
Responsabilidade Social das Empresas: Estudo da Empregabilidade de Pessoas com Deficiência¹

OZANA RODRIGUES BORITZA

ANDREIA ALEIXO DUARTE

ELAINE IARA DA SILVA SANTOS

Universidade Federal do Rondônia

Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles, Cacoal

Rondônia, Brasil

Resumo

As empresas do setor varejista desempenham papéis importantes no processo de inclusão pela função econômica e social que representam, elas podem criar oportunidade de trabalho e renda e ajudar a combater a discriminação das pessoas que são excluídas. Neste sentido, a pesquisa teve como objetivo analisar como as empresas do setor varejista do município de Cacoal-RO estão se posicionando quanto á questões de responsabilidade social para promover a empregabilidade das pessoas com deficiência.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social. Inclusão Social. Pessoas com Deficiência.

Abstract

This paper aims to analyze how relationship marketing can contribute as a competitive strategy for pharmaceutical companies in the municipality of Cacoal-RO. Data were collected in October 2019. Based on the research conducted with the managers of companies in the pharmaceutical sector, it was noted that companies, even feeling an impact on sales, are not focused on the retention of their customers, believing only in the potential of the products they sell. However, it had been analyzed that companies in the pharmaceutical sector of the municipality of Cacoal-RO, are insipient in the strategies for customer

¹ Relationship Marketing: A Competitive Strategy for Companies in the Pharmaceutical Sector

loyalty, not yet making use of relationship marketing to conduct this process of retention and customer loyalty.

Keywords: Marketing. Relationship marketing. Customers. Competitive Strategy.

INTRODUÇÃO

A responsabilidade social é um conjunto de ações que vem sendo desenvolvidas pelas empresas com o intuito de identificar e minimizar os possíveis impactos negativos resultantes de sua atuação, bem como desenvolver ações para construir uma imagem positiva, fortalecendo as condições favoráveis aos negócios da empresa. Uma das definições de responsabilidade social é a constituição de uma relação ética e transparente da organização com sua cadeia de relações, as quais, também são compostas de grupos de pessoas com seus valores, identidades e interações (NASCIMENTO; LEMOS; MELLO, 2008).

Para Zarpelon (2006) a responsabilidade social é vista pela sociedade, como a postura que a empresa assume diante da sociedade na utilização de fatores de agregação de benefícios para a gestão e para a sociedade, como a geração de empregos, o pagamento de salários dignos e a melhoria na qualidade de vida e de trabalho.

No entanto, cientes da importância do seu papel social, as empresas passaram a revelar-se mais comprometidas com o público-interno da empresa, seus empregados e seus dependentes, ou seja, os beneficiários internos da empresa, sem os quais a organização não consegue sobreviver. Por outro lado, a responsabilidade social empresarial externa busca atuar na sociedade a qual a empresa está inserida, junto a todos os seus públicos externos e, conseqüentemente, a empresa obtém maior visibilidade e assume uma postura ética frente a públicos relevantes para sua atuação (KRAEMER, 2005).

As relações são construídas com o público tanto interno como externo, de forma que possa satisfazer as suas necessidades e interesses, gerando valor para todos, asseguraram a sustentabilidade em longo prazo dos negócios da empresa, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial. Este envolvimento da organização no exercício da responsabilidade

social gera sinergias, precisamente com os públicos dos quais a empresa depende, fortalecendo o seu desempenho no mercado (KRAEMER, 2005).

Neste contexto, as transformações das práticas sociais remetem às políticas de inclusão social e também um novo olhar para a valorização da diversidade humana e o respeito às diferenças. Nessa abordagem discutem-se muitos conceitos, dilemas e práticas enfocados nas minorias culturais, e em especial, nas pessoas com deficiências, com direcionamento para a educação e o trabalho (HANSEL, 2009).

Contudo, a inclusão das pessoas com deficiência é uma forma das empresas demonstrarem que estão preocupadas em dar oportunidade a essas pessoas de poderem atuar no mercado de trabalho e, ao mesmo tempo incluir a diferença dentro da empresa. Exigindo de seus funcionários esforços para que seja um processo de transformação cultural dentro e fora da organização (SCHWART, HABER 2009).

