

Claudia Rangel da Silva Cunha

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA INCLUSÃO DE PcD's:
ESTUDO DE CASO NO SUPERMERCADOS MUNDIAL**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau
de
Mestre em Recursos Humanos e Comportamento Organizacional



Escola Superior de Altos Estudos
Gestão de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional – GRHCO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA INCLUSÃO DE PcD's:
ESTUDO DE CASO NO SUPERMERCADOS MUNDIAL**

Claudia Rangel da Silva Cunha

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Orientadora:
Professora Doutora Fátima Regina Ney Matos
GRHCO-ISMT

Outubro, 2021

Escola Superior de Altos Estudos

Agradecimentos

Esta dissertação de mestrado constitui o auge da concretização de um sonho que pôs à prova a minha força de vontade, a minha capacidade de luta que contribuiu para o enriquecimento dos meus conhecimentos e acima de tudo, foi decisiva no incremento da minha autoestima e realização pessoal.

Desta forma, o meu primeiro agradecimento é dirigido a Deus por ser à base de minhas conquistas.

À minha mãe e meu Pai (in memoriam) pelo apoio e incentivo constante.

Ao meu esposo Paulo, minha filha Paula, por toda a atenção, compreensão, amor e carinho que tiveram comigo. Agradeço por incentivarem e apoiarem na concretização deste sonho, pois sem esse estímulo provavelmente ele não se tornaria realidade no dia de hoje.

À diretoria do Supermercados Mundial, pela pessoa do Sr. Justino, por me conceder a autorização para a realização deste estudo.

A minha Grande Líder e professora Laura Negro de La Pisa por ser a mentora e responsável por me apaixonar pela “Profissão RH” e iniciação na “Responsabilidade Social na Empresa” demonstrada por sua dedicação, comprometimento e o “AMOR POR PESSOAS”.

As colegas de trabalho que fizeram parte da minha história no RH, que compartilharam suas experiências e profissionalismo, que hoje tenho o grande prazer em chamá-las de “AMIGAS”.

Ao Instituto Miguel Torga, em especial aos professores, funcionários e colegas Brasileiros do Mestrado em Gestão de RH e Cultura Organizacional. E, de modo muito especial a minha orientadora, Professora Doutora Fátima Ney Matos, pelo apoio constante para que o trabalho fosse realizado de acordo com minha vontade. Por ter compartilhado o seu vasto conhecimento em prol da minha formação e concretização deste sonho.

Ao final desta etapa, agradeço com todo carinho às pessoas que me apoiaram e que torceram por mim. Neste momento é difícil encontrar palavras suficientes para demonstrar a minha gratidão e carinho com todos.

Quero dividir este momento de alegria com todos que de alguma forma contribuíram para minha caminhada.

Resumo

As ações sociais realizadas pelas empresas tornaram-se relevantes nos últimos anos, não só considerando-se a necessidade de assumir responsabilidade social no ambiente em que ela está inserida, mas também contribuindo para uma sociedade mais justa.

Foi realizada uma pesquisa qualitativa do tipo descritiva.

Foram entrevistados 3 profissionais de RH, ligados ao setor de responsabilidade social da empresa e 2 profissionais participantes do projeto de inclusão por terem deficiência visual. Os dados foram coletados por meio de roteiros semiestruturados e analisados através da técnica de análise de conteúdo.

Teve como principal desafio, por um lado, compreender a dinâmica da implementação de medidas socialmente responsáveis por parte das organizações, por outro lado, avaliar as motivações das organizações no que respeita às práticas de responsabilidade social, conforme a contribuição de RH1, “ser um conceito que engloba iniciativas e práticas que manifestam o comprometimento da empresa, com comportamentos básicos, transparentes, éticos e voltados em benefício de seu público internos e externos, incluindo a preservação do meio ambiente, redução de desigualdade e respeito à diversidade”. E acrescenta RH5 “Crescimento, visibilidade, respeito por parte da sociedade. Atualmente o mundo vive um momento em que se faz necessário contribuir para um futuro melhor, então quando a empresa aposta na responsabilidade social ela está contribuindo não somente para um futuro melhor, mas também para o crescimento e segurança de todos. Trazendo assim credibilidade e confiança em todas as suas ações, produtos e serviços”.

Com base no estudo de caso realizado, concluiu-se que na organização estudada a adoção de políticas socialmente responsáveis está diretamente relacionada com o seu modelo de gestão, que é baseada em sua visão, missão e valores. Vem ao encontro com a fala de RH1, “ao adotar ações de responsabilidade social a empresa deve reforçar o seu compromisso com a sociedade e com os seus valores estabelecidos, a fim de gerar mais credibilidade aos seus negócios”.

Com o culminar deste trabalho, pode-se aferir que as organizações cuja gestão é baseada em valores estão mais comprometidas com uma gestão socialmente responsável.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social, Pessoa com Deficiência, PcD, Política socialmente responsável.

Abstract

The social actions carried out by companies have become relevant in recent years, not only considering the need to assume social responsibility in the environment in which they operate, but also contributing to a fairer society.

A qualitative descriptive research was carried out.

We interviewed 3 HR professionals, linked to the company's social responsibility sector, and 2 professionals participating in the inclusion project due to visual impairment. Through semi-structured scripts, the data were analyzed using the content analysis technique.

Its main challenge, on the one hand, was to understand the dynamics of implementing socially responsible measures by organizations, on the other hand, to assess the motivations of organizations with regard to social responsibility practices, according to the contribution of RH1, “being a concept that encompasses initiatives and practices that demonstrate the company`s, with basic, transparent, ethical behavior and aimed at the benefit of its internal and external audiences, including the preservation of the environment, reduction of inequality and respect for diversity”. And adds RH5, “Growth, visibility, respect from society. Currently the world is experiencing a time when it is necessary to contribute to a better future, so when the company bets on social responsibility, it is contributing not only to a better future, but also to everyone`s growth and security. Thus bringing credibility and trust in all its actions, products and services”.

Based on the case study carried out, it was concluded that in the studied organization the adoption of socially responsible policies is directly related to its management model, which is based on its vision, mission and values. It meets the fa of RH1, “when adopting social responsibility actions, the company must reinforce its commitment to society and its established values, in order to generate more credibility to its business”.

With the culmination of this work, it can be seen that organizations whose management is based on values are more committed to socially responsible management.

Key-words: Social Responsibility, People with Disabilities, PwD, Socially responsible policy.

Índice

Introdução	7
O Terceiro Setor no Brasil	9
Responsabilidade Social e Responsabilidade Social Empresarial	10
Diversidade	15
Deficiência.....	17
Lei de cotas: Conjunto de Leis trabalhistas para a sPCD's	19
Metodologia.....	22
Análise de Dados.....	23
O Supermercados Mundial	32
A Responsabilidade Social e o Supermercados Mundial	33
Considerações finais	39
Bibliografia	42
Anexo 1: Declaração de consentimento informado	45
Anexo 2: Guião de entrevista semiestruturada	46

Introdução

A responsabilidade social empresarial é um tema que vem atraindo a atenção da sociedade. Neste movimento, as organizações se propõem a assumir uma postura socialmente responsável em relação às injustiças sociais.

O principal desafio, por um lado, é compreender a dinâmica da implementação de medidas socialmente responsáveis por parte das organizações. Perceber quais as motivações inerentes à adoção de uma política integrada de qualidade, ao desenvolvimento e apoio a inúmeros projetos na área de responsabilidade social, e formação dos seus recursos humanos, assim como, na forma como operam e realizam os seus negócios. Procura-se compreender os verdadeiros interesses que levam as organizações a comprometerem-se perante a sociedade, a desenvolver e apoiar projetos que promovam uma forte ligação quer com as comunidades envolventes, quer com a sociedade em geral, através do desenvolvimento de parcerias e de atividades que visam estreitar relações.

Tendo estas medidas em termos económicos e impactos muito relevantes, quais as motivações para a adoção de práticas socialmente responsáveis que estão subjacentes a esta tomada de decisão?

Os gestores encaram todos os dias na empresa novos desafios devido a grande expectativa criada e ao volume de informações que chega ao consumidor, levando a necessidade de equilibrar custo baixo, qualidade e competitividade, visando ainda, ações éticas, e sociais, ou seja, a Responsabilidade Social Corporativa (Aligleri, 2008).

No Brasil, temos visto, nos últimos anos, a evolução do movimento da responsabilidade social empresarial (RSE). Ela representa uma mudança no comportamento empresarial que prioriza novas formas de administrar os negócios levando em conta os compromissos éticos que são disseminados e praticados pela empresa. Adotar a gestão socialmente responsável é bem mais do que desenvolver ações pontuais com começo, meio e fim. Responsabilidade social é um processo contínuo que abrange o respeito a princípios e valores compartilhados nas relações da empresa com seus stakeholders (Parente, 2004).

Atualmente, não basta às empresas somente respeitar as leis e pagar seus impostos. É necessário que elas contribuam para a construção de uma sociedade mais justa, agindo de maneira socialmente responsável e de forma transparente. O próprio consumidor vê com

outros olhos a empresa que se torna sensível a causas sociais, desde as que investem no bem-estar dos próprios funcionários até as que protegem o meio ambiente.

Inicialmente, fazemos uma abordagem sobre o terceiro setor, procurando enfatizar seu aspecto histórico e a relevância que apresenta para uma sociedade onde o contingente de pessoas carentes de assistência básicas e essenciais tem sido algo preocupante e desafiador. No segundo momento, com o entendimento que somos parte do segundo setor, fazemos um resgate ao processo histórico da responsabilidade social, seus conceitos e os fatores que contribuem para a consolidação no meio empresarial, mostrando a perspectiva do varejista e ressaltando a vocação especial do varejo na prática da responsabilidade social. No terceiro momento, trata-se da conceituação da diversidade e da diversidade da Pessoa com deficiência. No quarto momento, é explorado um breve conceito de deficiência. E, no quinto momento, A Lei de Cotas.

Com base num estudo de caso, foi elaborada a seguinte pergunta de investigação: Qual as principais motivações para a adoção de práticas socialmente responsáveis na inclusão de PcD's (Pessoa com deficiência) na empresa?

