

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade em Diferentes Setores

**DIRETRIZES DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL NAS EMPRESAS DE TI -
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DE CHAPECÓ SC**

**GUIDELINES ON CORPORATE BUSINESS SUSTAINABILITY IT -
INFORMATION TECHNOLOGY FOR CHAPECÓ SC**

Cristiane Duarte, Lucimar Angela Frigeri, Silvio Jose Gmach e Simone Sehnem

RESUMO

O objetivo deste estudo foi compreender a percepção e significados atribuídos à sustentabilidade empresarial nas organizações de Tecnologia da Informação (TI) de Chapecó SC, conhecendo como as mesmas se relacionam com a sustentabilidade no que tange aos aspectos econômicos, sociais e ambientais. Investigou-se temas como a realidade do setor, o contexto de competitividade e as bases utilizadas pelos gestores na busca pelo desenvolvimento e a sustentabilidade empresarial. O estudo utilizou-se de uma pesquisa exploratória sendo realizada uma análise quantitativa e qualitativa das informações obtidas junto aos gestores pertencentes ao Núcleo das Empresas de Base Tecnológica da ACIC – Associação Comercial e Industrial de Chapecó e ao DEATEC – Pólo Tecnológico do Oeste Catarinense. Os significados atribuídos à sustentabilidade pelas empresas pesquisadas foram os mais variados, sendo que a preocupação unânime dos gestores permeia seus *Stakeholders*. Estão mais focados no desenvolvimento econômico, buscando agregar maior valor aos seus produtos para garantir maior atratividade aos investidores, sendo que as diretrizes sociais e ambientais acontecem de forma pontual e isolada. Percebeu-se que estes gestores ainda não assimilaram o tripé da sustentabilidade para o equilíbrio econômico, social e ambiental.

Palavras Chave: Sustentabilidade, Gestão Social e Ambiental, TI - Tecnologia da Informação.

ABSTRACT

The of this study was to better understand the perceptions and meanings attributed to corporate sustainability in organizations IT - Information Technology and region Chapecó SC, knowing how they relate of sustainability in relation to aspects economic, social and environmental. Investigated topics such as the reality of the industry, the context of competitiveness and basis used by management in its quest for development and sustainability. The study used an exploratory research being conducted a quantitative and qualitative analysis of the information obtained from the managers belonging to the Center of Technology Based Companies of ACIC - Commercial and Industrial Association of Chapecóand the DEATEC. The meanings attributed to sustainability by companies surveyed were more mixed, with the unanimous concern of managers permeates its Stakeholders. Are more focused on economic development, seeking to add greater value to their products to ensure more attractive to investors, and the social and environmental guidelines happen so specific and isolated. It was noticed that these managers have not yet assimilated the tripod of sustainability in relation to the economic, social and environmental.

Keywords: Corporate Sustainability, Environmental and Social Management, Information Technology.

1 INTRODUÇÃO

Segmentos empresariais dos mais variados setores, para manterem-se economicamente ativos e competitivos no mercado estão sendo estimulados a implantar programas que os remetem a sustentabilidade organizacional. A importância e conscientização quanto ao desenvolvimento sustentável na atividade das empresas está levando gradativamente um considerável número de organizações a adequarem-se aos critérios econômicos, ambientais e sociais passando a utilizar a sustentabilidade como um novo indicador em seus processos de gestão. Vários são os indicadores e ferramentas de medição que atualmente passam a mensurar e avaliar as organizações, representando para muitas, uma forte estratégia de marketing.

Em virtude dos avanços da tecnologia, inúmeros são os desafios enfrentados pelas organizações que atuam no segmento de TI, pois o incessante desenvolvimento e o acesso a competitividade alavancada por novas tecnologias faz com que as mesmas determinem diferentes estratégias e objetivos para se desenvolverem de maneira sustentável no mercado. As empresas do segmento de TI devem então estar preparadas para implantarem suas estratégias de modo a administrar seus recursos competitivamente sem esquecer de mantê-los em equilíbrio com programas de sustentabilidade organizacional, devido especialmente à representatividade cada vez maior deste setor frente à economia Brasileira.

O objetivo geral deste estudo buscou propor uma avaliação através do recurso de pesquisa quantitativa e qualitativa para melhor conhecer como as empresas de TI de Chapecó SC visualizam e utilizam-se da sustentabilidade nos seus processos de gestão. Tal escolha também deve-se ao fato do setor disponibilizar um produto considerado de certo modo intangível, sendo interessante investigar a percepção de seus gestores. Foram pesquisadas algumas empresas pertencentes ao Núcleo¹ das Empresas de Base Tecnológica da ACIC – Associação Comercial e Industrial de Chapecó SC e ao DEATEC – Polo Tecnológico do Oeste Catarinense. Como objetivos específicos delimitou-se a realização de um estudo bibliográfico sobre o tema em questão e suas especificidades; bem como buscou-se avaliar a contribuição destas empresas com o advento da sustentabilidade, já que o segmento apresenta-se com características de expansão. Para se ter uma ideia desta dimensão, este segmento representa cerca de 4,5% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro de acordo com a Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação – Brasscom – dados de 2013.

Apresenta-se assim a justificativa prática deste estudo, ou seja, o crescimento do setor, já que dados divulgados pelo Sebrae-SC (2013) informam que enquanto o segmento de TI deva apresentar alta anual de 9% a 14% em 2013, para Santa Catarina a expectativa de expansão está entre 20% e 30%. Também aponta um estudo do GartnerGroup (2013) - empresa mundial de pesquisa em TI – segundo o qual o investimento de empresas brasileiras de outros setores em tecnologia deverá somar US\$ 134 bilhões este ano, representando um aumento de 6% em relação aos US\$ 126 bilhões de 2012. Atualmente, o Brasil é considerado o quinto maior mercado mundial de TI, com meta de atingir a terceira posição até 2022.

Já de acordo com a Brasscom² - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação, nos próximos dez anos a estimativa é que o segmento movimente

¹Reúne as empresas de um mesmo ramo de atividade que, mesmo concorrendo entre si, atuam em conjunto na solução de problemas comuns. A ACIC Chapecó conta atualmente com 11 (onze) Núcleos Setoriais e 6 (seis) Núcleos Multissetoriais.
DEATEC – Polo Tecnológico do Oeste Catarinense.

²Reúne algumas das empresas mais relevantes e influentes da indústria brasileira de TIC – Tecnologia da Informação e Comunicação. A entidade, que exerce papel de articulação entre os setores público e privado nas

cerca de R\$ 430 bilhões. Já o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação aponta que apenas o mercado brasileiro de software deve crescer 400% no mesmo período. A relevância do estudo dentre outros aspectos, embasa-se na contribuição à compreensão das bases da sustentabilidade para o setor de TI, um dos segmentos como já vistos apontados pelas pesquisas que mais está crescendo no país.

