorre a uma transferência de recursos do demandante do espaço para o que detém a propriedade do fator- terra- (localização). A teoria da renda é que sustenta a hipótese de neutralidade do espaço em relação à demanda, bem como a forma de sua gestão.

Neste sentido, pode-se afirmar que em suas tentativas de estabelecimento de uma teoria da renda fundiária urbana, os neoclássicos procuraram fundamentos para defender a concepção de neutralidade do espaço.

No intuito de analisar a neutralidade da empresa em relação à determinação da ordem espacial há que se recorrer a Hahn¹, que afirma: “a escolha de atividade de cada empresa depende, em princípio, dos preços de todos os bens”. Essa definição, conforme definição walrasiana, fornece um quadro concorrencial geral em que a empresa escolhe suas atividades através de um conjunto de possibilidades técnicas que pode ser representado por uma função de produção. Para uma dada tecnologia, o papel da empresa consiste em operar escolhas de consumo de bens (cestas de *inputs*) que vão permitir a produção de outros bens,

¹ HAHN, F.. *Reflexions sur la “Main Invisible”*. In *Equilibrium and Macroeconomics*. Oxford: Basil Blackwell, 1984.

sendo seu objetivo maximizar o lucro que esses *outputs* vão gerar, respeitando, ao mesmo tempo, a exigência técnica de produção.

Nessas condições, pode-se adiantar que, a despeito do fato de consumidores e de empresas desempenharem tarefas diferentes dentro do sistema econômico (o que é representado pela particularidade de suas funções-objetivo), esses dois agentes são identificados como “iguais” pela teoria microeconômica tradicional, ou seja são assumidos como tivessem o mesmo princípio de racionalidade. Ocorre que ao se admitir tal hipótese, constrói-se uma situação de equilíbrio espacial, que nega a influência da dinâmica imobiliária na gestão das PME's - micro e pequenas empresas-, como se a curva de lucro independesse da localização dessas empresas ante o mercado consumidor.

Como a realidade demonstra ao contrário, fica evidenciada a importância vital que a dinâmica imobiliária exerce sobre as PME's, que em função de sua localização devem ter que adotar estratégias de gestão diferenciadas para sua preservação no mercado concorrencial.

5-A DINÂMICA IMOBILIÁRIA E O MEIO AMBIENTE

Dentro de uma perspectiva ambientalista, cria-se forte oposição ao que a corrente neoliberal advoga como verdades do mercado produtivo e de sua logística. Muitos autores mostram que, na maioria dos casos, os valores culturais são muito mais fortes que as chamadas forças de mercado, implicando em movimento migratório das PME's para áreas da periferia, cedendo lugar às grandes empresas ou organizações. Observa-se que vários segmentos de atividades econômicas permanecem localizados em/ ou se movem para determinadas áreas, mesmo quando, sob o estrito ponto de vista da análise econômica urbana, há indícios de que estariam melhor localizados em outros pontos da cidade.

Em contraste com a natureza descritiva do enfoque ecológico, os modelos neoclássicos de dinâmica imobiliária procuram identificar os processos determinantes da estruturação do espaço urbano. O foco específico desses modelos é o comportamento das firmas, das instituições públicas e do consumidor, vistos como unidades decisórias. Colocar a essência das decisões no princípio exclusivo da racionalidade econômica voltada para o mercado, ignorando fatores culturais, sociais étnicos, religiosos e morais, limitam a percepção dos agentes a um único quadrante analítico.

Seguindo a tradição dos chamados “neo-ecologistas”, a compreensão integral dos fenômenos deve substituir o determinismo econômico dos modelos neoclássicos atribuindo-se relevância ao conjunto amplo de valores sócio-culturais.

Um exemplo de aplicação do modelo proposto pelos ecologistas é o da análise decisória. De acordo com essa corrente, os modelos tradicionais que usam tão somente preço e renda como variáveis, negligenciam o processo comportamental básico e falham na diferenciação de respostas comportamentais a ambientes físicos e sociais em processo de efetivação das escolhas das empresas, como emergindo das necessidades e dos desejos das formas de interação do dia-a-dia.

