

Políticas de sustentabilidade em redes de empresas: estudo comparativo entre as experiências italiana e brasileira

Thais Guerra Braga (UFSC) thais.guerra@gmail.com

Derek Voigt (UFSC) derekvoigt@gmail.com

Nelson Casarotto Filho (UFSC) ncasarottofilho@gmail.com

Lucila Maria de Souza Campos (UFSC) lucila.campos@ufsc.br

Resumo:

O fluxo de informações por meio do mundo globalizado, torna o conhecimento dos processos e dos produtos, mais próximo do ponto de aquisição do cliente. Dessa maneira, empresas que se diferenciam no mercado, sobre aspectos ambientais, sociais e econômicos transmitem maior credibilidade aos seus consumidores. Contudo trazer diferenciação de mercado é um desafio enorme para as pequenas e médias empresas, atrelado aos custos de aumentar sua credibilidade e mercado, por meio de certificações e exigências normativas. Dessa maneira, o formato de rede de empresas fomenta o desenvolvimento local, por meio de cooperativismo e expansão do conceito de cadeia de suprimentos interligada entre as pequenas e médias empresas. Assim a proposta do presente artigo é contextualizar as práticas de Responsabilidade Social Empresarial, com o objetivo de replicar o questionário do artigo “*Le politiche di sostenibilità nei distretti industriali italiani*” (MIO, 2012) nas Redes de Empresas de Santa Catarina. Dessa maneira, se irá compor um comparativo entre os resultados obtidos nos formatos italiano e brasileiro, evidenciando quais os fatores que impactam de maneira potencial na tomada de decisão para a adoção de ações voltadas à Responsabilidade Social Empresarial. Diante dos resultados obtidos, os autores entendem que as boas práticas devem ser difundidas e dessa maneira contribuirá para o avanço da pesquisa científica e geração de conhecimento possível de ser obtido com ela.

Palavras chave: Sustentabilidade, Redes de Empresas, Responsabilidade social empresarial.

Sustainability politics in network enterprises: a comparative study between the italian and brazilian experiences

Abstract

The flow of information through the globalized world makes the knowledge of processes and products closer to the point of acquisition of the customer. In this way, companies that differentiate themselves in the market, on environmental, social and economic aspects convey greater credibility to their consumers. However bringing market differentiation is a huge challenge for small and medium-sized companies, coupled with the costs of increasing their credibility and market through certifications and regulatory requirements. In this way, the business network format fosters local development, through cooperativism and expansion of the concept of supply chain interconnected between small and medium-sized enterprises. Thus, the purpose of this article is to contextualize the practices of Corporate Social Responsibility, in order to replicate the questionnaire of the article “*Le politiche di sostenibilità nei distretti industriali italiani*” (MIO, 2012) in the Business Networks of Santa Catarina. In this way, it will compose a comparative between the results obtained in the Italian and Brazilian

formats, evidencing which factors have a potential impact on the decision making for the adoption of actions aimed at Corporate Social Responsibility. Given the results obtained, the authors believe that good practices should be disseminated and in this way contribute to the advancement of scientific research and the generation of knowledge that can be obtained with it.

Key-words: Sustainability, Business Networks, Corporate Social Responsibility.

1. Introdução

Os conceitos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Sustentabilidade são convergentes, apesar de serem poucos os estudos que utilizam os termos de forma integrada (HAHN, 2011). Se inicialmente era uma área de maior domínio entre pesquisadores, governos e ONGs, o termo já é realidade nas empresas, que o utilizam sob o viés da Responsabilidade Social Empresarial. Dos conceitos de cada termo compreende-se que a RSE busca estimular as práticas de sustentabilidade, ou seja aquelas que visam o equilíbrio social, ambiental e econômico, nas empresas e corporações.

As práticas de sustentabilidade são ainda pouco presentes nas Pequenas e Médias Empresas, principalmente pela falta de conhecimento e experiência dos gestores (FARENHOF *et al.*, 2014). Outra motivação é de que muita atenção fora dada às grandes empresas e as teorias que embasam a RSE são apropriadas para esse tipo de empresa (JENKINS, 2006).

Para aumentar a produtividade e a competitividade, empresas, principalmente as de pequeno e médio portes, se organizam em redes para obterem vantagens que seriam mais difíceis de serem conquistas individualmente (FISCHER *et al.*, 2014). Sendo assim, investiga-se se uma das práticas que podem ser desenvolvidas entre uma rede de empresas mais facilmente que nelas individualmente é a Responsabilidade Social Empresarial.

Como base para o presente artigo, utiliza-se a experiência italiana que é referência na literatura internacional e nacional sobre o desenvolvimento industrial com base em redes ou distritos de empresas desde o grande desenvolvimento presenciado na região da Emilia Romagna na década de 70. No país as redes apresentam perfil maduro e organizado.