Baseado nos pressupostos apresentados, a revisão bibliográfica apresentada no estudo remete aos conceitos de TI e sua evolução, a relação existente entre o crescimento/progresso versus o desenvolvimento sustentável e a sustentabilidade empresarial. Também se apresenta neste artigo os aspectos metodológicos utilizados para este estudo a exemplo da coleta e análise de dados e a apresentação das informações obtidas com a aplicação da pesquisa qualitativa e quantitativa, assim como as interpretações e respostas aos objetivos propostos.

2 A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO - TI

A evolução é algo presente nas organizações e uma de suas consequências é a presença de meios ligados à informação e ao processamento de dados. Atualmente, os gestores buscam o processamento e os dados de forma rápida e segura para a tomada de decisão. Essas buscas desencadeiam a geração de mecanismos que se utilizam da TI, pois a informação de forma segura pode ser considerada como parte do patrimônio organizacional. Neste sentido, Silva *et al* (2006) comentam que a maior competitividade destas empresas depende de a TI buscar manter-se alinhada com as estratégias de negócios assim como a capacidade de melhor satisfazer as necessidades de negócios, tendo como resultado a produção de serviços de qualidade, os quais possam ser percebidos e valorizados.

A TI, conforme Golçalves e Golçalves Filho (1995) surgiu como uma ferramenta para reduzir custos e agilizar o processamento de informação sendo aplicada em várias atividades humanas, devido a infinidade de recursos e habilidades. Ainda de acordo com os autores, milhares de organizações passaram a utilizar a TI para além de automatizar seus processos e reduzir despesas, a usarem como estratégia para viabilizar e otimizar o relacionamento com seus clientes, obtendo vantagem competitiva nos seus negócios. De acordo com Laurindo (2002), o conceito de TI é mais abrangente do que os de processamento de dados, sistemas de informação, engenharia de *software*, informática ou o conjunto de *hardware* e *software*, pois também envolve aspectos humanos, administrativos e organizacionais. A utilização da TI pelas organizações, não deve ser algo subjetivo, mas sim um mecanismo que se adapte as condições, a atividade e aos objetivos empresariais. Segundo Porter e Millar (1985) o valor agregado que uma empresa cria é medido pelo montante que os consumidores desejam pagar por um produto/serviço.

Diante deste cenário, o avanço das empresas de TI trouxe consigo novos modelos e aplicações empresariais consideradas mais desafiadoras, mudando o curso das organizações em muitas de suas dimensões, atingindo seus pressupostos básicos de existência a exemplo de sua relação com os clientes, a operacionalização de processos, o desenvolvimento de novos produtos e decisões estratégicas no contexto competitivo (KEARNS; SABHERWAL, 2006).

Para uma organização ser bem sucedida em suas estratégias, deve ter informações válidas e confiáveis que reflitam as medidas de desempenho empresarias, pois sem essas informações, a tomada de decisão será subjetiva e com chances da empresa não ser bem sucedida em seu desempenho. Neste sentido, pode ser considerado como conceito de TI um conjunto de soluções que processam, armazenam os dados e as informações para a tomada de

esferas federal, estadual e municipal, lidera a discussão de temas estratégicos, como a desoneração da folha de pagamentos, a promoção internacional do setor de TI e o aumento de suas exportações, a expansão da banda larga em escala nacional, a geração de empregos, a inclusão social e a convergência digital.

decisão.

2.1 A SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL E SEUS DESAFIOS

De acordo com Araújo (2006), sustentabilidade não é algo a ser atingido, mas um processo contínuo. Assim, a necessidade de crescimento e o progresso, não podem estar distanciados, onde o bem estar da sociedade, fruto deste desenvolvimento, deve manter a preocupação com as gerações futuras. O termo “sustentabilidade” tornou-se mais evidente a partir das discussões embasadas no meio ambiente evoluindo assim para o conceito de desenvolvimento sustentável. Pimenta e Gouvinhas (2012) comentam que a inclusão do conceito de desenvolvimento sustentável no mundo corporativo foi definida pelo *World Business Council for Sustainable Development* como sendo o alcance do equilíbrio entre as três dimensões que balizam a sustentabilidade: a econômica, a ambiental e a social. Muito se prega e se busca em termos de desenvolvimento sustentável, seja em termos ambientais, seja em termos sociais. Mas, por ora, ainda prevalece a questão financeira, ou seja, a necessidade de projetos apresentarem a viabilidade econômica e financeira. De acordo com Araújo (2006), a economia ecológica deveria ser uma economia ao bem estar global, mas o fato é que hoje poucos são os modelos que se sustentam desta maneira.

Conforme Magalhães *et al* (2006), a postura pressupõe um jogo com a natureza e não contra ela. As ações aqui tomadas terão reações por parte da natureza, seja por escassez de recursos, seja por reação por parte dela. Assim, pode-se enumerar alguns: aquecimento global, camada de ozônio, derretimento das geleiras, aumento temperatura global, dentre outros. É imprescindível que o progresso e o desenvolvimento andem juntos, pois o progresso é resultado de demanda por novas tecnologias e serviços criados pela própria tecnologia e ferramentas de marketing das grandes organizações. O crescimento já é a soma destas novas demandas mais o aumento populacional que vem ocorrendo no mundo. Este crescimento populacional continua, mesmo que em níveis menores que há algumas décadas atrás, mas ainda é positivo em termos numéricos.

Leite (2012) versa que a quantidade de produtos pós consumo, fruto do crescimento acentuado da produção de diversificados produtos em excesso nos sistemas tradicionais de disposição final, provocando poluição e contaminação por excesso de produção. É um caso clássico de que muitos produtos saem das fábricas e sequer tem demanda. Resultado de estratégias de marketing erradas ou da ganância financeira de determinadas organizações. Por fim, sobrar a preocupação da destinação ou recuperação destes produtos, sem contar o uso de recursos, muitas vezes escassos. Assim, como pensar em ecodesenvolvimento se houver maior preocupação em produção do que efetivamente em consumo de recursos que sequer têm demanda?

Conforme Magalhães *et al* (2006), sustentabilidade pode ser entendida como a capacidade das organizações se relacionarem com ambientes mutáveis. Assim, o meio ambiente e as organizações têm a necessidade de mudança, porém, que aconteça de maneira sustentável, sendo que também estas necessidades e padrões mudam de acordo com os tempos e novos padrões. Conhece-se bem as práticas adotadas até pouco tempo e que eram corretas, hoje, porém, os padrões mudaram. Só lembrar as questões de necessidade de desmatamentos, construção de estradas, hidroelétricas, ferrovias, práticas agrícolas como queimadas e drenagem de banhados, dentre outras. O importante é que as instituições, empresas e pessoas esclarecidas tenham esta visão e ajustem aos padrões de sustentabilidade o mais rápido possível.