A importância da dinâmica imobiliária no meio ambiente deve ser apreendida como elo integrante de uma cadeia de decisões tomadas por instituições governamentais, firmas privadas concorrentes e/ou complementares, assim como pelos consumidores dentro da teoria dos jogos ou de decisões estratégicas.

Como mensurar o rebatimento da dinâmica no meio ambiente? Recorrer aos modelos ecológicos observa-se deficiências conceituais, pela incapacidade de identificar os reais processos que estão sob as aparências; e aos neoclássicos que têm o poder explicativo comprometido com o rigor da teoria neoclássica e de seus postulados.

Em ambos os casos, a mesma limitação: o processo de estruturação do espaço (isto é, da localização e da alocação) é visto como mera questão de competência, como avaliam os ecologistas ou de otimização do comportamento econômico das empresas, como argumentam

os neoclássicos. Assim, ao despolitizar o processo de gestão, pela simplificação da natureza teleológica da ação das organizações, esta fica reduzida à competência econômica impessoal do mercado, sem um comprometimento mais estreito com o meio ambiente.

6-A QUESTÃO DAS EXTERNALIDADES E A GESTÃO DAS EMPRESAS

Há quatro importantes atores que vinculam a gestão das PME's com a dinâmica imobiliária: a indústria imobiliária, as grandes empresas, os proprietários e os inquilinos, e o setor público. Cada um desses atores se diferencia de acordo com seus recursos, influência e poder no mercado, motivações e funções. Da combinação desses elementos resulta uma estrutura diferenciada de poder de decisão no espaço de gestão de negócio das PME's. Seus interesses não são necessariamente antagônicos, mas, ao contrário, alianças e barganhas são práticas comuns e consideradas normais.

A indústria imobiliária, além de procurar a maximização dos seus lucros, leva ao conhecimento da comunidade a quantidade de solo disponível e tenta controlar os valores e organizar o mercado do solo segundo seus interesses. As grandes empresas têm objetivos mais específicos, pois conta, em termos espaciais, com a localização para a maximização de sua taxa de retorno e de acumulação de capital. O grupo dos proprietários e inquilinos, por sua vez, desempenha papel de relevo nas possíveis mudanças do uso do solo, pois sua preocupação maior está nas possíveis mudanças nos padrões de uso existentes, que possam afetar a qualidade de vida e os investimentos feitos. Finalmente, o setor público, mediador dos conflitos entre os demais grupos é, também, importante agente na medida que diretamente altera o uso do solo e da própria dinâmica imobiliária, dada a sua competência de legislar em matéria urbanística; e indiretamente, pelos investimentos em infra-estrutura e serviços urbanos que propicia à comunidade local, regional ou nacional, dependendo da escala que se esteja avaliando.

As múltiplas combinações que são passíveis de ocorrerem entre tais agentes indicam a necessidade de se refletir sobre as externalidades que criam ou recriam, a cada tempo, alterando a condução dos negócios nas PME's.

Essas considerações, por si só, ou acrescidas dos elementos que permeiam a cidade contemporânea – monopólios, oligopólios, classes sociais, desequilíbrios no mercado de produção e de suprimento, sugerem formas de gestão particular em cada PME's, pois as externalidades na dinâmica urbana não são um processo autônomo, com leis distintas daquelas da acumulação. A estruturação do espaço é mais do que um reflexo do capital: é também, um condicionante a sua expansão.

7-DINÂMICA URBANA E SUA INFLUÊNCIA NA GESTÃO AMBIENTAL DAS PME'S.

Nos tempos atuais, quando o fantasma da deterioração da qualidade de vida ronda todas as cidades, independentemente do tamanho de sua população ou de sua densidade, o interesse pela responsabilidade social a ser praticada pelos setores econômicos tornou-se crescente, a ponto de o consumidor ser exigente não apenas em relação ao produto, qualidade, preço, mas em relação às ações que as empresas adotam frente à polêmica questão ambiental.

