

3

Pequenas e médias empresas de base tecnológica e responsabilidade social empresarial

Neste capítulo, conceituam-se e caracterizam-se pequenas e médias empresas em geral e, em particular, as PMEs de base tecnológica no contexto de incubadoras de empresas. Busca-se enfatizar a importância da responsabilidade social empresarial (RSE) para essas empresas, conforme o enquadramento conceitual apresentado no capítulo 2. Apresentam-se cinco estudos sobre RSE em PMEs, desenvolvidos nos últimos dez anos, em nível mundial e no Brasil, que trazem conclusões de interesse prático para a construção do modelo conceitual a ser validado empiricamente na fase da pesquisa de campo.

Os estudos selecionados para fins da presente dissertação são os seguintes: *‘Responsabilidad social de la empresa en las PyMEs de Latinoamérica’* (Vives et al, 2005); *‘Engaging Small Business in Corporate Social Responsibility’* (Canadian Business for Social Responsibility, 2003); *‘Engaging SMEs in Community & Social Issues’* (Accountability et al, 2002); *‘Observatory of European SMEs 2002/nº4 – European SMEs and social and environmental responsibility’* (Comunidade Européia, 2002); e *‘Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas’* (Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 2007).

3.1.

Pequenas e médias empresas: conceituação e características

Responsáveis por grande parte da produção nacional e mundial, as PMEs são fundamentais na economia de qualquer país. Por esse motivo, essas empresas vêm sendo cada vez mais objeto de estudos e pesquisas, merecendo consideração e reconhecimento por parte de governos, órgãos empresariais e instituições acadêmicas.

Segundo dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2006), as micro e pequenas empresas representam 99,38 % dos 5,7

milhões de empresas constituídas formalmente no Brasil. Além disso, geram 47,54% dos empregos, 36,60% da massa salarial e representam ainda 20% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

É consenso entre os estudiosos (Vives et al., 2005; Colossi, 2000; e Cezarino, 2006) que não existe uma definição comum para PMEs em âmbito global. Cada país define categorias distintas de empresas, utilizando-se de critérios diferenciados, muitas vezes de acordo com os fins a que se destinam. De acordo com Vives et al. (2005), no contexto dos países latinoamericanos, a homogeneidade entre os conceitos é ainda mais complexa, visto que a maior parte dos estudos sobre PMEs é realizada de forma informal.

No entanto alguns atores, como Resnik (1990) e Gonçalves (1995), acreditam que é possível estruturar uma definição universal de pequenas empresas. Gonçalves (1995, p.34) propõe a seguinte definição:

“...as pequenas empresas, de um modo geral, são definidas como aquelas que, não ocupando uma posição de domínio ou monopólio no mercado, são dirigidas por seus próprios donos, que assumem o risco do negócio...”

No contexto brasileiro, encontram-se muitas formas de classificar as pequenas e médias empresas. Os principais critérios adotados são: (i) receita operacional bruta; (ii) número de empregados; e (iii) faixas de faturamento anual.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) classifica as empresas, conforme os critérios definidos pelo ‘Estatuto da Micro e Pequena Empresa’, baseando-se no número de “pessoas ocupadas”¹, como pode ser visto no Quadro 3.1.

Quadro 3.1 - Classificação das empresas segundo o porte

Tipo de Empresa	Classificação no setor industrial	Classificação no setor de serviços
Microempresa	até 19 pessoas ocupadas	até 09 pessoas ocupadas
Pequena empresa	de 20 a 99 pessoas ocupadas	de 10 a 49 pessoas ocupadas
Média empresa	de 100 a 499 pessoas ocupadas	de 50 a 99 pessoas ocupadas
Grande empresa	acima de 500 pessoas ocupadas	acima de 100 pessoas ocupadas

Fonte: Sebrae, 2005.

¹ O termo “pessoas ocupadas” corresponde não somente aos empregados, como também aos proprietários.

Do ponto de vista tributário, o regime simplificado de tributação (SIMPLES) utiliza o critério de receita bruta de acordo com o disposto na Lei 11307/06. Dentro desse regime, microempresa é aquela cuja receita bruta anual é igual ou inferior a R\$ 240 mil e empresa de pequeno porte é aquela cuja receita bruta anual compreende a faixa de R\$ 240 mil e R\$ 2,4 milhões.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) utiliza o mesmo critério que do SIMPLES, no entanto as faixas de classificação são diferenciadas, conforme pode ser visto no Quadro 3.2.

Quadro 3.2 - Classificação das empresas de acordo com os critérios do BNDES

Tipo de empresa	Classificação quanto aos critérios do BNDES
Microempresa	Receita operacional bruta anual ou anualizada de até R\$ 1,2 milhão.
Pequena empresa	Receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 1,2 milhão e inferior a R\$ 10,5 milhões.
Média empresa	Receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 10,5 milhões e inferior a R\$ 60 milhões.
Grande empresa	Receita operacional bruta anual ou anualizada superior a R\$ 60 milhões.

Fonte: BNDES, 2011.

Para fins desta pesquisa, será utilizada a definição de PMEs proposta pelo Sebrae (2005), visto que: (i) classifica as PMEs sem considerar, necessariamente, o faturamento anual, informação que muitas vezes é de difícil acesso; (ii) é utilizada pelo Sebrae, tanto para realizar intervenções junto às PMEs, quanto para a realização de estudos; e (iii) utiliza o critério de “número de pessoas ocupadas”, que se caracteriza como um informação de fácil acesso, podendo ser obtida em fonte pública.

3.2. Pequenas e médias empresas de base tecnológica

A literatura sobre a conceituação de PMEs de base tecnológica é muito diversa. Um número variado de definições e critérios de classificação vem sendo utilizado por diferentes autores em diferentes contextos (Santos, 1985; Fernandes et al, 2000; Junior e Quadros, 2008).

Junior e Quadros (2008) apontam que essa diversidade de definições e critérios associa-se a distintos objetivos das pesquisas e estudos realizados neste segmento, prejudicando, inclusive a realização de análises comparativas entre os

resultados destes estudos. Ilustra com exemplos de termos encontrados na literatura como ‘indústria de alta tecnologia’, ou ‘indústrias intensivas em conhecimento’, os quais se fundamentam nas taxonomias de Pavitt (1984) e da OCDE (2002) e se referem, respectivamente, a padrões setoriais de mudança tecnológica e à intensidade tecnológica.

Segundo a OCDE (2002), as empresas podem ser classificadas quanto à intensidade tecnológica (% da receita líquida de vendas aplicada a atividades de P&D) em: (i) alta; (ii) média-alta; (iii) média-baixa; e (iv) baixa tecnologia. No Brasil, utilizam-se basicamente três terminologias: (i) empresas de tecnologia avançada, (ii) empresas de alta tecnologia e (iii) empresas de base tecnológica.

