

LÍVIA AMARAL RODRIGUES SILVA

Matricula 11321ECO021

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: O CASO DE
EMPRESAS SELECIONADAS DO SETOR DE TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO EM UBERLÂNDIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

2018

LÍVIA AMARAL RODRIGUES SILVA

Matricula 11321ECO021

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: O CASO DE
EMPRESAS SELECIONADAS DO SETOR DE TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO EM UBERLÂNDIA

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e
Relações Internacionais da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Me. Jessé Moraes Pacheco

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

LÍVIA AMARAL RODRIGUES SILVA

Matrícula 11321ECO021

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: O CASO DE
EMPRESAS SELECIONADAS DO SETOR DE TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO EM UBERLÂNDIA

Monografia apresentada ao Instituto de Economia e
Relações Internacionais da Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Ciências Econômicas

BANCA EXAMINADORA:

Uberlândia, 13 de julho de 2018

Prof. Me. Jessé Moraes Pacheco

Profª. Dra. Ana Paula Macedo de Avellar

Prof. Dr. Humberto Eduardo de Paula Martins

SUMÁRIO

RESUMO.....	4
INTRODUÇÃO.....	5
1 – REFERENCIAL TEÓRICO.....	6
2 – METODOLOGIA.....	9
3 – DISCUSSÃO.....	15
3.1 – Interação com os <i>stakeholders</i>	15
3.2 – Direitos Humanos no ambiente de trabalho.....	18
3.3 – Ética.....	19
3.4 – Manifestação da vertente social.....	20
3.5 – Sustentabilidade ambiental.....	21
3.6 – Inovação e investimento.....	23
3.7 – Ganhos advindos da RSE.....	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	26
APÊNDICE A – Perguntas da entrevista estruturada.....	29

RESUMO

O objetivo deste trabalho é identificar, em empresas selecionadas do ramo de Tecnologia da Informação da cidade de Uberlândia, a existência de características que contribuam para o desenvolvimento sustentável, bem como verificar se as empresas estão conscientes das ações que se insiram dentro da Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Para tanto, busca-se: i. fazer uma breve apresentação dos aspectos teóricos e conceituais por trás da RSC; ii. a partir da literatura, elencar elementos que permitam a construção de um modelo analítico e um questionário para avaliar as empresas do setor; iii. Analisar descritivamente os dados obtidos de modo a identificar características comuns, diferenças e tendências. Dentre os resultados, destaca-se que, ainda que as empresas tenham noção de aspectos importantes da RSC, ainda é preciso amadurecer as ações de um modo mais concreto.

Palavras-chave: responsabilidade social corporativa, tecnologia da informação, sustentabilidade

ABSTRACT

The objective of this paper is to identify, in selected companies of the Information Technology branch from the city of Uberlândia, the existence of characteristics that contribute to the sustainable development, as well as to verify if the companies are aware of the actions that are inserted within Corporate Social Responsibility (CSR). To do so, we search for: i. give a brief presentation of the theoretical and conceptual aspects behind CSR; ii. as of the literature, to list elements that allow the construction of an analytical model and a questionnaire to evaluate the companies in the sector; iii. Analyze descriptively data obtained in order to identify common characteristics, differences and trends. Among the results, it is importante to mention that even if companies are aware of important aspects of CSR, it is still necessary to mature actions in a more concrete way.

Keywords: corporate social responsibility, information technology, sustainability

Introdução

A temática deste artigo está vinculada a como a Responsabilidade Social Empresarial se manifesta no setor de Tecnologia da Informação (TI) em Uberlândia, considerando três empresas de portes distintos para a amostra. TI é um ramo empresarial de suma importância na atualidade, uma vez que alguns analistas afirmam que o mundo vive a sua quarta revolução industrial, se equipando de tecnologias com um fluxo acelerado no campo da informação. Em Uberlândia, o setor cresce em velocidade significativa, especialmente porque o conglomerado Algar necessita de tecnologia específicas recorrentemente e terceiriza esse desenvolvimento. É de fundamental relevância que as empresas de TI estejam preparadas para realizar tamanhas transformações sem prejudicar o acesso a recursos de gerações futuras e tratando os seres humanos no presente com o valor que se faz justo que estes recebam.

O tema se justifica, ainda, pela importância que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tem recebido no século XXI, uma vez que o desenvolvimento sustentável tem se tornado temática essencial nas discussões de gestão empresarial. Estão se esgotando os recursos naturais necessários para a sobrevivência humana e para o bom funcionamento da economia, além disso, os que existem não são igualmente distribuídos privando alguns de suas liberdades mais básicas. Sendo as empresas uma grande parte das envolvidas nesse processo, se faz relevante que sejam estudadas maneiras de adequá-las a um modo mais sustentável e humano de operação.

O questionamento que guia este trabalho é: de que maneira a RSE se apresenta dentro destas empresas do setor de Tecnologia da Informação de Uberlândia? O objetivo é identificar, nas empresas selecionadas, a existência de características que contribuam para o desenvolvimento sustentável local e verificar se as empresas estão conscientes das ações do seu planejamento estratégico que possam ser avaliadas como medidas de RSE.

Para tanto, de maneira mais específica, busca-se: i. fazer uma breve apresentação dos aspectos teóricos e conceituais por trás da RSE; ii. a partir da literatura, elencar elementos que permitam a construção de um modelo analítico e um questionário para avaliar as empresas do setor; iii. Analisar descritivamente os dados obtidos de modo a identificar características comuns, diferenças e tendências.

Buscando atingir os objetivos propostos, este artigo está estruturado da seguinte maneira: na seção 1 apresentamos brevemente um referencial teórico sobre desenvolvimento

sustentável, responsabilidade social empresarial e a relação dos dois temas, na seção 2 a metodologia utilizada é explicada e, por fim, na sessão 3 são apresentados os resultados obtidos da pesquisa realizada, assim como a discussão baseada no referencial teórico aplicado aos resultados observados.

1. Referencial teórico

Um número cada vez maior de empresas tem se preocupado ou sentido pressão de *stakeholders*¹, como o governo ou funcionários, a adotar medidas de responsabilidade social nas rotinas corporativas, corroborando para uma maior atenção nos estudos sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC)². A RSC irá originar-se nos desafios e preocupações impostos pelas questões do desenvolvimento sustentável que impactam os *stakeholders*. Portanto, para compreender a RSC é preciso definir previamente os conceitos de desenvolvimento e sustentabilidade.

Veiga (2005), um dos principais autores brasileiros na discussão de desenvolvimento sustentável, inicia suas definições enfatizando a confusão ainda existente entre os teóricos sobre o desenvolvimento e o crescimento econômico, uma vez que o autor aponta não ser possível determinar medidas eficientes para desenvolvimento se o conceito não é diferenciado de prosperidade estritamente econômica.

A definição de desenvolvimento vai além, considerando o indivíduo e suas necessidades. Em síntese:

O desenvolvimento tem de estar relacionado sobretudo com a melhora de vida que levamos e das liberdades que desfrutamos (SEN, 2010, p. 29).