O tema comum e habitual nas organizações e meio acadêmico é a melhoria contínua, onde tudo pode ser feito uma maneira melhor e mais eficaz. Então, pode-se pensar em produção sustentável, com uso racional de recursos e que minimizem ou eliminem impactos ambientais indesejáveis. No entanto, mais uma vez, esta ferramenta é mais aplicada quando

aparecem os resultados financeiros, já que algumas organizações estão buscando como estratégia adequar-se a aliar qualidade e redução de custos encontrando na sustentabilidade um recurso que venha a evitar “possíveis penalidades da lei e as pesadas multas decorrentes do descumprimento da legislação, o empresário também deseja reforçar a condição de empresa social e ambientalmente correta e responsável, uma vantagem competitiva (...)” (PIMENTA; GOUVINHAS, 2012, p.462)

Ainda Magalhães *et al* (2006) comentam que a postura pressupõe um jogo com a natureza e não contra ela. Pode-se pensar exatamente nas diversas maneiras que a ciência pode contribuir neste aspecto, através da busca de produtos menos impactantes em relação ao meio ambiente, ou com uso de matéria prima proveniente de fontes renováveis, ou com novas formas de produção, consumo e destinação adequada. Por fim, que as organizações também criem conhecimento nesta linha, que suas ferramentas e investimentos tenham visão de desenvolvimento sustentável. De acordo com Araújo (2006) para avançar em direção ao desenvolvimento sustentável são necessárias políticas criativas, preocupadas com o longo prazo. Neste desenvolvimento deve estar pensando em gerações futuras e não apenas no imediatismo. Quando de busca investimentos e retorno muito rápido, na maioria dos casos, não se está pensando de maneira sustentável. Ações sustentáveis costumam ter retorno ao longo prazo e aí que começa a se tornar um tema conflitante nas organizações. Em muitos casos, a necessidade financeira é de curto prazo e isso passa a ser uma restrição. Em última análise, vai prevalecer o tema financeiro já que no curto prazo o mais importante é a sobrevivência da organização. Do mesmo modo, Pimenta e Gouvinhas (2012, p.462) comentam que “o desenvolvimento sustentável requer que o setor empresarial adote uma política de proteção socioambiental consonante ao desenvolvimento econômico.”

Pensando desta forma, sempre se terá empresas não sustentáveis, ou seja, a necessidade financeira passa a ser mais importante que outras necessidades de caráter sustentável, como temas sociais, ambientais, culturais, etc. Então, o desenvolvimento será sustentável a partir do momento que as organizações também sejam sustentáveis no longo prazo. Isso implica em novos modelos de gestão, de produção, de consumo, de conscientização de componentes desta cadeia de valor. Para Darnall (2005) as pressões do mercado podem incentivar as empresas a se envolver de forma proativa em projetos de caráter ambiental e social, assim como os clientes que tornaram-se cada vez mais conscientes quanto as questões ambientais e sociais.

Para Oliveira *et al* (2011), como contribuição para o desenvolvimento sustentável, sublinha-se o esforço tanto acadêmico quanto empresarial para se conquistar ações efetivas nas organizações brasileiras. Mais que as empresas, há de se ter um comprometimento com o conhecimento a ser disseminado pelas instituições que geram e distribuem conhecimento. Esta é a parte que a ciência deve contribuir para o desenvolvimento sustentável, ou seja, que o conhecimento gerado nas instituições de ensino e pesquisa tenha aplicação prática no dia a dia das organizações e que este conhecimento não seja tema apenas de relatórios acadêmicos..

Araújo (2006) comenta que inovações técnicas e sociais imergirão no exercício da atividade humana. A sustentabilidade das organizações é o resultado da gestão humana, ou seja, de como é administrada. Empresas, mais que patrimônio ou imobilizados, são pessoas, então, a sustentabilidade é o resultado das ações em relação ao meio ambiente, sociedade e resultado econômico/financeiro. A sustentabilidade está relacionada ao resultado de empresas, que na verdade é resultado da gestão de pessoas. Aliás, se os impactos existem, é em função das pessoas e cabe a elas tomarem ações necessárias a sua sustentabilidade.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

Para atender o objetivo de compreender a percepção e significados atribuídos à sustentabilidade empresarial nas organizações de Tecnologia da Informação (TI) do município

de Chapecó SC, foi realizada junto às empresas deste segmento, direcionando os questionários aos gestores das mesmas. Obteve-se, assim um retorno de 37,5% da amostra, partindo do universo de 40 (quarenta) empresas, já que no município de Chapecó e região comporta este número de empresas atualmente no segmento, conforme dados fornecidos pelo DEATEC no ano de 2013. Torna-se relevante mencionar que algumas das empresas filiadas ao Núcleo das Empresas de Base Tecnológica da ACIC, também participam do DEATEC, o que justifica o retorno estar dentro do esperado. O levantamento dos dados ocorreu no período de 26 de abril a 10 de maio de 2012 e destinou-se a compreender a percepção e significado atribuídos à sustentabilidade nas organizações de tecnologia da informação do município de Chapecó, bem como as mesmas se relacionam com a competitividade, permeando o aspecto de sustentabilidade econômica e as ações desenvolvidas pela ótica social e ambiental.

Quanto aos fins, esta pesquisa caracteriza-se por ser exploratória e com a finalidade de dar consistência ao estudo e através da obtenção de dados secundários, realizou-se também um estudo da bibliografia, onde buscou-se utilizar material bibliográfico disponibilizado pela disciplina de Sustentabilidade e Organizações, haja visto que este trabalho é produto desta disciplina. O critério de seleção dos materiais, portanto, foi de ordem intencional, por acessibilidade. Quanto à abordagem, esta pesquisa envolve as técnicas quantitativas e qualitativas sendo que em detrimento dos objetivos propostos utilizou-se o questionário como instrumento de coleta de dados, composto por perguntas fechadas e abertas, enviadas por e-mail a toda base de empresas de TI de Chapecó, estado de Santa Catarina, estas pertencentes ao Núcleo Tecnológico e a DEATEC.

No quadro 1, tem-se metodologia utilizada e respectivas características do trabalho, conforme segue:

Quadro 1: Metodologia e características do trabalho.