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Nos últimos anos, desenvolver uma cultura da responsabilidade social tornou-se um fator imprescindível de gestão para as empresas que pretendem manter-se competitivas. Para o Instituto Ethos (2006) a responsabilidade social pode ser conceituada como:

[...] 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 compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Zarpelon (2006) ressalta que a responsabilidade social é a responsabilidade assumida diante da sociedade na utilização de fatores de agregação de benefícios para a gestão e para a sociedade, como a geração de empregos, o pagamento de salários dignos e a melhoria na qualidade de vida e de trabalho. Enfatiza ainda, que a responsabilidade social não se confunde com a responsabilidade ambiental, uma vez que a social tem o foco nas pessoas e a ambiental possui foco na ecologia e na preservação natural.

Para a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) NBR 16001:2012 a responsabilidade social ocorre por meio de um comportamento ético e transparente, tais como:

- a) Contribuições para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e bem-estar da sociedade;
- b) Levar em consideração as expectativas das partes interessadas;
- c) Estar em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas internacionais de comportamento;
- d) Estar integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações.

Assim, a responsabilidade social empresarial estabelece uma relação ética e transparente com toda a cadeia de relações entre as empresas. Uma empresa socialmente responsável sobressai-se as obrigações legais, investindo no capital humano, nas relações com o meio ambiente e com os *stakeholders* (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANKAS, 2009). O conceito de responsabilidade social se assemelha muito com o de investimento social privado, mas existem diferenças entre a responsabilidade social, o investimento social privado e ação social. A principal diferença é que o foco da responsabilidade social é em todos os públicos de interesse da empresa, a preocupação pode estar em transmitir valores aos clientes e consumidores, aos fornecedores, enfim com todos os *stakeholders*, conforme pode ser observado na figura 1 (GELMAN; PARENTE 2008).

Figura 1: Diferença entre conceitos: Responsabilidade Social x Investimento Social Privado x Ação Social



Fonte: Adaptado pela autora Baseada em Gelman; Parente (2008).

Parente et al (2006) acrescenta ainda, que a estratégia de responsabilidade social representa a conscientização e o compromisso das empresas em prestar contas à sociedade para demonstrar que não somente são equipamentos de produção de riquezas, mas que através de ações podem diminuir os impactos causados na sociedade.

Neste contexto, a estratégia de responsabilidade social vem fortalecendo empresas e se tornando um diferencial competitivo, onde muitos clientes valorizam empresas que não pensam só no lucro, mas possuem uma postura social responsável. É também, uma forma de agregar valor às suas atividades gerando ações que transformam a realidade social da comunidade que estão inseridas (PARENTE et al 2006).

Para Gelman e Parente (2008) o significado de responsabilidade social empresarial pode ser analisado separadamente, como citado abaixo:

- a) **Forma de gestão** que é uma gestão de negócios que envolve a empresa de maneira abrangente, onde as ações da empresa não se limitam apenas em ações em prol da comunidade.
- b) **Relação ética e transparente da empresa com todos os públicos** que influenciam e podem ser influenciados pela empresa.
- c) **Estabelecimento de metas empresariais** para medir os resultados e avaliar se as metas foram alcançadas.
- d) **Desenvolvimento sustentável da sociedade**, onde os resultados devem ser financeiros e econômicos, do impacto da empresa na sociedade e no meio ambiente no longo prazo.

A responsabilidade social empresarial precisa ser vista como uma forma de gestão criativa e inovadora; e incorporar a gestão social deve ser um processo contínuo, onde as empresas estimulam suas atividades administrando seus impactos para alcançar resultados e garantir sua sobrevivência. Esse processo se estende da fabricação, a comercialização feita pelos varejistas até a decisão de compra consciente do consumidor que privilegia empresas que possuem práticas socialmente responsáveis (PARENTE et al 2006).

Contudo, quando a empresa apresenta um comportamento socialmente responsável pode gerar custos, que às vezes são vistos como ponto desfavorável a adoção da responsabilidade social. Mas, se as empresas cumprirem o seu papel social melhora sua imagem pública

influenciando os rumos da sociedade para caminhos que contemplem melhores condições de vida, bem-estar coletivo, qualidade de vida e sustentabilidade do planeta (REIS; MEDEIROS 2007).

Dentro desta perspectiva, outro agente para disseminação de práticas socialmente responsável é o varejo, principalmente pela vinculação com consumidores, varejistas e a comunidade em geral. A relação do varejo com seu público de interesse, *stakeholders*, reforça sua posição de agente de transformação social (MACEDO, 2005).