Frente ao exposto, o presente artigo objetiva primeiramente compreender se há diferença no desenvolvimento e na aplicação das políticas de sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial (RSE) nas redes de empresas da Itália e do Brasil. Mais além, tem-se por objetivo também, investigar quais são as práticas de sustentabilidade e RSE mais difundidas no âmbito das redes de empresas brasileiras. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória com múltiplos estudos de casos com redes de empresas do estado de Santa Catarina, Brasil, e os resultados obtidos foram comparados com os reportados por Mio (2012).

2. Referencial Teórico

2.1. Redes de empresas

O termo redes de empresas é derivado do estudo das aglomerações produtivas. McCann e Folta (2008) afirmam que as inferências e o reconhecimento de que as organizações tendem a se aglomerar geograficamente não é fruto de estudos recentes. O conceito de economia de aglomeração é introduzido na teoria econômica por Alfred Marshal em 1890, em seu livro “Principles of Economics” e posteriormente resgatado sob duas abordagens distintas relativas ao tema. Destacam-se os trabalhos de Porter (1998) sobre clusters industriais e de Becatini (1990) sobre distritos industriais ou clusters locais ou geográficos.

Porter (1998) define clusters industriais como a concentração geográfica de empresas

interconectadas, fornecedores especializados, provedores de serviços, empresas em setores correlatos e instituições associadas em áreas específicas, que competem e ao mesmo tempo cooperam entre si. Por definição, distritos industriais são sistemas de produção geograficamente concentrados, formados por um grande número de empresas de pequeno e médio porte, envolvidas em diversas fases de produção de um mesmo produto e a sua integração é realizada por meio de ligações e cooperações entre si (BECATTINI *et al.*, 2011).

A ideia de rede como uma nova organização está assentada em uma identidade organizacional coletiva, compartilhada pelos seus membros, que emerge de uma relação contínua focada na geração de vantagens competitivas frente a outras organizações externas à rede (BALESTRIN; VERSCHOORE, 2014). Castells (2011) complementa tal visão ao declarar que a nova economia está estruturada em rede, pois nas novas condições históricas a produtividade é gerada e a concorrência é feita em uma rede global de interação que transpõe os fundamentos da economia industrial.

A experiência italiana é utilizada como referência para o presente artigo por o desenvolvimento industrial com base em redes ou distritos de empresas ser uma referência na literatura internacional e nacional. Na década de 70 o país começou a se destacar no desenvolvimento local, principalmente a região de Emilia Romagna, ao sul da Itália, que tradicionalmente pobre viu um extraordinário desenvolvimento graças à formação de distritos industriais e pelas políticas dedicadas às pequenas e médias empresas. (HISSA, 2003).

O Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade que tem por missão promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo para fortalecer a economia nacional. Um de seus programas, o chamado “Empreender”, operado no estado em parceria com a Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC), é dedicado a promover o desenvolvimento dos negócios através do associativismo.

A área de pesquisa sobre aglomerações produtivas e redes de empresas tem sido tendência no mundo acadêmico, principalmente pela necessidade do suporte por parte da academia para o desenvolvimento delas. Os aspectos mais estudados são a cooperação e competição nas redes, gestão do conhecimento, impactos na competitividade de pequenas e médias e empresas, e por fim, sobre a dinâmica das aglomerações. Na literatura, poucos trabalhos tem analisado a relação entre redes de empresas e sustentabilidade, no entanto, as práticas de cooperação entre empresas são muito importante para garantia e incentivo à aplicação efetiva da sustentabilidade nas empresas (SEURING;MULLER, 2009).

2.2. Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial

Os conceitos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Sustentabilidade são convergentes, apesar de serem poucos os estudos que utilizam os termos de forma integrada (HAHN, 2011). Segundo a Comissão Europeia, RSE é um conceito pelo qual companhias integram aspectos social e ambiental à suas operações e no relacionamento com seus stakeholders de forma voluntária (EUROPEAN COMMISSION, 2001, p.8). Esta definição pode ser relacionada diretamente com a de sustentabilidade proposta por Elkington (1994) de que a mesma é resultado do equilíbrio de três pilares, denominados Triple Bottom Line (TBL), que são: ambiental, econômico e social. Unindo estes dois conceitos, compreende-se que a RSE busca estimular práticas sustentáveis, ou seja aquelas visando o equilíbrio social, ambiental e econômico, nas empresas.

O interesse sobre a sustentabilidade tem crescido, pois por um lado as empresas passam a entender sua responsabilidade em contribuir para o desenvolvimento sustentável do planeta, e por outro, aumentam as pressões de governos, organizações não governamentais, clientes e

sociedade. Neste contexto, vem à tona novas abrangências da sustentabilidade a fim de atender as necessidades empresariais. A sustentabilidade corporativa definida por Dylick e Hockerts (2002) contempla as necessidades dos stakeholders diretos e indiretos das organizações mantendo suas capacidades econômica, social e ambiental para não comprometer as necessidades de seus futuros stakeholders. Os autores argumentam que na atualidade, preservar apenas a sustentabilidade econômica da empresa traz resultados a curto prazo, porém a sustentabilidade de longo prazo requer o pensamento nas três dimensões já citadas do *Tripple Botton Line*.