Objetivos da Pesquisa	Fonte de Coleta de dados	Aspectos Abordados	Sistematização da Informação	Bases Constitutivas para Análise
- Conhecer como as empresas de TI de Chapecó SC visualizam e utilizam-se da sustentabilidade nos seus processos de gestão.	Questionário (Apêndice 1)	Sustentabilidade.	Tabelas com respectivas frequências.	-Aspectos econômicos -Aspectos sociais -Aspectos ambientais Araújo (2006)
- Realizar um estudo bibliográfico sobre sustentabilidade e suas especificidades.	Artigos e publicações acerca do assunto abordado.	A sustentabilidade e seus desafios; Setor de TI.	Apresentação do estudo bibliográfico realizado.	Araújo (2006) Pimenta e Gouvinhas (2012) Magalhães <i>et al</i> (2012) Leite (2012) Oliveira <i>et al</i> (2011)
- Avaliar a contribuição destas empresas com o advento da sustentabilidade.	Interpretação do resultado da pesquisa.	Sustentabilidade econômica, social e ambiental.	Tabelas com respectivas frequências.	- Uso de estratégias competitivas Darnall (2005) - Realização de projetos de caráter social/ ambiental Oliveira <i>et al</i> (2011)

Fonte: Dados dos autores (2013)

Conforme Quadro 1 é possível constatar que o eixo central que permeia a discussão desse trabalho remete ao conceito sustentabilidade. Esse conceito foi estudado sob a ótica do

triplebottomline, contemplando aspectos de ordem econômica, social e ambiental. A seguir, são apresentados e analisados os dados da presente pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Os procedimentos analíticos acompanham todo o transcorrer do estudo, desde o momento em que se verifica a pertinência das questões selecionadas ao objeto de pesquisa até as considerações finais. Nesse aspecto, nas seções subsequentes comenta-se sobre como os dados receberam o tratamento analítico e foram interpretados pelos pesquisadores em forma de tabelas tal como segue:

Tabela 1: Tempo atuação no mercado

Tempo	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
De 0 a 3 anos	2	13,00%
De 4 a 7 anos	1	7,00%
De 8 a 10 anos	2	13,00%
Acima de 10 anos	10	67,00%
Total	15	100%

Fonte: Dados dos autores (2013)

De acordo com o demonstrado na tabela 1, das empresas de TI que participaram da pesquisa tem-se que 67% estão no mercado há mais de 10 anos, o que pode demonstrar um maior conhecimento sobre as características de atuação do segmento. Uma organização que queira perpetuar-se no mercado deve garantir condições de competitividade e de sustentabilidade, conquistando resultados qualitativos a exemplo da satisfação de seus clientes, do valor de sua marca no mercado bem como resultados quantitativos a exemplo de resultados econômicos. Diante da atual conjuntura, torna-se necessário entender como participar do cenário competitivo e destacar-se frente aos demais. Na sequência, 13% das empresas investigadas encontram-se no mercado de 8 a 10 anos, assim como 13% que estão há menos de 3 anos e 7% relataram que estão entre 4 a 7 anos atuantes no mercado.

Tabela 2 – Número de Colaboradores

Colaboradores	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
De 0 a 10 colaboradores	4	27,00%
De 11 a 20 colaboradores	2	13,00%
De 21 a 40 colaboradores	4	27,00%
De 41 a 60 colaboradores	2	13,00%
Acima de 60 colaboradores	3	20,00%
Total	15	100%

Fonte: Dados dos autores (2013)

Quanto ao número de colaboradores apresentado na tabela 2, tem-se 27% que possuem até 10 colaboradores assim como entre 21 a 40 colaboradores, 20% possuem acima de 60 colaboradores e 13% de 11 a 20 colaboradores e de 41 a colaboradores. Este resultado evidencia que a maioria está com seu quadro funcional acima de 20 colaboradores, o que representa que o segmento acaba empregando mão de obra de obra de forma considerável, porém, o segmento ainda enfrenta a problemática da falta de mão de obra especializada, já que para a produção de softwares, onde o principal quesito para este segmento são as pessoas, considerando este como o capital intelectual.

Conforme resultados de uma pesquisa de mapeamento de vagas no setor de TI, realizada pela equipe do GeraçãoTec³, dentro de um ano as empresas da região oeste Catarinense terão potencial para absorver mais de 250 profissionais para atuarem como programadores em diversas linguagens e também para atendimento a clientes e suporte técnico (com suporte/*help desk* e linguagem Delphi).

Neste sentido, verifica-se que a demanda é bastante considerável, e que a região oeste Catarinense, está em grande desenvolvimento em vários segmentos e um que se destaca é a área de TI. Sela-se assim, uma guerra pela busca de profissionais competentes e comprometidos, onde para as empresas manterem profissionais comprometidos com a mesma, necessitam desenvolver alternativas ou mesmo implementar programas diferenciados que mantenham estes profissionais. Sendo assim, programas de caráter social junto ao público interno e entorno passam a ser representativos. Portanto, uma das alternativas poderia ser a implementação de programas direcionados a sustentabilidade.

Tabela 3 – Ramo de atuação

Ramo	Frequência Relativa	Frequência Absoluta
Comercial (Supermercados, Lojas, Panificadoras, etc.)	5	33,00%
Industrial	2	13,00%
Postos de Combustíveis	0	0,00%
Empresarial	3	20,00%
Imobiliário	1	7,00%
Transportes	1	7,00%
Agronegócios	0	0,00%
Restaurantes	0	0,00%
Escritórios Contábeis	2	13,00%
Hoteleiro	1	7,00%
Total	15	100%

Fonte: Dados dos autores (2013)

Das empresas questionadas, na tabela 3, demonstra-se que, 33% atuam com o segmento de desenvolvimento de *software* destinado a atender o segmento comercial, 20% o segmento empresarial, 13% direcionados a escritórios contábeis, 13% para o ramo industrial e 7% para o ramo de transportes, imobiliário, hoteleiro e outros. Como era de se esperar, devido a maior incidência de empresas com ênfase comercial na região pesquisada (supermercados, lojas, dentre outros), constatou-se que a maioria das empresas de TI direcionam seus produtos para atender este segmento. Esta evidência pode demonstrar uma maior disputa competitiva por parte das empresas de TI da região, aumentando seus esforços. A seguir apresenta-se a

³Geração TEC – Talentos empreendedores para o mundo da tecnologia é um Programa que cria oportunidades para jovens e adultos por meio de qualificação profissional. O Programa Geração TEC, instituído pelo Governo do Estado/Secretaria do Desenvolvimento Econômico Sustentável, é executado através da FAPESC, em parceria com instituições do setor de tecnologia e informação.

percepção dos gestores nos mais diversos aspectos de competitividade organizacional.