Kiederich (2007) define empresas baseadas em novas tecnologias como “empresas cuja força e vantagem competitiva deriva do *know-how* dentro das ciências naturais, engenharia ou medicina e da transformação deste *know-how* em produtos e serviços para o mercado”. Seguindo esta mesma linha, o Bank of England (2001) identifica algumas características básicas que as empresas baseadas em novas tecnologias apresentam:

- o valor das empresas baseadas em novas tecnologias está diretamente ligado ao seu potencial de crescimento científico e de propriedade intelectual que geram;
- no início do processo, as empresas baseadas em novas tecnologias não possuem ativos tangíveis que possam servir de garantia;
- no início, as empresas baseadas em novas tecnologias possuem produtos com pouco ou nenhum histórico no mercado, visto que não foram testados e geralmente apresentam alto grau de obsolescência.

No Brasil, no início da década de 80, alguns autores já demonstravam interesse e preocupação com esse grupo de empresas. Santos (1983) utilizou a denominação “*empresas de tecnologia avançada*” para caracterizar um grupo de pequenas e médias empresas que “...operam com processos, produtos e serviços onde a tecnologia é considerada nova ou inovadora”. Aponta que a criação dessas empresas está diretamente vinculada aos resultados de pesquisas aplicadas para desenvolver soluções para problemas de produção ou de mercado, desenvolvendo produtos novos ou inovadores.

Nessa mesma década, Marcovitch, Santos e Dutra (1986) tentam aprimorar a definição de Santos (1984) e conceituam empresas de tecnologia avançada como “...aquelas criadas para fabricar produtos e serviços que utilizam alto conteúdo tecnológico.” Apontam que a inovação também pode ocorrer em processos e sistemas ligados ao *design* e a outros segmentos que empregam o conhecimento científico, não restringindo o conceito a setores de eletroeletrônica e outros.

Ferro e Torkomian (1988) avançaram na classificação das empresas de base tecnológica, ao apontarem, na época, que a geração e a disseminação dos conhecimentos industriais constituíam um ponto forte da política governamental industrial e tecnológica. Consideravam o domínio das tecnologias de ponta como critério fundamental para o desenvolvimento econômico e para a autonomia de um país. Nessa perspectiva, definiam empresas de alta tecnologia como “aquelas que dispõem de competência rara ou exclusiva em termos de produtos ou processos, viáveis comercialmente, que incorporam grau elevado de conhecimento científico.”

Para formulação dessa definição, adotaram dois critérios, a saber: (i) o conhecimento na área científica; e (ii) o potencial de econômico da inovação. Vale ressaltar, que os autores já demonstravam preocupação com o processo dinâmico das transformações tecnológicas, destacando a rápida obsolescência de produtos e processos.

Mais recentemente, Machado et al. (2001), em um documento do Sebrae intitulado ‘*Pesquisa e Planejamento - MPEs de Base Tecnológica: conceituação, formas de financiamento e análise de casos brasileiros*’ assumem a definição de empresas de alta tecnologia proposta pelo *Office of Technology Assessment – OTA*, integrando-a ao conceito de micro e pequenas empresas do Sebrae, para propor a seguinte definição de micro e pequenas empresas de base tecnológica:

“Micro e pequenas empresas de base tecnológica são empresas industriais com menos de 100 empregados, ou empresas de serviço com menos de 50 empregados, que estão comprometidas com o projeto, desenvolvimento e produção de novos produtos e/ou processos, caracterizando-se, ainda, pela aplicação sistemática de conhecimento técnico-científico. Estas empresas usam tecnologias inovadoras, têm uma alta proporção de gastos com P&D, empregam uma alta proporção de pessoal técnico-científico e de engenharia e servem a mercados pequenos e específicos” (Machado et al, 2001, p.7).

Na formulação dessa definição, os autores consideraram duas principais características das pequenas empresas de base tecnológica, a saber: (i) o porte da empresa e (ii) o grau de evolução da tecnologia e do mercado.

Machado et al. (2001) apontam ainda que as pequenas empresas de base tecnológica são aquelas que estão nas fases menos avançadas da tecnologia, apresentando uma incerteza quanto às tecnologias e aos sistemas de produção.

Quanto aos segmentos, destacam que essas empresas atuam em setores bastante específicos, apesar de possuírem o potencial para atuar em qualquer segmento que apresente necessidade de desenvolvimento de tecnologias ainda não padronizadas, podendo gerar uma grande variedade de processos e produtos.

Além da definição do Sebrae, devem ser consideradas definições utilizadas por órgãos de fomento e apoio tecnológico, como por exemplo, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep). Essa agência define empresa de alta tecnologia como “unidades de negócio produtoras de bens e serviços, cuja competitividade depende do projeto, desenvolvimento e produção de novos produtos ou processos inovadores, através da aplicação sistemática e intensiva de conhecimentos científicos e tecnológicos” (Finep, 2011).

A diversidade não se restringe ao campo das definições, quando o assunto são PMEs de base tecnológica. A origem dessas empresas também é assunto de discussão entre os estudiosos.

Ferro e Torkomian (1988) apontam que o surgimento desse tipo de empresa está intrinsecamente ligado ao processo de geração de *spin-offs*² de empresas, universidades e centros de pesquisa. Para Fonseca e Kruglianskas (2002), o surgimento dessas empresas está vinculado a profissionais técnicos, cientistas e pesquisadores, que de forma autônoma, ou em parceria com alguma instituição, optam por transformar seus conhecimentos em produtos ou serviços.

Para fins desta pesquisa, será adotada a terminologia e a definição propostas por Machado et al. (2001), como apresentado nesta seção.

² De acordo com a Agência USP de Inovação, um *spin-off* é uma empresa que surge de uma outra organização, mas que permanece possuída e administrada por seus geradores, enquanto que a *spin-out* é uma empresa que surge de outra organização, mas seu gerador não permanece como dono majoritário e, portanto, não exerce controle gerencial (<http://www.inovacao.usp.br/industria/spinoff.php>)

3.2.1.

Pequenas e médias empresas no contexto de incubadoras de empresas

As empresas estão, cada vez mais, tendo que lidar com uma série de questões que ultrapassam a dimensão econômica, à medida que as demandas sociais e ambientais emergem da sociedade. Sachs (2008) aponta que essa demanda por atitudes mais responsáveis afeta diretamente as empresas, visto que ameaça não apenas a sua competitividade, mas coloca em risco a sua própria sobrevivência no mercado.

O imperativo da sustentabilidade já provocou mudanças significativas nos modos de pensar e agir das grandes corporações. Em geral, os líderes das grandes empresas já percebem seus negócios sob a ótica de um novo olhar, entendendo que para obter vantagens competitivas sustentáveis e proteger seus negócios, devem trabalhar de forma integrada, incorporando as questões ambientais e sociais à estratégia e operação de seus negócios (Esty e Winston, 2008).