O marketing social transformou-se num veículo propulsor da fidelidade do cliente, não apenas com a empresa, mas fundamentalmente com a causa social pela qual aquela organização advoga. Ante tal constatação qual o mais estratégico e adequado movimento a ser assumido na gestão dos negócios?

A cultura do Terceiro Setor no Brasil é forte em voluntarismo e fraca no aspecto profissional. Nos centros religiosos, prevalece o espírito da caridade, como é próprio que o

seja. Nas organizações populares, predomina a cultura política, herdeira de outros tempos. É o campo da militância. Nas associações de moradores, as lideranças locais se sacrificam, dando gratuitamente de si e do seu tempo, quase sempre carente de meios. Entre universitários, a dedicação aos temas de pesquisa e de ensino permanece distante do espírito empreendedor que dialoga com as demandas da sociedade ao redor. Resulta que o imenso esforço acumulado pelas boas intenções produz resultados muito aquém do que seria possível, apesar do investimento desses recursos humanos terem um grande potencial. Para transformar a potencialidade em resultados concretos é preciso planejar, organizar, desenvolver, agir e controlar. Significa formar empreendedores sociais, que são empresários com solidariedade, cidadania, motivação, e ainda competência técnica e visão de negócio.

O desafio do desenvolvimento empresarial com responsabilidade social carece de meios eficazes que garantam uma melhor produtividade dos recursos investidos, tanto financeiros como humanos. Não basta apenas interesse e ação, é necessária disciplina e organização. Responder a esses desafios exige muito mais que investimentos financeiros. Implica definir a missão da empresa, ou a sua própria razão de ser. Estabelecer metas. Escolher os melhores meios. Baixar custos. Difundir o que faz junto ao público alvo. Ativar o espírito cooperativo. Avaliar o desempenho. Planejar para além do dia de amanhã. Exige, enfim, enriquecer a criatividade com metodologias cooperativas e sociais desenvolvidas pelos próprios meios empresariais. Estes aspectos não são exclusivos das grandes empresas, mas devem fazer parte da rotina das PME's, até por questão da mais absoluta razão de sobrevivência no mercado atual.

Para enfrentar o mercado competitivo e obter lucratividade, empresas privadas se tornam excelentes em metodologias e produtividade para o trabalho. Investir no capital humano de uma empresa é uma forma de desenvolver a responsabilidade empresarial, que pode ser otimizado através dos resultados de ações sociais, devido à competência técnica e as ferramentas de gestão disponíveis para o planejamento e gerenciamento destas. Além disso, a visão empreendedora da empresa pode transformar necessidades sociais em oportunidades de ação, propondo meios e canais adequados para agir e produzindo interações sociais criativas, que possam ser expandidas, interagindo com o meio ambiente.

A formação de empreendedores sociais nas PME's é, também cada vez mais uma via de mão dupla: não só generosidade e doação, mas também abertura a novas experiências, oportunidades, ética, prazer de ser útil, motivação e afirmação do sentido comunitário. Tais aspectos interferem em uma área vital da empresa – motivação e produtividade de pessoal, com responsabilidade ambiental.

O processo da dinâmica imobiliária provoca a necessidade do desenvolvimento de trabalho social pelas empresas, o que exige empenho de todos os recursos disponíveis na organização. Isso cativa a comunidade, agrega simpatia e conquista o consumidor. Os próprios empresários estão substituindo a filantropia ou simples doações em dinheiro às entidades carentes por ações sociais de longo prazo.