Tabela 4 – Situação atual da empresa diante do mercado

Descrição	“0” Inexistência	“1” Baixa Existência	“2” Média existência	“3” Alta existência
Facilidade de seu produto ser imitado	0,00%	47,00%	40,00%	13,00%
Capacidade de inovação	0,00%	0,00%	27,00%	73,00%
Facilidade de acesso a recursos	7,00%	13,00%	33,00%	47,00%
Facilidade de adaptação de sua empresa e produto ao mercado	7,00%	0,00%	27,00%	66,00%
Participação de sua marca no mercado	0,00%	20,00%	47,00%	33,00%
Sintonia dos objetivos da organização com a sustentabilidade (social, ambiental, econômico)	7,00%	33,00%	40,00%	20,00%
Elaboração de planejamento e projetos	0,00%	7,00%	27,00%	66,00%
Oportunidades para a empresa frente ao mercado	0,00%	0,00%	20,00%	80,00%
Relacionamento com os <i>Stakeholders</i> (clientes, fornecedores, comunidade, colaboradores, governo, concorrência, outros)	0,00%	0,00%	53,00%	47,00%
Competência da equipe	0,00%	0,00 %	53%	47,00%
Capacitação e desenvolvimento dos colaboradores	0,00%	7,00%	40,00%	53,00%
Rotatividade de colaboradores	7,00%	47,00%	13,00%	33,00%
Ameaças do mercado	0,00%	33,00%	0,00%	67,00%
Concorrência	0,00%	20,00%	20,00%	60,00%

Fonte: Dados dos autores (2013)

Os itens apresentados na tabela 4 estão relacionados quanto à situação atual das empresas pesquisadas frente ao mercado, especialmente no que refere ao contexto competitivo, econômico/financeiro, relacionamento com *Stakeholders*, colaboradores bem como a sintonia dos objetivos da organização com a sustentabilidade (social, ambiental, econômico). Sendo assim, utilizou-se a escala de “0 a 3”, sendo a escala “0” correspondente a inexistência da situação, “1” situação baixa, “2” situação média e “3” equivalente a situação alta. Desse modo, os gestores deveriam marcar a situação que considerassem ser atual e representativa para suas organizações.

Quanto à percepção dos gestores pesquisados relacionados à facilidade de seus produtos serem imitados, constatou-se que 47% acreditam ser baixa a possibilidade, 40% consideram ser média e 13% afirmaram ser alta. Portanto, quanto maior a inimitabilidade dos ativos produtivos da empresa (BARNEY, 1991) maiores condições de competitividade a mesma poderá usufruir, dispondo de maior lucratividade e participação de mercado, onde nesta questão evidencia-se a baixa e

média condição para o contexto. Para a capacidade de inovação destas organizações, 73% consideram ser alta sua capacidade de inovação e 27%, consideraram média. É importante ressaltar que a inovação segundo Sahwney, Wolcott e Arroniz (2006) é relevante somente se a mesma criar valor para os consumidores – e então para a empresa. Além disso, a criação de “coisas novas” não é nem necessário nem suficiente para a inovação nos negócios. Os consumidores são os únicos que decidem o valor de uma inovação votando com suas carteiras. Não importa o quão inovadora uma empresa pensa que é, pois o que importa segundo os autores é se os consumidores vão pagar.

Em relação à facilidade de acesso a recursos a exemplo de financiamentos, 47% dos pesquisados consideram ser alta a possibilidade, 33% consideraram média e 13% baixa. Esta facilidade pode representar uma vantagem, porém, se a mesma não fosse acessível para todas. Sobre a facilidade de adaptação dos produtos bem como das empresas investigadas, identificou-se que 66% consideram alta, 27% média e 7% difícil, o que pode-se perceber que algumas ainda encontram dificuldades em acompanhar as mudanças no mercado, especialmente por se tratar de tecnologia, a qual mudando com grande velocidade.

Sobre a participação da marca das empresas de TI investigadas, 47% consideram sua participação como sendo média, 33% alta e 20% baixa. Desse modo, quanto maior a participação de mercado da organização, maiores serão seus resultados, obtendo vantagem competitiva. Porém, não basta conseguir uma posição de vantagem, e sim, é preciso mantê-la ao longo do tempo e torná-la sustentável. Quanto à sintonia dos objetivos da organização com a sustentabilidade nos âmbitos social, ambiental e econômico, identificou-se que 40% consideram média a sintonia 33% baixa, 20% alto e 7% inexistente. Este resultado demonstra o quanto ainda estas empresas devem percorrer para atender o que conceitualmente tem-se como definição de sustentabilidade organizacional, ou seja, manterem-se competitivas no mercado no longo prazo com capacidade de sobrevivência e atuação equilibrada com o contexto econômico, financeiro e social.

Já em relação à elaboração de planejamento e projetos, 66% consideram alta sua capacidade, 27% média e 7% baixa. Ao se questionar sobre as oportunidades que representam para a empresa frente ao atual mercado identificou-se que 80% consideram alta e para 20% média. Em se tratando do relacionamento com os *Stakeholders* (clientes, fornecedores, comunidade, colaboradores, governo, concorrência e outros) 53% consideram o mesmo como sendo mediano e 47% consideram elevado. Tal evidência pode dar indícios de vantagem competitiva desde que estas empresas consigam atender às necessidades das partes consideradas importantes dos interessados da empresa, neste caso seus *Stakeholders*, o que fora apontado pelos autores Harrison, Bosse e Phillips (2007). Portanto, o relacionamento entre os mesmos pode ser considerado positivo, porém se desconhece se as empresas de TI de Chapecó estão conseguindo criar valor aos seus *Stakeholders*, o que requer outra modalidade de estudo.

Avaliando aspectos internos da organização, sobre a competência da equipe de colaboradores das empresas de TI investigadas identificou-se que 53% consideram média e 47% alta. Também dentro dos aspectos internos, referindo-se a capacidade e desenvolvimento dos colaboradores, 53% consideram alta, 40% média e 7% baixa. Em se tratando da rotatividade a pesquisa revelou que 47% consideram baixa, 33% alta, 13% média e para 7% inexistente esta problemática. Assim, de acordo com o cenário atual de competitividade organizacional, alguns fatores passam a ser determinantes para a competitividade das organizações como eficiência, qualidade, flexibilidade, rapidez, sinergia de relacionamentos, capacidade de pesquisa e desenvolvimento,

tecnologia, recursos humanos, e gestão da inovação. E, portanto, conforme o resultado da pesquisa demonstra-se condições favoráveis de competitividade, a exemplo da realização de planejamento e projetos, das oportunidades identificadas no mercado, do relacionamento com os *Stakeholders* e a competência dos colaboradores, que ficaram entre as respostas de média e alta existência.

Em relação ao ambiente externo, questionou-se sobre as ameaças do mercado, onde 67% consideram ser alta e 33% baixa. Sobre a concorrência, 60% responderam ser alta, e 20% consideraram média e baixa respectivamente. Nessa perspectiva, o estudo do ambiente competitivo da organização torna-se fundamental para a formulação da estratégia empresarial, visto que o comportamento competitivo da empresa é intensamente influenciado pelas cinco forças básicas de Porter (1985). Dando continuidade à pesquisa buscou-se melhor conhecer a definição de sustentabilidade junto aos 15 (quinze) gestores entrevistados, onde obteve-se diferentes interpretações, podendo resumidamente citar:

- a) Manter-se no mercado de forma financeira e econômica, com recursos próprios;
- b) Prezar pela continuidade da empresa, não buscando somente a lucratividade, mas também comprometendo-se com práticas que visem o bem da população em geral e dos colaboradores;
- c) Implementar estratégias empresariais relacionados a práticas direcionadas ao meio ambiente;
- d) Criar meios para reutilização de recursos naturais, ou mesmo, implementar programas do uso consciente destes recursos;
- e) Firmar parcerias com fornecedores adeptos a programas de sustentabilidade;
- f) Distribuir parte dos lucros empresariais com os colaboradores.