No entanto, apesar do cenário nas grandes corporações estar mudando, o segmento que apresenta maiores dificuldades para adotar práticas mais sustentáveis é o das pequenas e médias empresas. Perera (2008) aponta que as PMEs ainda se encontram à margem deste debate e, devido ao seu porte e perfil, escapam ao controle dos ativistas e militantes. Configuram-se como um desafio para o debate no âmbito da RSE.

É nesse ponto que as incubadoras de empresas podem atuar como facilitadores da inserção das práticas efetivas deste conceito na realidade das pequenas e médias empresas, visto que são agentes catalisadores no processo de desenvolvimento tanto dos empreendedores quando de seus empreendimentos.

De acordo com a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec, 2002), incubadoras de empresas são organizações que aceleram e sistematizam o processo de criação de empreendimentos bem sucedidos, por meio do fornecimento de um conjunto de bens e serviços que permitam aos empreendedores a utilização do conhecimento científico, profissional e prático, objetivando a geração de empresas de sucesso.

No âmbito do novo modelo de universidade empreendedora, as incubadoras de empresas constituem um ambiente facilitador e acolhedor dos empreendedores apoiando-os para que suas idéias/projetos tornem-se realidade por meio da geração

de micro e pequenas empresas. Estar em uma incubadora universitária é estar próximo ao ambiente acadêmico e, conseqüentemente, a toda a agregação de valor que essa aproximação física e intelectual pode gerar (Oliveira, 2010).

Originalmente, as incubadoras de empresas foram concebidas como mecanismos organizacionais de apoio ao surgimento de empresas nascentes, notadamente de base tecnológica. Observou-se em nível mundial um intenso movimento de criação de incubadoras de base tecnológica, ao longo de praticamente toda a década de 80. Naquele contexto histórico e econômico, essas incubadoras desempenharam sua função como instrumentos de apoio ao empreendedorismo, tendo sido berços de alguns dos mais importantes pólos tecnológicos (Fonseca et al, 2010).

O êxito alcançado por essas iniciativas logo atraiu a atenção do governo, da academia e da indústria, que passaram a ver nesse modelo institucional um referencial para a formulação e a implementação de políticas públicas de apoio mais amplas, que não mais se restringiria ao apoio a empreendedores e projetos de *spin-offs*.

As incubadoras ampliaram seu escopo original e passaram a apoiar também a criação e o fortalecimento de postos de trabalho e a geração de renda. Tendo em vista a operacionalização dessas novas funções, o apoio passou a abranger também empreendimentos e empresas já existentes, formais e informais, atuantes nos mais variados segmentos de atividade econômica.

Nessa nova trajetória, as incubadoras passaram a atuar como instrumentos de apoio a políticas de desenvolvimento local, por meio do estímulo à criação de novos negócios e do fortalecimento dos pequenos negócios já existentes (Grimaldi e Grandi, 2005; e Bergek e Norrman, 2008; Fonseca et al, 2010).

Para fins do presente estudo, define-se incubadora de empresas como uma instituição sem fins lucrativos que pode ser mantida por entidades governamentais, universidades, grupos comunitários, dentre outros. O principal objetivo de uma incubadora é a criação de empresas de sucesso, em constante desenvolvimento, financeiramente viáveis e competitivas em seu mercado, mesmo após deixarem a incubadora, geralmente em um prazo de dois a quatro anos (Dornelas, 2002, p.22).

De acordo com o Ministério de Ciência e da Tecnologia (MCT), as incubadoras podem se dividir em três tipos: (i) incubadoras de empresas de base tecnológica; (ii) incubadoras de empresas dos setores tradicionais; e (iii) incubadoras mistas. Focaliza-se o presente estudo nas incubadoras de empresas de base tecnológica, aqui definidas como aquelas que abrigam empresas cujos produtos, processos ou serviços são gerados a partir de resultados de pesquisas aplicadas, e nos quais a tecnologia representa alto valor agregado (MCT, 2006).

Do ponto de vista estrutural, Dornelas (2002) e Anprotec (2006) mostram que a maior parte das incubadoras no Brasil se organizou no formato de arranjos interinstitucionais suportados por redes de agentes, públicos e privados, governamentais, empresariais, acadêmicos e sociais.

Essas referências revelam que a ênfase das incubadoras ainda está centrada no fortalecimento da sustentabilidade econômica das empresas incubadas, ou seja, restringe a visão *triple-bottom-line* de sustentabilidade, como proposta por Elkington (1998), a uma das dimensões apenas. Uma vez que a sustentabilidade econômica é um princípio inerente à própria concepção de incubadoras, o desafio que se coloca, nesta altura, é o de buscar as condições para o aprimoramento do desempenho das mesmas, considerando-se as outras duas dimensões da abordagem *triple-bottom-line*: a social e a ambiental.

De fato, nas incubadoras universitárias no Brasil, o que se tem observado é que as estratégias e os processos de seleção de candidatas à incubação privilegiam, quase que exclusivamente, os quesitos técnicos e econômicos (incluindo-se os de mercado) presentes nos respectivos planos de negócios. Faltam dados, estudos, investigações sistemáticas em torno de efetivas e potenciais contribuições das incubadoras de empresas para a incorporação das dimensões ambiental e social nas estratégias de negócio das pequenas empresas de base tecnológica, vinculadas a incubadoras, abrigadas ou associadas (Fonseca et al, 2010).

Constatou-se no âmbito da presente pesquisa, que essa realidade abrange não somente as incubadoras universitárias brasileiras. Um levantamento bibliográfico em bases de dados internacionais consagradas, cobrindo o período 2000 – 2011, revelou que são ainda raros os estudos empíricos sobre a contribuição das incubadoras universitárias nesse sentido.

A própria ausência de fundamentos cognitivos, tanto em nível nacional, quanto internacional, acaba por limitar a mobilização das incubadoras como instrumentos de políticas públicas para a promoção do desenvolvimento sustentável (Fonseca et al, 2010). Todavia essa realidade poderá ser mudada ainda nesta década, com a resignificação do papel das incubadoras de empresas na promoção do desenvolvimento sustentável, por meio de uma atuação social e ambientalmente sustentáveis e da geração de novos produtos, serviços e soluções inovadoras de negócios que promovam a preservação do meio ambiente e a equidade social, além da rentabilidade econômica.

Agentes de estímulo e apoio para que a PMEs aumentem sua competitividade, adaptando-se de forma constante ao mercado atual, as incubadoras de empresas podem atuar como instrumentos de políticas públicas para a promoção da responsabilidade social como fator de vantagem competitiva, apesar do histórico de dificuldades estruturais, conforme apontam Fonseca et al (2010).

