



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL VOLTADAS AO PÚBLICO INTERNO: UM
LEVANTAMENTO EM UM CALL CENTER**

TATIANE RAYANE DA SILVA

CAMPINA GRANDE – PB
2016

TATIANE RAYANE DA SILVA

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
VOLTADAS AO PÚBLICO INTERNO: UM LEVANTAMENTO EM UM
CALL CENTER**

Relatório de Estágio Supervisionado do curso de
Bacharelado em Administração da Universidade
Federal de Campina Grande - PB.

Orientadora: **Prof.^a Verônica Macário de
Oliveira, Dra**

CAMPINA GRANDE – PB
2016

COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

Tatiane Rayane da Silva
Aluno

Verônica Macário de Oliveira, Dra.
Professora Orientadora

Victor Vidal, MSc.
Coordenador de Estágio Supervisionado

CAMPINA GRANDE – PB

2016

TATIANE RAYANE DA SILVA

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL
VOLTADAS AO PÚBLICO INTERNO: UM LEVANTAMENTO EM UM
CALL CENTER**

Relatório de Estágio Aprovado em ___/___/___

Verônica Macário de Oliveira, Dra.
Professora Orientadora

Luciene Alencar Firmo, MSc.
Examinadora

Marielza Barbosa Alves, MSc.
Examinadora

CAMPINA GRANDE-PB
2016

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço ao Senhor Deus por ter me concedido tantas bênçãos ao longo dessa caminhada, por ter sido minha fortaleza e ouvinte nos momentos de conquista, assim como, nos momentos difíceis. Aos meus pais, Lúcia e João, por serem exemplo em minha vida de perseverança, paciência e união. Aos meus irmãos, Léo e Wallison por sempre me apoiarem nas decisões e por sempre estarem dispostos a contribuir nos momentos mais difíceis que passei longe de casa.

Agradeço a minha cunhada, Marta, que foi peça fundamental para a concretização do meu sonho em realizar a graduação e também à minha amiga, Maria Alice, por sempre estar disposta a me ajudar independentemente da situação. Às minhas primas, Joyce e Yane, e toda a família que sempre me apoiaram em todos os momentos.

Agradeço aos meus amigos que a UFCG e o curso de ADM colocaram em minha vida, pois todos contribuíram de alguma forma para que esse sonho se tornasse realidade. Em especial, agradeço à Tayze Araújo que foi quem esteve presente nesses últimos meses de graduação e me ajudou a superar todos os obstáculos que apareceram durante esse tempo, me proporcionando as melhores conversas e risadas durante toda essa jornada.

À todas (os) as (os) Companheiras (os) de curso. Não consigo imaginar a graduação sem a presença daqueles que eu sempre pude confiar. E por fim, a Verônica Macário, por ter aceitado ser minha orientadora e, ter compartilhado toda sua sabedoria em minha monografia.

“Tudo tem seu tempo determinado, e há tempo para todo o propósito debaixo do céu”. – Eclesiastes 3:1

RESUMO

A Responsabilidade Social Empresarial é um tema que vem crescendo cada vez mais no meio socioeconômico pressionando assim as empresas a buscarem uma nova forma de gestão que considere os impactos que suas atividades geram no em seu ambiente interno e externo. Dentro desse contexto o presente estudo teve como objetivo identificar as ocorrências de práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa *Alfa Call Center*, com base nos indicadores Ethos (2013), a partir da percepção dos supervisores do setor tático. A pesquisa caracteriza-se como um levantamento de natureza descritiva. As técnicas de coleta de dados utilizadas foram: observação direta, pesquisa documental e aplicação de questionário. A análise dos resultados foi desenvolvida a partir da abordagem quantitativa. Os resultados mostram que as práticas desenvolvidas pela empresa estudada na dimensão Diálogo e Participação são parcialmente satisfatórias na percepção dos colaboradores investigados. No entanto, nas dimensões Respeito ao Indivíduo e Trabalho Decente, as práticas de responsabilidade social empresarial precisam ser melhoradas consideravelmente. Verificou-se ainda de acordo com a visão dos respondentes que uma das características positiva da empresa é que a possibilidade de ser a porta de entrada para as pessoas que buscam a oportunidade do primeiro emprego e também a valorização seus colaboradores independentemente de gênero.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Desempenho Socialmente Responsável; Público Interno.