Analisando as respostas quanto ao entendimento dos gestores pesquisados pode-se considerar que os resultados revelam que há de uma forma ou de outra o conhecimento e até mesmo comprometimento acerca da teoria ou mesmo da prática de ações sustentáveis, seja em prol da empresa, dos colaboradores ou mesmo da sociedade como um todo. Porém, na percepção dos mesmos a sustentabilidade recai sobre o entendimento ambiental. Outro quesito analisado junto aos gestores foi quanto à existência de projetos de caráter social ambiental e caso afirmativo, solicitou-se o apontamento de qual ou quais seriam. Desse modo, as 15 (quinze) empresas estudadas revelaram um significativo comprometimento com projetos/ações de caráter socioambiental. Ruscheinsky (2004) complementa que a sustentabilidade consiste num conceito bastante amplo e admite variações de acordo com interesses e posicionamentos, além do que ainda é recente e, por isso mesmo, sujeito às ambiguidades e dilemas quanto ao seu uso e significado. Portanto, das empresas as quais afirmaram possuir projetos de ordem social ambiental, tem-se as seguintes ações que desenvolvem:

- a) Coletas de lixo eletrônico;
- b) Separação de lixo reciclável/orgânico;
- c) Coleta e reaproveitamento da água da chuva;
- d) Ações juntamente com o Programa Verde Vida (Chapecó SC);
- e) Utensílios pessoais ecológicos;
- f) Utilização de álcool combustível;
- g) Campanhas com o uso racional de água e energia;
- h) Ações com o Programa TI Verde;
- i) Doação de uniformes usados para o Hospital Regional de Chapecó para reaproveitamento para confecção de almofadas;
- j) Programa do uso consciente de papeis;
- k) Aproveitamento da luz solar;
- l) Doação de mudas de árvores para órgãos públicos e entidades de Chapecó SC;

- m) Prática de uso de papéis recicláveis;
- n) Projetos sociais internos previstos no Planejamento Estratégico visando realizar ações mensais.

Conforme os depoimentos pode-se perceber que de certa forma, mesmo não sendo empresas que seus produtos representem certo grau de impacto ambiental, estão sendo geridas com vistas a utilização de práticas direcionadas a sustentabilidade socioambiental. Outro ponto analisado foi como a responsabilidade social está presente nestas organizações, sendo que a sustentabilidade e a responsabilidade social são aspectos interligados. A responsabilidade social é vista não apenas como um conceito, mas também como um valor pessoal e coletivo, que reflete nas ações de uma empresa, tanto de seus dirigentes como de seus funcionários (PONCHIROLLI, 2007). Ely (1992) comenta que não pode haver desenvolvimento se este não for sustentado, autosustentado ou mesmo integrado. Sendo assim, o desenvolvimento pode ser considerado como uma visão holística, integrada e sistêmica. Portanto, teve-se os seguintes retornos sobre como as ações de responsabilidade social que estão presentes nas empresas pesquisadas tais como:

- a) Desenvolvimento de software para Secretaria de Saúde e Assistência Social;
- b) Implementação de softwares voltados a órgão ligados a instituições religiosas;
- c) Ações solidárias, como campanhas de arrecadação de alimentos, agasalho, brinquedos, materiais para entretenimento e beleza para idosos;
- d) Auxílio a crianças carentes, apelos de calamidade pública;
- e) Valorização do jovem aprendiz;
- f) Doação de árvores e materiais a entidades voltadas a crianças carentes;
- g) Estímulo à leitura junto aos colaboradores;
- h) Disponibiliza salas interativas de jogos e entretenimento para funcionários;
- i) Possibilita cursos de aperfeiçoamento pessoal e profissional gratuito aos funcionários.
- j) Arrecadação de doativos (roupas, alimentos, livros, computadores) através da prática de Gincanas entre os colaboradores para estimular a conscientização social e ambiental. Parcerias com a Ong Verde Vida (Projeto de Compostagem) e visitas periódicas a instituições a exemplo do Lar dos Idosos, Abrigo Municipal, Projeto Viver de Chapecó e área indígena. Onde na ocasião, os colaboradores levam as doações e interagem com as pessoas destas instituições.

Resumidamente, tem-se que as ações de responsabilidade social estão direcionadas para os colaboradores ou mesmo para a comunidade. Assim, reflete-se conforme a pesquisa que as empresas de TI estão com vistas a projetos ou mesmo ações com diretrizes de sustentabilidade e responsabilidade social. Porém, algumas possuem a característica de filantropia empresarial, a qual segundo Silva, Reis e Amâncio (2011) a mesma é caracterizada como uma ação social de caráter assistencialista, caridoso e temporário, resumindo-se a doações de recursos financeiros ou materiais, o que não indica necessariamente que a empresa respeite o meio ambiente ou os direitos de seus empregados. Já outras apresentam a característica de cidadania empresarial a qual envolve a empresa em programas sociais de participação comunitária, a exemplo do voluntariado e parcerias estabelecidas com associações ou fundações e investimentos em projetos socioambientais. (SILVA; REIS; AMÂNCIO, 2011).

Por fim, um último quesito avaliado junto aos gestores das empresas de TI quanto à sustentabilidade foi sobre os diferenciais competitivos que julgam suas organizações possuir, onde se apresentam resumidamente os seguintes resultados: (a) Inovação; (b) Criatividade; (c) Valor agregado; (d) Organização; (e) Equipe qualificada; (f) Produto diferenciado; (g) Visão do público; (h) Definição clara dos objetivos; (i) Desenvolvimento focado nas necessidades da empresa; (j) Foco no usuário; (k) Acompanhamento da legislação; (l) Análise do mercado; (m) Agilidade e rapidez; (n) Ambiente via WEB; (o) Tecnologia utilizada; (p) Ética; (q)

Valorização e respeito ao colaborador e ao cliente; (r) Visão generalista; (s) Celebrar a vida todos os dias.