A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – Anprotec (2006) divulgou que o número de incubadoras no Brasil, saltou de 135, no ano 2000, para 377, no ano de 2006 e que a taxa de mortalidade das empresas geradas nestes ambientes é de 20%. O movimento de incubação brasileiro já gerou em total de 5.618 empresas, incluindo as empresas incubadas, as graduadas e as associadas.

De acordo com a Anprotec empresas incubadas são aquelas que estão recebendo apoio técnico-gerencial de uma incubadora, empresas graduadas são aquelas que passaram pelo processo de incubação e conseguiram se consolidar no mercado, não necessitando mais do apoio direto da incubadora, e as empresas associadas, são aquelas que nunca foram incubadas, mas que de alguma forma utilizam os serviços e o *know-how* das incubadoras para potencializar os seus negócios.

Em 2004, no *InfoDev Global Business Incubation Forum*³, ocorrido em Nova Delhi, representantes de diversas incubadoras de todo o mundo convergiram seus conhecimentos e geraram um conceito inovador de incubadora de empresas

³ *InfoDev* (Information for Development) é um programa do Banco Mundial que visa promover projetos que utilizam TIC (Tecnologias da Informação e da Comunicação) para o desenvolvimento econômico e social.

baseado no processo de apoio aos empreendimentos. Esse conceito traduz de forma simplificada a ação das incubadoras junto aos empreendedores e está focado nos seguintes ambientes:

- ambiente de incubação expandido - todo o *network* que a incubadora /universidade possui, bem como todo o contexto mais amplo que pode funcionar como um agente indutor para o desenvolvimento das empresas;
- processo de incubação - processo sistematizado para apoiar o empreendedor em diferentes esferas (gerencial, técnica e estratégica) proporcionando o ambiente adequado que os projetos e ideias possam germinar e crescer;
- incubadora: é a infraestrutura física que é oferecida pela incubadora para permitir a operação da empresa.

Para esta pesquisa o item mais relevante neste conceito refere-se ao processo de incubação, visto que esse é o momento em que a incubadora atua diretamente no planejamento do negócio, colaborando para a criação de sua missão, de sua visão, acompanhando a concepção do produto, construindo, de forma colaborativa, as estratégias de mercado e o seu modelo de negócio, ou seja, gerando as bases filosóficas e conceituais nas quais a empresa será formada e passará a atuar.

No entanto, para que um empreendedor possa ter seu projeto acompanhado por uma incubadora ele deve passar por um processo de seleção, que é iniciado pela apresentação de sumário executivo que retrate a sua idéia.

Para esta pesquisa, tomou-se como base o processo seletivo da Incubadora de Empresas do Instituto Gênesis da PUC-Rio que, de acordo com a Anprotec, possui um dos processos de seleção mais sistematizados do país. De acordo com o Edital de Seleção de Empresas 2011.1 (Instituto Gênesis da PUC-Rio, 2011), os critérios adotados para a avaliação de um projeto/idéia são os seguintes:

- viabilidade técnica e econômica do empreendimento com potencial de crescimento;
- grau de inovação e competitividade dentro do foco da Incubadora Gênesis PUC-Rio;
- grau de importância da empresa no apoio às redes formadas pelas empresas incubadas;
- conectividade com os Centros de Pesquisa da Universidade;

- qualificação dos proponentes e da equipe quanto aos aspectos técnicos e empreendedores;
- responsabilidade social com a região;
- processo de produção não poluente;
- aderência aos valores do Instituto Gênesis da PUC-Rio;
- constante busca pela inovação;
- ética e responsabilidade social;
- valorização da cultura nacional;
- erro como fonte de aprendizado;
- prevalecimento do bem comum e da dignidade do indivíduo;
- responsabilidade pelo desenvolvimento regional;
- supremacia do indivíduo sobre o empreendimento.

Apesar de alguns dos critérios acima estarem ligados aos elementos da responsabilidade social, deve-se lembrar que eles estão presentes apenas no processo de seleção. No que tange ao processo de incubação, que compreende o acompanhamento global do negócio, o tema da RS ainda é interpretado e avaliado de forma parcial, ou seja, a dimensão financeira ainda é a única que recebe atenção sistemática ao longo do período em que a empresa está se desenvolvendo.

Wolffenbüttel, Fracasso e Bignetti (2003) argumentam que, com o propósito de apoiar o desenvolvimento de pequenas e médias empresas de base tecnológica, as incubadoras de empresas configuram-se como mecanismo para estimular que novas temáticas sejam adotadas, na fase inicial da geração de empresas, propiciando que as PMEs incorporem à sua cultura empresarial, iniciativas e práticas que sejam reflexo da integração da RS em sua estratégia global.

3.2.2.

Responsabilidade social empresarial e pequenas e médias empresas de base tecnológica

A maioria dos mecanismos e instrumentos relacionados com o conceito de Responsabilidade Social Empresarial foi desenvolvida para atender as grandes empresas, cabendo às organizações de pequeno e médio porte uma atuação mais informal no que tange à integração da iniciativas e práticas de RS na sua estratégia de negócio.

De forma efetiva, são as grandes empresas que possuem recursos financeiros e motivos comerciais fortes, referentes a sua imagem perante ao mercado, justificando investimentos, de forma quase voluntária, na adoção da Responsabilidade Social.

Jorge (2010) afirma que para as PMEs o contexto é diferente, visto que a proteção de sua marca, e a visibilidade pública, não consistem em preocupação prioritária, pois, na maioria das vezes, este tipo de empresa sobrevive integrada a cadeia de valor de grandes empresa. Este fator pode ser um grande influenciador na percepção das PMEs, em relação à necessidade da adoção de iniciativas e práticas de RS.

Sobre essa abordagem, Preuss (2005) afirma que as PMEs dependem, muitas vezes, de um grande cliente – *stakeholder* dominante – que acaba funcionando como agente regulador das práticas de RS, ao estimular, de forma imperativa, as PMEs de sua cadeia de valor a adotar práticas mais sustentáveis.

Segundo Jorge (2009), as ações de responsabilidade social nas PMEs estão baseadas no comportamento responsável do empreendedor. O autor define empreendedor responsável com aquele que trata os clientes, fornecedores e concorrentes de forma justa e honesta, se preocupa de forma genuína com a saúde e segurança de seus trabalhadores e clientes, desenvolve as competências de sua equipe mantendo-a motivada, atua como um bom cidadão na comunidade local e utiliza de forma sustentável os recursos naturais.

A ética vivenciada pelos empreendedores nas PMEs é completamente diferente da praticada pelas grandes empresas. A necessidade da interação contínua com os diferentes parceiros, as relações baseadas na confiança mútua entre as diferentes partes interessadas e a assertividade na resolução de conflitos são características diferenciadas que as PMEs já adotam no seu dia a dia de trabalho. Esses comportamentos podem ser facilitadores da implementação do processo formal de integração das práticas de RS à estratégia da empresa.