O PAPEL DAS EMPRESAS DO SETOR VAREJISTA NA DIFUSÃO DOS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O varejo pode ser definido como o processo de venda de produtos e serviços na função de atender as necessidades de um consumidor. Ou seja, é a venda de produtos e serviços diretamente ao consumidor final podendo ser realizadas em uma loja, pelo telefone, e até mesmo pela internet (PARENTE, 2000).

O varejo consiste na atividade comercial responsável por providenciar mercadorias e serviços desejados pelos consumidores, é o processo de compra de produtos em grande quantidade dos produtores atacadistas e outros fornecedores e posterior venda em quantidades menores ao consumidor final (GOUVEIA, 2011).

O benefício do comércio varejista é que os consumidores finais podem adquirir somente a quantidade que necessitam para aquele momento com amplas opções de marca e preços (MENDES, 2012). No entanto, o varejo possui alguns públicos de interesse (*stakeholders*) que são formados por vários grupos, conforme pode ser observado na figura 2.



Fonte: Adaptado pela autora baseada em Gelman; Parente (2006).

Gelman e Parente (2008) acrescentam que o varejo socialmente responsável é aquele que sustenta um relacionamento ético não apenas com alguns grupos, mas com todos os seus *stakeholders*, tais como:

- a) **Proprietários e acionistas:** a quem a empresa deve exercer um papel responsável no tocante a seus acionistas, que devem receber um retorno justo e adequado ao capital que investiram e confiaram aos dirigentes do negócio.
- b) **Funcionários:** são de especial relevância para o varejo, uma vez que o modo como a empresa trata seus empregados é o principal indicador utilizado pelos consumidores na categorização de uma empresa.
- c) **Meio ambiente:** em uma sociedade cada vez mais consciente da escassez de recursos naturais, a proteção ao meio ambiente passa a ser objeto de atenção das empresas varejistas com posicionamento socialmente responsável.
- d) **Consumidores:** A satisfação dos consumidores constitui um elemento fundamental para todos os empreendimentos e, sobretudo, para o varejo. A postura socialmente responsável da empresa varejista, deve se preocupar em satisfazer às necessidades de consumo do cliente com determinados produtos ou serviços, e também preservar o bem-estar do indivíduo, do meio ambiente e da sociedade.
- e) **Comunidade:** grupo de pessoas que reside ao entorno em razão de sua capilaridade e frequência de interações com os clientes, o varejo apresenta um alto grau de exposição na comunidade em que está inserido.
- f) **Fornecedores:** desenvolvem atividades de vendas ou comercialização de produtos e serviços. E no esforço por estender sua atuação social a outros elos da cadeia produtiva, o varejo pode ainda contribuir com ações de responsabilidade social perante os fornecedores.

Para Braga, Costa e Merlo (2006) além de atuar como intermediário e ter a função de comercializar produtos e serviços, oferecendo variedade aos consumidores o setor varejista tem a importante missão de agregar valor aos produtos e serviços que comercializa, mesmo que seja nos pequenos detalhes.

O varejo é caracterizado pelo contato direto com o dia-a-dia com os *stakeholders*, por essa razão proporciona uma maior sensibilidade

quanto aos anseios da comunidade. Em todos os lugares existem comércios que vendem bens ou serviços ao consumidor final e tem uma união estreita com a região e o costume local (MACEDO, 2005). Devido essa relação próxima com o consumidor, o setor varejista conhece de perto as demandas do mercado e tende a fornecer respostas mais rápidas que as indústrias em questões sociais (PRESTUPA, 2008).

Parente (2006) destaca alguns fatores que determinam a vocação do varejo para responsabilidade social, tais como:

- a) A proximidade com o consumidor final, tornando o varejo um poderoso agente de transformação e disseminação de valores para a comunidade.
- b) O varejo é capaz de operar como intenso agente modificador em toda a cadeia de valor podendo exercer um papel estratégico na implementação de ações, projetos e programas sociais.
- c) Outro ponto que colabora com a prática social é que a rede varejista está espalhada por todas as regiões do país, facilitando a vida dos moradores e exercendo funções sociais.