Diversos autores têm focado seus estudos em prol do meio-ambiente, visto a necessidade de encontrar soluções aos problemas vividos pelo setor industrial. Dessa maneira, um dos maiores problema identificados, é a criação de modelos que englobem as pequenas e médias indústrias, que somadas, tem um peso enorme no impacto gerado por suas operações. Se para as grandes empresas, já é um desafio equilibrar ações de sustentabilidade em seus produtos e processos, para as pequenas e médias empresas, que possuem recursos financeiros e de mão-de-obra mais escassos, é ainda mais difícil (FARENHOF *et al.*, 2008). Um viés de organização para viabilizar ações em prol da sustentabilidade, é a colaboração no formato de Redes de Empresas, unindo recursos e parcerias que permitam assim construir atitudes que agreguem valor à marca, mantendo essas empresas competitivas ao mercado e adequadas em relação às exigências sociais e governamentais (BALESTRINI; VERSCHOORE, 2014).

3. Métodos

Este trabalho optou pela pesquisa exploratória quanto aos dados, que é recomendada a áreas que há pouco conhecimento prévio daquilo que se pretende abordar. Para tal proposta, foi utilizada a metodologia de múltiplos estudos de casos, que segundo Cauchick Miguel (2010), trata-se de uma análise mais profunda de determinado fenômeno, para que seja possível compreendê-lo de forma detalhada e ampla. A pesquisa também possui caráter descritivo, pois é direcionada ao entendimento e análise da relevância de certo fenômeno e descreve a distribuição do fenômeno na população (CAUCHICK MIGUEL, 2010).

Afim de cumprir o primeiro objetivo delineado, de fazer uma comparação entre a aplicação de práticas de sustentabilidade e responsabilidade social corporativa entre as redes de empresas italiana e brasileira, foram utilizados como fonte de referências os relatórios do Centro Nacional dos Distritos Italianos (Osservatorio Nazionale Distretti Italiani). Conforme pesquisa nos relatórios dos anos de 2009 a 2015, foi escolhido um artigo como referência para estudo comparativo do relatório do ano de 2012, intitulado “Le politiche di sostenibilità nei distretti industriali italiani” (MIO, 2012).

O referido artigo apresenta a análise das informações obtidas das 18 respostas de diferentes distritos à um questionário aplicado entre maio e setembro do ano de 2011. A escolha dos distritos se deu delimitando as áreas de atuação a serem estudadas dado a sua importância e tradição na indústria e comércio italianos, sendo contempladas as seguintes: Vestuário e Moda; Mecânica e Automação; Agroalimentar e Moveleira.

Do questionário apresentado no apêndice do referido artigo foram utilizadas como base para um novo questionário, as perguntas sobre conhecimento, consciência da importância e vantagens observadas da aplicação das práticas de Responsabilidade Social. Tal escolha é justificada, devido apenas a parte citada, apresentar dados numéricos possíveis de serem comparados adequadamente. Para esta parte do questionário foi utilizada a Escala *Likert* de cinco pontos, onde a importância ou aplicação de determinada prática varia de (01) sem nenhuma importância até (05) muito importante.

O questionário final elaborado pelos autores visa atender também ao segundo objetivo

delineado de quais são as práticas de sustentabilidade mais difundidas no âmbito das redes de empresas, e como as mesmas lidam com o tema. Para tanto, foram elaboradas perguntas complementares, baseadas na literatura, sobre as práticas de sustentabilidade, considerando o tripé: ambiental, social e econômico.

Por intermédio do programa EMPREENDER do SEBRAE-SC, foi aberto aos pesquisadores o contato dos 11 consultores do programa, todavia foram selecionados apenas 4 para que dessa maneira mantivesse-se o foco da pesquisa. Isso permitiu manter a delimitação nas mesmas quatro áreas de atuação escolhidas por Mio (2012) a fim de haver comparabilidade entre os estudos e assim um confronto e análise dos dados expostos. Houve um período de 20 dias para envio das respostas e foram obtidas em 12 dias todas as 4 respostas dos responsáveis dos setores selecionados.

Os dados obtidos com as respostas dos questionários foram tratados e analisados e são apresentados a seguir.