A Comissão Européia (2002) também afirma que as PMEs possuem familiaridade com o conceito de Responsabilidade Social, gerenciando seus impactos e aplicando algumas práticas, mas de forma informal, motivado por convicções éticas ligadas aos valores dos sócios diretores e não à estratégia da empresa. Este tipo de conduta direciona para a necessidade de uma abordagem

mais estratégica e integrada do conceito, impedindo que as empresas atuem de forma desordenada e pontual, não atendendo às necessidades das partes interessadas e não agregando valor ao seu negócio.

Iturrioz (2009) argumenta que para gerar valor para o negócio, a responsabilidade social nas PME's deve se basear em três fatores principais, a saber: (i) a orientação sobre responsabilidade social deve partir da alta direção; (ii) as questões de responsabilidade social abordadas devem estar ligadas ao foco da empresa; e (iii) a responsabilidade social deve estar alinhada com a estratégia de forma global. De acordo com o autor, diferentemente das grandes empresas, as PME's possuem recursos nulos ou limitados para investir em ações de RS.

Assim, todo o seu esforço de adequação a essa temática deve estar alinhada à satisfação das principais partes interessadas, visto que estes afetam diretamente o sucesso do negócio.

Vives et al (2005) em seu estudo denominado “*Responsabilidad Social de la Empresa en das PyMes de Latinoamérica*”, desenvolvido em parceria com o Banco Interameriocano de Desenvolvimento – BID, abordam três tipos distintos de práticas de RS que podem ser adotadas pela PME's, a saber:

- práticas internas de RS - dirigidas fundamentalmente aos seus trabalhadores e ao bom funcionamento da empresa;
- práticas externas de RS - foco na comunidade;
- práticas de meio ambiente – foco nas questões ambientais.

De acordo com os autores, as PME's latinoamericanas tendem a adotar, mesmo que informalmente, as práticas internas de RS, principalmente aquela que, naturalmente, são ligadas à estratégia da empresa, como por exemplo, conciliação do trabalho com a família; igualdade de oportunidades, saúde e bem estar e o cumprimento das obrigações legais, de forma restrita, entre outros.

No que tange às práticas de RS externas e de meio ambiente, as PME's agem de forma reativa e esporádica, vinculando, na maioria das vezes, suas ações a razões religiosas e morais, sem nenhuma ligação com a estratégia da empresa.

A atuação das PME's nesse ponto difere bastante das grandes empresas, visto que essas últimas acabam promovendo as práticas externas de RS com maior intensidade. As grandes empresas buscam promover sua imagem e prestígio social

e desenvolver ativos intangíveis que agregam valor econômico aos seus negócios. Vives et al (2005) constataram que a principal barreira apontada pelas PMEs para a carência da realização de práticas externas está vinculada à falta de recursos financeiros. Quanto às práticas de gestão de meio ambiente, a situação mostra-se mais crítica, pois a grande maioria das empresas acredita que não gera impactos negativos no meio ambiente. Os resultados encontrados pelos autores fortalecem a visão apontada pela Comissão Européia (2002).

Nessa perspectiva, uma das críticas feitas por Perera (2006) é a de que apesar de ampliar a sensibilização, adicionar legitimidade ao debate sobre a RS e oferecer uma ferramenta para organizações de qualquer porte, a Norma Internacional ISO 26000, na prática, atenderia de forma mais direta apenas as grandes empresas.

Por outro lado, de acordo com a Norma Internacional ISO 26000 (ABNT/ISO 2010, p.8), a integração da responsabilidade social em uma PME pode ser realizada por meio de ações práticas, simples e com relação custo-benefício favorável, não precisando ser complexa ou dispendiosa.

Devido ao seu pequeno porte e potencial de flexibilidade e de inovação, as PMEs podem de fato oferecer boas oportunidades para a RS. São geralmente mais flexíveis em termos de gestão organizacional e, freqüentemente, têm contato próximo com as comunidades locais e a alta administração exerce uma influência mais imediata nas atividades da empresa.

Visando reforçar a intenção de que a Norma pudesse ser um importante instrumento para apoiar as PMEs na identificação de ações práticas de RS, foram incluídas no corpo da Norma algumas considerações nesse sentido, como apresentado na Caixa de Texto 3.1.

O documento da Norma Internacional ISO 26000 ressalta ainda que as organizações que possuem maior experiência e capacidade no desenvolvimento da temática da RS poderão funcionar como agentes facilitadores para que as PMEs integrem iniciativas e práticas às suas estratégias.

Caixa de Texto 3.1 – A ABNT NBR ISO 26000 e as pequenas e médias empresas/organizações (PMO)

Convém que as PMEs:

- levem em conta que procedimentos internos de gestão, relatos para as partes interessadas e outros processos podem ser mais flexíveis e informais para as PMEs do que para organizações maiores, desde que níveis adequados de transparência sejam preservados;
- estejam cientes de que, ao reverem os sete temas centrais e identificarem as questões relevantes, convém que o contexto, as condições, os recursos e os interesses das partes interessadas da organização sejam levados em conta, reconhecendo que todos os temas, mas não todas as questões, serão relevantes para todas as organizações;
- enfoquem desde o início as questões e impactos de maior relevância para o desenvolvimento sustentável. Convém que uma PME tenha um plano para enfrentar as questões e impactos remanescentes dentro de um prazo razoavelmente breve;
- busquem ajuda de órgãos governamentais apropriados, organizações coletivas (como associações setoriais e organizações representativas ou pares) e órgãos nacionais de normalização para criarem manuais e programas práticos para uso desta Norma. Convém que esses manuais e programas sejam ajustados à natureza e às necessidades específicas das PMEs e de suas partes interessadas;
- quando apropriado, ajam coletivamente com organizações pares e setoriais, em vez de individualmente, para poupar recursos e aumentar a capacidade de ação. Por exemplo, no caso de empresas que operam no mesmo contexto e setor, a identificação e o engajamento de partes interessadas podem, algumas vezes, ser mais eficazes se feitos coletivamente.

Fonte: ABNT/ISO, 2010.

3.3.**Pequenas e médias empresas e responsabilidade social empresarial na prática**

Como mencionado, implementar a RS em grandes empresas não é necessariamente o mesmo que nas PMEs. As grandes empresas com o seu propósito de maior competitividade, liderança em produtos inovadores e capacidade de comunicação organizacional impulsionam a pesquisa em RS, demonstrando resultados de grande impacto, benéficos às respectivas imagens. Esse impacto é, sem dúvida, muito superior ao das PMEs.

O desenvolvimento de modelos teóricos para a RS em PMEs não evolui na mesma taxa de crescimento da produção científica sobre RS em grandes

empresas, devido, em parte, à dificuldade em integrar todos os tipos de PME em um único enquadramento (*framework*) teórico. O conjunto global das PMEs é muito heterogêneo e seu comportamento é influenciado por um número de fatores muito distintos, o que estimula o surgimento de várias vertentes metodológicas na pesquisa sobre RS nas PME, como discutido anteriormente.