As empresas varejistas por atuarem nas comunidades onde estão inseridas exercem um papel fundamental na revolução do consumo, essa importância vai além das vendas e da comercialização, eles demonstram a cidadania e o compromisso com a responsabilidade social. Isso se deve a preocupação dos varejistas com a tendência de consumidores menos tolerantes, que exigem produtos e serviços com boa qualidade e desejam que as empresas tenham padrões mais humanos, que prezem o meio ambiente e tenham responsabilidade social (GELMAM; PARENTE, 2008).

Herculano (2004) aponta que a responsabilidade social pode ser exercida na realização de projetos sociais; contratação da minoria da sociedade como as pessoas com deficiências; cultura organizacional no sentido social; retorno à sociedade esquecida, dentre outros. E quando as empresas tem a preocupação com esses fatores se destacam das outras empresas.

METODOLOGIA

Esta seção trata dos procedimentos metodológicos que foram adotados para a realização da pesquisa. Quanto ao método, a pesquisa se configura como dedutiva. Medeiros (2011) afirma que o método

dedutivo parte do geral para o particular, de enunciados gerais dispostos em ordem, para chegar a uma conclusão particular.

Quanto aos objetivos tratou-se de um estudo exploratório-descritivo. A pesquisa exploratória serve para estudar temas ou problemas pouco ou ainda não discutidos. Já a pesquisa descritiva busca especificar as propriedades, as características, o perfil das pessoas, objetos ou qualquer fenômeno que possa se submeter a uma análise. (SAMPLERI, et al 2013).

Quanto aos procedimentos, a pesquisa se classifica como bibliográfica que procura explicar um problema, buscando informações a partir de referências teóricas oriundas de estudos, pesquisas, publicações anteriores, levantamento e análise de livros e documentos sobre o tema da pesquisa (RUIZ, 2002).

RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS NA INSERÇÃO PROFISSIONAL DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

As empresas desempenham papéis importantes no processo de inclusão pela função econômica e social que representam, elas podem criar oportunidade de trabalho e renda e ajudar a combater a discriminação das pessoas que são excluídas (BAHIA; SCHOMMER, 2011).

Incluir pessoas com deficiência faz parte do compromisso ético das empresas de promover a diversidade, diminuir as desigualdades sociais, e respeitar as diferenças. As empresas podem dar a oportunidade de emprego, manter, e promover as pessoas com deficiências, e também se juntar com seus parceiros e incentivar uma cultura com comportamentos inclusivos (ETHOS, 2002).

Por concentrar muito poder econômico e político as empresas estão sendo pressionadas a se envolverem em questões sociais, que promovam o bem comum. Elas desempenham um papel importante nas práticas de combate à discriminação e ao preconceito, que pode ser exercido através da inserção profissional de pessoas com deficiência no ambiente de trabalho. E com o poder que exercem elas podem se mobilizar e direcionar recursos para influenciar comportamentos da sociedade em que atua (BAHIA; SCHOMMER, 2009).

O artigo 93 da lei Federal nº 8.213/1991, ao qual dispõe sobre os planos de benefícios da previdência social e da habilitação e da reabilitação profissional entre outros, diz que a empresa com 100 (cem)

ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

I	até 200 empregados.....	2%
II	de 201 a 500.....	3%
III	de 501 a 1.000.....	4%
IV	de 1.001 em diante.....	5%

Neste contexto, as empresas encontram grandes dificuldades para inserir pessoas com deficiência, pois essa contratação não é tão simples, pois exigem que as pessoas com deficiência possuam certas experiências profissionais, que muitas vezes não possuem. Sendo que muitas vezes a empresa contrata o funcionário para que ele adquira internamente as habilidades, a postura de trabalho e os conhecimentos exigidos para o cargo a ser exercido (RIBEIRO, 2012).

Para Carvalho-Freitas; Marques (2007) as empresas têm se deparado com a necessidade de administrar a inserção e adaptação das pessoas com deficiência no quadro de pessoal. Para auxiliar nesse processo de inserção é importante saber como as pessoas que trabalham na empresa enxergam as pessoas com deficiência isso pode ajudar numa melhor gestão da diversidade dentro da empresa.

Assim, o artigo 3º do decreto 3.298/1999 regulamentado pela Lei 7.853/1989 que dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência, consolida as normas de proteção, e dá outras providências, conforme pode ser observado na tabela 1.

Tabela 1: Conceito de deficiência, deficiência permanente e incapacidade.