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility is a topic that is growing increasingly in the socioeconomic environment so pressing companies to seek a new form of management that considers the impacts that their activities generate on in its internal and external environment. Within this context the present study aimed to identify occurrences of focused CSR practices to the Public Internal the company Alfa Call Center based on Ethos indicators (2013), from the perception of supervisors tactical sector. The research is characterized as a survey of a descriptive nature. The used data collection techniques were: direct observation, document research and questionnaire. The analysis was developed from the quantitative approach. The results show that the practices developed by the company studied the Dialogue and Participation dimension are partially satisfactory in the perception of the investigated employees. However, the dimensions Respect for individuals and Employment Decent, the corporate social responsibility practices need to be improved considerably. It was also according to the view of respondents that one of the positive characteristics of the company is that the possibility of being the gateway for people seeking the opportunity for their first job and also valuing its employees regardless of gender.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Performance Socially Responsible; Internal Public.*

LISTA DE QUADROS

Quadro 1:Indicadores Ethos da Dimensão Diálogo e Participação	22
Quadro 2: Indicadores Ethos da Dimensão Respeito ao Indivíduo.....	22
Quadro 3:Indicadores Ethos da Dimensão Trabalho Decente.....	23

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Classificação final das práticas de RSE voltadas ao público interno da empresa	
Alfa Call Center	56

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Perfil do Público Interno.....	31
Tabela 2: Dimensão Diálogo e Participação.....	32
Tabela 3: Respeito ao Indivíduo.....	34
Tabela 4: Trabalho Decente.....	40

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
1.1. OBJETIVOS.....	14
1.1.1 Objetivo Geral.....	14
1.1.2 Objetivos Específicos.....	14
1.2 JUSTIFICATIVA.....	15
1.3 ESTRUTURA.....	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	17
2.1 CONCEITO ORIGEM E EVOLUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	17
2.1.1 A Responsabilidade Social no Brasil.....	18
2.2 INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	19
2.2.1 Indicadores Ethos.....	20
2.2.2 Indicadores Ethos de RSE para o Público Interno.....	21
2.3 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE TELEMARKETING.....	25
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	27
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	27
3.2 UNIDADE DE ANÁLISE E AMOSTRA DA PESQUISA.....	27
3.3 COLETA DE DADOS.....	28
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS.....	28
4 RESULTADOS.....	30
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA ALFA CALL CENTER.....	30
4.2 PERFIL DOS INVESTIGADOS.....	30
4.3 OCORRÊNCIAS DAS PRÁTICAS DE RSE VOLTADAS AO PÚBLICO INTERNO.....	32
4.3.1 Dimensão Diálogo e Participação.....	32
4.3.2 Dimensão Respeito ao Indivíduo.....	34
4.3.3 Dimensão Trabalho Decente	40
4.3.4 Classificação final das ocorrências das práticas de RSE na empresa Alfa Call center.....	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS.....	48
APÊNDICES	50
APÊNDICE A.....	50
ANEXO B.....	55

ANEXO C.....	56
--------------	----

1 INTRODUÇÃO

As transformações ocorridas no meio socioeconômico estão pressionando as empresas a buscarem uma nova forma de gestão que considere os impactos que suas atividades geram em seu ambiente interno e externo. A adoção de comportamentos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é uma das alternativas capazes de diminuir os impactos negativos que as práticas empresariais causam na sociedade e no meio ambiente. Além disto, a RSE também é considerada como uma forma da empresa manter um bom relacionamento com todas as partes interessadas, isto é, os seus *stakeholders*, o que pode beneficiar a imagem de sua marca e aumentar a sua capacidade competitiva no mercado.

Ashley et al (2002, p. 6) define a Responsabilidade Social Empresarial como “a obrigação da empresa de adotar orientações e tomar decisões a partir de ações que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade”. Ressalta-se ainda que para serem socialmente responsáveis, as empresas precisam se comprometer em atender seus diversos públicos de forma ética e transparente levando em consideração a importância que tem cada *stakeholder*, pois são eles que investem recursos financeiros e/ou materiais, ou que trabalham ou compram as suas ofertas no mercado e, portanto, esperam um retorno de seus investimentos por partes das empresas com quem se relacionam.