Sendo esta liberdade diretamente relacionada às possibilidades que são garantidas ao ser humano, como acesso a alimentos, ao saneamento básico, ao emprego ou a uma educação de qualidade. Estes são fatores que podem se originar do crescimento da riqueza econômica do país, mas que também dependem de inúmeras questões não-econômicas.

O conceito de desenvolvimento sustentável, por sua vez, ganha impulso quando a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, através do Relatório Brundtland (WCED, 1987), apresenta a noção de desenvolvimento como satisfação das

¹ Partes interessadas de um projeto ou negócio que se sintam ou, de fato, são impactadas por este.

² Outro termo relacionado é o de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Neste trabalho usaremos ambos os termos como sinônimo

necessidades humanas e complementa com a utilização do termo “sustentável” para indicar que a satisfação destas necessidades no presente não deve comprometer a possibilidade de atendê-las no futuro.

Essa corrente teórica, que entende que é necessário preservar os recursos para que outras gerações tenham acesso garantido, vem se reproduzindo em diversos meios de comunicação e é inevitável que alcancem empresas, independente do setor que façam parte. Surgindo da necessidade de conscientizar tais organizações da relevância do desenvolvimento sustentável, assim como de produzir conteúdo que colabore para medidas de impacto positivo empresarial, a RSE tem ganhado espaço nas discussões mais atuais.

Quando o tema timidamente se iniciou, o mundo passava pelas primeiras revoluções industriais e, neste período, ações sociais eram responsabilidade unicamente do Estado. Ainda se considerava recursos naturais infinitos, ou pelo menos não era colocado como fator relevante a finitude destes, limitando o fortalecimento da conscientização ambiental. Com a evolução tecnológica, os efeitos negativos da indústria passaram a se tornar mais evidentes e a própria sociedade, composta por várias partes interessadas dos impactos que a indústria pode causar, adquire um papel crescentemente ativo de exigência por mudanças efetivas.

Apesar de surgir no século XX com o crescimento industrial, o conceito só recentemente deixa de significar unicamente geração de lucro e emprego, para abranger com fidelidade as várias partes que compõem o desenvolvimento sustentável.

Ashley (2012) destaca que a RSE é caracterizada pela

visão de que os negócios devem ser feitos de forma ética, obedecendo a rigorosos valores morais, de acordo com comportamentos cada vez mais universalmente aceitos como apropriados (ASHLEY, 2012).

Em complemento, Chiavenato (2004) afirma que esse comportamento ético diz respeito a um código moral que estabelece os padrões de conduta considerados corretos ou adequados para a sociedade, entrando em concordância, portanto, com a definição de Ashley (2012) do que é a responsabilidade social no ambiente corporativo.

Aprofundando-se ainda mais no que qualifica medidas de RSE, Hopkins (2004) se preocupa em destacar que essa atitude ética e responsável deve ser direcionada às partes interessadas do negócio (os *stakeholders*), tratando-as de maneira considerada aceitável moralmente por sociedades civilizadas.

Em resumo, RSE diz respeito ao comportamento ético e responsável da empresa frente aos seus *stakeholders*, independente de quem sejam. Presume-se, portanto, que uma empresa socialmente responsável leva em consideração as opiniões dos mais diversos grupos que de alguma forma se sintam ou são impactados, de fato, pelas decisões empresariais da organização e adiciona estas ao seu planejamento estratégico.

Dessa forma, é possível separar a importância da RSE em duas perspectivas: da sociedade e da empresa propriamente dita. Uma vez que as necessidades dos *stakeholders* são atendidas, a RSE é capaz de contribuir para o desenvolvimento sustentável não só em sua dimensão econômica, mas também social e ambiental, podendo resultar em bem-estar social. Ser responsável frente às partes interessadas do negócio significa igualmente preservar o ambiente em que estes vivem e possibilitar crescimento econômico.

No âmbito da empresa, é possível aferir que a RSE, e relatórios derivados desta, são capazes de provar qualidade de gestão da organização e produzir benefícios de ganho de imagem, de ganho econômico e de *market-share*³. A *Global Initiative Reporting*⁴ elenca algumas das várias vantagens para a empresa adotar medidas responsáveis de sustentabilidade, que se dividem entre benefícios internos e externos. Os internos são definidos como: desenvolvimento de visão e estratégia, melhoria no sistema de gestão empresarial, identificação de pontos fortes e fracos, atração e retenção de funcionários, integração entre departamentos e estímulo à inovação, conscientização do conselho e administração, vantagem competitiva, atração de investidores. Os benefícios de imagem externa podem variar entre: fortalecimento de reputação, transparência e diálogo com *stakeholders*, demonstração de compromisso com a sustentabilidade e ganho de comparabilidade.

Em outras palavras, ainda que esteja sendo ultrapassada a ideia de que o objetivo das empresas seja unicamente o lucro, é possível que a empresa adote medidas éticas e responsáveis que não interfiram e até colaborem para o aumento do lucro a longo prazo. Assim como as vantagens acima citadas são também capazes de criar um ambiente de crescimento da empresa envolto de valores morais e de bem-estar social para os envolvidos, que deixam de se sentir negligenciados. Se a sociedade é composta por comunidade, governo

³ Participação de mercado da empresa em relação às outras participantes do setor

⁴ Organização internacional independente focada em desenvolvimento de relatórios de sustentabilidade

e organizações é preciso que estejam unidos, respeitando suas limitações e construindo um futuro sustentável e humano onde as liberdades sejam respeitadas.

Tal fato já está sendo notado pelas empresas, que estão desenvolvendo a percepção da relevância que a RSE tem ganhado frente às suas concorrentes, aos seus funcionários, aos seus clientes e tantas outras partes interessadas que estão envolvidas nos seus negócios. Ainda que no início as empresas tivessem uma postura defensiva às mudanças, elas começam a entender que as alterações devem fazer parte do processo estratégico de suas operações. Além disso, as empresas não conseguem se excluir da imagem negativa que adquirem quando negligenciam fatores de responsabilidade social como cuidado com o meio em que a sociedade vive. Em complemento,

pode-se dizer que o envolvimento das empresas com as questões ambientais tende a aumentar à medida em que aumenta o interesse da opinião pública sobre os problemas ambientais, bem como de grupos interessados nesse tema: trabalhadores, consumidores, investidores e ambientalistas, por exemplo (Sousa, 2006, p.??)

A importância conquistada pelo tema no final do século passado colaborou também para que na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento de 1992, conhecida como Rio 92, surgissem agentes transformadores importantes como a Agenda 21, definida pelo Ministério do Meio Ambiente como “importante instrumento de planejamento para a construção de cidades sustentáveis”; a criação do Instituto Ethos, responsável pela elaboração de alguns dos indicadores utilizados neste artigo; e a formação do *Global Reporting Initiative* (GRI, 2012), que se dispõe a ajudar organizações corporativas a se organizarem para entender os efeitos para a sociedades das decisões que tomam, também instituindo diversos indicadores de RSE relevantes para este estudo.

2. Metodologia

Para a análise deste trabalho será utilizado o método de abordagem indutivo, visto que a conclusão geral para o problema provavelmente será verdadeira caso seja constatado que as premissas individuais avaliadas através da coleta de dados de três empresas do setor de tecnologia do município de Uberlândia sejam todas verdadeiras.