O objetivo geral é verificar se na organização estudada, uma empresa varejista, no Rio de Janeiro, existe a adoção de políticas socialmente responsáveis na inclusão de PcD's e se estão diretamente relacionadas com o seu modelo de gestão, baseado na sua visão, missão e valores.

No estudo de caso do Supermercados Mundial, são evidenciados os objetivos de investigação, de forma a compreender a dinâmica da Implementação de medidas socialmente responsáveis na inclusão de PcD's pela empresa, revelando os impactos positivos e as características que favorecem a atuação social do setor varejista brasileira, demonstrando a importância do envolvimento dos diversos stakeholders nas atividades de cidadania empresarial.

Paralelamente faz-se a referência à metodologia utilizada, ao perfil da amostra e sua descrição. Por último, revelam-se os resultados obtidos do estudo de caso, elaboram-se a análise e discussão dos resultados, assim como são apresentadas as respectivas ilações.

O Terceiro Setor no Brasil

Seguindo o modelo adotado pelos Estados Unidos, no Brasil dividimos as atividades econômicas desenvolvidas pela sociedade em três setores. O primeiro setor consiste das instituições comandadas pelo governo quer seja municipal, estadual ou federal. Portanto, o governo é responsável pelas questões sociais, administrando bens e serviços públicos.

O Primeiro Setor é relativo ao poder público. Fazem parte deste grande bloco as administrações públicas distritais, municipais, estaduais e federal. Ou seja, prefeituras e suas secretarias, os governos e suas secretarias e o Governo Federal e seus ministérios. Também entram aqui autarquias e equipamentos públicos. São de responsabilidade do Primeiro Setor as questões sociais, como a promoção e gestão da saúde, educação, segurança, infraestrutura e cultura da nossa sociedade.

O setor privado corresponde ao segundo setor. São as empresas de capital privado, cujos recursos são empregados em benefício próprio, objetivando obter lucros.

O Terceiro Setor é aquele constituído por organizações não governamentais, sem fins lucrativos, que tem como objetivo gerar serviços de caráter público. São fundações, associações comunitárias, entidades filantrópicas, que são iniciativas privadas sem fins lucrativos, atuando em prol do bem comum e da cidadania. O “terceiro setor” é um expressão traduzida do inglês-third sector – e faz parte do vocabulário sociológico corrente nos Estados Unidos. No Brasil, começa a ser usada com naturalidade por alguns círculos.

Segundo Melo Neto e Froes (1999) a definição de Terceiro Setor surgiu já na primeira metade do século, nos Estados Unidos. Ele seria uma mistura dos dois setores econômicos clássicos da sociedade: o público, representado pelo estado, e o privado, representado pelo empresariado em geral.

Fernandes (1994), em seu livro Privado porém público, afirma que o Terceiro Setor deve buscar “interações positivas” com o Estado quanto ao financiamento de suas atividades. Os recursos também podem se originar de outras fontes como: organismos oficiais, organismos privados internacionais, fundações nacionais e internacionais, empresas e bancos nacionais e estrangeiros e doações de pessoas físicas.

Segundo Cardoso (1997), hoje, estamos ainda na etapa de afirmação de uma novidade,

o que implica enfatizar sua autonomia e relevância. No Brasil, como de resto, em toda América Latina, o Terceiro Setor existe, está em processo de fortalecimento e tem um papel insubstituível na mobilização de recursos humanos e materiais para o enfrentamento de desafios como o combate à pobreza, à desigualdade e à exclusão social.

Ainda, segundo a autora, esse setor pode se diferenciar de tal forma que, no futuro, essa designação usada para caracterizá-lo já não sirva como conceito unificador e identificador.

Atualmente, espera-se que as empresas, denominadas de segundo setor, desenvolvam feitos reais e ações demonstrativas de uma preocupação efetiva com a cidadania.

Responsabilidade Social e Responsabilidade Social Empresarial

Conhecer a história das primeiras movimentações ligadas à Responsabilidade Social nos leva a entender, de maneira mais clara, como se dá o seu desenvolvimento e o porquê de sua relevância no contexto atual.

Borger (2013) pontua que a origem da “Responsabilidade Social” surgiu nos Estados Unidos na década de 1950, como forma de minimizar a imagem negativa das organizações naquela época, como jornada longa de trabalho e a poluição ambiental. Os empresários, então, se mobilizaram para reverter esta imagem e começaram a pensar na sociedade, como “obrigação moral” contribuindo em atividades voluntárias para a comunidade.

Antes, o conceito de Responsabilidade Social era ligado às atividades filantrópicas. Ganhava, assim, consistência e outro significado na década de 1990, quando as empresas passaram a adotar uma gestão voltada o desenvolvimento sustentável, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Esta mudança reforça a ideia de que crescimento econômico também está ligado ao crescimento social e sustentável. A autora explica que o conceito de filantropia empresarial está intrínseco à política de gestão, e não mais mobilização somente por parte dos empresários, como até aquele momento. Com isso, foram criadas ações alternativas, políticas voltadas para “investimento social, ação social empresarial, participação social ou comunitária da empresa ou desenvolvimento social” segundo Borger, 2013).

Já Tachizawa (2014, p.63) explica que a Governança Corporativa das empresas privadas ligadas às questões ambientais e sociais surgidas na década de 1990 e esta nova postura de empresa responsável é um fato que contribui para a sobrevivência da empresa no mercado. Sendo assim, a iniciativa em transformar um cenário social a partir de um desejo coletivo não é exclusivamente dada para as Organizações do Terceiro Setor. Os empresários enxergaram uma oportunidade de negócios por meio de parcerias com ONGs.

“Os novos tempos caracterizam-se por uma rígida postura dos clientes voltada à expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável”. (TACHIZAWA, 2014, p.56)

O autor acrescenta que, para manter um bom relacionamento com seus públicos, as empresas tendem a seguir uma postura de maior transparência. Cada vez mais eles têm o poder de influenciar a decisão da organização, obrigando assim as empresas a olharem seus *stakeholders* de forma estratégica para a permanência no mercado. Surge então uma transformação na cultura organizacional voltada para a responsabilidade social e ambiental e favorece a captação de parcerias.

“Esse novo ambiente empresarial estará a exigir dos gestores um novo senso de responsabilidade em relação aos membros do corpo funcional da organização, cujas expectativas incluem receber tratamento justo, ter participação no processo decisório, além de ter instrumental apropriado para executar suas funções e poder trabalhar em equipe”. (TACHIZAWA, 2014, p. 57).

Segundo Reis e Medeiros (2007) as primeiras discussões sobre a responsabilidade social surgiram em meados da década de 1970, por meio da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), que tinha como objetivo discutir questões relacionadas ao Balanço Social. A partir da década de 1990 a responsabilidade social obteve um impulso maior através de mobilizações feitas por organizações não governamentais, institutos de pesquisas e empresas sensibilizadas com a causa.

A projeção de ações empresariais ligadas à responsabilidade social, de acordo com Schroeder e Schroeder (2004) deve-se, entre outros fatores, à “falência do Estado como mantenedor de necessidades básicas do cidadão”.

De acordo com Oliveira (2008) não há um consenso na definição de Responsabilidade Social. O autor afirma ainda que este é um conceito em constante evolução.

Em uma definição atual, que beneficia a ideia geral a respeito do que caracteriza a Responsabilidade Social Empresarial, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em sua página na internet a apresenta como sendo:

“A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais”. (ETHOS,2010)

Melo Neto e Froes (1999, p.82) acreditam que “... a responsabilidade da empresa está diretamente relacionada aos seguintes fatores:

- o consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade;
- o consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos e pelo uso da capacidade de trabalho que pertence a pessoas físicas, integrante daquela sociedade; e
- o apoio que recebe da organização do Estado, fruto da mobilização da sociedade”.

Refletem, portanto, o compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade, fatos que exigem uma prestação de contas do desempenho das empresas, tendo em vista o consumo dos recursos de propriedade da coletividade”.

Para Karkotli e Aragão (2008, p.45), “A responsabilidade social corporativa, em sentido estrito, deve ser entendida como a obrigação que tem a organização de responder por ações próprias ou de quem a ela esteja ligada”.

Ashley (2002), diz que é o “compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral”.

Daher (2006, p.24), assim como Oliveira (2008), também pontua a ausência de consenso para definir Responsabilidade Social, entretanto, afirma que essa responsabilidade remete tanto à constituição de uma cidadania organizacional da empresa em seu ambiente interno, quanto à “implementação de direitos sociais no ambiente externo”.

É possível perceber que todas as definições apontam a responsabilidade social empresarial como algo que exige dedicação e comprometimento com o público interno e

externo.

Para Unido (2002), “É o compromisso contínuo dos negócios em se portar de maneira ética e contribuir para o desenvolvimento econômico enquanto se melhora a qualidade de vida da força de trabalho e de suas famílias, bem como da comunidade local e da sociedade.”

Segundo Tenório (2004), “a expressão é utilizada para demonstrar o envolvimento da empresa em programas sociais de participação comunitária, por meio do incentivo ao trabalho voluntário, do compartilhamento de sua capacidade gerencial e de parcerias com associações, fundações e investimentos sociais nas áreas da saúde, educação e meio ambiente, entre outros.

Autores como Ashley (2005) e Govatto (2007), destacam a história de Henry Ford adotando em 1916, uma postura contrária ao pensamento fundamentalista financeiro imediatista, ter aumentado os salários de seus funcionários utilizando parte dos dividendos da empresa contrariando assim, seus acionistas. Devido ao seu comportamento inovador em relação ao papel social das empresas, Ford é considerado um dos pioneiros da responsabilidade social corporativa.

Sabe-se que a responsabilidade social é um dever primeiro do Estado, mas esse dever merece ser aliado a suportes que possam ser dados pelas empresas que, conforme Reis (2007), “consomem recursos da sociedade, renováveis ou não, mas que são patrimônio gratuito e coletivo da humanidade (...) sendo seu compromisso restituir à sociedade o que dela é absorvido (...)” e pelo Terceiro Setor, terminologia empregada para diferenciar as organizações da área privada e pública, designadas “segundo e primeiro setores”.