Por um lado surge um conjunto de estudos que defendem que as PMEs estão mais bem posicionadas e equipadas para terem comportamentos socialmente responsáveis do que as grandes empresas. Outros pesquisadores defendem que na prática as PME apresentam-se como um obstáculo à implementação de uma filosofia de RS comparativamente com as grandes empresas. Os gestores de PME argumentam que não dispõem de tempo ou recursos para dedicar à RS, até porque ter condições para cumprir a lei já constitui, por vezes, uma dificuldade.

Os trabalhos empíricos de Raynard e Forstaster (2002); Accountability et al, (2002); Jenkins (2004; 2006); Luken e Stares (2005); Vives et al (2005); e Perera (2008) apontam para essas dificuldades e propõem recomendações para estudos futuros que se mostraram muito úteis para a fase de desenvolvimento e validação do modelo conceitual proposto nesta dissertação.

3.3.1.

Estudo 1: '*Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*'

Esse estudo foi desenvolvido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em parceria com diversas instituições dos países pesquisados. Seu objetivo foi aprofundar o grau de conhecimento existente sobre o nível de desenvolvimento e implantação do conceito de responsabilidade social empresarial na região da América Latina e Caribe, focando nas PMEs (Vives et al., 2005).

As questões que motivaram o estudo foram:

- o que se entende por RSE sob a perspectiva de uma PME na América Latina, em geral, e nos países que foram estudados?
- quais são as práticas sociais e ambientais responsáveis realizadas pelas PMEs latino americanas? Como essas práticas podem ser caracterizadas?
- quais são as principais instituições públicas e privadas que fomentam a RSE nesses países, especialmente na perspectiva das PMEs? Quais são

as principais iniciativas que essas empresas desenvolvem? Até que ponto as instituições colaboram entre si e interagem entre elas de uma forma eficiente?

- que conclusões e recomendações, de caráter operacional, podem ser formuladas a partir dos resultados concretos dessa pesquisa?

A realização da pesquisa contemplou oito países localizados na região da América Latina e Caribe, a saber: (i) Argentina; (ii) Brasil; (iii) Colômbia; (iv) Chile; (v) El Salvador; (vi) México; (vii) Peru; e (viii) Venezuela.

O estudo identificou as principais razões que levam as PMEs a realizarem atividades de RSE, classificando os resultados quantitativos da pesquisa *survey* segundo três categorias de atividades de RSE, a saber: (i) práticas internas de RSE (focada nos trabalhadores e no bom funcionamento da empresa); (ii) práticas externas de RS (focadas na comunidade); e (iii) práticas de meio ambiente (focadas na questão ambiental), conforme Tabela 3.1.

Tabela 3.1 – Razões subjacentes para a realização das atividades de RSE por PMEs

Razões	% de PMEs que realizam atividades de RSE em cada categoria		
	RSE externa	RSE interna	RSE meio ambiente
Razões éticas e religiosas	47,6	39	41,4
Melhoria das relações com a comunidade e governo	40,4	26,4	40,9
Fortalecimento da lealdade dos clientes e fornecedores	23	37	29,3
Melhoria das relações com outros parceiros empresariais e com investidores	13,1	15,1	11,9
Melhoria da satisfação dos trabalhadores	22,6	63,3	28,6
Melhoria dos resultados econômicos (-custos / + vendas)	15,1	45,9	47,1
Aplicação de um código de conduta próprio para responsabilidade social	29,3	25,9	35,1
Pressões de terceiros	4,1	5,4	17
Utilização de incentivos e subsídios públicos	3,7	5,3	2,9
Cumprimento da legislação social existente	n.a.	32,4	n.a.
Adaptação à legislação ambiental existente	n.a.	n.a.	37
Outras razões	2,9	0,9	0,2
Nenhuma razão	1,7	0,2	0,2
Não sabe/ não respondeu	1,8	3,9	2,3

Fonte: Vives et al., 2005, p.71.

As principais conclusões e recomendações desse estudo foram:

- o cumprimento das obrigações legais é o primeiro degrau para o desenvolvimento das atividades de RSE nas PMEs;
- para que o tema da RSE seja integrado às PMEs latino americanas é fundamental promover o fortalecimento dessas empresas melhorando sua gestão, padrões de qualidade e planejamento. O estudo identificou que sem esses movimentos, será difícil integrar as atividades de RSE na estratégia das PMEs;
- a opinião da maioria das PMEs latino americanas é a de que a temática de RSE deve ser fomentada pelo governo com outras ações de fomento e não somente a legislação ou regulamentação;
- o governo deve adotar um papel mais ativo no desenvolvimento de programas dirigidos para as PMEs, principalmente nos campos, em que se observa um menor envolvimento empresarial;
- criação de entidades públicas que possam coordenar a criação de uma agenda comum para a implementação de RSE nas PMEs;
- as ONGs e outras instituições sem fins lucrativos têm um papel fundamental na disseminação da RSE em PMEs e na articulação entre os diferentes atores (governo, setor privado e sociedade);
- as universidades e os centros de ensino devem gerar conhecimento básico sobre a RSE, tanto para estimular a disseminação do tema como para estimular políticas públicas na área.

3.3.2.

Estudo 2: ‘Engaging Small Business in Corporate Social Responsibility’

O presente estudo, realizado pela instituição Canadian Business for Social Responsibility (CBSR) em 2003, objetiva explorar os métodos mais eficazes para envolver as PMEs canadenses na temática da RSE. As questões que motivaram o estudo foram:

- quais as motivações da PMEs para desenvolver atividades de RSE?
- que iniciativas de RSE são realizadas pelas PMEs?

- quais os desafios enfrentados pelas PMEs para a implementação da RSE?
- que tipo de suporte essas empresas necessitam para realizar este compromisso (RSE) de forma integrada a sua estratégia?

As principais conclusões obtidas com esse estudo são descritas a seguir:

- as relações de trabalho dentro da empresa, seja do ponto de vista legal ou interpessoal, são os principais resultados obtidos pela PMEs no âmbito da responsabilidade social e configura-se como uma possibilidade de introdução desta temática de forma mais estruturada;
- no Canadá, a maioria das empresas iniciou a adoção de práticas socialmente responsáveis, por meio da prática de iniciativas ambientais, como por exemplo, troca do tipo de papel e consumo sustentável de energia. O estudo aponta que algumas PMEs solicitarão uma auditoria ambiental externa, buscando melhorias em seu processo de forma rápida e constante;
- no que tange às relações com a comunidade as iniciativas são bastante tímidas, compreendendo apenas ações de oferta de donativos em forma de bens ou serviços às organizações locais;
- um ponto crítico apontado pelo estudo é a escassez de envolvimento dos *stakeholders* no processo de implementação da responsabilidade social empresarial;
- as motivações internas para implementar a RSE são os valores pessoais dos gestores ou ‘donos’ das PMEs. As externas são a reputação junto aos clientes e parceiros.