I	Deficiência	Toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função psicológica, fisiológica ou anatômica que gere incapacidade para o desempenho de atividade, dentro do padrão considerado normal para o ser humano.
II	Deficiência permanente	Aquela que ocorreu ou se estabilizou durante um período de tempo suficiente para não permitir recuperação ou ter probabilidade de que se altere, apesar de novos tratamentos.
III	Incapacidade	Uma redução efetiva e acentuada da capacidade de integração social, com necessidade de equipamentos, adaptações, meios ou recursos especiais para que a pessoa portadora de deficiência possa receber ou transmitir informações necessárias ao seu bem-estar pessoal e ao desempenho de função ou atividade a ser exercida.

Fonte: Lei 7.853 (1989).

Para Gonçalves (2011) as empresas devem conciliar o dever legal de contratar pessoas com deficiência, com a promoção da função social da empresa. Elas devem adequar os interesses, e as atividades das empresas com os interesses da sociedade. Pois, contratar pessoas com deficiência é trazer a diferença para dentro da empresa, combate o preconceito e deve ser adotada como valor e prática nos negócios. A diversidade evidencia os valores de partilha, e a vida longa nos negócios está diretamente ligada à criação de um modelo sustentável a toda sociedade (ETHOS 2002).

Para a Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência - SNPD (2014) existem muitas pessoas com deficiências disponíveis no mercado de trabalho, que possuem qualificações cabe às empresas encontrá-las, e assim que contratados capacitar os profissionais com deficiência para aumentar a produtividade nas áreas específicas de atividades.

Ribeiro (2012) afirma que o compromisso de gastar tempo e recursos para qualificar os trabalhadores com deficiência fazendo com que eles realizem suas funções é da iniciativa privada. E que as pessoas com deficiências não são preparadas para atuarem no mercado de trabalho, são somente captados e lançados nas empresas para realizar suas funções.

Para que a interação social da pessoa com deficiência seja efetiva as empresas, além da oportunidade de emprego precisam dar condições para que a inclusão seja produtiva. Prezando por práticas que promovam a redução da desigualdade, e incentivando a sociedade a ser mais justa (GONÇALVES, 2011).

EMPREGABILIDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Segundo o senso do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010) no Brasil existem 45.606.048 pessoas com algum tipo de deficiência, representando 23,9% da população brasileira. Entre as deficiências investigadas estão: deficiência auditiva, visual, motora, intelectual e mental.

No entanto, a SNPD afirma que não se pode dizer que a lei cotas não é cumprida pela falta de profissionais com deficiências disponíveis no mercado de trabalho, pois no censo do IBGE (2010) mostra que entre

as pessoas com deficiência em idade ativa, 23,7 milhões não estavam ocupadas (SNPD 2014).

Para Santos (2008. p. 12) as limitações apresentadas pelas deficiências mais graves como as mais leves exigem que o Estado tome iniciativas como “políticas de inclusão no mercado de trabalho, ações de inclusão na educação ou políticas de assistência social” que insiram as pessoas com deficiências no meio social e que as protejam.

O artigo 2º alínea III da Lei Federal 7.853, de 24 de outubro de 1989, (BRASIL 1989) regulamentada pelo Decreto 3.298, de 20 de dezembro de 1999 assegura a pessoa com deficiência na área da formação profissional e do trabalho:

- a) o apoio governamental à formação profissional, e a garantia de acesso aos serviços concernentes, inclusive aos cursos regulares voltados à formação profissional;
- b) o empenho do Poder Público quanto ao surgimento e à manutenção de empregos, inclusive de tempo parcial, destinados às pessoas portadoras de deficiência que não tenham acesso aos empregos comuns;
- c) a promoção de ações eficazes que propiciem a inserção, nos setores públicos e privado, de pessoas portadoras de deficiência;
- d) a adoção de legislação específica que discipline a reserva de mercado de trabalho, em favor das pessoas portadoras de deficiência, nas entidades da Administração Pública e do setor privado, e que regulamente a organização de oficinas e congêneres integradas ao mercado de trabalho, e a situação, nelas, das pessoas portadoras de deficiência.

A lei nº 8.213/1991 constitui um avanço para inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho. Mas essa inclusão é excludente, por não fazer exigências quanto ao tipo de deficiência para preenchimento das vagas reservadas a cotas, faz com que as empresas em geral selecionam os portadores que acham mais convenientes (RIBEIRO; CARNEIRO 2009).