A Responsabilidade Social Empresarial é um tema que ainda está em desenvolvimento. No entanto, observa-se que há várias entidades que abordam a temática e fornecem ferramentas que auxiliam as empresas a adotarem práticas de RSE com os mais diversos Públicos. No Brasil, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial é uma dessas entidades. O Instituto Ethos de Responsabilidade Social é uma organização não-governamental que auxilia no processo do comprometimento com a prática da RSE e o desenvolvimento sustentável (ETHOS, 2013). Para tanto, desenvolveu os Indicadores Ethos de RSE que funcionam como um instrumento gerencial para auxiliar as empresas na conscientização, aprendizado e monitoramento das práticas relacionadas às áreas de atuação da RSE, dentre as quais se insere o público interno, cujos indicadores propostos avaliam a atuação das empresas nas dimensões diálogo e participação, emprego decente e respeito ao indivíduo.

De acordo com Melo Neto e Froes (2001), a Responsabilidade Social Empresarial direcionada ao público interno compreende as ações de gestão de jornada de trabalho, ambiente de trabalho, equilíbrio de vida pessoal, relevância social no trabalho, desenvolvimento pessoal e direito dos empregados. Estas questões se tornam cada vez mais

relevantes diante da constatação da importância do respeito e da defesa dos direitos dos trabalhadores no contexto atual.

As práticas de RSE podem ser adotadas em empresas de todos os segmentos. No caso específico deste estudo, a Responsabilidade Social Empresarial foi abordada em uma empresa de Telesserviços. Este tipo de serviço pode ser contratado pelos seguintes segmentos: bancos, lojas de varejo, empresas de telecomunicações, seguradoras, plano de saúde e editoras. As demandas de serviço presente nessas empresas são várias, dentre as quais estão: venda de produtos, cobranças de inadimplentes, reclamações e visitas técnicas. Entretanto, muitas críticas são atribuídas às relações de trabalho estabelecidas por este tipo de empresa, focadas principalmente no processo de terceirização de mão-de-obra. Desse modo, torna-se importante investigar quais as práticas de RSE voltadas ao público interno que as empresas deste segmento estão adotando.

Nesse contexto, emergiu a questão-problema deste estudo, a saber: **“Quais as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa Alfa Call Center, com base nos indicadores Ethos (2013), a partir da percepção dos supervisores que atuam no nível tático?”**

1.1OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa Alfa Call Center, com base nos indicadores Ethos (2013), a partir da percepção dos supervisores que atuam no nível tático.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Descrever o perfil dos investigados;
- Verificar as ações de RSE da empresa Alfa Call Center voltadas ao Público Interno nas dimensões diálogo e participação, emprego decente e respeito ao indivíduo;
- Identificar as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa Alfa Call Center.

1.2 JUSTIFICATIVA

A presente pesquisa se justifica devido à importância das práticas de Responsabilidade Social Empresarial no contexto atual. A RSE surge para auxiliar as empresas a responderem às demandas socioambientais da atualidade. Vale ressaltar que quando assumem a postura socialmente responsável “as empresas acabam ganhando melhor imagem institucional” que pode ser considerada “uma vantagem estratégica em relação àquela que não tem essa imagem perante o público” (DONAIRE, 2014, p. 24). Adotar práticas de RSE é considerado um diferencial competitivo que faz com que a empresa destaque-se diante das concorrentes. Assim, observa-se que, “a empresa, através da gestão pela responsabilidade social, demonstra estar atenta às formas de fazer negócios mais conectados às necessidades subjetivas de seus clientes, internos ou externos” (OLIVEIRA, 2013, p.93).

No que tange as práticas de serviços no setor de *Telemarketing*, a Associação Brasileira de Telesserviços criou a premiação ABT, que incentiva às organizações desse ramo a implantar uma gestão que visem questões mais voltadas para a Responsabilidade Social. Dessa forma, tendo em vista as críticas voltadas a precarização das condições de trabalho neste segmento e essa nova postura que as organizações deste segmento precisam adotar diante de seus *stakeholders* é relevante à realização deste estudo para investigar as ocorrências práticas das práticas de Responsabilidade Social Empresarial voltadas ao seu público interno.