Pode-se perceber que as empresas de TI pesquisadas consideram que possuem diferenciais dos mais variados, porém, a maior preocupação de forma unânime dos gestores de TI ainda permeia seus *Stakeholders*, ou seja, estão mais focadas no desenvolvimento econômico, buscando agregar maior valor aos seus produtos e garantir maior atratividade aos seus investidores, sendo que as diretrizes sociais e ambientais ainda são vagas para os gestores ao não considerar a sustentabilidade social e ambiental como agentes responsáveis pela geração de valor para quem está próximo, mas também para si mesmas a partir de resultados melhores. (SILVA; REIS; AMÂNCIO, 2011). Por outro lado, não atendem plenamente o conceito de sustentabilidade preconizado pelo autor Araújo (2006), que preconiza que a sustentabilidade não é algo a ser atingido, mas um processo contínuo. Reitera também que a necessidade de crescimento e o progresso, não podem estar distanciados, onde o bem estar da sociedade, fruto deste desenvolvimento, deve manter a preocupação com as gerações futuras. E essa interpretação limitada do conceito de sustentabilidade por parte dos gestores vai gerar limitações futuras, principalmente de ordem ambiental e com impactos significativos também na esfera social.

4.1 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Analisando os dados coletados por meio do questionário direcionado aos gestores das empresas de TI, pode-se tecer de forma sintética os dados. O Brasil vive uma nova realidade, onde as empresas estão sendo cada vez mais obrigadas a se adequarem aos procedimentos estabelecidos pelas entidades governamentais e a pressão do mercado. Neste novo ambiente, estão inseridas as empresas de TI, onde necessitam aliar a inovação, a tecnologia com a nova realidade que o mercado ou mesmo a sociedade impõe que são as ações direcionadas ao crescimento econômico, aos investimentos em cultura, bem como ações sociais.

Com o estudo, pôde-se perceber, que até pouco tempo as empresas desta atividade, estavam mais voltadas a sua amplitude do mercado, devido ao crescimento econômico, bem como com a transição com a era da tecnologia da informação. Das empresas participantes e colaboradoras da pesquisa, pode-se dizer que a maioria encontra-se atuante no mercado há mais de 10 anos, correspondendo a 67%, sendo este dado bastante considerável, devido principalmente ao cenário atual, caracterizado pela alta competitividade e por vivenciar a era do conhecimento e da tecnologia.

Quanto aos aspectos de competitividade apontados, os mesmos foram bem variados, mas focando em especial a sobrevivência no mercado e os resultados econômicos. Há uma grande tendência pelas empresas do setor em realizar ações sociais e ambientais, onde quanto estas práticas pôde-se observar que as mesmas são ainda consideradas e/ou realizadas de forma espontânea, sem seguir uma metodologia, independentemente de número de colaboradores. Neste sentido, constata-se que como as ações de caráter social/ambiental estão sendo consideradas um modismo por várias empresas, as do segmento de TI também passam a incorporá-las, porém, não ainda com a clareza da visão estratégica de sustentabilidade. Também não foi identificada correlação existente entre as ações realizadas com o segmento de atuação destas empresas, sendo que tais ações são direcionadas aos colaboradores e seus familiares e em alguns casos para a comunidade e entorno da organização.

Também identificou-se que mesmo com ações ainda consideradas um tanto acanhadas, considera-se conforme a pesquisa que as empresas de TI estão com vistas a projetos ou mesmo ações com diretrizes de sustentabilidade e responsabilidade social. Para o setor, ainda não se pode considerar a sustentabilidade representada por dados expressivos, mas sim, com grandes probabilidades de crescimento e direcionamento a incentivos em relação a ações de responsabilidade social e econômica, tanto para a empresa, colaboradores, clientes e

comunidade. Considerou-se como um fator limitante do estudo, a falta de disponibilidade de colaboração das empresas com o estudo, bem como em alguns casos o escasso entendimento ou mesmo associação do tema sustentabilidade. Apesar dessas limitações apresentadas, acredita-se que o objetivo proposto pelo estudo fora alcançado. As limitações encontradas e aqui mencionadas devem apenas ser levadas em consideração para aquelas que venham analisar ou mesmo estudar o conteúdo desenvolvido, não sendo este fundamento para anular a legitimidades dos resultados obtidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

O presente artigo buscou como objetivo geral conhecer e avaliar as diretrizes de sustentabilidade empresarial que estão sendo adotadas por empresas de TI de Chapecó-SC. As particularidades encontradas em termos de recursos apontam que os fatores de sustentabilidade aplicados ao segmento são diferenciados, é por este motivo que a raridade e a dependência configuram-se como os fatores de sustentação estratégica, essenciais para a promoção de vantagens estratégicas sustentáveis. Contudo, estes não podem ser tomados de forma isolada. A manutenção destes, num primeiro momento, se resigna ao desafio de se manter a alta relação com os seus *stakeholders* (clientes, fornecedores, comunidade, colaboradores, governo, concorrência, outros).

Este estudo contribuiu para identificar que o segmento de TI é considerado promissor, visto a expectativa de crescimento e desenvolvimento do setor, onde constata-se que em relação aos pesquisados, os segmentos de atuação das empresas são diversificados, com potencial de inovação e significativas oportunidades. Tratando-se de ações voltadas a sustentabilidade no âmbito ambiental e social, identificou-se que as mesmas são realizadas sem muitos critérios, onde conforme já mencionado por Araújo (2006) para avançar em direção ao desenvolvimento sustentável são necessárias políticas criativas e preocupadas com o longo prazo, pensando em gerações futuras e não apenas no imediatismo, já que quando se busca investimentos e retorno rápidos, na maioria das vezes não se está pensando de maneira sustentável. Também ainda identifica-se que a necessidade financeira passa a ser para a maioria mais importante do que outras necessidades de caráter sustentável, ou seja, o aspecto econômico se sobrepõe aos aspectos sociais e ambientais, onde conforme já relatado pelos autores, o desenvolvimento somente será sustentável a partir do momento que estas organizações também sejam sustentáveis no longo prazo. Isso implica no desenvolvimento de novos modelos de gestão, de produção, de consumo, de conscientização e de componentes desta cadeia de valor.

Em virtude do exposto, também é possível concluir que a aderência entre as forças competitivas e as contribuições de ações sustentáveis estratégicas são fatores críticos de sucesso dos esforços de competitividade do segmento de TI das empresas estudadas, o que demonstra que as mesmas têm uma boa percepção tanto do valor estratégico de TI como da importância do tratamento adequado de determinados aspectos para aumentar as chances de sucesso de suas organizações. As empresas, de forma similar em todos os setores devem buscar cada vez mais as melhores práticas para o tratamento de cada um dos aspectos relacionados às suas forças competitivas e promissoras da sustentabilidade no seu segmento de atuação. Como recomendação para este estudo, sugere-se um acompanhamento da evolução e do desenvolvimento das empresas pesquisadas para se estabelecer um paralelo entre a adoção de práticas sustentáveis com o crescimento das mesmas.

6 REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Cinara Gomes de. Por que as empresas investem em responsabilidade social? **Soc. estado**. [online]. vol.21, n.3, pp. 808-809, 2006.
- BARNEY, J. **Firm resources and sustainable competitive advantage**. Journal of

Management. v. 17, n. 1, p. 99 – 120, 1991.

BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BRASSCOM. **Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação**. Disponível em:

<<http://www.brasscom.org.br/brasscom/Portugues/detInstitucional.php?codArea=6&codCategoria=8>> Acesso em: 25 de maio 2013.

DARNALL, N.; HENRIQUES, I; SADORSKY, P. **An international comparison of the factors affecting environmental strategy and performance**. In: ROWAN, M. (ed), Best papers Proceedings: Sixty-Third Meeting of the Academy of Management, p.B1-B6, Washington: Academy of Management, 2005.

DEATEC. **Definição**. Disponível em:

<<http://www.deatec.org.br/index.php?exc=documentos.2>> Acesso em: 20 de maio 2013.

ELY, Aloísio. **Desenvolvimento sustentado e meio ambiente**. Porto Alegre: FEPLAN, 1992. 257p.

GONÇALVES, Carlos Alberto; GONÇALVES FILHO, Cid. Tecnologia da Informação e Marketing: como obter clientes e mercados. **Rev. adm.empres. [online]**. 1995, vol.35, n.4, pp. 21-32. ISSN 0034-7590.

HARRISON, J.; BOSSE, D.; PHILLIPS, R. A. Stakeholder theory and competitive advantage. IN: **Academy of Management Annual Meeting Proceedings. Anais. Academy of Management**, 2007.

KEARNS, G. S.; SABHERWAL, R. Strategic alignment between business and information technology: a knowledge-based view of behaviors, outcome and consequences. **Journal of Management. Information Systems**, v. 23, n. 3, p. 129-162, Winter 2006

LAURINDO, Fernando José B. **Tecnologia da Informação – Eficácia nas organizações**. 2a. Edição. Editora Futura. São Paulo, 2002. MERCADO DE TI. Disponível em:

<<http://tisc.com.br/governo/governo-de-sc-investe-r-630-milhoes-em-programas-para-desenvolvimento-sustentavel/>> Acesso em 18 de Maio 2013.

LEITE, Paulo Roberto. **Logística reversa na atualidade**. In: PHILIPPI JR., Arlindo (coord.). Política nacional, gestão e gerenciamento de resíduos sólidos. São Paulo: Manole, 2012.

MAGALHAES, Ósia Alexandrina V.; MILANI, Carlos; SIQUEIRA, Tacilla and AGUIAR, Vicente Macêdo de. **(Re)Definindo a sustentabilidade no complexo contexto da gestão social: reflexões a partir de duas práticas sociais**. Cad. EBAPE.BR[online]. 2006, vol.4, n.2, pp. 01-17.

NÚCLEOS Acic. **Definição de núcleo**. Disponível

em <<http://www.acichapeco.com.br/nucleos.htm>>. Acesso em: 20 de maio 2013.

OLIVEIRA, Lucas Rebello de; MEDEIROS, Raffaella Martins; TERRA, Pedro de Bragança; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Prod. [online]**. vol.22, n.1, pp. 70-82. Epub Nov 10, 2011.

PIMENTA, Handson Claudio Dias; GOUVINHAS, Reidson Pereira. A produção mais limpa como ferramenta da sustentabilidade empresarial: um estudo no estado do Rio Grande do Norte. **Prod. [online]**. vol.22, n.3, pp. 462-476. Epub June 21, 2012.

PORTER, Michael E. ; MILLAR, Victor E. How Information Gives You Competitive Advantage **Harvard Business Review**. Boston, July-August. 1985.

RUSCHEINSKY, Aloísio. **Sustentabilidade uma paixão em movimento**. Porto Alegre: Sulina, 2004. 181p

SAWHNEY, M.; WOLCOTT, R.; ARRONIZ, I. **The 12 ways to innovate**. MIT Sloan Management Review. v. 47, n. 3, 2006.

SILVA, Eduardo Margara da; YUE, Gin Kwan; ROTONDARO, Roberto Gilioli e LAURINDO, Fernando José Barbin. Gestão da qualidade em serviços de TI: em busca de competitividade. **Prod. [online]**. 2006, vol.16, n.2, pp. 329-340.

SILVA, Sabrina Soares da; REIS, Ricardo Pereira; AMÂNCIO, Robson. Paradigmas ambientais nos relatos de sustentabilidade de organizações no setor de energia elétrica. **Revista de Administração Mackenzie**. v.12, n.3, São Paulo, mai/jun. 2011.

APÊNDICE 01

ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS: Diferenciais adotados pelas empresas de TI no município de Chapecó SC e região

Caro gestor: através desta pesquisa estamos levantando dados para detectar o perfil sustentável e competitivo do segmento de TI do município de Chapecó SC e região. Sua participação será indispensável para a eficácia dos resultados desta pesquisa.

Empresa: _____

Cidade: _____

1 - Tempo de atuação de sua empresa no mercado:

de 0 a 3 anos

de 8 a 10 anos

de 4 a 7 anos

acima de 10 anos

2 - Número de funcionários:

de 0 a 10 funcionários

de 41 a 60 funcionários

de 11 a 20 funcionários

acima de 60 funcionários

de 21 a 40 funcionários

3 - Segmento de atuação:

Comercial

Industrial

Postos de combustíveis

Empresarial

Imobiliário

Transportes

Agronegócios

Restaurantes

Escritórios de contabilidade

Outro. Qual? _____

4 - Para os itens a seguir, os mesmos estão relacionados quanto a situação atual de sua empresa frente ao mercado, use a escala de 0 a 3, sendo a escala "0" correspondente a Inexistência da situação, "1" situação Baixa, "2" situação Média e "3" equivalente a situação Alta. Marque com 'X' na situação conveniente e atual para sua empresa.

DESCRIÇÃO	0	1	2	3
Facilidade de seu produto ser imitado				
Capacidade de inovação				
Facilidade de acesso a recursos				
Facilidade de adaptação de sua empresa e produto ao mercado				
Participação de sua marca no mercado				
Sintonia dos objetivos da organização com a sustentabilidade (social, ambiental, empresarial)				
Elaboração de planejamento e projetos				
Oportunidades para a empresa frente ao mercado				
Relacionamento com os Stakeholders (clientes, fornecedores, comunidade, colaboradores, governo, concorrência, outros)				
Competência da equipe				
Capacitação e desenvolvimento dos colaboradores				
Rotatividade de colaboradores				
Ameaças do mercado				
Concorrência				

5 – Como define o termo “sustentabilidade”?

6 - Sua empresa possui algum projeto de caráter social ambiental? Caso afirmativo, poderia comentar qual seria?

7 – Como a Responsabilidade Social está presente em sua empresa?

8 – Em sua opinião, qual seria o principal diferencial competitivo de sua empresa frente as demais empresas de tecnologia?

9 - Observações