Foram utilizados dados primários e secundários. o método principal a ser utilizado para coleta de dados primários será a entrevista, partindo do pressuposto que o contato mais

direto com a fonte da informação necessária para se estudar o objetivo proposto pode prover informações mais atuais e sinceras, além da liberdade para se discutir sobre os temas propostos na entrevista. Para os dados secundários, com vistas a complementar a discussão do artigo, serão utilizadas referências bibliográficas sobre Responsabilidade Social, desenvolvimento e sustentabilidade, assim como a observação da pesquisadora do ambiente corporativo em que as entrevistas serão realizadas.

Foi escolhido entrevista, uma vez que dessa forma é possível ter um contato maior com as empresas, inclusive com seu espaço físico e funcionários, se assim fosse preciso. Todos estes fatores podem dar uma visão mais assertiva do ambiente de responsabilidade social considerando que as empresas analisadas não divulgam Relatórios de Sustentabilidade.

As entrevistas aconteceram individualmente em dias diferentes. Inicialmente com a empresa Neppo, onde a pesquisadora obteve abertura mais facilmente, a entrevista aconteceu na própria empresa no dia 11 (onze) de abril de 2018 com um dos sócios, que atualmente desenvolve o papel de diretor comercial. Em seguida, no dia 18 de abril, foi realizada a entrevista com um dos sócios da Ipê Digital, também na empresa. A Sankhya cedeu a entrevista por telefone no dia 17 de maio e foi representada pela gerente da Universidade Sankhya.

As empresas foram escolhidas de forma aleatória, mas dando preferência inicialmente às que a autora já possuía contato em algum nível com um dos colaboradores. As três possuem tamanhos diferentes, sendo a Ipê Digital a menor das empresas em tempo de mercado e número de funcionários e a Sankhya a maior nos dois aspectos, o que torna a pesquisa positiva no sentido de avaliar as características de cada uma.

Este artigo ainda fará uso do método comparativo para que, observando as diferenças e semelhanças das empresas analisadas, essa discussão possa concluir a veracidade da hipótese exposta anteriormente neste artigo. As empresas representam um setor forte do município de Uberlândia, que tem se destacado na área de soluções em TI.

Foram realizadas, portanto, três entrevistas com empresas de diferentes portes que oferecem soluções tecnológicas “*business to business*” (B2B) para analisar a forma com a Responsabilidade Social Corporativa se manifesta em empresas do setor de Tecnologia da Informação (TI) que estão prestando serviços na cidade Uberlândia.

A entrevista (cf. Apêndice 1) foi estruturada com base em questões pertinentes dos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis (Ethos, 2017), com algumas alterações para que fosse adequado ao setor analisado, como iremos ver a diante. Também foram consideradas as definições e os pilares de uma empresa socialmente responsável para o Global Initiative Reporting (2012).

Para isso, foi elaborado um questionário com questões abertas, uma vez que esse método permitiria maior flexibilidade nas discussões sobre as ações e resultados da empresa, se adequando ao contexto caso fosse necessário.

O questionário é baseado no modelo de análise apresentado na Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 – Modelo de análise que orientou a estruturação da entrevista

	TEMAS ISO 26000	LITERATURA	DESCRIÇÃO BREVE	PERGUNTA GERAL
Sociais	Processos e estruturas de tomada de decisão, delegação de poder e controle	Longo et al (2005); Ethos (2017)	Como a empresa se compromete a ter um bom relacionamento com os stakeholders (incluindo concorrentes)	No processo de tomada de decisão a empresa leva em consideração o impacto das suas ações nas partes interessadas do projeto? (Se sim) Isso é uma das pautas da reunião de planejamento ou de que forma se procedesse esse esforço?
	Processos e estruturas de tomada de decisão, delegação de poder e controle	Ethos (2017)	Relação da empresa com suas concorrentes do setor	Como é o relacionamento da empresa com as empresas concorrentes do setor? Como a empresa procede em caso de conflito
	Direitos humanos	Myers (2003); Ethos (2017)	Compromisso com as liberdades fundamentais dos empregados independente de cor, raça, gênero, língua, religião, opinião, origem social ou condição de nascimento	A empresa tem políticas definidas para tratar questões relacionadas ao preconceito entre funcionários e com os clientes?
	Práticas trabalhistas	Patrus et al (2013); Ethos (2017)	Compromisso com as leis trabalhistas e os direitos humanos	A empresa ressalta em seus valores o compromisso com relações de trabalho decentes e justas?
	Práticas anticorrupção, evento político responsável	Ashley (2012); Ethos (2017)	Comprometimento com práticas anticorrupção internas e valores éticos	A empresa possui política anticorrupção (documentada) interna e externa?
	Envolvimento e desenvolvimento da comunidade	Patrus et al (2013); Ethos (2017)	Comprometimento da empresa como o desenvolvimento social local	A empresa possui iniciativas de negócios sociais? Temporárias ou fixas?
Ambiental	Gestão de resíduos	Sartori et al (2014); Ethos (2017)	Comprometimento da empresa como o descarte adequado dos resíduos produzidos	Existem iniciativas de conscientização ambiental para o descarte adequado, ou mesmo redução da geração de resíduos na empresa?
	Eficiência energética	Sartori et al (2014); Ethos (2017)	Comprometimento da empresa como consumo de energia consciente	Existe o acompanhamento do gasto de energia e um planejamento de redução ou uso consciente do mesmo?
	Eficiência hídrica	Sartori et al (2014); Ethos (2017)	Comprometimento da empresa como o consumo de água consciente	A empresa realiza campanhas, internas ou externas, que visam o consumo consciente de recursos hídricos?
Econômico	Inovação	Barbieri et al (2010); Ethos (2017)	Verificar se a empresa se preocupa com a constante inovação dos seus produtos e processos para crescimento	Existe uma divisão especializada em criar soluções inovadoras periodicamente dentro da empresa?
	Padrão de (re)investimento de lucros	Ethos (2017)	Preocupação da empresa de destinar parte do investimento ao local que a empresa explora recursos	A empresa destina parte do reinvestimento dos lucros para o desenvolvimento local?
	Performance econômica geral	Ethos (2017), Ethos (2013), Pereira (2015)	Analisar se a adoção das práticas de responsabilidade social tem se revertido em ganhos econômicos (lucro, aumento de market-share, ganho de imagem)	A adoção de algumas das práticas responsáveis que levantamos durante a entrevista tem se revertido em algum ganho econômico para a empresa?
Geral	Transparência	Pereira (2015), Ethos (2013)	Clareza dos dados referentes à sustentabilidade da empresa	A empresa divulga os resultados periodicamente em um relatório de sustentabilidade ou outro documento oficial similar?

Destaca-se três pilares centrais: social, ambiental e econômico. O bloco de questões sociais está diretamente ligado ao diálogo com os *stakeholders*, em especial com clientes e funcionários. O ambiental trata de fatores hídricos e energéticos e de resíduos gerados pela empresa. E, por fim, o bloco econômico procura entender em que medida a responsabilidade social corporativa pode afetar os resultados econômicos da empresa.