Para melhor ilustrar algumas ações que podem transformar a gestão das empresas, em consonância com exigências presentes no mercado, pode-se exemplificar:

a) análise de mercado

Em um ambiente competitivo, há que se levar em conta as necessidades, a organização e idoneidade da instituição e seu compromisso ambiental, fatores que definem a opção de escolha do mercado, seja do lado dos fornecedores, seja no tocante aos seus consumidores;

b-) levantamento das necessidades dos clientes

Um grupo de funcionários pode vir a elaborar um levantamento completo das reais necessidades de clientes próximos à empresa, interagindo de forma útil e prática, com os princípios que norteiam a própria organização e seus compromissos com a questão do meio

ambiente;

c-) desenvolvimento do produto

Caso grande parte das necessidades observadas não integre totalmente a linha de produção ou de atividade da empresa, a direção, seus gerentes e os funcionários podem desenvolver um *benchmarking*: comprem peças consideradas de qualidade no mercado, e montam grupos para analisar a melhor forma de produzi-las, determinando desde a quantidade de matéria –prima, processo até a modalidade de logística a ser adotada para atingir o mercado;

d-) produção

Estabelecimento das interfaces da área de produção com as demais segmentações da empresa, refletindo sobre a sua importância enquanto núcleo catalisador de recursos e de redistribuidor de atribuições às demais áreas da organização, por menor que esta se constitua;

e-) distribuição

Uma transportadora parceira poderá realizar transporte de bens, se for o caso. Mas, na entrega dos produtos a marca da empresa deverá estar registrada, fechando o ciclo com o retorno do cliente sobre o produto entregue e sua qualidade.

Esse é um exemplo que pode, e deve, ser multiplicado em todo o país, aplicando-se a diversas temáticas ambientais e sociais. Não é um milagre realizado por funcionários especiais e por uma empresa especial. É simplesmente uma iniciativa organizada, que envolve uma gestão empreendedora e social da direção, dos gerentes e empregados. Tal prática permitirá também o desenvolvimento no funcionário de valores sobre a solidariedade, a cidadania e o espírito empreendedor.

8- CONCLUSÃO

Sociedade, Mercado e Estado não são esferas independentes, regulados por uma lógica interna apenas. Variações no comportamento interno de cada um desses atores, com toda probabilidade, interferem nos caminhos da empresa e na dinâmica imobiliária. Com isso, empresas voltadas para o mercado já percebem que a preocupação com o social e com a transparência são importantes estratégias de atuação. Não basta aliar qualidade, preço e serviços para vencer uma concorrência. O diferencial pode estar na capacidade de fazer com que externalidades negativas passem a ser elementos favoráveis à empresa e na sua integração com o meio ambiente.

Agregar valores éticos e de responsabilidade social aos produtos e serviços oferecidos, hoje é um diferencial competitivo. Estabelecer um diálogo com a sociedade e uma postura pró-ativa através de atitudes e contribuições, que interferem diretamente na sociedade e no meio ambiente pode se tornar uma grande vantagem competitiva para atuação no mercado.

Segundo Porter, as estratégias para o mercado devem ser desenvolvidas para serem articuladas com um posicionamento, obtendo assim vantagem competitiva. Ações sociais em empresas podem ser desenvolvidas de forma a promover influência na sociedade (constituente do mercado), o que pode ser feito a favor da empresa, representando no futuro crescimento do potencial de consumo do mercado em que atua. É uma ação planejada em aspectos do macroambiente. Ganha a sociedade com o desenvolvimento, ganha a empresa com o mercado, reduzem-se as externalidades desfavoráveis no processo de dinâmica imobiliária.

No Brasil, gigantes da área de tecnologia como a **IBM, Microsoft, Intel, Compaq** e outras contribuem buscando integrar comunidades carentes ao mundo virtual. As iniciativas vão desde doação de *software* e equipamentos para a criação de escolas de informática em subúrbios até o gerenciamento de grandes projetos, que pretendem interligar favelas brasileiras. A principal meta dessas empresas ao financiar projetos sociais ligados ao seu

corebusiness é garantir o consumidor futuro.

Idéia e ações assemelhadas podem ser seguidas pelas PME's, cada qual em seu fórum de atuação.