4. Resultados e discussões

Do questionário utilizado para pesquisa, foram obtidas 4 respostas válidas, uma de cada setor da pesquisa: Vestuário e Moda; Mecânica e Automação; Agroalimentar e Moveleira. Estes resultados foram tratados e comparados com os de Mio (2012). Para atingir tal finalidade julgou-se necessário tratar os seguintes temas: Conhecimento e familiarização sobre o tema RSE (Seção 4.1), Aspectos da RSE de maior importância (Seção 4.2), Gatilhos para adoção das práticas de RSE (Seção 4.3), Benefícios relacionados à adoção das práticas de RSE (Seção 4.4.) e Práticas de sustentabilidade mais adotadas nas redes de empresas brasileiras (Seção 4.5).

4.1. Conhecimento e familiarização sobre o tema RSE

Com base nos dados levantados pela pesquisa, entre as redes de empresas estudadas no Brasil, todas apontam possuir algum conhecimento sobre o tema RSE, o que demonstra que o domínio já é difundido entre os empresários do país, ainda que não seja amplamente aplicado.

Uma porção de 50% dos respondentes declarou possuir conhecimento amplo sobre o tema, conhecendo também seus princípios e ferramentas. Dentre as redes italianas o resultado obtido foi semelhante, com a maior parte das empresas respondentes declarando conhecer o tema. Em ambas as pesquisas, os setores que se destacam entre esta população são de Moda e Agroindústria.

O setor da agroindústria é dentre os analisados o que tem maior impacto direto sobre a saúde humana, o que justifica sua preocupação com a Responsabilidade Social. Os movimentos de valorização dos produtos orgânicos, locais e saudáveis reforçam a demanda por parte dos consumidores de informações sobre a responsabilidade dos produtos que consomem, e valorizam esses produtos ditos sustentáveis com um preço mais elevado.

O setor da Moda e vestuário é, como o anteriormente citado, um tipo de negócio B2C (business to consumer - negócio ao consumidor), e por estar diretamente ligado ao consumidor final observa-se maior nível de preocupação social e ambiental com os produtos a serem entregues. Mio (2012) destaca que este setor sofre também pressões legais como a recente regularização da indústria de curtimento na Itália.

Já os setores de Mecânica e Moveleira declararam ter um conhecimento limitado sobre o tema, o mesmo resultado obtido pela pesquisa desenvolvida na Itália. Destaca-se que mesmo que os últimos ramos citados não se destinem aos consumidores finais, sendo assim classificados como B2B (business to business - negócio a negócio), de muita importância é

considerar os impactos gerados pela cadeia de suprimentos completa do produto, uma vez que tantos seus impactos quanto seus benefícios são propagados ao longo dela até se alcançar o produto final. Seuring e Muller (2008) destacam que os critérios de sustentabilidade não devem ser considerados apenas nos produtos finais, pois muitas vezes eles não podem ser considerados sustentáveis devido à forma de produção e manejo de seus fornecedores que é propagada ao longo da cadeia. Assim, faz-se necessário cada vez mais considerar as cadeias de suprimentos de forma mais ampla, abrangendo mais empresas, afim de assegurar o produto final realmente sustentável.

4.2. Aspectos da RSE de maior importância

Em relação aos aspectos da RSE mais importantes para cada distrito pesquisado, obteve-se que globalmente o aspecto de maior destaque é a proteção com o meio ambiente, tanto nos casos italiano como brasileiro, como mostra a Figura 1. Dentre os aspectos menos importantes, as redes italianas destacaram o relacionamento com clientes e fornecedores, e já as brasileiras as políticas para funcionários.

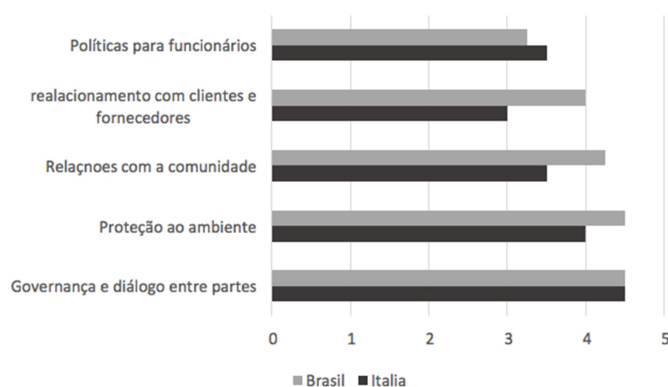


Figura 1: Aspectos da RSE de maior importância - Itália e Brasil

A grande importância dada ao critério de proteção ambiental está de acordo com o aumento da consciência ambiental no mundo todo e entre as Pequenas e Médias Empresas. Se em outrora a responsabilidade dos impactos ambientais era das grandes empresas, atualmente maior atenção tem sido destinada às PMEs, já que em conjunto elas somam muitos impactos ao meio ambiente. Como exemplo, Farenhof *et al.* (2014) apud DG Enterprise (2010) citam que aproximadamente 64% da contaminação na Europa é advinda das PMEs do continente. Frente a isso novas legislações, incentivos e pesquisas tem sido destinados à esse grupo, o que reflete em consonância com os resultados desta parte da pesquisa.