Vale ressaltar a diferença entre “Ação Social” e “Responsabilidade Social”. A primeira diz respeito a contribuições de cunho filantrópico ou assistencialista, onde não há um compromisso de permanência e onde a empresa oferece aquilo que considera conveniente como forma de ajuda. A segunda, no entanto, trata-se de complexo sistema implantado dentro do plano de negócios da corporação e que passa a fazer parte de sua gestão como um fator importante a ser considerado em todas as etapas da sua produção (Tenório, 2006).

Entende-se, assim, que filantropia e ações pontuais não promovem mudanças consistentes nos quadros de carência sociais, entretanto, conforme Reis (2007) podem indicar o caminho que leva ao desenvolvimento da responsabilidade social efetiva. Quando amadurecidas, promovem alterações na cultura e no foco das organizações, levando-as a

partir, de interesses apenas internos para interesses maiores da sociedade.

Para que a Responsabilidade social seja aceita como legítima, deve atender a todo um aspecto de obrigações que o negócio tem para com a sociedade, incluindo a mais fundamental que é a econômica. Assim, Carroll (1991) apresenta essas dimensões da Responsabilidade da empresa no formato de uma pirâmide, cuja base é a responsabilidade econômica (Figura 1).

Carroll (1979) defende que a sociedade espera que as organizações gerem lucro com as suas atividades, mas que obedeçam as leis e tenham atitudes éticas com seus direitos e deveres. E, por fim, executem ações voluntárias e pratiquem ações sociais de filantropia.



Figura 1 – Pirâmide da RSE
Fonte: Adaptado de Carroll (1991)

Atualmente verifica-se que as empresas socialmente responsáveis, que pensam não somente no lucro, mas também no ser humano e no meio ambiente, são mais valorizadas e reconhecidas pelos clientes. Estudos como a pesquisa sobre percepções do consumidor, realizada no Brasil e em todo mundo, já apontam para consumidores optando por produtos e serviços que comprovem práticas socialmente responsáveis em suas operações. Esse tipo de atitude das organizações está se transformando numa poderosa vantagem competitiva no desenvolvimento de seus negócios, já que os consumidores privilegiam a preocupação das empresas em tornar a sociedade mais equilibrada, com menos injustiças e desigualdades. (Parente,2004)

Diversidade

Segundo o dicionário, a diversidade está ligada aos conceitos de diferença, oposição, pluralidade, multiplicidade, diferentes ângulos de visão ou de abordagem, heterogeneidade, comunhão de contrários, intersecção de diferenças ou tolerância mútua (Dicionário online de português, 2018)

A sociedade é composta pela diversidade, a qual pode ser definida como mix de identidade dos indivíduos convivendo em um cenário social. Nesse contexto há grupos de minoria e maioria, sendo este caracterizado pela vantagem econômica e de poder em relação às minorias (Fleury, 2000)

O campo de estudos sobre diversidade na área de Administração tem sua origem atrelada à resposta organizacional frente aos movimentos sociais dos anos 1960 e 1970. A gestão norte-americana, à época, advogava que as desigualdades sociais, naquele momento, focadas principalmente na discriminação racial, poderiam ser superadas com práticas de meritocracia nas empresas (Alves, Galeão, Silva, 2004). Outra referência às origens do campo é a ideia da multiplicidade cultural (Hanashiro, Carvalho, 2005) do mundo contemporâneo, que também pode ser relacionado com a descendência étnico-racial.

Além disso, a movimentação de pessoas ocorridas depois da década de 1990, motivada pelas oportunidades em multinacionais em diversos pontos do globo, diversificou a força de trabalho. Por diversidade, pode-se compreender “um misto de pessoas com identidades grupais diferentes dentro do mesmo sistema social” (Nkomo, Cox, 1999, p.335) ou baseia-se no modo como as pessoas se diferem entre si, tanto no aspecto pessoal como nos elementos conectados com a instituição que a pessoa atua. Dessa forma, é um conceito multi-dimensional, possuindo características visíveis ou não visíveis como: geração, capacidades físicas e mentais, orientação sexual, religião, étnico-racial, classe social, gênero, família, política, regional, profissional, entre outras (Maccali, et al., 2015).

Para Fleury (2000), “há diversos aspectos a serem considerados ao se pensar no significado de diversidade: idade, sexo, escolaridade, etnia, religião, origem, raça e língua” (p. 20).

Evidencia-se que Fleury (2000) apresentou uma das primeiras conceituações para diversidade na área de Administração, ligada a ideias como respeito e reconhecimento da

individualidade, de identidades visíveis e invisíveis. A autora também destacava que a gestão da diversidade apontava para um futuro em que o número de pessoas negras, mulheres e homossexuais seria muito mais significativo nos espaços organizacionais. Importa dizer que grupos muitas vezes considerados minorias, como no caso de pessoas negras e mulheres, no contexto brasileiro são em verdade, grupos minorizados socialmente, pois representam a maioria da população.

Peliano (2001) afirma que o mundo empresarial percebe que a gravidade da exclusão social se deve, em grande parte, à inoperância das políticas sociais e que o atendimento social pode melhorar a qualidade de vida das pessoas, ainda que não seja suficiente para produzir todas as mudanças necessárias à eliminação da exclusão social. Segundo a autora, o empresariado está ciente das necessárias mudanças estruturais em termos de políticas sociais e econômicas, mas opta por contribuir para a minimização dos problemas sociais, principalmente nas comunidades localizadas no entorno das atividades das empresas.

O tema diversidade possui grande amplitude em suas conjunturas sociais, sendo perceptível uma complexidade quanto à sua concepção, e que pode ser considerado tanto em dimensões mais amplas, referindo-se a todas as diferenças individuais entre as pessoas, quanto em dimensões específicas voltadas a grupos restritos considerados minoritários (Sicherolli, Medeiros, Valadão, 2011).

Diversidade das pessoas com deficiência refere-se aos indivíduos com algum tipo de limitação permanente, podendo ela ser física, auditiva, visual ou intelectual. Nesse caso, as pessoas com deficiência precisam lidar não só com as barreiras enfrentadas pela sua própria limitação, mas também pelos preconceitos e pelas discriminações aferidas pela sociedade. Logo, percebe-se que “não se trata apenas de uma restrição corporal, mas de uma diferenciação no que tange às oportunidades de conseguir um emprego e manter-se nele” (Moreira, Onuma, Cappelle, Mafra, Oliveira, 2011, p.163).

Na perspectiva de Bond e Haynes (2014), o que fica claro diante das pesquisas sobre o impacto da diversidade, no local de trabalho, é a necessidade de olhar para uma infinidade de fatores que contribuem para a relação entre os membros organizacionais. Neste sentido, existe a necessidade de estruturas complexas, sistêmicas, que incorporem interações entre fatores pessoais e contextuais. Para os autores, os benefícios da diversidade são diretamente orientados pelo contexto organizacional e são provavelmente percebidos quando o valor da diversidade está integrado em todas as práticas organizacionais.

A legislação apoia a igualdade e diversidade. O artigo 5º da Constituição Brasileira afirma que os indivíduos possuem o direito de igualdade, sem diferenciação independente da natureza (BRASIL, 1988). O Decreto 7.037/09 tem como seu quinto objetivo estratégico a “Redução da violência motivada por diferenças de gênero, raça ou etnia, idade, orientação sexual e situação de vulnerabilidade” (BRASIL, 2009)

As Pessoas com Deficiência (PCD) passaram a ser incluídas pelas suas potencialidades. A partir de 1990 as empresas passaram a realizar a inclusão dos mesmos pela gestão da diversidade (Carvalho-Freitas, Marques, 2006).

A implementação da gestão da diversidade, quando bem programada, pode potencializar o engajamento dos membros organizacionais para desenvolver de modo construtivo maneiras diferentes de pensar e agir (OLIVEIRA, RODRIGUEZ, 2004).

Deficiência

De acordo com o Censo Demográfico 2010, 23,9% da população brasileira possui algum nível de comprometimento funcional (IBGE, 2010). O termo deficiência significa a perda permanente ou total de uma das funcionalidades do corpo. O Decreto 3298/89 dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência e define cada tipo de deficiência: física, auditiva, visual e mental. Também podendo haver a deficiência múltipla sendo a associação de duas ou mais deficiências (BRASIL, 1999).

O conceito de deficiência tem passado, nos últimos anos, por uma transformação de tal modo veloz e modificadora que nos leva a pensar em duas vertentes principais. Uma delas é a de procurar entender o conceito em seu significado próprio, compreender o alcance da redução operada pelo conceito na formação de uma unidade subsistente do homem. A outra é perguntar-se por que essa designação vem, nesses citados últimos anos, encontrando uma inovação de palavras que em nada corresponde a uma mudança no conceito mas que, ao contrário, afirma a permanência de suas definições básicas. Deve ser notado, entretanto, que essa constante reformulação representa uma insatisfação permanente com o conteúdo do conceito deficiência e talvez possamos compreender essa ambiguidade se nos colocarmos a hipótese de que enquanto houver uma incapacidade social de aceitar o diferente, as denominações continuarão sendo modificadas, resultado da tarefa de designar um conceito

virtualmente discriminatório, um preconceito.

Se procurarmos olhar e decifrar a palavra deficiência, encontraremos nela uma ambiguidade fundamental: o prefixo que indica negação, privação e a palavra eficiência que indica algo eminentemente positivo. Essa operação efetada pela junção de dois termos que têm acentuadamente uma contradição, através da palavra deficiência, um conceito cujo significado está pesado de contradições permitindo um grande número de interpretações, mas principalmente denunciando os diferentes reflexos de seu significado social.

Pensar o direito à igualdade foi tarefa expressa já na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789, que diz que todos os homens nascem iguais em direitos, e acata na concepção social-legal de que todos os homens são iguais perante a lei. Entretanto é a ideia de Lênin (2011), de que tratar igualmente desiguais é acentuar desigualdades, que torna possível pensar a sociedade de tal forma que as diferenças sejam respeitadas e não excluídas ou estigmatizadas: “O direito igual...pressupõe a desigualdade, Todo direito é a aplicação de uma medida idêntica a pessoas diferentes, que, de fato, não são idênticas, não são iguais umas às outras; e por isso o “direito igual” é uma violação da igualdade e uma injustiça”. A perspectiva de tratar igualmente deficientes coloca a ideia de mantê-los diferentes. Tratá-los diferentemente é lhe proporcionar o direito à igualdade, é a tentativa de construção de um modelo de democracia concebida de forma que a igualdade de todos esteja presente na organização social.