Para Hansel (2009) o que dificulta a inserção de pessoas com deficiências é a forma com que os empresários os caracterizam, como pessoas incapazes e sem experiências. As empresas que contratam apenas para cumprir a lei de cotas, não se preocupam em preparar o ambiente onde o deficiente pode atuar.

As pessoas com deficiência podem encontrar dificuldades para se adaptar ao ambiente (FEBRABAN, 2006). É preciso que as empresas invistam em equipamentos e façam adequações que possam melhorar o desempenho e facilitar a adaptação (ETHOS, 2002).

Os deficientes auditivos, visuais e físicos, enfrentam algumas dificuldades no ambiente de trabalho, mas as empresas podem fazer algumas adequações para melhorar a inserção e o desempenho no ambiente de trabalho, conforme mostra a tabela 2 (FEBRABAN 2002).

Tabela 2: Principais dificuldades encontradas pelos deficientes auditivos, visuais e físicos, e as adequações que podem ser feitas no ambiente de trabalho.

Tipo de deficiência	Principais Dificuldades	Melhorias a serem feitas
Auditiva	Comunicação.	Comunicação adequada com a empresa, e pessoas com quem terá que se relacionar.
Visual	Orientação e acesso tecnológico.	Tecnologia compatível.
Física	Locomoção.	Acessibilidade e facilidades como rampas, elevadores, e banheiros acessíveis.

Fonte: Adaptado pela autora baseada em Febraban (2006).

Segundo o Instituto Ethos (2002) existem algumas vantagens cumulativas, no que se refere a contratação de pessoas com deficiências, tais como:

- a) O desempenho e a produção das pessoas com deficiência, que muitas vezes supera as expectativas do início do contrato.
- b) O desempenho da empresa que mantém empregados portadores de deficiência em geral é impulsionado pelo clima organizacional positivo.
- c) Os ganhos de imagem tendem a fixar-se á longo prazo.
- d) Os impactos positivos de empregar pessoas com deficiência refletem-se sobre a motivação dos outros funcionários.
- e) Os empregados portadores de deficiência ajudam a empresa a ter acesso a um mercado significativo de consumidores com as mesmas características, seus familiares e amigos.

- f) O ambiente de trabalho fica mais humanizado, diminuindo a concorrência selvagem e estimulando a busca da competência profissional.

A contratação de pessoas com deficiência deve ser vista como qualquer outra contratação, eis que se esperam do trabalhador, em quaisquer condições, profissionalismo, dedicação e assiduidade; enfim, atributos ínsitos a qualquer empregado. Não se quer assistencialismo, e sim oportunidades e acessos (RIBEIRO, 2012).

A inclusão da pessoa com deficiência no ambiente de trabalho é um processo onde devem ser levadas em conta as dificuldades que as pessoas terão no relacionamento. A empresa precisa orientar e preparar os funcionários para receber as pessoas com deficiências, que é uma das medidas fundamentais para que se ocorra realmente à inclusão, permitir que o deficiente conviva com os demais funcionários (ETHOS, 2002).

Incluir pessoas com deficiência no mercado de trabalho não ser deve ver vista apenas como cumprimento da lei de cotas, o foco deve estar na dignidade da pessoa humana, oferecer a pessoa com deficiência às mesmas oportunidades, dentro de suas condições pessoais, dadas a quem não possui deficiência (LARAIA, 2009).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A responsabilidade social é o conjunto de ações onde as empresas demonstram a seus clientes que estão conscientes de seu papel social, por meio dessas ações de responsabilidade social minimizam os impactos causados por sua atuação, transformando o ambiente da empresa, deixando-o mais humanizado, podendo também agregar valor a imagem da empresa.

Incluir pessoas com deficiência no ambiente da empresa além de se adequar a Lei 8.213/91, conhecida como lei de cotas, demonstra que a empresa está preocupada em trazer a diferença para dentro da empresa, e as ações que devem ser desenvolvidas para que a pessoas com deficiência possam desenvolver-se na empresa são ações que demonstram que a empresa tem responsabilidade social.