Dessa forma, é possível ter uma visão geral das iniciativas de responsabilidade social das empresas analisadas, incorporando o tripé da sustentabilidade em nosso estudo, tal como discutido em Sartori et al. (2014) e Elkington (1994). O questionário é simplificado para que possa fazer jus ao espaço deste artigo e aos recursos dos pesquisadores, mas contempla as principais questões para alcançar o objetivo deste trabalho e, portanto, entender o setor de TI em Uberlândia e seu relacionamento com a RSE.

No bloco social, o questionário apresenta seis perguntas gerais com possibilidade de discussão com o entrevistado. A primeira diz respeito ao processo de tomada de decisão da empresa e o peso que os *stakeholders* possuem na decisão final. A pergunta foi adaptada de uma série de questionamentos dos Indicadores Ethos que estavam presentes no bloco de Governança da Organização. Espera-se que ela seja capaz de abranger o entendimento sobre os canais de comunicação da empresa com as partes interessadas e o impacto que a opinião dessas têm nas decisões, considerando que, em um ambiente de responsabilidade social corporativa desenvolvido, as preocupações dos stakeholders (*engajamento com os stakeholders*) são importantes para as empresas.

A segunda pergunta, ainda direcionada para stakeholders, especificamente os concorrentes do setor das empresas analisadas, expõe um questionamento a cerca do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência. Essa pesquisa procurou entender se as empresas analisadas entendiam a importância de uma postura contra a concorrência desleal e como se dava o relacionamento destas com as concorrentes. A pergunta foi elaborada considerando o bloco de questões de Práticas Concorrenciais dos Indicadores Ethos.

Em seguida, a entrevista é conduzida para a compreensão sobre a forma em que o preconceito é tratado dentro da empresa, seja ele por gênero, cor ou opção sexual. A pergunta central engloba outros dois questionamentos que contemplam a diversidade da empresa e o posicionamento desta frente a situações em que o preconceito se apresenta entre colaboradores e com outras partes interessadas. Para estruturar como poderia ser abordado o tema na entrevista, foi utilizado o bloco de questões de Promoção da Diversidade e Equidade dos Indicadores Ethos.

A quarta pergunta questiona os valores e compromisso com relações de trabalho justas e decentes e, em específico, o investimento no crescimento dos profissionais contratados, considerando que

empresa socialmente responsável é sinônimo de empresa “humanizada”, ou seja, “é aquela que está voltada para seus funcionários e/ou para o ambiente, procurando agregar outros valores além de somente a maximização dos lucros e do retorno para os acionistas” (VERGARA E BRANCO, 2001, p.22).

Essas questões foram baseadas e tiradas do bloco de Relações com Empregados de Ethos (2017).

Dando sequência ao corpo social da entrevista, a próxima questão, espelhando o bloco de Práticas Anticorrupção dos Indicadores Ethos, busca discutir a existência e relevância de políticas anticorrupção dentro das empresas, não apenas como envolvimento político, mas como postura ética dos colaboradores e da empresa entre si e com seus stakeholders.

Para finalizar este bloco, a sexta pergunta é orientada a entender o relacionamento das empresas com negócios sociais, se existentes, e a natureza destes. Esta pesquisa entende que um dos princípios para que se atinja o desenvolvimento da Responsabilidade Social Corporativa seja destinar uma parte dos investimentos deve ser voltada para ações sociais e culturais que causem impacto positivo.

Posteriormente, se iniciam as perguntas de cunho ambiental com o objetivo de verificar se a empresa inclui a variável ambiental em seus investimentos, esforços e decisões. A primeira questiona diretamente o entrevistado a despeito da geração e descarte de resíduos produzidos pelos colaboradores e pela empresa, o que torna a pergunta uma derivação do bloco de questões de Prevenção da Poluição dos Indicadores Ethos.

A segunda pergunta leva em consideração que o setor de tecnologia tem um gasto elevado de energia elétrica pelo uso constante de equipamentos eletrônicos e pretende-se compreender a consciência da empresa com relação a este gasto e a existência de medidas para reduzir o impacto energético das operações. A partir do estudo e avaliação do bloco de Uso Sustentável de Recursos: Energia dos Indicadores Ethos foi possível elaborar essa pergunta.

Em seguida, a discussão considera as questões hídricas. Por mais que o setor de TI faça menos uso da água em relação à setores industriais, é possível reduzir o consumo de água através da minimização do desperdício ou reutilização desta para outros fins. Sendo assim, a terceira pergunta questiona o entrevistado sobre a conscientização dos colaboradores consumo consciente de recursos hídricos. Essa questão é embasada no bloco de Uso Sustentável de Recursos: Água.

Para finalizar o bloco de sustentabilidade ambiental da entrevista, é perguntado sobre a elaboração e divulgação de um relatório de sustentabilidade⁵ ou outro documento de similar função. É de suma importância que a empresa acompanhe os resultados da aplicação de medida da responsabilidade social corporativa e seja transparente com a comunidade e seus stakeholders sobre estas ações, uma vez que a empresa precisa comunicar os impactos das suas estratégias socioambientais e a coerência ética das suas decisões, como apontado por Pereira et al. (2015).

Encerrando o tripé da sustentabilidade, a entrevista avança para as questões econômicas. A pergunta inicial deste bloco questiona acerca de um fator essencial para a prosperidade da responsabilidade social corporativa: a inovação. E para avaliar a intensidade de esforços de inovação da empresa, a pesquisa coloca em pauta a existência de uma equipe destinada unicamente à inovação, uma vez que se entende que dessa forma existe um investimento da empresa direcionado ao tema. Foi utilizado o bloco de Proposta de Valor dos Indicadores Ethos para estruturar esta pergunta.

A segunda pergunta trata dos esforços financeiros da empresa para retornar o investimento, em alguma medida para o desenvolvimento local. Os Indicadores Ethos consideram de grande relevância a gestão dos impactos da empresa na comunidade e o reinvestimento no desenvolvimento local pode ser um indicativo da gestão eficiente destes impactos.

Para finalizar a entrevista, procura-se compreender se alguma das práticas de responsabilidade social mencionadas na entrevista resultou em ganhos econômicos para a empresa. É questionado ao entrevistado se a adoção dessas medidas possibilitou crescimento direto do lucro, algum aumento na participação de mercado da empresa ou, inclusive, ganho de imagem frente aos stakeholders.

3. Discussão

A primeira empresa entrevistada, Ipê Digital, foi fundada há quatro anos em Uberlândia e oferece sistemas de gestão para óticas e pet shops. Atualmente operam com aproximadamente 30 funcionários. É uma empresa em fase de crescimento, sustentada

⁵ Instrumento de divulgação de resultados de RSE alcançados pelas empresas

fortemente pela área de vendas, uma vez que seus produtos ainda não estão consolidados no mercado de sistemas de gestão.

A segunda empresa, Neppo, já possui nove anos de atuação na área de soluções diversas em Tecnologia da Informação, como softwares para eficiência em cirurgias odontológicas ou sistemas de controle de acesso de funcionários. A Neppo possui pouco mais de 100 funcionários e tem crescido nos últimos anos, o que pode oferecer maiores oportunidades para o surgimento de atividades com objetivo de desenvolver a RSE.