As Pessoas com Deficiência (PCD) passaram a ser incluídas pelas suas potencialidades, a partir de 1990 as empresas passaram a realizar a inclusão dos mesmos pela gestão da diversidade (Carvalho-Freitas, Marques, 2006). Os autores Carvalho-Freitas; Marques (2006) relataram mudanças históricas que impactaram na inserção de PCD's nas empresas. Porém, segundo Suzano et al. (2014), não há uma inclusão equilibrada de PCDs com diferentes tipos de deficiência. Conclui-se que apesar do número de PCD's ter aumentando ao longo dos anos, a distribuição desses não é igualitária. (Suzano et al., 2014).

Lei de Cotas: Conjunto de Leis Trabalhistas para os Pessoas com Deficiência

A integração das pessoas com deficiência no processo produtivo é um dos maiores obstáculos para a sua inclusão social. Há ainda preconceitos em relação à sua capacidade contributiva em um conceito competitivo que hoje orienta o mundo empresarial, este preconceito está relacionado ao desconhecimento acerca das reais possibilidades da pessoa com deficiência de se inserir como agente ativo do processo de produção, desde que lhe sejam dadas as oportunidades de desenvolvimento de todo o seu potencial. A Constituição de 88, ao reservar vagas e proibir qualquer discriminação no tocante a salários (art XXXI da Constituição: “proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do trabalhador portador de deficiência”), tem como objetivo a inserção da pessoa com deficiência no mercado de trabalho.

A inclusão trabalhista é um requisito básico para o objetivo maior que é a integração da PcD na sociedade. A integração social é o processo de favorecimento da convivência de alguém tido como diferente, com os demais membros da sociedade, tidos como supostamente iguais. Neste processo a pessoa com deficiência, por seus próprios meios e esforços, busca integrar-se à sociedade, que, simplesmente a recebe, sem ter se preparado para tanto. Temos também o conceito de inclusão social, onde a sociedade se prepara e se modifica para receber a pessoa com deficiência, em todas as áreas do processo social (educação, saúde, trabalho, assistência social, acessibilidade, lazer, esporte e cultura).

A integração das PcD's no processo produtivo é um dos maiores obstáculos para a sua inclusão social, esta só é possível se cumprida a ordem social que tem como base o primado do trabalho, e como objetivo o bem-estar e a justiça social.

“A inserção profissional das PcD's, passou a integrar a pauta de assuntos prioritários das empresas brasileiras principalmente a partir da promulgação da Lei n.8.213, de 24 de julho de 1991, que determina, entre outros benefícios da Previdência Social, que estabelece que empresas com mais de 100 empregados são obrigadas a preencher de 2% a 5% dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas com deficiência” (SENAC, 2002)

No Brasil, a Constituição de 1988 buscou romper com o modelo assistencialista, que vigorou até então, assegurando-se a igualdade de oportunidades baseada no princípio de

tratamento igual aos iguais e desigual aos desiguais, na medida de sua desigualdade, de forma a se assegurar a igualdade real. Desse modo reconheceu-se que a sociedade é caracterizada pela diversidade.

Embora tivesse já sido ratificada a Convenção 159 da OIT, em 1991, ainda não se havia elaborado uma normativa eficaz de modo a preparar a PcD para a inclusão, baseada na educação inclusiva, na saúde e assistência social adequadas, no trabalho, na acessibilidade (logradouros públicos e privados, transportes adaptados), esporte, lazer e cultura. O primeiro passo dado nesta direção foi o estabelecimento da reserva de vagas no art. 93, da Lei nº 8.213/91.

Entretanto, foi somente com a regulamentação da Lei 7.853/89 e a instituição da Política Nacional para a Integração da Pessoa com Deficiência e o Decreto 3.298/99, dez anos depois, que se concretizaram, em nosso ordenamento jurídico, os princípios de não discriminação e igualdade de oportunidades, baseados em conceitos amplos de inclusão social, visando dar apoio e suporte (paradigma de suporte) a PcD para a vida em comunidade.

De acordo com a Declaração dos Direitos das Pessoas com Deficiência – Resolução N.2.542/75:

“As pessoas com deficiência têm direito à segurança econômica e social, e, especialmente, a um padrão condigno de vida. Conforme suas possibilidades, também têm direito de realizar trabalho produtivo e remuneração, bem como participar de organizações de classe” (item 7).

A OIT elaborou a Recomendação nº 168 sobre a reabilitação profissional e o emprego de pessoas com deficiência em 1955, segundo a qual:

“Ao aplicar esta recomendação, assim como a recomendação sobre a habilitação e a reabilitação profissionais das pessoas com deficiência, 1955, os membros deveriam considerar que a finalidade da reabilitação profissional, segundo definida na segunda recomendação, é a de permitir que uma pessoa com deficiência obtenha e conserve um emprego adequado e progrida no mesmo, e que se promova assim, a integração ou a reintegração dessa pessoa à sociedade”.

“As pessoas com deficiência deveriam desfrutar de igualdade de oportunidades e de tratamento no acesso, na manutenção e na promoção no emprego que, sempre que for possível, corresponda a sua eleição e a suas aptidões individuais”.

A Constituição é o indutor principal dessa inserção da pessoa com deficiência no mundo do trabalho, que prevê a reserva de cargos e a proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do trabalhador portador de deficiência.

"Essa pequena incursão na legislação estrangeira é importante, pois nos permite constatar que o art. 93 da Lei Brasileira consagrou norma já consolidada nos ordenamentos jurídicos de outros países e está em harmonia com os preceitos insculpidos na Convenção n. 159 da OIT e na Constituição de 1988. A proteção legal diferenciada, por motivos de solidariedade social, tem um sentido de conferir às PcD's uma superioridade jurídica para compensar suas limitações, de modo que possa atingir a igualdade de oportunidade com os trabalhadores em geral.

Quanto ao acesso ao mercado de trabalho, a Constituição vedou qualquer forma de discriminação nos salários e critérios de admissão do trabalhador com deficiência, bem como exigiu a reserva de um determinado percentual dos cargos e empregos públicos (arts. 7º, XXXI, e 37, VIII). Assim, os editais de concurso devem consignar a reserva de cargos; no requerimento de inscrição, os candidatos devem indicar a natureza e o grau da incapacidade, bem como as condições especiais necessárias para que participem das provas. Eles concorrerão em igualdade de condições com os demais, no que diz respeito ao conteúdo e à avaliação das provas.

Após o julgamento das provas, haverá duas listas: a geral, com a relação de todos os candidatos aprovados, e a especial, com a relação das pessoas com deficiência aprovadas.

Já na iniciativa privada, coube à Lei n. 8.213/91 — que cuida do sistema da previdência social — assegurar em favor dos beneficiários reabilitados, ou das pessoas com deficiência de 2 a 5% das vagas para trabalho em empresas com mais de 100 empregados.

O Sistema de reserva legal de vagas ou cotas é voltado para a inserção e participação das pessoas com deficiência no mundo do trabalho, trata-se acima de tudo de um mecanismo compensatório, que se encontra inserido no contexto de ação afirmativa que busca a igualdade de oportunidade de grupos em relação ao contexto social mais amplo. Está fundamentado no princípio de inclusão que defende o direito de todos aos serviços de

educação, saúde e assistência social; ao trabalho, a acessibilidade; ao lazer, esporte, etc, e no reconhecimento de que todo cidadão, não importa a sua condição, tem o direito de acesso aos serviços e recursos que melhor atenderem as suas necessidades. Vale a pena ressaltar que um programa que vise à inserção da pessoa com deficiência no mercado de trabalho não pode deixar de abordar temas como inclusão educacional, educação especial, habilitação, reabilitação, formação técnico-profissional, capacitação profissional, colocação competitiva, colocação seletiva (depende da adoção e procedimentos de apoios especiais para a sua concretização).

O Ministério Público do Trabalho tem como função atuar no processo de inclusão trabalhista das Pessoas com Deficiência, visando a integração das PcD's no mercado de trabalho, assume o papel de agente político na promoção e na implementação da inclusão social deste segmento da população, que sofre as barreiras sociais de um processo contínuo de exclusão.

Metodologia

O objetivo proposto nesta pesquisa foi analisar e verificar se na organização estudada existe a adoção de políticas socialmente responsáveis na inclusão de PcD's e se estão diretamente relacionadas com o seu modelo de gestão, baseado na sua visão, missão e valores.

Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa do tipo descritiva, uma vez que Godoy (1995) e Gil (2002) apontam a importância dessa utilização para compreender fenômenos complexos e contemporâneos, os quais necessitam de interpretações que vão além das possibilidades estatísticas provenientes da pesquisa quantitativa. A partir disso, foi possível descrever o fenômeno estudado sob a ótica dos profissionais de recursos humanos e dos funcionários com deficiência, que contribuíram de maneira voluntária com a pesquisa, apresentando características específicas e relacionando-as à discussão teórica feita anteriormente, que já está sistematizada na literatura (TRIVIÑOS, 2009). Os dados foram coletados a partir de entrevista individual semiestruturada para obter informações direcionadas sobre o tema e analisado através de técnica de análise de conteúdo. (Bauer; Gaskell, 2002). O roteiro semiestruturado contou com perguntas abertas e fechadas sobre diversidade, políticas e práticas da gestão da diversidade, inserção e inclusão de pessoas com deficiência.

Análise de Dados

Responsabilidade social é um processo contínuo que abrange o respeito a princípios e valores compartilhados nas relações da empresa com seus stakeholders, segundo Parente, 2004. Para a entrevistada RH1,

“É um conceito que engloba iniciativas e práticas que manifestam o comprometimento da empresa, com comportamentos básicos, transparentes, éticos e voltados em benefício de seu público internos e externos, incluindo a preservação do meio ambiente, redução de desigualdades e respeito à diversidade”.

Para o entrevistado RH2:

“Considero que é a maneira que todos os funcionários são tratados.

Pessoa com deficiência – Acessibilidade, adaptação, atendimento presencial com a família, visão mais social com os gestores. Jovens Aprendiz, Indicado para efetivação em empresas ou para outro programa de jovem, ajudando na questão documental, conversa que falta no âmbito familiar, um conselho, ajuste de comportamento e conduta.