1.3 ESTRUTURA

Este trabalho se organiza em 5 capítulos. Neste primeiro capítulo foi abordado o tema, a problemática, os objetivos e a justificativa do estudo. No segundo capítulo apresenta-se o referencial teórico onde foi exposto inicialmente o conceito, a origem e a evolução da RSE construídos a partir da contribuição de vários autores. Na sequência, apresenta-se a Responsabilidade Social no Brasil mencionando suas principais iniciativas. Em seguida apresentam-se, os Indicadores de responsabilidade Social Empresarial, enfatizando uma das ferramentas utilizadas no Brasil. Depois segue com a apresentação dos Indicadores ETHOS, detalhando aqueles que são direcionados ao Público Interno e finaliza com a caracterização do setor de *Telemarketing* que foi onde se realizou o estudo. O terceiro capítulo trata dos procedimentos metodológicos usados para realização execução da pesquisa. No quarto

capítulo são analisados os resultados obtidos através da coleta de dados e no quinto capítulo apresentam-se as considerações finais da autora.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo aborda inicialmente o conceito, a origem e a evolução da Responsabilidade Social Empresarial a partir da perspectiva de vários autores. Na sequência, apresenta-se a Responsabilidade Social no Brasil, mencionando suas principais iniciativas. Em seguida expõe-se os Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial. Por fim, segue com a apresentação dos Indicadores ETHOS de RSE, detalhando aqueles que são direcionados ao Público Interno que é o alvo desta Pesquisa.

2.1 CONCEITO, ORIGEM E EVOLUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A Responsabilidade Social Empresarial é um tema que ainda encontra-se em construção. Donaire (2014, p. 20) afirma que a RSE “assume diversas formas, entre as quais se incluem proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, equidade nas oportunidades de emprego, serviços sociais em geral, de conformidade com o interesse público”. Para o (ETHOS, 2013, p. 3) a RSE, “implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a elas, a partir de um relacionamento ético e transparente”.

Para entender melhor a construção da RSE é importante conhecer a origem e a evolução desta temática. De acordo com estudos de Francischini *et al.* (2005), o tema ganhou força após a publicação do livro *Social Responsibility of the Businessman*, do autor Howard Bowen, no ano de 1953. A obra escrita por Bowen, “trata da Responsabilidade Social como doutrina a ser aceita pelos homens de negócios” (OLIVEIRA, 2013, p.73).

A partir da década de 1960, os empresários passam a considerar a discussão acerca da RSE como sendo um requisito para o desenvolvimento organizacional. Dessa forma, vê-se que, nesta época, as empresas começam a entender que suas ações afetam todo o sistema social (MACÊDO, 2013).

Na década de 1970, a Responsabilidade Social Empresarial “passou a adquirir o formato mais conhecido atualmente de abordagem ética e que envolve a discussão sobre as necessidades sociais dos diferentes agentes que envolvem a empresa” (MACÊDO, *op. cit.*, p.4). Isto significa dizer que aumentou a atenção das empresas em relação aos compromissos sociais com o público não só interno, mas também com o público externo com quem se relacionam. No final deste período, no ano 1979, surgiu o Modelo Tridimensional de

Performance Social, desenvolvido pelo autor Carroll, considerado de grande importância nos estudos acerca da RSE (MACÊDO, *op. cit.*).

Na década de 1980, a investigação sobre a RSE teve um aprofundamento que impulsionou o surgimento de outros modelos nessa temática. Pode-se citar assim, no ano de 1984, o modelo da Responsabilidade Social Empresarial de Carroll e Hoy e, no ano de 1985, Wartick e Cochand desenvolveram um modelo a respeito do Desempenho Social Corporativo (SILVA et al., 2015).

A partir da década de 1990, a Responsabilidade Social Empresarial ganhou força e valorização devido à “ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas que começaram a trabalhar com a questão” (MACÊDO, *op. cit.*, p. 6). Neste período, pode-se citar a criação do Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), no ano de 1995 e o modelo de Balanço Social lançado por Betinho, em 1997 (FRANCISCHINI *et al.*, 2005). Além disso, pode-se citar a contribuição dessas novas entidades para a conceituação sobre a RSE.

No início do século XXI, ver-se que há uma quantidade significativa de estudos sobre a RSE. Os conceitos e modelos foram aprimorados ainda mais objetivando esclarecer da melhor forma possível as suas questões. Pode-se verificar também que a sociedade está mais consciente sobre a responsabilidade econômica e social das empresas e que a RSE passa a ter enfoque estratégico nas organizações (MACÊDO, *op. cit.*).