Mio (2012) atesta que a baixa importância dada ao relacionamento com clientes e fornecedores nas redes pesquisadas da Itália deve-se ao fato das empresas não entenderem com clareza seu papel ao longo da cadeia, e dessa maneira empresas menores acreditam impactar pouco neste processo. Na análise das redes brasileiras, percebe-se que o aspecto relacionamento com clientes e fornecedores não destoa no mesmo grau dos demais aspectos analisados, conforme retrato italiano, contudo percebe-se um agravante no quesito políticas para funcionários.

Em sua pesquisa, Quarshie *et al.* (2016) desenvolveram um estudo sobre as publicações sobre o tema de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial em cadeias de suprimentos. Seus resultados atestam que o setor produtivo mais pesquisado em relação ao tema é o de bens de consumo (15% do total de artigos examinados), o qual inclui móveis, têxteis e produtos eletrônicos. Efetivamente, tanto nas pesquisas brasileira quanto italiana, a maior

média de importância dos aspectos de RSE foi obtida no setor de moda. Já o setor de móveis apresentou resultados diferentes aos esperados em relação à revisão de literatura de Quarshie *et al.* (2016), principalmente nas redes italianas nas quais as de móveis apresentam a menor média da pesquisa.

Na pesquisa realizada entre as redes de empresas brasileiras destacou-se uma importância muito baixa dada às políticas para funcionários no setor agroindustrial, o que contribui para diminuir o índice geral do parâmetro no país. Várias pesquisas do país destacam que o nível de escolaridade dos setores da agroindústria do país é baixo (3,5 anos na indústria canavieira (MORAES, 2012); 1,56% da população analisada no estado do Paraná e 17% da do Rio Grande do Sul possuem ensino médio completo (NEITZKE *et al.*, 2014)), o que pode influenciar diretamente na valorização destes funcionários. No estudo feito por Mio (2012), o setor agroindustrial não apresenta um grau de importância tão negativo ao tratar as políticas para funcionários, seguinte dentro do range da linha média. Contudo, percebe-se um desvio mais acentuado deste aspecto no setor moveleiro italiano, em que Mio (2012) retrata o cenário de um arranjo pouco colaborativo e mais independente. O que se pode deduzir é que a importância dada aos empregados depende da criticidade dos trabalhadores e do seu papel no processo de produção.

4.3. Gatilhos para adoção das práticas de RSE

Em relação às razões para adoção das práticas de RSE, os resultados obtidos entre as redes de empresas italianas e brasileiras são diferentes quanto à ordem de prioridade (Figura 2). Enquanto na experiência italiana o principal estímulo é de melhorar a satisfação dos trabalhadores, no Brasil, os consultores demonstraram se preocupar mais em promover a imagem corporativa.

Tal resultado se relaciona com o obtido no item 4.2 do presente artigo, que aponta como aspecto de menor importância para as empresas brasileiras respondentes a política para seus funcionários. Analogamente, para as entrevistadas italianas, o aspecto menos importante é o relacionamento com clientes e fornecedores, o que impacta diretamente na imagem corporativa da rede.

As respostas dos dois países se assemelham no tocante do aspecto que menos influencia a adoção das práticas, que nesta é a pressão das ONGs, grupos de consumidores e da mídia. Seuring e Muller (2008) obtiveram em sua revisão bibliográfica que a pressão de grupos ambientais e sociais é a que menos influencia as empresas a adotarem práticas sustentáveis, estando presente em apenas 38% da bibliografia pesquisada.

Destaca-se ainda que os benefícios fiscais e incentivos públicos tiveram grau de importância bem maior nas representantes do Brasil do que entre as italianas. Mio (2012) destaca que a baixa importância dada para o critério de benefícios fiscais na Itália se deve ao fato de que no país não há nenhum incentivo fiscal sobre o exercício da sustentabilidade, e que por isso não se torna um estímulo.

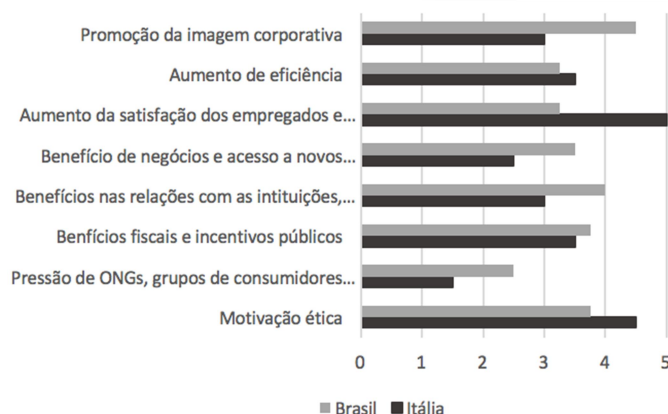


Figura 2: Estímulos para a adoção das práticas de RSE em nível de importância - Itália

Observa-se, analogamente como o obtido no item 4.1, que entre as redes de empresas brasileiras estudadas, a do setor da agroindústria apontou como menos estimulante o aumento da satisfação dos trabalhadores, o que diminuiu a média do critério no país.