A responsabilidade social na empresa não está voltada somente para a contratação mais sim a maneira que a empresa recebe, treina e lida com essas pessoas que fazem parte do chapéu da R.S.

Em relação aos outros colaboradores, sempre promovendo ações que os deixem mais confortáveis e felizes. Como o programa de reconhecimento, ações de datas sazonais como: Dia das mães, páscoa, pás. Trazendo um ambiente mais agradável, mais receptivo para dentro da empresa.”

Ashley, 2002 complementa que é o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento, bem-estar e melhoramento da qualidade de vida dos empregados, suas famílias e comunidade em geral .

O compromisso contínuo dos negócios em se portar de maneira ética e contribuir para o desenvolvimento econômico enquanto se melhora a qualidade de vida da força de trabalho e de suas famílias, bem como da comunidade local e da sociedade como um todo (UNIDO, 2002).

Para o entrevistado RH3 :

“A Responsabilidade Social na empresa é a noção que a empresa entende que tem do papel que ela precisa desenvolver, para que a sociedade se torne melhor para todo mundo, para se viver. Então, essa noção, essa consciência. Isso vai desde os gestores até os funcionários. O gestor que tem essa função de conscientizar. Mas vai do gestor, até o último funcionário, aquele que foi contratado hoje. É essa consciência. Do papel que a empresa precisa fazer para que a sociedade se torne melhor. Sociedade entendendo tanto os funcionários como os parentes, como o bairro que a empresa é estabelecida, tanto a matriz quanto as filiais.”

A expressão é utilizada para demonstrar o envolvimento da empresa em programas sociais de participação comunitária, por meio do incentivo ao trabalho voluntário, do compartilhamento de sua capacidade gerencial e de parcerias com associações, fundações e investimentos sociais nas áreas da saúde, educação e meio ambiente, entre outros (Tenório,2004).

A entrevistada RH4 conclui que:

“Responsabilidade social na empresa é uma missão muito importante, responsável em abraçar e incluir pessoas.”

Assim como RH5:

“É a forma como a empresa pensa e vive em relação às diferenças e exclusões da sociedade, agindo com ética e cidadania no seu dia a dia e buscando realizar ações que contribuam com uma sociedade mais justa e inclusiva.”

Considerando que os valores da empresa devem coincidir com as práticas de Responsabilidade Social que ela promove, conforme Reis, 2007, podem indicar o caminho que leva ao desenvolvimento da responsabilidade social efetiva. Quando amadurecidas, promovem alterações na cultura e no foco das organizações, levando-as a partir, de interesses apenas internos para interesses maiores da sociedade.

Como mencionado pela RH1,

“ao adotar ações de responsabilidade social a empresa deve reforçar o seu compromisso com a sociedade e com os seus valores estabelecidos, a fim de gerar mais credibilidade

aos seus negócios.”

Para RH2,

“Acredito inclusive que a Responsabilidade Social é fundamentada nos valores que a empresa decidiu seguir. Humildade, Integração, ética e cidadania, estão incluídos nos valores da empresa e devem estar totalmente alinhados com a R.S. Acredito que não tem como estar escrito, documentado algo que não deva ser vivido e posto em prática.”

Peliano (2001) afirma que o mundo empresarial percebe que a gravidade da exclusão social se deve, em grande parte, à inoperância das políticas sociais e que o atendimento social pode melhorar a qualidade de vida das pessoas, ainda que não seja suficiente para produzir todas as mudanças necessárias à eliminação da exclusão social. Segundo a autora, o empresariado está ciente das necessárias mudanças estruturais em termos de políticas sociais e econômicas, mas opta por contribuir para a minimização dos problemas sociais, principalmente nas comunidades localizadas no entorno das atividades das empresas.

Os entrevistados RH3, RH4

“afirmam que os valores da empresa devem coincidir com as práticas de Responsabilidade Social que ela promove”, assim como RH5 que “acredita que é de suma importância acreditar no que se faz, para que se alcance um objetivo é necessário crer nele.”

O conhecimento pelos projetos sociais existentes na empresa, foi respondido pela RH1:

“Sim, Tenho, pois desde o ano de 1994 tive a oportunidade de participar da implantação de inúmeros projetos realizados na empresa que trabalho, entre eles a implantação do projeto de inclusão de Pessoas com deficiência, de Jovens Aprendizizes, Projeto Educacional, Alfabetização, Telecurso primeiro e segundo graus, entre outros.”

As Pessoas com Deficiência (PCD) passaram a ser incluídas pelas suas potencialidades. A partir de 1990 as empresas passaram a realizar a inclusão dos mesmos pela gestão da diversidade (Carvalho-Freitas, Marques, 2006).

Os entrevistados RH2, RH3, RH4 e RH5 dizem:

“Sim. Inclusão de PcD na empresa (adaptação de PcD conforme a sua deficiência)”(RH1); “Sim, contratação de Jovens aprendizes”(RH2); “Sim, com certeza”(RH3);” Sim. Existem as contratações de jovens, muitos deles no seu primeiro emprego. E de pessoas com algum tipo de deficiência”(RH4); e “Sim” (RH5).

Melo Neto e Froes (1999) acreditam que “... a responsabilidade da empresa está diretamente relacionada aos seguintes fatores:

- o consumo pela empresa dos recursos naturais de propriedade da humanidade;
- o consumo pela empresa dos capitais financeiros e tecnológicos e pelo uso da capacidade de trabalho que pertence a pessoas físicas, integrante daquela sociedade; e
- o apoio que recebe da organização do Estado, fruto da mobilização da sociedade”.

Refletem, portanto, o compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade, fatos que exigem uma prestação de contas do desempenho das empresas, tendo em vista o consumo dos recursos de propriedade da coletividade.

Mesmo com todos os desafios, todos os entrevistados identifica-se com as práticas de Responsabilidade que a empresa promove. RH1 diz:

“Como coordenadora do setor de responsabilidade social da empresa, eu me identifico com todas as ações de investimento em capital humano, em todo o modo de pensar e agir de forma ética com o objetivo de contribuir para uma sociedade mais justa”.

“As práticas de R.S. que a empresa promove fez tornar-me uma pessoa mais responsável socialmente falando, nas questões do próximo e ser uma pessoa mais empática, a identificação é total”. (RH2);

Diversidade das pessoas com deficiência refere-se aos indivíduos com algum tipo de limitação permanente, podendo ela ser física, auditiva, visual, intelectual. Nesse caso, as pessoas com deficiência precisam lidar não só com as barreiras enfrentadas pela sua própria limitação, mas também pelos preconceitos e pelas discriminações aferidas pela sociedade. Logo, percebe-se que “não se trata apenas de uma restrição corporal, mas de uma diferenciação no que tange às oportunidades de conseguir um emprego e manter-se nele” (Moreira, Onuma, Cappelle, Mafra, Oliveira, 2011, p.163).

Vai de encontro o relato de RH3,

“Identifico com todos os projetos da empresa. Todos são relevantes para a sociedade”.

“Faço parte do quadro de pessoas com deficiência”.(RH4);

“Cresci e aprendi muito como pessoa e profissional ao participar ativamente das ações promovidas pela empresa. Vejo que a sociedade fecha os olhos para as minorias e com isso vive num mundo que só exclui cada vez mais, aqueles que por algum motivo já são menos privilegiados.

Hoje, vivo de forma que possa ao menos mostrar a sociedade que precisamos fazer a nossa parte, seja ajudando as pessoas mais necessitadas ou até mesmo ensinando valores que infelizmente ficaram esquecidos, como amor ao próximo, usar empatia no dia a dia e outros”. (RH5).

Responsabilidade social é um processo contínuo que abrange o respeito a princípios e valores compartilhados nas relações da empresa com seus stakeholders (Parente, 2004). Em conformidade com RH4 “A imagem da empresa ligada a R.S melhora muito”.

Melo Neto e Froes (1999, p.94) apresentam uma lista “dos principais benefícios decorrentes das ações sociais das empresas:

- ganhos de imagem corporativa;
- popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- melhor relacionamento com o governo;
- maior disposição dos fornecedores, distribuidores e representantes em realizar parcerias com a empresa;
- maiores vantagens competitivas (marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos); e
- maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidades de conquista de novos clientes.”

Esta percepção, de acordo com RH1:

“Uma das principais vantagens para a empresa que cria ações de responsabilidade social e ambiental, é promover um espaço muito saudável para trocas de experiências em meio aos seus negócios. Outra vantagem é a garantia da empresa se manter competitiva no mercado. Projeta a imagem da empresa diante dos consumidores, pois eles dão maior valor às empresas que cuidam das pessoas, envolvendo os funcionários com ou sem deficiência, jovens aprendizes e a comunidade”.

RH2 acrescenta:

“A empresa vai ser uma referência na comunidade e na sociedade, por ser uma empresa que respeita o ser humano e que tem o ser humano em primeiro lugar. O ponto de vista das práticas R.S. Ela será referência para a sociedade e para as outras empresas”.

Para RH3:

“O primeiro benefício seria a imagem que a empresa acaba construindo junto aos próprios colaboradores. E também, a imagem que a empresa acaba construindo junto aos clientes, aquelas pessoas que utilizam o serviço da empresa, que a empresa tem a oferecer, os serviços e os bens, e que experimentam esse ambiente. Normalmente as práticas de R.S elas produzem um ambiente diferente, um clima, uma atmosfera diferente, uma empresa que se preocupa, por exemplo, desenvolvimento sustentável, inclusão, endomarketing, ou seja, tentar incentivar com que as pessoas sejam agregadora, sejam parceiras uma das outras, que os setores não sejam rivais. Normalmente essas práticas produzem um ambiente muito gostoso. Mais um ponto positivo. E esse ambiente acaba contagiando a galera e não só a imagem mais, acaba contagiando o ambiente e a clientela que usufrui desses bens, serviços e produtos”.

RH4 diz: “A imagem da empresa ligada a Responsabilidade Social melhora muito”.

RH5 conclui:

“Crescimento, visibilidade, respeito por parte da sociedade.

Atualmente o mundo vive um momento em que se faz necessário contribuir para um futuro melhor, então quando a empresa aposta na responsabilidade social ela está contribuindo não somente para um futuro melhor, mas também para o crescimento e

segurança de todos. Trazendo assim credibilidade e confiança em todas as suas ações, produtos e serviços”.