No que tange aos benefícios gerados pela adoção de práticas de RSE pelas PMEs canadenses, foram apontados o orgulho e o envolvimento direto do gestor e dos empregados, que ficam motivados por trabalhar em uma empresa socialmente responsável. Porém, foi verificado que a redução dos custos, muitas vezes, não ocorre a curto prazo. Mas as PMEs canadenses identificam que excluir da cadeia de produção, fornecedores que não atuam com práticas socialmente responsáveis é uma redução de custos indiretos.

Os principais desafios identificados são: (i) tempo e custos de implementação das práticas de RSE; (ii) acesso a produtos socialmente responsáveis; (iii) pouco poder de negociação que a maioria das PMEs possuem,

visto que trabalham com fornecedores locais que dispõem de pouca variedade de produtos; (iv) educar os consumidores para a compra de produtos socialmente responsáveis, apesar do custo um pouco mais elevado; (v) promover a comunicação interna e a formação de empregados em práticas de RSE; e (vi) receber apoio moral financeiro ou técnico para adotar essas práticas.

3.3.3.

Estudo 3: ‘Engaging SMEs in Community & Social Issues: Consortium Research Study’

Este estudo foi realizado no Reino Unido, por indicação do Ministro da Responsabilidade Social daquele país em 2002 (Accountability et al, 2002). O objetivo do estudo visa a melhor compreensão sobre a RSE, com vistas a aumentar o envolvimento das PMEs nas práticas socialmente responsáveis. A amostra da pesquisa correspondeu a 200 PMEs entrevistadas, no período de janeiro a fevereiro daquele ano.

Os resultados do estudo demonstram as seguintes conclusões:

- a grande maioria das PMEs acredita que as práticas de RSE devem ser abordadas em empresas deste porte;
- a percepção dos benefícios da RSE para os negócios é maior nas empresas de médio porte ou entre aquelas que possuem uma maior rede de parceiros e negócios;
- 91% das empresas entrevistadas descreveram seus negócios como sendo socialmente responsáveis e 96% acreditam que sua empresa opera de modo responsável;
- as PMEs, de modo geral, tendem a adotar práticas internas de RSE (treinamento de seus empregados, construção de espírito de equipe, motivação). Mesmo as práticas realizadas junto às comunidades, são focadas nas regiões onde os trabalhadores residem.
- o estudo constatou que as barreiras visualizadas pelas PMEs do Reino Unido são, na realidade, percepções falsas ou fruto da ausência de conhecimento;
- os *stakeholders* chave das PMEs são os clientes e empregados, visto que são com esses que as relações de cordialidade e integração social acontecem;

- diferentes das grandes empresas, as pressões para adotar as práticas socialmente responsáveis vem da dimensão interna da empresa;
- Duas de cada três empresas apresentam práticas de RSE focadas na questão ambiental, como por exemplo redução de impacto ambiental, reciclagem, redução dos resíduos;
- para as PMEs do Reino Unido, a principal prática de RSE é o envolvimento com a comunidade (60% das empresas estão envolvidas em atividades escolares e 52% trabalham com instituições de caridade ou voluntariado);
- 89% da comunicação das práticas socialmente responsáveis da empresa são voltadas para o público interno – empregados.

3.3.4.

Estudo 4: ‘Observatory of European SMEs 2002/nº4 – European SMEs and social and environmental responsibility’

O estudo foi realizado pela Enterprise Directorate-General of the European Commission e pela European Network for SME Research, no ano de 2002. Objetivou analisar a questão da RSE, a partir da perspectiva das PMEs.

Segundo seus autores, de um modo geral, o interesse primordial de qualquer empresa é a sobrevivência econômica, visto que para o desenvolvimento de práticas socialmente responsáveis é fundamental que a empresa seja economicamente sustentável.

As conclusões apresentadas neste estudo foram:

- as PMEs priorizam a realização de práticas ambientalmente responsáveis, em detrimento das práticas sociais;
- quase metade das PMEs européias estão envolvidas em causas sociais de diferentes níveis. O estudo demonstrou que esse desenvolvimento está associado, de forma positiva, com o tamanho da empresa. As áreas mais comuns de atuação são esporte, cultura, saúde e assistência social;
- os principais mecanismos de envolvimento das PMEs com a comunidade são por meio de doativos e patrocínios para as atividades dessas regiões. Essas atividades são pontuais e estão relacionadas com as questões éticas e não com o *core business* da empresa;

- os principais benefícios apontados pelas PMEs européias, ao adotarem as práticas de RSE, são: (i) melhoria do relacionamento com a comunidade local e (ii) melhoria das relações com o poder público;
- a cadeia de valor (clientes/fornecedores) é uma das principais razões para que as PMEs adotem práticas socialmente responsáveis. A outra é a obtenção de vantagem competitiva que fica à frente das obrigações legais;
- as considerações éticas não se configuram como uma razão forte para que as PMEs se tornem ambientalmente sustentáveis;
- cultura negativa da empresa face às questões ambientais e alienação frente aos impactos ambientais negativos gerados pela empresa constituem barreiras internas para a adoção de práticas socialmente responsáveis;
- a falta de experiência técnica e competências na temática da RSE, juntamente com a escassez de tempo e recursos, são as principais barreiras para a adoção dessas práticas.

3.3.5.

Estudo 5: ‘Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas’

Nessa seção, apresenta-se uma ferramenta de auto-avaliação e aprendizado de gestão empresarial voltada preponderantemente para a incorporação de práticas de RSE pelas PMEs. Essa ferramenta foi desenvolvida pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em parceria com o Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), em 2007 (Instituto Ethos/Sebrae, 2007).

Diferentemente dos estudos apresentados anteriormente, o trabalho do Instituto Ethos traz um conjunto de indicadores de RSE voltados para PMEs relacionados a sete temas centrais, a saber: (i) valores transparência e governança; (ii) público interno; (iii) meio ambiente; (iv) fornecedores; (v) consumidores e clientes; (vi) comunidade; e (vii) governo e sociedade. Vale ressaltar que os temas focalizados pelo Instituto Ethos guarda estreita semelhança com os temas centrais da Norma ABNT NBR ISO 26000 (ABNT/ISO, 2010).

Por meio de uma parceria do Instituto Ethos com o Sebrae, o conjunto de indicadores propostos nesse documento e a metodologia de aplicação foram adaptados para a realidade das PMEs brasileiras, sob o formato de um

questionário digital a ser preenchido e enviado por meio de um sistema *on line* gerenciado pelo Instituto Ethos.