Na pesquisa com as respondentes brasileiras, muita importância foi apontada para o critério de pressão de ONGs por parte do setor de moda. Efetivamente, o conceito de sustentabilidade e RSE tem sido importante no universo da moda, muito decorrente do modelo fast fashion, que procura produzir moda rápida, a baixo custo. Isto gera dois grandes problemas, um ambiental devido a enorme geração de lixo graças à rápida obsolescência dos produtos, e um social, pois para se produzir a baixo custo recorre-se à exploração da mão-de-obra. Frente à esse cenário, e à globalização da cadeia produtiva e consumidora, muita pressão tem sido feito sob essa indústria em vista de defender os trabalhadores, principalmente chineses, que têm o mínimo possível de direitos defendidos (ANNAMMA *et al.*, 2012).

4.4. Benefícios relacionados à adoção das práticas de RSE

Dos benefícios de adoção das práticas de RSE é consensual entre as associações representantes da Itália e Brasil que é o maior a ser obtido é o fortalecimento da reputação da associação e das empresas (Figura 3).

Segundo Borger (2001), a Responsabilidade Social Empresarial é uma demanda por parte dos clientes e por isso ela é diretamente relacionada com a reputação da empresa. A divulgação das práticas de RSE adotadas geram a imagem de uma empresa confiável e honesta, e leva os consumidores a assumirem que os produtos desta são de alta qualidade.

Devido à globalização das empresas, que agora tem mercados mundiais, toda a cadeia de suprimentos de um produto é considerada para se criar a imagem dele. Assim sendo, a RSE dos fornecedores da cadeia também impacta no produto final, o que já foi visto nos últimos anos em casos com grandes marcas de renome mundial, como a Nike e Adidas, que enfrentaram problemas por seus fornecedores terem acusações de trabalho infantil e escravo (SEURING; MULLER, 2008).

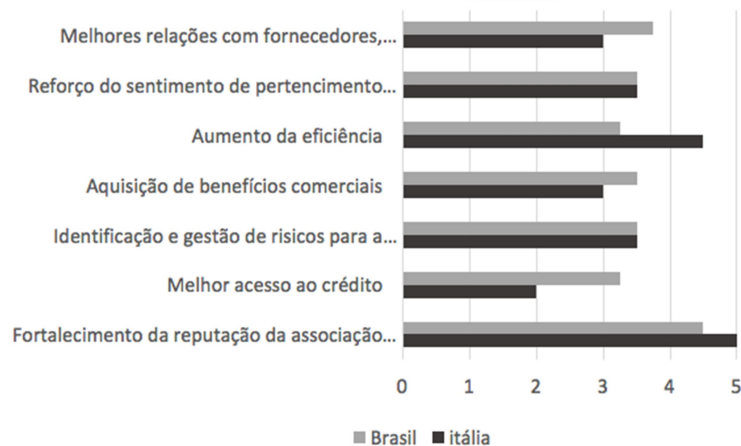


Figura 3: Benefícios relacionados à adoção das práticas de RSE - Itália

Na análise por setores, destaca-se a grande percepção do benefício do aumento da eficiência nas redes de Metal-Mecânico italianas, já dentre as redes brasileiras, o critério de maior destaque é o de benefícios comerciais no setor de moda. Ambos os critérios são relacionados com uma maior performance nas empresas e redes, o que demonstra uma evolução em relação ao pensamento sobre RSE, que antes era tido apenas como um custo para empresa, mas que de fato vai além disso, contribuindo com melhores desempenho e vantagens competitivas (PORTER; KRAMER, 2006).

4.5. Práticas de sustentabilidade mais adotadas nas redes de empresas brasileiras

Foi questionado às redes de empresas brasileiras sobre seus certificados de gestão, e todas elas possuem o certificado do Movimento Catarinense pela Excelência, que é um certificado baseado no Modelo de Excelência em Gestão desenvolvido pela Fundação Nacional da Qualidade. Nenhuma das redes possui certificados do padrão internacional ISO.

Em relação ao primeiro pilar do tripé ambiental-social-econômico da sustentabilidade, o ambiental, 100% das respondentes declararam ter processos de minimização de uso de recursos naturais tais como energia, água e material, e 75% delas tem processos de reciclagem, reuso ou reparo. Apenas a rede de agroindústria utiliza fontes de energias renováveis. O uso de instrumentos de redução de emissões de gases foi identificado apenas nas redes de moda, muito provavelmente devido ao processo de curtume que é muito poluente.