Melo Neto e Froes (1999, p.93) assim se manifestaram: “Tudo começa com o surgimento de um clima de maior simpatia para a imagem da empresa.

“Uma empresa ao adotar práticas de R.S., ela projeta positivamente a sua imagem, a empresa reforça o seu compromisso com a sociedade e com os valores estabelecidos, gerando ainda mais credibilidade aos seus negócios”.(RH1).

RH2 enfatiza:

‘Sim, com toda certeza. A imagem é valorizada no contexto social e político também. Acaba que nas fiscalizações e no Ministério do Trabalho, todas as ações a empresa fica com uma visibilidade muito maior, positiva e também ela é reconhecida pelos parceiros. Todas as empresas que querem ou iniciaram um processo de R.S, ou precisam dar uma renovada ou um norte para visão de R. S. A empresa fica sendo uma referência”.

“Com certeza a imagem é valorizada, a imagem é reconhecida. Cada vez mais as empresas sérias e os órgãos de fiscalização sérios, estão, não só fiscalizando mais divulgando mesmo, fazendo boas propagandas, tem órgãos sérios fazendo propaganda das empresas que tem um projeto melhor, mais consistente nessa área e isso ajuda na imagem da empresa sim.”(Diz RH3).

Para RH5 :

“Com certeza ! As pessoas buscam contribuir, usar ou utilizar de certa forma aquilo que traz algo de bom ou que contribui para o bem, ou seja, o consumidor vai adquirir aquilo que ele se identifica, sabendo que está contribuindo com ações que são justas e inclusivas para a sociedade”.

RH4 conclui que “Sim. Com certeza”.

Peliano (2001) afirma:

“O mundo empresarial percebe que a gravidade da exclusão social se deve, em grande parte, à inoperância das políticas sociais e que o atendimento social pode melhorar a

qualidade de vida das pessoas, ainda que não seja suficiente para produzir todas as mudanças necessárias à eliminação da exclusão social”.

Segundo a autora,

“o empresariado está ciente das necessárias mudanças estruturais em termos de políticas sociais e econômicas, mas opta por contribuir para a minimização dos problemas sociais, principalmente nas comunidades localizadas no entorno das atividades das empresas”.

Levando em consideração esses aspectos, ao responder que sempre que são implementadas medidas de R.S., se considera que os colaboradores se identificam com ele, RH1 responde que:

“os colaboradores vão se identificar com as ações de R.S, a partir do momento que haja um trabalho de sensibilização de divulgação e de integração das ações que serão realizadas”.

Diferente de RH2 que considera:

“Sempre não. A questão da empatia, na nossa sociedade, principalmente nos cariocas, ela precisa muito ser desenvolvida. Para que as medidas de R.S. sejam aceitas com sucesso, é preciso ter muita sensibilização, conscientização das pessoas que vão receber essas as medidas, porque nós não somos um povo que aceita o próximo, que precise uma atenção a mais ,que tenha uma necessidade, talvez de uma acessibilidade maior, de compreensão maior, no contexto geral a sociedade carioca não é uma sociedade que recebe isso muito bem, e isso reflete dentro da empresa”.

Levando-se em conta o exposto, RH3 :

“É um pouco complexa. O ideal é que o bom projeto seja aquele que é feito visando do início até o fim. O início normalmente não é uma coisa tão fácil. No início pode haver sim um pouco de dificuldade dos funcionários, como por exemplo jogar o papel no lixo. Jogar um plástico no lixo certo. Tem um lixo certo. Se identificar, agregar e engajar uma PcD num grupo, que não é uma coisa tão fácil. Dizer que sempre se identificam, não, é uma questão de conscientização. No final dá tudo certo !!”.

Porém, segundo Suzano et al. (2014), não há uma inclusão equilibrada de PCDs com diferentes tipos de deficiência. Conclui-se que apesar do número de PCDs ter aumentando ao longo dos anos, a distribuição desses não é igualitária. (Suzano et al., 2014). Esta percepção, segundo RH4 “Não. A empresa tem que insistir e investir na conscientização de todos”. Assim como RH5:

“Não ! Infelizmente, numa empresa existem gerações, culturas e valores diferentes no seu corpo funcional, então, é necessário que seja trabalhado ações de endomarketing para que toda a empresa possa abraçar a causa”.

No que diz respeito à mais-valias que a implementação das medidas proporcionam, pode-se observar que os colaboradores referem-se às vantagens em termos de imagem, designadamente a valorização da imagem e promoção da empresa, embora façam menção a um aspecto que se considera pertinente mencionar que uma das vantagens prende-se com o imensurável impacto na personalidade dos colaboradores que se envolvem na realização destas práticas, nomeadamente o sentimento de orgulho e o aumento da motivação.

No que concerne ao objetivo da investigação, que se prende com o reconhecimento do benefício na implementação das medidas de Responsabilidade Social na inclusão de PcD`s, é unânime afirmar que a imagem da empresa é muito valorizada, assim como a sua marca identitária.

Em síntese, os objetivos de investigação foram comprovados através dos dados apresentados e dos resultados discutidos, o que permite concluir que nesta empresa as motivações no desenvolvimento de práticas de responsabilidade social na inclusão das PcD`s estão relacionadas, com a sua gênese, isto é , coma a sua natureza associativa e mutualista, com a sua missão, visão e pelos valores pelos quais a empresa se pauta e coloca em prática, uma vez que associa a sua atividade comercial às necessidades sociais dos stakeholders e da sociedade em geral.

Termina-se esta análise com as palavras do Sr. Justino, eterno presidente da empresa, “a contratação de PcD`s no Mundial deve ser por um dever de cidadania e responsabilidade social de todos que trabalham na empresa”.

O Supermercados Mundial

Uma empresa que nasceu da iniciativa e do espírito empreendedor de imigrantes portugueses que adotaram o Brasil como pátria e identificaram no país a possibilidade de prosperar.

Com uma história de superação e resiliência, lições de empreendedorismo são marcos importantes que conduziram o Mundial ao lugar de destaque que ocupa hoje.

O Supermercados Mundial, como empresa familiar, projeta o seu próprio diferencial no mercado varejista, mostrando que a sua importância é bem maior do que o seu próprio trabalho. Sabe-se que 90 % das empresas constituídas no Brasil são familiares.

Pesquisas apontam que de cada 100 empresas familiares brasileiras, abertas e ativas, apenas 30% sobrevivem à primeira sucessão e 5% chegam na terceira geração. Assim, merece aplausos a Família Mundial, por ter ultrapassado esses dados estatísticos.

Hoje, a empresa é liderada por um representante da terceira geração. Ética e qualidade de gestão foram pontos essenciais do seu sucesso.

Em 2020, completou 77 anos de atuação no mercado varejista carioca. São mais de sete décadas de trabalho árduo, valorização dos funcionários e dedicação aos clientes. Até o momento, a empresa conta com quase 10.000 funcionários diretos.

Com 20 lojas em funcionamento e uma moderna central de distribuição, a empresa se fundamenta nos princípios éticos para atingir os seus objetivos de lucro e crescimento. Investe no bom atendimento para com os fornecedores, clientes e funcionários. Consolidou-se no mercado como referência na contratação de pessoas com deficiência. Além disso, investe na capacitação de jovens aprendizes para o mercado de trabalho.

Hoje, o Mundial é visto como uma empresa conceituada no mercado, líder em vendas por metro quadrado, premiada por ser uma empres cidadã, que é referência por seus projetos sociais.

MISSÃO

Ser uma empresa de Responsabilidade Social, com Ética aperfeiçoando todos os processos e buscando oferecer o menor “custo de comercialização”, transferindo ao consumidor todos os benefícios alcançados, garantindo assim a sua preferência e o crescimento constante da empresa.

VISÃO

Manter e ampliar o sentido de valor da empresa perante os funcionários, os fornecedores e o mercado, sendo uma referência em responsabilidade social e de exemplo ético de atuação no varejo nacional.

VALORES

B O M A T E N D I M E N T O
H U M I L D A D E
I N T E G R A Ç Ã O
M E N O R C U S T O D E C O M E R C I A L I Z A Ç Ã O
É T I C A
C I D A D A N I A
R E S P O N S A B I L I D A D E S O C I O A M B I E N T A L

A Responsabilidade Social e o Supermercados Mundial

O supermercados mundial imbuído de uma consciência ética, coloca em prática os princípios de responsabilidade social, numa relação cada vez mais justa com seus funcionários e com a própria sociedade. A empresa também intensifica suas ações para vencer o preconceito, a falta de informação e até mesmo as dificuldades de ordem prática que impedem a acessibilidade de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Para garantir o sucesso do projeto, a empresa considera como principal patrimônio da empresa: as pessoas.

A demanda criada pela regulamentação da chamada Lei de cotas (Lei 8.213, de julho de 1991), estimulou a empresa a planejar a inclusão de pessoas com deficiência. Em 2002, teve início uma experiência piloto em uma de suas filiais, com o apoio da FUNLAR (Fundação Municipal de Escola Francisco de Paula).

Foram admitidas 10 pessoas com deficiência, que pode contar com o carisma de um gerente da loja, que transformou o projeto em referência. Com o sucesso, percebeu-se a necessidade de sua ampliação. Visitas a várias instituições para futuras parcerias; leitura de bibliografias sobre o assunto; estudos dos cargos e funções que pudessem comportar a execução por pessoas com deficiência e palestra de sensibilização para diretores e funcionários.

Ações realizadas:

- ❖ Num ato público, foi firmado o convênio com a FUNLAR, que possibilitou uma parceria muito eficiente. Os profissionais desse órgão da prefeitura do Rio de Janeiro colaboraram para garantir um programa bem estruturado que superassem as exigências da lei;
- ❖ O processo de sensibilização contou com a presença de toda equipe da FUNLAR, através de diferentes estratégias (palestras, entrevistas e cartazes, etc).
- ❖ O apoio da APAE (A Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais é uma associação em que, além de pais e amigos dos excepcionais, toda a comunidade se une para prevenir e tratar a deficiência e promover o bem estar e desenvolvimento da pessoa com deficiência) para a inclusão de pessoas com síndrome de Down.
- ❖ Concurso, entre os funcionários, para a criação da logomarca do projeto.
- ❖ Confecção de cartazes e mural.
- ❖ Pesquisa de opinião entre clientes e funcionários da empresa.