Um caminho alternativo para a mudança do quadro atual refere-se a maior qualificação destes PcD. Pois, uma das objeções que as empresas alegaram na contratação da PcD foi a falta de qualificação,

porém a dificuldade que as PcD enfrentam para frequentar escolas, universidades, e cursos de qualificação, devido as limitações arquitetônicas que sofrem podem ser consideradas como um empecilho para que se qualifiquem. Como a inclusão é um caminho sem volta, cabe as empresas dar treinamento para qualificar o funcionário PcD para melhor se desenvolver na empresa.

REFERÊNCIAS

1. ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT NBR 16001:2004 [2004] . Responsabilidade social ± Sistema da gestão - Requisitos. Disponível em <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_20.pdf> Acesso 15 de Jul. de 2015.
2. ALIGLERI, Lilian; ALIGLERI, Luis Antônio; KRUGLIANSKAS, Isak. **Gestão socioambiental: responsabilidade e sustentabilidade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.
3. BAHIA, Melissa Santos; SCHOMMER, Paula Chies. **Inserção Profissional de Pessoas com Deficiência: Aprendendo com as Práticas Cotidianas de uma Experiência Empresarial**. XXXIII Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. São Paulo: EnANPAD, 2009. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR2312.pdf>> Acesso em: 14 de Abr. de 2015.
4. _____. **Inserção Profissional de Pessoas com Deficiência em uma Experiência no Brasil e outra em Portugal: Desafios Comuns, Caminhos Diferentes**. Pesquisas e Práticas Psicossociais 6(1), São João Del-Rei, janeiro/julho 2011. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/porta12-repositorio/File/revistalapi/volume6_n1/Bahia_%26_Schommer.pdf> Acesso em: 17 de Jul. de 2015
5. BRAGA JUNIOR, Sergio Silva; COSTA, Priscila Rezende da; MERLO, Edgard Monforte. **Logística reversa como alternativa de ganho para o varejo: um estudo de caso em um supermercado de médio porte**. Anais do IX Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais. SIMPOI 2006 – FGR EAESP. Disponível em: <http://varejosustentavel.com.br/painel/dbarquivos/dbanexos/1_logsticareversacomalternativadeganhohoparaovarejop.pdf> Acesso em 04 de Abril de 2015.
6. BRASIL. Lei nº 7.853, de 24 de outubro de 1989. Dispõe sobre o apoio às pessoas portadoras de deficiência, sua integração social, sobre a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7853.htm> Acesso em 24 de Maio de 2015.

7. _____. Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18213cons.htm> Acesso em 25 de Nov. de 2014.
8. CARVALHO-FREITAS Maria Nivalda de, MARQUES Antônio Luiz. **A diversidade através da história: a inserção no trabalho de pessoas com deficiência.** O&S - v.14 - n.41 - Abril/Junho - 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v14n41/03.pdf>>. Acesso em 27 de Abr. de 2015.
9. ETHOS, Instituto. **Responsabilidade Social Empresarial nos Processos Gerenciais e nas Cadeias de Valor.** São Paulo: Instituto Ethos, 2006. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-nos-processos-gerenciais-e-nas-cadeias-de-valor-junho2006/#.VRQk2vnF9qU>> Acesso em 26 de Março de 2015.
10. _____. **O que as Empresas podem fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência.** Coord. Marta Gil. - São Paulo: Instituto Ethos, 2002. ISBN 85-88046-04-0. Disponível em <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Institucional/BNDES Transparente/Pro-equidade de genero/inclusao das pessoas com deficiencia.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Institucional/BNDES%20Transparente/Pro-equidade%20de%20genero/inclusao%20das%20pessoas%20com%20deficiencia.pdf)> Acesso em 23 de Abril de 2014.
11. FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos. **População com deficiência no Brasil – fatos e percepções.** São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.febraban.org.br/Arquivo/Cartilha/Livro Popula%20ao Deficiencia a Brasil.pdf](http://www.febraban.org.br/Arquivo/Cartilha/Livro_Popula%20ao%20Deficiencia_a_Brasil.pdf)>. Acesso em 17 de Março 2015.
12. GELMAN, Jacob Jacques; PARENTE, Juracy. **Varejo socialmente responsável.** Porto Alegre: Bookman, 2008.
13. GONÇALVES, Brenda Gerken Almada de Abreu. **O papel da empresa na inclusão das pessoas com deficiência.** Dissertação (Mestrado) Faculdade de Direito Milton Campos, Nova Lima, 2011. Disponível em <<http://www.mcampos.br/posgraduacao/mestrado/dissertacoes/2011/brendagerkenalmadadeabreugoncalvesopapelempresainclusaoapessoascomdeficiencia.pdf>>. Acesso em 27 de Abr. de 2015.
14. GOUVEIA, Fágner Sousa et al. **O marketing e sua importância para o varejo.** Revista científica do Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos -ITPAC. ISSN 1983-6708. Vol. 4. Número 1. Janeiro de 2011. Disponível em: <<http://www.itpac.br/arquivos/Revista/41/4.pdf>> Acesso em: 06 de Abr. de 2015.
15. HANSEL, Tânia Dubou. **A empregabilidade de pessoas com deficiências: possibilidades e limitações.** Cuiabá – MT. Out. 2009. Disponível em <http://bento.ifrs.edu.br/site/midias/arquivos/201007111045971tania_dubou.pdf> Acesso em 27 de Nov. 2014.
16. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo demográfico 2010.** Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=ro&tema=censodemog2010_defic> Acesso em 14 de Nov. de 2014.
17. KRAEMER, **Maria Elisabeth Pereira** Responsabilidade Social Corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. **RCADM**, ISSN: **1677-7387**, **2005.** Disponível em:<