Após essa breve apresentação da evolução da RSE foi possível entender como ocorreu o seu surgimento e também como ela se desenvolveu até chegar ao período atual. A próxima seção trata-se da Responsabilidade Social Empresarial no contexto Brasileiro.

2.1.1 A Responsabilidade Social Empresarial no Brasil

Para entender como aconteceu a disseminação da RSE no Brasil, se faz necessário apresentar algumas iniciativas empresariais de grande importância. No contexto Brasileiro a RSE começou a ser discutida por volta da década de 1960 quando surgiu a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Essa entidade foi a primeira a tentar mostrar que as empresas tinham Responsabilidade Social com seu público interno, isto é, os trabalhadores, e também com o público externo, a sociedade (SOUSA, 2006).

Em meados da década 1980, surgiu a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), uma entidade que tem “como meta humanizar as empresas e integrá-las à sociedade segundo princípios éticos” (SOUSA, *op cit.*, p.24).

A partir dos anos 1990, a discussão da RSE teve um aumento significativo. Neste período, surgiram as entidades não-governamentais, que são instituições que tem como objetivo estimular as empresas a adotar as práticas de Responsabilidade Social Empresarial. Neste período, pode-se citar o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE) que foi fundado no ano 1995 e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social que surgiu em 1998(CORRÊA, 2008).

Outro fato importante que fez a RSE ganhar mais visibilidade no Brasil foi “quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em 16 de junho de 1997, uma campanha pela divulgação do Balanço Social” (CORRÊA, *op cit.*, p.28). O Balanço Social é uma ferramenta que proporciona as empresas à divulgação das atividades que foram desenvolvidas em âmbitos da Responsabilidade Social Empresarial, assim como, as que a organização pretende ainda realizar. Nesta perspectiva, Betinho (2004, p.1, *apud* AMARAL; MARSON, 2013, p. 8) explica que “a ideia do Balanço Social é demonstrar quantitativamente e qualitativamente o papel desempenhado pelas empresas no plano social, tanto internamente quanto na sua atuação na comunidade”.

Todas essas iniciativas são o reflexo da disseminação da RSE no Brasil. Atualmente todas essas entidades encontram-se ativas e proporcionam as empresas várias ferramentas que auxiliam na divulgação de suas ações de Responsabilidade Social Empresarial. Vale ressaltar que o uso de tais ferramentas se dá de forma voluntária, isto significa que as empresas devem ter a iniciativa de procurar formas de inserir essas práticas em sua organização.

Na seção seguinte apresentam-se os indicadores de RSE .

2.2 INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Com a intensificação dos estudos sobre a RSE e a disseminação na sociedade do papel social das organizações, as pessoas estão se tornando cada dia mais exigentes com as formas como as empresas agem diante das questões socioambientais que estão associadas as suas atividades. Buscando atender a essas demandas sociais surgiram Instituições, como é o exemplo do Instituto Ethos, que desenvolveram modelos de indicadores para medir e avaliar o comportamento das empresas com seus diversos *stakeholders*, procurando assim atender a essas demandas com compromisso e transparência de suas atitudes sociais e também ambientais.

Os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial são instrumentos de gestão que auxiliam na mobilização e sensibilização das empresas a gerir seus negócios de forma

socialmente responsável (ETHOS, 2013). Nesse sentido, os indicadores de RSE permitem avaliar, medir, auditar, além de orientar a conduta dessas organizações, além de contribuir para identificação de necessidades e apontar as deficiências ainda presentes nas iniciativas de responsabilidade social implantadas nas organizações. Para tanto, elas podem fazer uso de normas, padrões, diretrizes, incluindo certificações sociais, selos nacionais e internacionais os quais são utilizados para demonstrar o desempenho e o compromisso socioambiental da organização (LIMA, 2009).

Da Silva et al. (2014) enfatizam que a gestão socioambiental exige fornecimento de informações e ferramentas de mensuração do desempenho das atividades de RSE implementadas nas empresas. Isso exerce uma pressão cada vez maior nos indicadores de RSE como fonte de informação e ferramenta de auxílio no processo de tomada de decisões.

No Brasil, os Indicadores Ethos de Responsabilidades Social Empresarial representam um dos principais esforços em oferecer às empresas uma ferramenta que auxilie no processo de implantação da prática da RSE (DA SILVA *et al.*, 2014). Esses indicadores foram utilizados como base para realização deste estudo e, portanto, são apresentados a seguir.