Em 2004 foram contratadas 60 pessoas, onde 57 delas com deficiência intelectual, indicados pela FUNLAR.

Em 2005, mais 40 candidatos selecionados e aprovados.

O Mundial sempre ressaltou os aspectos positivos de cada um, pois a pessoa com deficiência não é melhor e nem pior que qualquer outra. Aspectos negativos e positivos existem em todos os seres humanos, independentemente de suas diferenças.

Hoje, a empresa conta com quase 500 pessoas com deficiência, trabalhando em diferentes funções, nas suas 20 unidades. Através de treinamentos adequados e atribuições

definidas, as pessoas com deficiência demonstram responsabilidade e produzem da mesma maneira que um funcionário não deficiente.

Motivados por toda a equipe, todos contam com o apoio de um padrinho ou uma madrinha no período de adaptação. Muitos revelam habilidades que permitem crescimento e promoção. Uma política de adaptação e melhoria da qualidade de vida, é concretizada através dos benefícios que a empresa oferece. O treinamento técnico e comportamental é oferecido para que os funcionários possam desenvolver atividades compatíveis com a nova situação de trabalho.

Ações que garantiram o sucesso do projeto:

- Foi criado o Setor de Responsabilidade Social com o objetivo de recrutar, contratar, treinar, acompanhar e avaliar todos os participantes do PROJETO, denominado “SOMOS TODOS IGUAIS”, com o envolvimento de todos os gestores da empresa.

- Para oferecer qualificação educacional nasceu o PASE (PROJETO DE AÇÃO SOCIAL NA EMPRESA) que além de Curso de Alfabetização foi realizado o Telecurso Primeiro e Segundo Graus. Todos os participantes são certificados, oficialmente, através do convênio com a Secretaria de Educação do Rio de Janeiro.

- Madrinhas e Professoras voluntárias, de cada filial, durante 15 anos, se dedicaram as PcD's , garantindo o sucesso do projeto.

Em 2018, as funcionárias voluntárias se tornaram Agentes de Responsabilidade Social, tendo a função reconhecida, com salário definido para realizar as atividades de madrinha e professora.

- Objetivando maior integração das PcD's Auditiva foi criado, em 2005, o " CORAL DE SURDOS" que já se apresentou em muitos eventos, inclusive para o Presidente da República, por ocasião da entrega do Prêmio Mérito Cultural, no Teatro Casagrande.

Com a finalidade de garantir a qualidade do projeto várias estratégias foram, e, ainda, são adotadas:

- Capacitação das Agentes de Responsabilidade Social;

- Ouvidoria - visitas às filiais por profissionais do setor de Responsabilidade Social, para uma conversa descontraída, com cada PcD e com os seus gestores;

- MÊS DE LUTA EM DEFESA DAS PcD's – anualmente, quando é realizado o evento, com a participação dos responsáveis pela PcD's e gestores, objetivando uma avaliação do projeto em cada filial. Nesse dia, enfatiza-se a necessidade de atenção aos problemas ocorridos ou que possam ocorrer. Além de um coquetel, as PcD's da filial sempre surpreendem seus convidados com uma apresentação artística.

- ENCONTRÃO- evento com todas as PcD's da empresa, quando, além de ser apresentado o resultado da avaliação do Projeto feita pelos gestores e pelos responsáveis, é realizado um momento de CONFRATERNIZAÇÃO, contando com a parceria do Setor comercial do Mundial que garante os "COMES E BEBES" da festa.

-“Escola de samba Embaixadores da Alegria”- foi criada em 2007 e tem a participação das PcD's da empresa. Anualmente, no dia do desfile das Escolas campeãs, a Embaixadores é a primeira a desfilar e os nossos funcionários PcD's não perdem a oportunidade para mostrar o seu “samba no pé”.

Algumas vantagens do projeto:

O maior orgulho do Mundial é poder reconhecer, junto dos familiares, clientes e funcionários, as vantagens da inclusão de PcD's na empresa:

- Construção de uma cultura de inclusão e respeito ao próximo, com melhora do clima organizacional;
- Estímulo à troca de ideias, comunicação eficaz e abertura para feedbacks;
- Lideranças e funcionários mais empáticos, capazes de se colocar no lugar dos colegas e dos clientes – o que pode resultar em atendimento humanizado;
- Construção de uma reputação positiva para o negócio;
- Retenção de talentos, com redução de turnover;
- Maior satisfação dos empregados no trabalho;
- Aumento de competitividade e lucratividade.

- Igualdade de oportunidades;
- Prática da missão, visão e valores da empresa;
- Empresa se mostrando mais ética e mais justa;
- Os exemplos de superação;
- Maior integração com a sociedade;
- A alegria contagiante que humaniza o ambiente de trabalho, garantindo a qualidade de vida, salário justo, autonomia, independência financeira, direitos de cidadania e de consumidor.

Os resultados encontrados estão em consonância com o trabalho de Melo Neto e Froes (1999, p.94) apresentam uma lista “dos principais benefícios decorrentes das ações sociais das empresas:

- Ganhos de imagem corporativa;
- Popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- Maior apoio, motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- Melhor relacionamento com o governo;
- Maior disposição dos fornecedores, distribuidores e representantes em realizar parcerias com a empresa;
- Maiores vantagens competitivas (marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos); e
- Maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidades de conquista de novos clientes.”

O Mundial busca trazer a diferença para dentro da empresa, combatendo o preconceito e buscando reconhecer que todas as pessoas são iguais, até mesmo porque todas são diferentes, considerando que essa é uma atitude que faz parte da postura ética a ser adotada como valor e prática dos negócios, sabendo que podemos fazer e ser, sempre melhores do que somos.

Os dirigentes acreditam no projetos e não medem esforços para garantir o sucesso de todas as atividades propostas. As afirmativas que são disseminadas para mudar preconceitos e paradigmas são:

“A deficiência não é doença e nem incompetência”.

“A deficiência não modifica o ser em sua essência, apenas o limita em alguns aspectos”.

“Devemos empregar pessoas com deficiência, não porque é lei, mas pelo espírito de responsabilidade social que a empresa tem que exercer”.

“A contratação dessas pessoas garante a sua independência financeira, a dignidade social e não deve ser considerada prática de caridade”.

O projeto “SOMOS TODOS IGUAIS”, nos seus 18 anos de existência, tem sido premiado várias vezes pelo seu sucesso na inclusão social de PcD`s no mercado de trabalho, sendo hoje referência para outras instituições. De fato, o Mundial busca trazer a diferença para dentro da empresa, combatendo o preconceito e buscando reconhecer que todas as pessoas são iguais, até mesmo porque todas são diferentes, considerando que essa é uma atitude que faz parte da postura ética a ser adotada como valor e prática dos negócios, sabendo que podemos fazer e ser melhores do que somos.

É com entusiasmo e amor ao projeto que se evidencia a satisfação de sentir na empresa um ambiente socialmente responsável, com um grande desejo de combater o preconceito, reconhecer a igualdade essencial entre as pessoas, em busca de uma sociedade mais justa e mais feliz. Na verdade, estar ao lado dessas pessoas, possibilita um aprendizado diário do verdadeiro significado de palavras e sentimentos como:

SOLIDARIEDADE, COMPROMETIMENTO, RESPONSABILIDADE, VALORIZAÇÃO, ALEGRIA E AMOR.

Na verdadeira política de INCLUSÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, elas ensinam para toda empresa que: “SOMOS TODOS IGUAIS”.

Considerações finais

A reflexão sobre o tema da responsabilidade social no varejo é uma discussão extremamente relevante, pois há uma relação direta da empresa de varejo com o consumidor. Além disso, seu papel é complexo, envolvendo cuidar de sua própria imagem, de sua própria marca e das diversas marcas de seus fornecedores.

Considerando que o objetivo do estudo foi verificar o impacto de uma gestão socialmente responsável numa empresa varejista, com a realização da entrevista semiestruturada com profissionais do setor de RH e funcionários PcD's, foi possível obter relevantes resultados, que destacaram o entendimento sobre o que é responsabilidade social na empresa. Foi possível conhecer a estratégia da empresa que contou inicialmente com a atuação do RH, bem como sua atuação na sensibilização e educação acerca do tema.

É interessante ver como nos últimos anos o tema da ética e a discussão de valores e princípios passaram a ser valorizados no âmbito da gestão empresarial. Tanto é que, hoje em dia, uma das primeiras ações de uma empresa é definir claramente quais são os seus valores e princípios, sua missão e sua visão. Essa base comum de valores é um elemento central para a criação de uma cultura organizacional saudável e para que a empresa possa construir relações de qualidade. Dessa forma, o tema da ética é fundamental para a discussão da Responsabilidade Social, visto que ser socialmente responsável não significa somente atuar na comunidade, é um exercício da cidadania e um comportamento que excede o cumprimento de leis trabalhistas e fiscais.

Desta forma, pode-se concluir que os valores pelos quais a organização se pauta coadunam-se com as práticas de responsabilidade social implementada.

A gênese da instituição, a própria missão e a visão contribuem em grande parte para a obtenção destes resultados, tendo em conta que a sua base e a sua ação assentam nos princípios do mutualismo. Falar de mutualismo é logo à partida falar em princípios e práticas socialmente responsáveis.

Relativamente à cultura organizacional está perfeitamente alinhada com os valores da instituição, dado que permite uma forte ligação aos clientes, maior envolvimento com os stakeholders, com a comunidade, assegura uma prática de transparência e sustentabilidade.

Do mesmo modo, pode-se concluir que os valores dos colaboradores estão alinhados com os valores da instituição, existindo uma sincronia entre ambos.

Os resultados permitem concluir que os colaboradores têm conhecimento dos valores, tendo em conta que estão imbuidos nos mesmos princípios humanista e suas verdadeiras ações.

É importante frisar que a responsabilidade social de uma empresa não é transmitida por meio de propaganda. Ela é captada pelo consumidor pelas ações dirigidas aos diversos públicos, pois este é sensível na percepção da consistência entre os valores que se pretende transmitir e suas verdadeiras ações.

De forma a ir ao encontro dos objetivos do presente trabalho, elucidou-se sobre as motivações da adoção de práticas socialmente responsável.