Por fim, a última empresa entrevistada para fins de análise foi a Sankhya, que oferece soluções integradas por meio do seu software de gestão corporativa. Ela tem 29 anos de existência e opera com mais de 150 funcionários em Uberlândia, mas ainda possui filiais em outros estados, o que a torna a maior das empresas estudadas neste artigo. A Sankhya tem mais anos de mercado e esse estudo buscar comprovar que fatores como o tempo de operação e *market-share* podem criar um ambiente favorável para políticas mais elaboradas de RSE.

As entrevistas da Ipê Digital e da Neppo foram feitas presencialmente com membros que são parte do Conselho Diretor das empresas, diretamente responsáveis pela tomada de decisão e, portanto, que possuem voz ativa no comportamento da empresa quando são elaboradas medidas de RSE. A Sankhya foi representada por uma das lideranças da Universidade Corporativa, ramificação social da empresa, e a entrevista foi realizada integralmente por telefone.

3.1. Interação com stakeholders

Quando questionados sobre a interação com os *stakeholders* e o peso que estes tinham no processo de tomada de decisão, houve uma parte interessada em comum que se sobressaiu nas respostas dadas pelos entrevistados: o funcionário⁶.

A Ipê Digital pontuou que as partes interessadas mais importantes nas rotinas da empresa são os fornecedores e colaboradores, evidenciando que os últimos, se estão desconfortáveis com alguma decisão, têm maior dificuldade de completar as suas tarefas e, portanto, os sócios precisam sempre levar em consideração as opiniões e posições deles para obter melhores resultados.

⁶ Neste artigo, se utilizará o termo “colaborador”, tendo em vista que esta é a denominação mais utilizada pelas empresas do setor estudado.

A Neppo coloca que as pessoas, em geral, têm grande peso nas decisões da empresa, e em especial cita a necessidade de ouvir clientes e colaboradores. O entrevistado explica que se a opinião da parte interessada está alinhada à estratégia da empresa e há um consentimento do grupo, então a empresa não hesita em adicionar o novo ponto de vista ao projeto que estiver sendo discutido ou elaborado.

Em concordância com as outras duas empresas, a Sankhya cita diversas vezes durante a entrevista que um colaborador insatisfeito não presta um bom serviço, o que gera desagrado ao cliente. Ou seja, a empresa entende que precisa dar relevância aos colaboradores para obter bons resultados e que, portanto, suas estratégias precisam ser voltadas para esse grupo. Ela ainda complementa que opiniões divergentes de uma parte interessada podem, de fato, impactar em um projeto em desenvolvimento.

Nenhuma das respostas desconsidera a importância dos *stakeholders* nas escolhas das empresas analisadas, sendo este um esforço positivo por parte destas. A parte interessada é um fator com grande peso nos estudos da RSE por lidar com os principais envolvidos do impacto de qualquer decisão que uma empresa toma, seja ela boa ou ruim. Mariolina Longo et al (2005), em sua obra *“Corporate social responsibility and corporate performance: The case of Italian SMEs. Corporate Governance”*, defende que uma empresa é socialmente responsável quando satisfaz as expectativas de, pelo menos, metade dos valores sociais identificados por cada uma das partes interessadas e as opiniões destas refletem os valores que apresentam. Nos casos estudados, as empresas permitem que seus principais *stakeholders*, definidos por elas mesmas como os colaboradores, sejam ouvidos nas principais decisões e que suas necessidades sejam atendidas para que eles estejam satisfeitos com o ambiente de trabalho e atividades que envolvam seus papéis na empresa.

A despeito do conhecimento sobre o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, apenas a maior empresa analisada, Sankhya, afirmou ter clareza sobre o assunto e explicou que a razão para tal compreensão se dá pelo uso constante das leis nas rotinas da empresa. Por outro lado, ter um bom relacionamento com os concorrentes foi elemento comum para as três empresas.

O posicionamento da Ipê Digital em relação às empresas do mesmo setor se traduz em uma postura neutra. Eles têm conhecimento de seus concorrentes e não fazem nenhum

tipo de parceria ou troca de informações, mas não existe ações de ataque contra as empresas do setor.

A Neppo e a Sankhya discursam com clareza sobre parcerias com as empresas que prestam serviços de tecnologia da informação na cidade. Ambas possuem projetos ou eventos em conjunto com algumas dessas concorrentes e a Neppo afirma indicar colaboradores que imaginam encaixar com o perfil destas empresas para crescimento de todas as partes. A Sankhya, empresa que possui mais tempo de mercado, reconhece que há espaço para todos os *players*, uma vez que os produtos não são iguais e eles entendem como perda de tempo oferecer seu serviço para possíveis clientes que eles sabem que o produto da empresa não será tão eficiente quanto outros do mercado.

3.2 Direitos Humanos no ambiente de trabalho

Quando abordado o tema preconceito, o comportamento das empresas evidencia o esperado, ou seja, que qualquer postura próxima a atitudes preconceituosas será reprimida, mas que não existem regras documentadas. No entanto, as formas de lidar com o assunto diferem para cada uma. A Ipê Digital afirma que a empresa ainda é nova e nunca parou para definir termos para o tema, no entanto a discriminação quanto à diversidade é condenada assim que o colaborador passa a fazer parte do corpo da empresa.

A Neppo também não possui nenhum tipo de norma documentada quanto comportamentos preconceituosos e quando houveram casos de alguém se sentir constrangido por uma atitude inadequada a medida da empresa foi comunicar sobre a ocorrência à toda a empresa e dar o apoio julgado necessário.

A Sankhya reitera que o maior valor da empresa são as pessoas e que, portanto, a empresa acredita e defende a diversidade entre partes interessadas e, em especial, o colaborador, mas não cita nenhuma documentação de normas. Todas as empresas citaram ocorrência de lideranças mulheres no ambiente corporativo, mas nenhum negro até o momento da entrevista. Disso apreende-se que talvez se faça necessário instituir o compromisso contra as diversas formas de preconceito nas rotinas das empresas de forma mais concreta, através, por exemplo, de ações de conscientização entre os colaboradores, criação de um ambiente de trabalho composto de diversidade étnica, cultural, de gênero, etc., bem como punição dos que agem de forma intolerante. Adicionalmente é preciso formalizar tal compromisso dentro dos valores da organização.

A preocupação com a relação de trabalho justa e decente é similar entre todas as empresas objeto desse estudo. A Ipê Digital, inicialmente, demonstra que quando o tema são relações de trabalho os esforços da empresa estão voltados para equipamentos que deem condições para que o colaborador possa ser produtivo, mas também ter conforto. Em segundo plano, ela explica que se um de seus membros tem interesse em evoluir na sua formação profissional a empresa estuda a possibilidade de colaborar para esse crescimento, mas não existem diretrizes formais para esse tipo de ação.

A Neppo afirma ter uma política não documentada de capacitação e colocar em pauta o tema sempre que possível nas discussões dos líderes. Para a empresa, é de grande importância fornecer estímulo e oportunidade para pessoas que possuem interesse em continuar estudando, em especial porque acredita que o setor de TI possui liberdade para incluir profissionais que não tenham se formado no ramo e estudam por fora, mas têm grande potencial.