A seleção de fornecedores e empreiteiros com base em seu papel social é realizada pela maioria (75%) das redes em estudo, e destaca-se que o principal critério utilizado é o de respeito aos trabalhadores e ao que tange às leis trabalhistas. Ainda sobre os aspectos sociais de iniciativas a favor dos trabalhadores, todas as redes declaram utilizar banco de horas, promover a igualdade entre gêneros e fornecer treinamentos e formação aos trabalhadores.

Outro aspecto questionado é sobre a preocupação das redes de empresas em relação aos seus impactos sociais na comunidade, e o grupo destacou a busca por atuações éticas e pelo combate à corrupção e à ilegalidade. Ambos temas são de extrema importância no cenário brasileiro da atualidade, que se vê frente à uma crise de corrupção na política sem precedentes.

Para o terceiro pilar do tripé TBL da sustentabilidade, o econômico, 75% das respondentes declarou não utilizar nenhum princípio de finanças sustentáveis, seja para escolha de investimentos ou compartilhamento de custos ambientais com stakeholders. Esse resultado

demonstra que o pilar econômico é, em muitos casos, desconsiderado em se tratando de sustentabilidade, ressoa um desequilíbrio no tripé. Tal tendência é percebida por muitos pesquisadores que mostram que a maioria das pesquisas sobre sustentabilidade acaba abordando apenas 1 ou 2 dos conceitos do TBL (SEURING; MULLER (2008), ANSARI; KANT (2017), SARTORI *et al.* (1014)).

Um último aspecto pesquisado entre as redes de empresas brasileiras é de quais são os aspectos que mais dificultam o trabalho da sustentabilidade, seja interna em cada empresa, seja na cadeia a qual faz parte. Para todas as respondentes os fatores primordiais são a falta de incentivo fiscal e de investimento. Nas PMEs a adoção de práticas de sustentabilidade se apresenta como um custo muito alto face à realidade econômica de capital limitado para investimentos (FARENHOF *et al.*, 2014). Por isso, muito destaque tem sido dado às associações de empresas que podem colaborar na redução de custos por seu compartilhamento entre os membros, além da partilha de conhecimento técnico e experiência.

5. Conclusão

A literatura pesquisada destaca que o sucesso de uma atividade econômica é em grande parte uma construção social – pois empresas individuais não permanecem ou desaparecem como resultado exclusivo de seus próprios esforços. Dependem dos efeitos mutuamente fortalecedores do sucesso de cada uma, definidas por economias externas positivas providas das aglomerações geográficas que definem, de fato, a indústria de uma região.

O presente artigo se propôs a comparar os resultados do questionário exposto por Mio (2012), com o formato replicado e adaptado ao cenário catarinense de empresas cooperadas nos segmentos levantados no texto. Os resultados desta análise são vastos e podem ser ampliados, questionando os diversos pontos de comparação existente entre os dados expostos. Por sua vez, o presente artigo buscou deixar exposto os níveis de conhecimento e de que maneira os principais stakeholders influenciam nas decisões da RSE entre os cooperados. Dessa forma, evidencia-se primeiramente que

- Dentre as redes de empresas brasileira e italiana o tema RSE é difundido, sendo que os setores que apresentam maior familiaridade com o tema são os de moda e agroindústria;
- O aspecto de maior importância da RSE é a proteção ao meio ambiente, resultado que está de acordo com a maior responsabilidade que tem sido endereçada às PMEs em relação aos impactos ambientais;
- Em relação aos benefícios relacionados à adoção das práticas de RSE é consenso entre as redes de empresas brasileira e italiana que o mais importante é o fortalecimento da reputação da empresa e da rede frente ao seu mercado de atuação.

É possível concluir da pesquisa que os aspectos que mais dificultam a adoção das práticas sustentáveis são a falta de incentivo fiscal e de investimentos, ou seja, ainda que benefícios sejam percebidos em relação às práticas, as empresas sentem falta de suporte por parte de governos e credores, e percebem que a sustentabilidade é um alto custo para a PME. A formação de associações colaborativas de empresas é uma via para compartilhamentos de custos, conhecimento e experiência entre os membros e pode colaborar para estimular tais práticas.

Os objetivos de pesquisas propostos foram alcançados e conclui-se que as redes de empresas do estado de Santa Catarina analisadas encontram-se em grau de maturidade em relação à sustentabilidade e responsabilidade Social Empresarial conforme as utilizadas como referência de estudo da Itália.

Os resultados apresentados neste trabalho são de aplicação limitada ao universo estudado, visto a pequena amostra de redes de empresas analisadas e pela limitação de 4 setores do Estado de Santa Catarina. Sendo assim, como pesquisa futura sugere-se expandi-la para mais setores e em um número maior de redes de empresas afim de se analisar a repetibilidade do estudo. Sugere-se ainda a ampliação da pesquisa para as redes de empresas de todo o Brasil para obter-se uma média nacional em relação ao tema e dessa maneira trabalhar com as melhores práticas e fomentar o crescimento do cooperativo, atrelado a ações sustentáveis.