Por isso, a educação e crianças se tornaram os principais focos de atuação social de empresas brasileiras, especialmente as ligadas à área de tecnologia. Dessa mesma forma, empresas de outros setores da economia também podem investir na sociedade com visão no próprio negócio, como por exemplo, empresas de artigos esportivos desenvolverem projetos de incentivo ao esporte para a atividade de crianças carentes, e ao mesmo tempo, estimular o crescimento do seu mercado.

As dinâmicas modernas de globalização, neoliberalismo e competitividade nos mercados, encarregam a administração de mercado de mais um objetivo: garantir a sua sustentabilidade, atendendo suas necessidades de consumo e mantendo o seu potencial de troca. Para isso, criar condições para o desenvolvimento social com maior distribuição de renda são necessários para viabilizar, sustentar e promover o mercado ao invés de somente explorá-lo. No futuro quem sabe, investir para o crescimento de mercado não significará ampliar apenas na atuação da empresa, e sim aumentar o potencial de consumo de um mercado já existente.

As atividades de Marketing estão ligadas aos ambientes interno e externo das PME's, sendo que ambos são constituídos pela comunicação entre a empresa, o meio ambiente e a sociedade (mercado). Ter competência para transformar as ameaças do mercado imobiliário em ganhos para a empresa é o diferencial intra e interempresarial.

O Marketing é a função da empresa encarregada de definir os objetivos dos clientes e a melhor maneira de satisfazer não apenas as suas necessidades e desejos, mas garantir a própria sustentabilidade da gestão dos negócios da empresa. Em um momento em que as necessidades dos clientes apontam para a segurança, educação, saúde e prosperidade como se pode atendê-los através de produtos e serviços de gêneros diversificados? A imagem da empresa e de seus produtos deve, além de atender a essas necessidades, estar em perfeita harmonia com o meio ambiente. Esta é condição *sine qua*, pois sem o comprometimento ambiental a gestão das PME's poderá ficar definitivamente comprometida.

9-BIBLIOGRAFIA

ABRAMO, P.. **Mercado e Ordem Urbana:** do caos à teoria da localização. Rio de Janeiro:BCD União Editoras S.A, 2001.

_____. **A Convenção Urbana:** dinâmica cognitiva da coordenação espacial urbana do mercado. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 2000.

_____. **A Regulação Urbana e o Regime Urbano:** a estrutura urbana, sua reprodutibilidade e o capital. Porto Alegre: Ensaios FEE, 1995. p.510-550.

BERGAMASO, C.. **Esses milhões que movem o mundo.** In: Revista Pequenas Empresas e Grandes Negócios, 2001. p. 19-23.

DOLABELA,F.. **O Segredo de Luisa:**uma idéia, uma paixão, e um plano de negócios- como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo:Cultura, 1999.

DORNELAS, J.C.. **Empreendedorismo:**transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.p.05-22.

HAHN, F.. **Reflexions sur la Main Invisible.** In *Equilibrium and Macroeconomics*. Oxford: Basil Blackwell, 1997.

MINTZBERG,H.. **Entrepreneurial Organization.** In MINTZBERG, H. e QUINN, J.B.. do *Strategy Process:Concepts, Context*. 3ª ed. Printice Hall, Upper Saddle River. P. 614-623.

PRETECEILLE, E. **Cidades Globais e Segmentação Social.** In *Globalização, Fragmentação e Reforma Urbana*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1994.

PIMENTEL, R.C. e PRATES, G.. **Tempo, Espaço, Tecnologia e Ser Humano:** a vertente para o Empreendedorismo. São Paulo: Novo Saber, 2002.

PIMENTEL, R.C. e BUISCHI, T. de O.A **Nova Função das Empresas Privadas: construir sua face social** *Paper* enviado e aprovado no CLADEA, 2003.

_____ e LOBOSCHI, L. et al. **Responsabilidade Social e Empreendedorismo:** alguns exemplos em Ribeirão Preto. *Paper* enviado e aprovado no CLADEA, 2003.

VARIAN, B.. **Introduction à la Microéconomie.** Bruxelas: De Boeck, 1993.