Com maior estrutura física e financeira, a Sankhya desenvolveu uma Universidade Corporativa que capacita seus profissionais durante a maior parte do tempo em que estão na empresa. As capacitações são voltadas para o escopo do produto que é desenvolvido pela Sankhya e são obrigatórias, especialmente, para os novos colaboradores. No entanto, não foi apresentada nenhuma medida de incentivo para continuação dos estudos fora da empresa. Disso se pode inferir que as empresas relativamente maiores têm melhores condições de instituir práticas de capacitação e formação continuada de seus colaboradores. Outro ponto a se destacar é que, dado que o colaborador é identificado como o principal *stakeholder* porque também geram maior lucratividade, as empresas apresentaram práticas para melhoria das condições de trabalho como prioridade dentro de suas principais decisões. No entanto, a documentação ainda é um fator falho das empresas para possibilitar a continuidade dessas ações de melhoria e definir com eficiência quais são as melhores práticas trabalhistas para boas condições de trabalho e o que não obteve resultados positivos.

3.3 Ética

Quanto ao tema ética e políticas anticorrupção, o comportamento das empresas é similar à resposta para o preconceito. Todas alegam não tolerar qualquer postura antiética, mas não há documentação para refletir a conduta nas comunicações interna e externa das empresas.

A primeira empresa, Ipê Digital, esclarece que o comportamento dos colaboradores está sempre sendo observado pelos diretores e que, caso haja algum cenário de corrupção, irá acontecer repressão.

Não prestar serviços para o governo foi uma das medidas que a Neppo afirmou ser importante para evitar que casos de falta de ética aconteçam. A empresa complementa afirmando que os diretores entendem que o exemplo deve partir deles e que confiam que isso colabora para uma conduta honesta dos colaboradores.

A Sankhya responde à questão esclarecendo que um dos seus valores é a integridade e que a existência de rigidez, em especial financeira, no ambiente corporativo e da Universidade Sankhya é fundamental para a continuação de um trabalho transparente e honesto na visão da empresa.

3.4 Manifestação de vertente social

Outra questão de grande relevância para visualizar a RSE nas empresas é a existência de negócios sociais, sejam eles temporários ou fixos. A IPÊ Digital não promoveu nenhuma iniciativa social até a data da entrevista.

Em contrapartida, a Neppo enumera algumas atividades pontuais, como campanha do agasalho, ovos na Páscoa, entre outras, mas afirma que o projeto social que a empresa dispense maior empenho é a formação de crianças entre 12 a 16 anos em lógica da programação, com o objetivo tanto de descobrir talentos, quanto de oferecer oportunidade independente da classe, gênero ou raça.

A Sankhya possui um projeto social de longo prazo que também forma profissionais, com segundo grau completo, para que eles possam trabalhar na empresa ou em outras empresas parceiras. Outras duas empresas do setor de TI estão trabalhando para o crescimento desse projeto atualmente, fator relevante para entender o relacionamento da Sankhya com concorrentes. No projeto os beneficiados recebem treinamentos de administração, processos básicos e práticas de gestão de uma empresa e conhecimento sobre o produto principal que a Sankhya oferece.

Tanto a Neppo, quanto a Sankhya afirmaram incentivar os colaboradores a participarem das ações sociais promovidas, mas a Sankhya possui uma equipe com pessoas destinadas exclusivamente para esse trabalho, uma vez que o projeto também objetiva retorno de mão-de-obra para a empresa.

3.5 Sustentabilidade ambiental

Em relação à conscientização ambiental, a Sankhya é a única das três empresas que possui uma equipe destinada a analisar o impacto que ela causa e criar soluções para resolvê-lo. A Sankhya formou um Comitê de Sustentabilidade que é responsável por ações anuais para conscientização do consumo eficiente de copos plásticos e papéis, coleta seletiva, entre outros. Eles também defendem que seu produto (software de gestão de negócios) é capaz de possibilitar sustentabilidade econômica, uma vez que seus clientes geram mais eficiência em suas empresas e reduzem custos implicando em desenvolvimento econômico. A empresa ainda não possui ações para redução de consumo de energia e de água, apenas fazem manutenções periódicas para controlar possíveis vazamentos hídricos.

Sendo a maior das empresas citadas, a Sankhya possui estrutura para alcançar também reduções de consumo de energia e água, especialmente a primeira que, como visto anteriormente, tem níveis elevados no setor. Este trabalho pode ser iniciado através da conscientização dos colaboradores para que se habituem a desligar computadores e luzes quando não estão presentes e reduzirem o tempo de torneiras abertas. Além disso, o comitê já existente pode iniciar estudos de *Green IT* que, segundo Casarin & Ribeiro, viabiliza o uso da tecnologia de maneira consciente de diversas formas, se adequando ao setor como for necessário. Por exemplo, os estudos sugerem medição de economia para diferentes computadores e suas características.

A Ipê digital implementou uma medida para redução de resíduos criando uma campanha interna para diminuição do uso de papéis para secar a mão. Os colaboradores também são incentivados a usar canecas, às vezes que a própria empresa customiza. No entanto, o entrevistado não omite que estas ações foram inicialmente pensadas para redução de custo e melhoria dos avanços em *endomarketing*⁷. Para redução do gasto de energia, a empresa faz uso de placas que incentivam o colaborador a desligar aparelhos que usam energia e luzes, além de acompanharem de perto os custos e aumentos do consumo da energia, especialmente para não haver problemas nas contas da Ipê Digital.

Observando o consumo excessivo de copos descartáveis, a Neppo começou a incentivar os seus colaboradores a usar seus próprios copos, iniciando esse processo com

⁷ “O endomarketing pode ser definido como um conjunto de ações utilizadas por uma empresa para vender a sua própria imagem a funcionários” (MEIRA; OLIVEIRA, 2004)

canecas cedidas pela própria empresa. Existe preocupação relevante em relação ao gasto de energia também, no entanto, a diretoria afirma que ainda não é viável a implementação de painéis solares e, portanto, ainda não existem medidas concretas para redução deste gasto. A Neppo não possui nenhuma ação clara para reduzir consumo e perda de água dentro da empresa.

Chama a atenção que as práticas de eficiência ambiental sejam bastante tímidas. Em especial quando se considera o caso da eficiência energética, era de se esperar que fosse um tópico prioritário dentro das políticas empresariais, uma vez que energia elétrica é um insumo importante dos processos das empresas. Diante disso, é imprescindível que haja a instituição de projetos concretos de melhoria da eficiência energética que permita a um só tempo redução de custos e redução do impacto ambiental causado pelo setor. Uma das ações possível seria a troca de computadores antigos por modelos novos que possuam selo “*Energy Star*”⁸ ou outro padrão de gasto reduzido de energia, uma vez que estes são um dos mais importantes insumos do setor e, portanto, são utilizados em grande volume.

Existem também medidas mais complexas, mas de grande valor para a diminuição do impacto ambiental causado pelo gasto de energia e que podem ser estudadas para implementação por empresas de menores portes também. A empresa Facebook, por exemplo, repensou a divisão de trabalhos nos seus servidores, implementando o que chamaram de *Autoscale*: a carga de trabalho é concentrada em um de seus aparelhos até que atinja metade da capacidade total da máquina, só então passa a ser dividida com outro aparelho, evitando que vários destes estejam consumindo energia simultaneamente sem necessidade.