Referências bibliográficas

- ANNAMMA, J.; SHERRY JR, J.F.; VENKATESH, A., WANG, J., & CHAN, R. *Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands*. Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture, Vol.16, n.3, p.273-295, 2012.
- ANSARI, Z.N.; KANT, R. *A state-of-art literature review reflecting 15 years of focus on sustainable supply chain management*. Journal of Cleaner Production, Vol.142, p.2524-2543, 2017.
- BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R. *Réplica - Redes são redes ou redes são organizações?* Revista de Administração Contemporânea, Vol.18, n.4, p.523-533, 2014.
- BECAATTINI, G. *The Marshallian industrial district as a socio-economic notion*. In: Pyke, F., Becattini G., & Sengenberger, W. (eds), Industrial Districts and Inter-firm Co-operation in Italy, International Institute for Labor Studies, Geneva, Switzerland, 1990.
- BECAATTINI, G.; BELLANDI, M.; PROPIS, L. *A Handbook of Industrial Districts*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2011.
- BORGER, F.G. Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, FEA/USP, São Paulo, 2001.
- CASTELLS, M. *Sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura*. v. 1. 6 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- CAUCHICK MIGUEL, P. A. *Metodologia de pesquisa em engenharia de produção*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- DYLICK, T.; HOCKERTS, K. *Beyond the business case for corporate sustainability*. Business Strategy and the Environment, Vol.11, n.2, p.130-141, 2002.
- ELKINGTON, J. *Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development*. California Management Review, Vol.36, n.2, p.90-100, 1994.
- EUROPEAN COMMISSION. *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility – Green Paper*, European Communities, Luxembourg, 2001.
- FARENHOF, H.A.; VIGNOCHI, L.; SELIG, P.M.; LEZANA, A.G.R.; CAMPOS, L.M.S. *Environmental management systems in small and medium-sized enterprises: an analysis and systematic review*. Journal of Cleaner Production, Vol.74, p.44-53, 2014.
- FISCHER, A.; ROVER, A.; FRANZOZI, L.C.; MELLO, M.O. *Aliança estratégica: rede oeste de cooperação de empresas contábeis de Santa Catarina*. Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ (online), Vol.19, n.2, p.58-78, 2014.
- HAHN, R. *Integrating corporate responsibility and sustainable development*. Journal of Global Responsibility, Vol.2, n.1, p.8-22, 2011.
- HISSA, H.B. *Distritos industriais (ou clusters) como estratégia de desenvolvimento econômico local para o Brasil*, 2013. Recuperado em 25 de Maio de 2017 <http://www.economiabr.net/colunas/hissa/clusters.html>
- JENKINS, H. *Small and Medium-Sized Enterprises & Corporate Social Responsibility: Identifying the Knowledge Gaps*. Journal of Business Ethics, Vol.67, n.3, p.241-256, 2006.
- MARSHALL, A. *Princípios de Economia*. (3ªed). São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- MCCANN, B.; FOLTA, T.B. *Location matters: where we have been and where we might go in agglomeration research*. Journal of Management, Vol.34, n.3, p.532-565, 2008.

MIO, C. *Le politiche di sostenibilità nei distretti industriali italiani.* III Rapporto Osservatorio Nazionale Distretti Italiani, Vol.3, p.205-223, 2012.

MORAES, M.A.F.D. *O mercado de trabalho da agroindústria canavieira: desafios e oportunidades.* Revista Economia Aplicada, Vol.11, n.4, 2007.

NEITZKE, D.F.; FAVARÃO, S.C.M.; SANTOS, M.Z. *Perfil das agroindústrias familiares situadas na região centro-ocidental do estado do Paraná.* Revista em Agronegócios e Meio Ambiente, Vol.7, n.2, p.279-293, 2014.

PORTER, M.E. *Clusters and the new economics of competition.* Harvard Business Review, Vol.76, n.6, p.77-90, 1998.

PORTER, M.E.; KRAMER, M.R. *Strategy & society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility.* Harvard Business Review, Vol.84, n.12, p.78-92, 2006.

QUARSHIE, A.M.; SALMI, A.; LEUSCHNER, R. *Sustainability and corporate social responsibility in supply chain: The state of research in supply chain management and business ethics journals.* Journal of Purchasing and Supply Management, Vol.22, p.82-97, 2016.

SARTORI, S.; LATRÔNICO, F.; CAMPOS, L.M.S. *Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura.* Revista Ambiente e Sociedade, Vol.17, p.1-22, 2014.

SEURING, S.; MULLER, M. *From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management.* Journal of Cleaner Production, Vol.16, p.1699-1710, 2008.