As respostas do questionário, devidamente autorizadas pelos gestores das PMEs, são incluídas nos anuários estatísticos do Instituto Ethos. O questionário é disponibilizado de forma gratuita no site do Instituto Ethos (<http://www.institutoethos.org>) e tem como principal objetivo auxiliar no processo de melhoria do comprometimento das PMEs com a responsabilidade social e com o desenvolvimento sustentável.

A Figura 3.1 apresenta a estrutura de organização do questionário proposto pelo Instituto Ethos em parceria com o Sebrae.

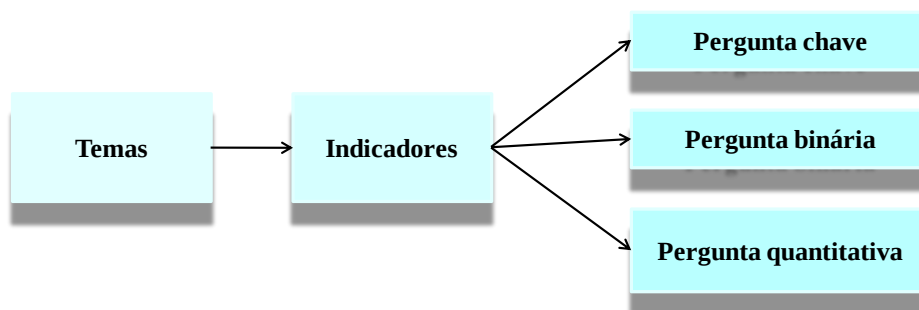


Figura 3.1 - Estrutura de organização do questionário proposto pelo Instituto Ethos-Sebrae

Fonte: Elaboração própria com base em Instituto Ethos/Sebrae, 2007.

O questionário define sete temas que, por sua vez, são divididos em 36 indicadores, conforme apresentado no Quadro 3.4. Cada indicador é composto de três perguntas, a saber:

- pergunta chave – visa gerar uma reflexão, por parte da PME, sobre qual o nível de adequação de determinada prática na gestão da empresa;
- pergunta binária – está relacionado ao tema tratado na pergunta chave e contém elemento de validação e aprofundamento sobre o tema contribuindo para a compreensão de quais práticas se adequam melhor à gestão da empresa;
- pergunta quantitativa – levantamento sistemático de dados que serão úteis para o monitoramento interno da empresa.

Vale ressaltar que para cada indicador é feita uma pergunta chave, uma pergunta binária e uma pergunta quantitativa. Ao final de cada pergunta existe um

espaço para anotações de planejamento sobre que ações deverão ser tomadas em relação ao diagnóstico.

Quadro 3.4 – Temas e indicadores do questionário proposto pelo Instituto Ethos-Sebrae

Temas	Indicadores
Valores transparência e governança	Compromisso ético
	Práticas antipropina
	Práticas anticorrupção
	Balanço social
	Governança corporativa
Público Interno	Cuidado com a saúde, segurança e condições de trabalho
	Benefícios adicionais
	CrITÉRIOS de contratação
	Valorização da diversidade e promoção da equidade
	Inclusão de pessoas com deficiência
	Relações com os sindicatos
	Compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade
	Acesso à informação
Meio ambiente	Gerenciamento dos impactos sobre o meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços
	Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade ambiental
	Educação e conscientização ambiental
Fornecedores	CrITÉRIOS de seleção e avaliação de fornecedores
	Empregados de fornecedores
	Responsabilidade Social dos fornecedores
	Apoio ao desenvolvimento dos fornecedores
Consumidores e clientes	Excelência do atendimento
	Dúvidas, sugestões e reclamações
	Satisfação dos consumidores/clientes
	Política de comunicação comercial
	Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de produtos e serviços
Comunidade	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade do entorno
	Relações com a comunidade do entorno
	Estímulo ao trabalho voluntário
	Envolvimento da empresa com a ação social
	Relações com entidades beneficiadas
	Participação comunitária
	Benefício para o negócio
Governo e sociedade	Participação e influência social
	Envolvimento com campanhas políticas
	Participação e acompanhamento da administração pública
	Melhoria dos espaços públicos e apoio a iniciativas sociais governamentais

Fonte: Elaboração com base em Instituto Ethos/Sebrae (2007).

3.4.

Considerações finais sobre o capítulo

No movimento de sensibilização para a adoção de práticas de responsabilidade social que colaborem com os propósitos do desenvolvimento sustentável, as PMEs são um segmento de atuação fundamental, tanto por parte de organismos internacionais, quanto de políticas públicas nacionais de estímulo a essa prática. As incubadoras já funcionam como mecanismo para a geração e consolidação de empresas de base tecnológica, principalmente as vinculadas a universidades, dada sua proximidade com o ambiente científico e tecnológico.

Potencializar o movimento de incubadoras, fornecendo ferramental necessário para que o processo de incubação abarque, de forma igualitária, aos aspectos econômicos, sociais e ambientais, é uma oportunidade para que as incubadoras sejam agentes de promoção de desenvolvimento sustentável, por meio da geração de pequenas e médias empresas de base tecnológica e socialmente responsáveis.

Para tanto, foram considerados estudos realizados na Europa e na América Latina, abordando países desenvolvidos, como Reino Unido e Canadá, e países em desenvolvimento, como os pesquisados no estudo realizado pelo BID (Vives et al, 2005). Apesar das diferenças socioeconômicas que o contexto geral dos países abordados apresenta, pode-se perceber que as motivações e desafios das PMEs em relação à integração da RSE nas suas práticas de gestão são semelhantes.

A influência que os valores morais e éticos têm sobre a decisão dos gestores/donos das PMEs em adotar iniciativas de RSE é comum em todos os países, independente de seus contextos socioeconômicos.

A importância dada às práticas socialmente responsáveis voltadas para o contexto interno da organização é comum para as PMEs em qualquer região. O cumprimento da legislação nacional, principalmente do que tange às obrigações trabalhistas, acaba sendo uma motivação que impulsiona as PMEs a adotarem outras práticas de RSE.

As questões que envolvem a relação com a comunidade são esporádicas e pontuais e, em geral, muito mais ligadas aos valores morais e éticos dos gestores/donos, do que propriamente aos negócios das PMEs.

Os principais desafios de RSE em PMEs, apontados em cinco dos seis estudos, referem-se à ausência de incentivos e políticas públicas voltadas para essa área, bem como às dificuldades encontradas por essas empresas em conciliar a sustentabilidade financeira com as práticas de RSE.

Tanto o instrumento de auto-avaliação e aprendizado de gestão empresarial concebido pelo Instituto Ethos, em parceria com o Sebrae, quanto os estudos internacionais serviram para balizar e inspirar o desenvolvimento do modelo conceitual de avaliação da RSE de PMEs de base tecnológica como proposto no capítulo 4 desta dissertação.