Quanto perguntados sobre o Relatório de Sustentabilidade, os três entrevistados demonstraram não entender com clareza do que se tratava este relatório. A Ipê Digital e a Neppo divulgam internamente resultados financeiros, mas não possuem um relatório anual, assim como não possuem Relatório de Sustentabilidade. A Sankhya divulga resultados do seu projeto social para os participantes do projeto e comunica alguns indicadores pelo site da empresa, mas também não elabora nenhum relatório para comunicação externa com a comunidade.

São várias as razões para que uma empresa adote a rotina de divulgar relatórios de sustentabilidade, entre elas o Instituto Ethos e o GRI citam: a possibilidade de melhoria

⁸ Padrão internacional para produtos com consumo eficiente de energia

continua porque o relatório provê indicadores que contribuem para o desenvolvimento de visão e estratégia da empresa, além de informações importantes para gestão de risco e gestão sustentável do negócio; comparabilidade a outras empresas do setor, uma vez que o compromisso com a transparência, o desempenho social e ambiental crescente e o aperfeiçoamento da gestão de riscos atraem investidores e contribuem para a reputação da empresa porque são indicadores de qualidade de gestão; estimula a inovação; atrai funcionários das mais variadas áreas, que conseqüentemente fazem parte do processo de criação e sentem proximidade ao tema; e gera ganho de imagem para empresa frente aos seus *stakeholders*, inclusive aos governos, considerando que um número cada vez maior de países está instituindo a obrigatoriedade de relatórios desta natureza.

3.6 Inovação e investimento

Como citado anteriormente, outra questão essencial para a RSE é o nível em que a inovação se apresenta na empresa. A Ipê Digital não possui nenhuma comissão formal ou pessoa dedicada unicamente a propor inovação para os produtos e rotinas da empresa, mas eventualmente os diretores se reúnem para decidir o que promoverão de novidade nos próximos três meses para os clientes. A empresa respondeu que honestamente não discutia com intensidade quais impactos aquela inovação poderia ter sustentavelmente.

A Neppo possui uma equipe alocada para avançar em inovação na área de “*machine learning*”⁹ e inteligência artificial, uma vez que esta área faz parte do escopo da empresa. Eles consideram como isso impacta a comunidade, em especial, os empregos que podem ser afetados pelo “*chatbot*” que é fruto dessa inovação, porque ele automatiza processos humanos como o atendimento ao cliente. Uma das soluções pensadas pela Neppo consiste em reciclar o conhecimento dos trabalhadores afetados para que eles consigam se realocar no mercado de trabalho. Tal prática é interessante e colabora para melhoria das relações de trabalho justa e decente, discutida anteriormente.

Com uma equipe de aproximadamente 15 colaboradores na área de pesquisa e inovação, a Sankhya desenvolve alguns produtos que não necessariamente são derivados do seu principal serviço atualmente, mas afetam a comunidade, como o exemplo dado pela própria empresa do desenvolvimento de um aplicativo para restaurantes. A pessoa entrevistada não tinha informação sobre os estudos de impactos dessas soluções inovadoras.

⁹ Subárea de inteligência artificial que desenvolve o aprendizado da máquina

Todas as empresas analisadas consideram reinvestir os lucros de alguma forma no desenvolvimento local, mas com diferentes intensidades. A Ipê Digital tem uma preocupação maior voltada às *startups* iniciantes que estão se desenvolvendo em Uberlândia. A empresa é representada por um dos membros da diretoria em eventos onde podem transmitir o conhecimento que adquiriram com o passar dos anos.

A Neppo reinveste boa parte do faturamento no desenvolvimento dos produtos, gerando mais empregos e tecnologia acessível para a cidade, além de destinar uma parte relevante dos lucros para melhoria nas condições de trabalho e para os projetos sociais promovidos.

Na Sankhya, o reinvestimento também se apresenta nos projetos sociais que desenvolvem e apoiam para desenvolvimento local.

3.7 Ganhos advindos da RSE

Por fim, as empresas explicaram as formas como todas as ações citadas anteriormente afetam os resultados da empresa. A empresa com menos tempo de mercado, Ipê Digital, não mensurou ainda os impactos dessas mudanças, mas acredita que não houveram ganhos econômicos expressivos e que seus clientes não são de fato afetados pelas adoções de medidas de RSE. No entanto, a empresa percebe que a valorização dos colaboradores tem resultado em mais produtividade e em maior adesão da cultura da empresa, do sentimento de pertencimento.

A Neppo já avaliou que entre os maiores resultados positivos que alcançados com medidas de RSE foi a criação de um programa de estágio que possibilita aos estudantes da cidade passarem vários meses sendo unicamente treinados para o mercado de trabalho em TI. O entrevistado divulgou que em um ano já foi possível ter retorno desses profissionais repercutindo em ganho econômico para a empresa. O programa também gerou ganho de imagem nos relacionamentos B2B (*Business to business*)¹⁰ para a Neppo, porque outras empresas enxergaram a ação como impacto positivo relevante para a cidade. Não foi explicitado resultados em relação às outras medidas.

Os ganhos em redução de custo da Sankhya por causa do comitê ambiental já foram percebidos pela empresa. Eles também reconhecem que o projeto social acelera o processo

¹⁰ “...dedica-se ao mercado de empresas que compram produtos e serviços para atenderem as necessidades na produção de bens e serviços” (GARCIA, 2015)

de adaptação dos profissionais que entraram recentemente porque os participantes do projeto já estão preparados para trabalhar no ambiente da Sankhya, além de possibilitarem um melhor atendimento das necessidades dos clientes, que valorizam essa melhoria no serviço, possibilitando ganho de imagem e, conseqüentemente, participação no mercado.

Considerações Finais

O objetivo primário deste trabalho foi identificar a existência de características que contribuam para o desenvolvimento sustentável local e verificar se as empresas estão cientes de suas ações no quadro da RSE.

O desenvolvimento do artigo possibilitou compreender com concretude o estado da RSE em empresas de TI que atuam em Uberlândia. O questionário aplicado apresentou indicativos significativos de que o *stakeholder* de maior importância para as empresas estudadas é o colaborador, seja por ser um ativo humano, seja porque colaboradores mais satisfeitos trabalham melhor, alcançando resultados positivos para a empresa.

Em consonância com o fato acima, as perguntas em blocos demonstraram que o social era uma vertente com relevância significativa até o momento da realização dos questionários, ainda que a estruturação de projetos sociais esteja muito vinculada ao caráter assistencialista atual destes projetos, como doações, e ainda precisem de ações substanciais para eliminar de fato as carências das comunidades ajudadas. As empresas demonstram algum esforço para melhorias em conscientização ambiental e transparência, assim como para criar inovações para a sociedade, mas estes esforços ainda precisam ganhar maturidade e consolidação.