- <http://189.16.45.2/ojs/index.php/recadm/article/view/404>> Acesso em: 17 de Jun. de 2015.
18. LARAILA, Maria Ivone Fortunato. **A pessoa com deficiência e o direito ao trabalho**. 2009.197p. Dissertação (Mestrado em direito) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp121701.pdf>> Acesso em 14 de Nov. de 2014.
 20. MACEDO, Luiz Carlos de. **A Prática da Responsabilidade Social no Setor Varejista Brasileiro**. Monografia (Especialização Gestão de Iniciativas Sociais) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/monografias/tcc_luizmacedo.pdf> Acesso em 30 de Mar. de 2015.
 21. MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.
 22. MENDES, Flávia. **Sustentabilidade no varejo**. Dissertação. Universidade de São Paulo, Programa de Pós Graduação, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://cev.fgv.br/teses-dissertacoes>>. Acesso em: 15 jun. 2015.
 23. NASCIMENTO, Luiz Felipe; LEMOS, Ângela Denise da Cunha; MELLO, Maria Celina Abreu de. **Gestão socioambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
 24. PARENTE, Juracy Gomes et al. **Varejo e Responsabilidade Social: visão estratégica e praticas no Brasil**. 1 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
 25. _____. **Responsabilidade Social no Varejo: conceitos, estratégias e casos no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2000.
 26. PRESTUPA, Adriana Nunes Lacerda. **Análise da Gestão Socioambiental: Estudo de caso no varejo supermercadista**. Dissertação. Faculdade Novo Horizonte, Mestrado Acadêmico em Administração. Belo Horizonte, 2008. Disponível em: <http://www.unihorizontes.br/banco_dissertacoes/150620091725507833.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2015.
 28. REIS, Carlos Nelson dos. MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. São Paulo: Atlas 2007.
 29. RIBEIRO, Tatiana Salim. **A inclusão das pessoas com deficiência no mercado de trabalho e a ineficácia da aplicação da lei de cotas nas empresas privadas**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XV, n. 101, jun 2012. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11835>. Acesso 20 de Nov. 2014
 30. RIBEIRO, Marco Antônio; CARNEIRO, Ricardo. **A inclusão indesejada: as empresas brasileiras face à lei de cotas para pessoas com deficiência no mercado de trabalho**. *On-line version* ISSN 1984-9230 Organ. Soc. vol.16 n.º.50 Salvador Jul/Set. 2009. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/osoc/v16n50/08.pdf>> Acesso 26 de Nov. de 2014.
 31. RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

32. SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
33. SCHWARZ, Andrea; HABER, Jaques. **Cotas: como vencer os desafios da contratação de pessoas com deficiência**. São Paulo: i.Social, 2009. 270p. Disponível em: http://www.isocial.com.br/download/contratacaodedeficientes_livro_cotas.pdf > Acesso em 30 de maio de 2015.
34. SNPD - Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência. **O Mercado de Trabalho para as Pessoas com Deficiência**. 2014. Disponível em <<http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/node/767>> Acesso em 27 de Nov. de 2014.
35. ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e responsabilidade social: NBR 16001/AS 8.000: implantação e pratica**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.