A implementação das medidas socialmente responsável promove vantagens à instituição. A imagem são algumas das vantagens conquistadas, mas, não é apenas a imagem, mas principalmente a sua marca identitária e a construção de uma reputação positiva para os negócios.

Outra vantagem é o sentimento de orgulho e a empatia dos colaboradores que se envolvem na realização destas práticas. A alegria que humaniza o ambiente de trabalho, garantindo a qualidade de vida, salário justo, autonomia, independência financeira, direitos de cidadania e de consumidor.

É indubitável a contribuição das empresas para o crescimento do terceiro setor. Isso tem ocorrido por meio do aumento de investimentos, do incentivo ao trabalho voluntário dos funcionários, da capacitação dos empregados, da incorporação de princípios e valores sociais à missão da empresa, conforme explanado no estudo de caso.

Entretanto, verificou-se que sempre que são implementadas medidas de responsabilidade social, nem sempre os colaboradores se identificam. É necessário que haja o suporte da área de gestão de pessoas para conscientização e educação do tema, um trabalho intenso de sensibilização e integração das ações.

Conclui-se, portanto, que o varejo é um dos principais setores em potencial para o desenvolvimento da Responsabilidade Social.

Espera-se que esse estudo possa contribuir por meio de seus resultados para a transmissão de boas práticas sobre o tema, inspirando outras empresas a realizarem programa de Inclusão.

Limitação do estudo

Uma das principais limitações do estudo prende-se com o reduzido número de entrevistas (cinco) que representa uma pequena parte dos colaboradores, que, de certo modo, limita a possibilidade de apresentar resultados mais elucidativos da realidade da Empresa.

Outra limitação prende-se com a dificuldade na obtenção das respostas, embora a maioria dos entrevistados tenham mostrado receptividade na colaboração do estudo empírico.

Sugestões para investigação futura

Apesar das limitações referidas, pode-se referenciar algumas das linhas de orientação para trabalhos futuros:

- Alargar este estudo a outros colaboradores da empresa, de forma a ampliar o universo da amostra e desta forma efetuar uma comparação dos resultados obtidos.
- Alargar este estudo aos restantes stakeholders da empresa, nomeadamente aos clientes e fornecedores de forma a medir o impacto que as práticas de responsabilidade social desenvolvidas e implementadas têm na sua visão da empresa.

Bibliografia

Aligleri, L. (2008). Gestão estratégica da responsabilidade social em supermercados: uma proposta para o processo de engajamento. In *Congresso Latino Americano de Varejo* (Vol. 1).

Alves, M. A., & Galeão-Silva, L. G. (2004). A crítica da gestão da diversidade nas organizações. *Revista de Administração de Empresas*, 44, 20-29.

Ashley, P. A. (2005). Responsabilidade social empresarial: um modelo genérico para análise e orientação estratégica. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva.

Bauer, M. W. Gaskell, (2002). G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*.

Bond, M. A., & Haynes, M. C. (2014). Workplace diversity: A social–ecological framework and policy implications. *Social Issues and Policy Review*, 8(1), 167-201.

Borger, F. G. (2013). Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial. *Instituto Ethos*, 19.

Cardoso, M. T. (2007). Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. *GESTÃO. Org*, 5(3), 10.

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, 4(4), 497-505.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.

Carvalho-Freitas, M. D., & Marques, A. L. (2006). Construção e validação de instrumentos de avaliação da gestão da diversidade: a inserção no trabalho de pessoas com deficiência. *ENCONTRO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO–EnANPAD. Anais... XXX, Salvador*.

da União, C. C. G. (2009). ETHOS–Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Grupo de Trabalho do Pacto Social Empresarial pela Integridade contra a Corrupção. A Responsabilidade Social das Empresas no Combate à Corrupção. *CGU: Junho*, 33.

Daher, W. D. M. (2006). Responsabilidade Social Corporativa: geração de valor reputacional nas organizações internacionalizadas. *São Paulo: Saint Paul Editora*.

Dicionário, O. L. D. P. (2018). Disponível em:< <https://www.dicio.com.br/>>. Acesso em 2021.

do Brasil, S. F. (1988). Constituição da república federativa do Brasil. *Brasília: Senado*

Federal, Centro Gráfico.

Fernandes, R. C. (1994). Privado porém público: o terceiro setor na América Latina. In *Privado porém público: o terceiro setor na América Latina* (pp. 156-156).

Fleury, M. T. L. (2000). Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 40, 18-25.

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (Vol. 4, p. 175). São Paulo: Atlas.

Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63.

Govatto, A. C. M. (2007). *Propaganda responsável: é o que todo anunciante deve fazer*. Senac.

Hanashiro, D. M. M., & de Carvalho, S. G. (2005). Diversidade cultural: panorama atual e reflexões para a realidade brasileira. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, 11(5), 1-21.

Ioschpe, Evelyn Berg (org.) (1997), 3

Karkotli, G., & Aragão, S. D. (2008). *Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações*. Vozes.

Lênin, V. I. (2011). *O Estado e a Revolução: a doutrina marxista do estado e as tarefas do proletariado na revolução*.

Maccali, N., Kuabara, P. S. S., Takahashi, A. R. W., Roglio, K. D. D., & BOEHS, S. D. T. (2015). As práticas de recursos humanos para a gestão da diversidade: a inclusão de deficientes intelectuais em uma federação pública do Brasil. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 16, 157-187.

Melo Neto, F. P. D., & Froes, C. (1999). Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor. *Rio de janeiro: Qualitymark*, 2.

Moreira, L. B., Onuma, F. M. S., Mafra, F. L. N., Cappelle, M. C. A., & Oliveira, M. D. L. S. (2011). *Percepções acerca das relações de gênero e da divisão sexual do trabalho para pessoas com deficiência*, 163.

Nkomo, S. M., & Cox JR, T. (1999). Diversidade e identidade nas organizações. *Handbook de estudos organizacionais*, 1, 334-360.

Oliveira, J. A. P. D. (2008). Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social.

Oliveira, U. R. D., & Rodriguez, M. V. R. Y. (2004). Gestão da diversidade: além de responsabilidade social, uma estratégia competitiva. *XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP)*, Florianópolis, Brasil, 3833-40.

Peliano, A. M. T. M. (2001). Bondade ou interesse?: como e por que as empresas atuam na área social.

Parente, J. (2004). Responsabilidade social no varejo: conceitos, estratégias e casos no Brasil. *São Paulo: Saraiva*.

Queiroz, A., Cardoso, A. J. G., DE Souza, A. A., Teodosio, A. D. S. D. S., Ventura, E. C. F., Veloso, L. H. M., ... & Alves, A. R. (2017). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. Saraiva Educação SA.

Reis, C. N. D. (2007). A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?. *Revista de Economia Contemporânea*, 11, 279-305.

São Paulo: **Instituto Ethos**, 2003. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/sistemas/ifc/>>. Acesso em: 10 jun. 2011

Schroeder, J. T., & Schroeder, I. (2004). Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. *RAE eletrônica*, 3.

Sicherolli, M. D. B., Medeiros, C. R. D. O., & Valadão Jr, V. M. (2011). Gestão da diversidade nas organizações: uma análise das práticas das melhores empresas para trabalhar no Brasil. *Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho*.

Suzano, J. D. C. C., de Carvalho-Freitas, M. N., Tette, R. P. G., Brighenti, C. R. G., & Vieira-Silva, M. (2016). A percepção dos gestores acerca do desempenho de trabalhadores com diferentes tipos de deficiência. *Interação em Psicologia*, 18(3).

Tachizawa, T. (2000). *Organizações Não Governamentais E Terceiro Setor: Criação de ONGs E Estratégias de Atuação*. Editora Atlas SA.

Tenório, F. G. (2006). A trajetória do programa de estudos em gestão social (PEGS). *Revista de Administração Pública*, 40(6), 1145-1162.

Tenório, O. F. G. (2015). *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática*. Editora FGV.

Triviños, A. N. S. (2009). Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. *Outros números do Informe Rural ETENE: ANO*, 3, 25.

UNIDO – United Nations Industrial Development Organization. Corporet social responsibility: implications for small and médium enterprises in developing countries. Disponível em www.unido.org 2002.

Anexos:

Anexo 1: Declaração de consentimento informado

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

1. O objetivo da presente pesquisa é verificar se no Mundial existe uma política de inclusão e qual o seu impacto interno e externo.
2. Os dados recolhidos neste trabalho serão utilizados, exclusivamente, para fins acadêmicos e científicos;
3. Garante-se que a pesquisa não trará prejuízo na qualidade e condição de vida e trabalho dos participantes. Salienta-se o compromisso com o sigilo, não haverá divulgação personalizada das informações e todos os respondentes permanecerão em total anonimato.
4. Todos os participantes têm a segurança de receber esclarecimentos acerca da pesquisa e a liberdade de retirar o consentimento a qualquer momento.

Eu _____

aceito participar desta pesquisa de forma livre e esclarecida.

Data: *Rio de Janeiro*, ____ de _____ de _____

Rubrica do Participante: _____

Rubrica do Pesquisador: _____

Profa. Dra. Fátima Regina Ney Matos

Professora Auxiliar no Instituto Superior Miguel Torga (ISMT)

Anexo 2: Guião de entrevista semiestruturada

- 1) Para você o que é Responsabilidade Social na Empresa ?
- 2) Considera que os valores da Empresa devem coincidir com as práticas de Responsabilidade Social que ela promove ?
- 3) Tem conhecimento dos projetos de responsabilidade social da empresa?
- 4) Identifica-se com as práticas de responsabilidade social que a empresa promove ?
- 5) Do seu ponto de vista, quais as principais vantagens para a empresa na promoção de práticas de responsabilidade social ?
- 6) Considera que a imagem da Empresa é valorizada com a implementação de práticas de responsabilidade social ?
- 7) Sempre que são implementadas medidas de responsabilidade social, considera que os colaboradores se identificam com elas ?

Valores do Supermercados Mundial

B O M A T E N D I M E N T O
H U M I L D A D E
I N T E G R A Ç Ã O
M E N O R C U S T O D E C O M E R C I A L I Z A Ç Ã O
É T I C A
C I D A D A N I A
R E S P O N S A B I L I D A D E S O C I O A M B I E N T A L