Outra descoberta fundamental para a manifestação da RSE nas empresas e que sugere uma necessidade de melhoria é a falta de documentação para todas as ações de RSE citadas nas entrevistas. Nenhuma das empresas mantém comprovativos escritos das medidas que realizam ou das condutas esperadas, o que pode prejudicar os resultados por falta de informação dos *stakeholders* das pretensões que a empresa possui.

Sobre as diferenças entre as empresas, foi possível notar que algumas das medidas da Sankhya, como o Comitê Ambiental ou o projeto social de capacitação, apontam para uma manifestação mais concreta e organizada da RSE dentre as empresas estudadas, mas não define se o impacto causado pela empresa é maior do que o que foi realizado pela Ipê Digital e pela Neppo no desenvolvimento sustentável do município. Fica evidente, porém, que as ações mais imaturas em termos do que o Instituto Ethos e o *Global Reporting Initiative*

consideram como RSE advêm da Ipê Digital, que é a menor empresa analisada. No entanto nenhuma das empresas se mostra ignorante à necessidade de melhorias e avanços nesta área, em especial a Ipê Digital e a Neppo.

Referências bibliográficas

ASHLEY, P. A. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios, 2ª edição. São Paulo: Saraiva, 2012.

BARBIERI, José C.; de VASCONCELOS, I. F. B.; ANDREASSI, T.; de VASCONCELOS, F. V. Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. São Paulo, v. 50 n. 2, p. 146-154, abr./jun. 2010.

CASARIN, JONAS; RIBEIRO, LUCIANO MACIEL. Green IT: Uma nova alternativa para a Sustentabilidade. Centro de Ciências Computacionais – Universidade Federal do Rio Grande (FURG), Rio Grande – RS, 2015.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração nos novos tempos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 (2ª reimpressão).

GARCIA, ADRIANA B. B. C. O Uso do Marketing B2B em Pequenas e Médias e Empresas sob a Ótica de Quatro Grandes Áreas de Tomada de Decisão: mercado alvo, posicionamento, estratégia de marketing e relacionamento com os clientes. Revista de Administração da FATEA – RAF, Lorena – SP, v.10, n. 10, p. 6-141, jan./jun., 2015.

Global Reporting Initiative (GRI). Relatórios de Sustentabilidade da GRI: Quanto vale essa jornada?. Amsterdam, 2012. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>>

HOPKINS, Michael. Policy Integration Department World Commission on the Social Dimension of Globalization. Geneva, Suíça, 2004.

INSTITUTO ETHOS. Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. São Paulo, 2017.

INSTITUTO ETHOS. Quer saber o que a sua empresa ganha com os Indicadores Ethos?. São Paulo, 2013. Disponível em: https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina. Fundamentos de Metodologia Científica. São Paulo: Atlas, 2011.

LONGO, Mariolina; MURA, Matteo; BONOLI, Bonoli. Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, Vol. 5 Issue: 4, pp.28-42, 2005.

MEIRA, Paulo; OLIVEIRA, Renato. O Endomarketing [INTERNET]. 2014. Disponível em: <http://endomarketing.com/wp-content/uploads/2014/10/artigo-o-endomarketing.pdf>

MYERS, Aaron. O valor da diversidade racial nas empresas. *Estud. afro-asiát.* Rio de Janeiro, vol.25 n.3, 2003.

OLIVEIRA, Maria A. et al. A sustentabilidade e a Responsabilidade Social das empresas: lucratividade para as organizações e geração de benefícios sociais. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão, X, 2014, Rio de Janeiro.

PATRUS, R; NETO, A ;COELHO, H; TEODÓSIO, A. Responsabilidade Social Empresarial e Relações de Trabalho: programa de pesquisa sobre gerenciamento dos *stakeholders* de empresas signatárias do pacto global da ONU. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, São Paulo, v. 15, n. 46, p.22-38, jan/mar. 2013.

PEREIRA, Neimar S. P. et al. Relatórios de Sustentabilidade: Ferramenta de *interface* no desempenho social, econômico e ambiental das organizações. *Revista de Auditoria Governança e Confiabilidade*, Monte Carmelo, v. 3, n. 5, p. 55-70, 2015.

SARTORI, Simone; LATRONICO, Fernanda; CAMPOS, Lucila M.S. **Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura.** *Ambient. soc.* [online]. 2014, vol.17, n.1, pp.01-22.

SEN, A. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Editora Schwarcz, 2010.

SOUSA, Ana Carolina Cardoso. Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A incorporação dos conceitos à estratégia empresarial. Dissertação (Dissertação em engenharia) – UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

VEIGA, J. E. Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

WCED - WORLD COMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. 1987. Disponível em: <<http://www.un-documents.net/wced-ocf.html>>

_____. Facebook apresenta sistema de economia de energia em data centers [Internet]. 2014. Disponível em: <https://canaltech.com.br/data-center/Facebook-apresenta-sistema-de-economia-de-energia-em-data-centers/>.

APÊNDICE A – Perguntas da entrevista estruturada

1. No processo de tomada de decisão a empresa leva em consideração o impacto das suas ações nas partes interessadas (stakeholders – consumidores, fornecedores, funcionários, sócios, terceirizados) do projeto? (Se sim) Isso é uma das pautas da reunião de planejamento ou de que forma se procedesse esse esforço?
2. Então se eles tiverem uma opinião divergente, pode ser que vocês levem em conta e mudem o rumo do projeto?
3. Vocês tem conhecimento do sistema brasileiro de defesa da concorrência?
4. Como é o relacionamento da empresa com as empresas concorrentes do setor?
5. Como é o procedimento em caso de conflito?
6. A empresa tem políticas definidas para tratar questões relacionadas ao preconceito entre funcionários e com os clientes?
7. Existem colaboradores negros ou mulheres em cargos mais altos?
8. A empresa ressalta em seus valores o compromisso com relações de trabalho justas e decentes?
9. A empresa tem preocupação com a formação continuada de seus colaboradores, fornecendo ou incentivando treinamentos, por exemplo?
10. A empresa possui política (documentada) anticorrupção interna e externa?
11. A empresa possui iniciativas de negócios sociais? Elas são temporárias ou fixas?
12. Existem iniciativas de conscientização ambiental para o descarte adequado, ou mesmo redução da geração de resíduos na empresa?
13. Vocês usam por exemplo, caneca ao invés de copo descartável?
14. A empresa tem um gasto elevado de energia para realizar seus projetos. Existe o acompanhamento deste gasto e um planejamento de redução ou uso consciente do mesmo?
15. A empresa realiza campanhas, internas ou externas, que visam o consumo consciente de recursos hídricos?
16. A empresa divulga os resultados periodicamente em um relatório de sustentabilidade ou outro documento oficial similar?
17. Existe uma divisão especializada em criar soluções inovadoras periodicamente dentro da empresa? Ou seja, existe um departamento/pessoal envolvido com pesquisa e desenvolvimento?
18. No planejamento são levados em consideração os impactos sociais, econômicos e ambientais desta solução?
19. A empresa destina parte do reinvestimento dos lucros para o desenvolvimento local (entende-se local como a cidade Uberlândia onde está instalada)? Como se dá esse reinvestimento?
20. A adoção de algumas das práticas responsáveis que levantamos durante a entrevista tem se revertido em algum ganho econômico para a empresa?