2.2.1 Indicadores Ethos de RSE

Uma ferramenta de avaliação de desempenho social e ambiental que merece destaque são os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social. Segundo Rabelo e Silva (2011, p.22) o Instituto Ethos “foi fundado em 1998 para auxiliar as empresas a compreender e incorporar os conceitos de responsabilidade social em sua gestão”. Vale ressaltar que, no Brasil, o Instituto Ethos é uma das entidades que mais mobiliza as organizações a “instituir ações de Responsabilidade Social” (NAKAYAMA; TEXEIRA, 2012, p. 65).

Em busca de atender às questões de ordem social e ambiental, o Instituto Ethos se propõe a auxiliar “no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a Responsabilidade Social e com o desenvolvimento sustentável” (INSTITUTO ETHOS, 2013, p. 3). Para tanto, criou no ano 2000 os indicadores Ethos que são atualizados anualmente e podem ser aplicados por qualquer empresa. Esta ferramenta é composta por um questionário de autodiagnóstico distribuído em sete dimensões de avaliação, a saber: 1) Valores, Transparência e Governança; 2) Público Interno; 3) Meio Ambiente; 4) Fornecedores; 5) Consumidores e Clientes; 6) Comunidade; 7) Governo e Sociedade. Após responder as questões, as empresas recebem um Relatório de Diagnóstico que é gerado automaticamente pela ferramenta do próprio Instituto Ethos.

Segundo Silva *et al.* (2014, p. 136), os Indicadores Ethos enfrentam as seguintes limitações:

a) a maioria das empresas do país não os utiliza por desconhecimento, desconfiança ou por não acreditar no modelo; b) os conceitos de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável ainda estão mais no campo ideológico e da propaganda de “empresa cidadã” que no campo da práxis efetiva; e, mais importante, c) no modelo, especificamente nas questões quantitativas, fica impossível descontar os valores que dizem respeito às ações de amenização de práticas passadas quanto à agressão ambiental, discriminação racial, sexual ou qualquer outra quebra dos direitos humanos, e de vendas de produtos ou serviços que algum dia tenham ocasionado ameaças à saúde dos clientes ou do público.

Como o presente trabalho tem a finalidade de identificar as ocorrências das práticas de RSE na percepção do Público Interno, na seção seguinte apresenta-se uma discussão mais aprofundada dos Indicadores Ethos que se refere a essa dimensão.

2.2.2 Indicadores Ethos de RSE para o Público Interno

Diante do crescimento do interesse pelas questões sobre a RSE, organizações começaram a tratar do assunto, como é o caso do Instituto ETHOS que desenvolveu um conjunto de indicadores com temas variados que avaliam se a empresa é socialmente responsável, dentre os quais se insere o Público Interno.

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, que tratam do Público Interno abrangem as seguintes dimensões: 1) Diálogo e Participação; 2) Respeito ao Indivíduo; e 3) Trabalho Decente (ETHOS, 2013). Cada uma dessas dimensões é composta por um conjunto de indicadores que são utilizados na mensuração do nível de aplicação RSE da organização.

Na dimensão Diálogo e Participação os indicadores propostos são: relações com sindicatos e gestão participativa. Na segunda dimensão que trata sobre o Respeito ao Indivíduo, verificam-se os indicadores: relações com trabalhadores terceirizados, compromisso com o futuro das crianças, compromisso com o desenvolvimento infantil, valorização da diversidade, compromisso com a equidade racial e compromisso com a equidade de gênero. Por fim, na dimensão Trabalho Decente, os indicadores que são avaliados são: política de remuneração, benefícios e carreira, cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho, compromisso com o desenvolvimento profissional, comportamento nas demissões e a preparação para aposentadoria.

Para uma melhor visualização dos indicadores do Instituto ETHOS de Responsabilidade Social voltados ao Público Interno, os Quadros 1, 2 e 3 a seguir apresentam os indicadores inseridos em cada dimensão e os critérios de análise que devem ser adotados:

Quadro 1: Indicadores ETHOS na Dimensão Diálogo e Participação

Dimensão	Indicador	Descrição	Crítérios de análise
PARTICIPAÇÃO E DIÁLOGO	1.Relação com Sindicatos	A empresa socialmente responsável deve favorecer a organização coletiva de seus empregados e buscar o alinhamento de seus interesses aos dos trabalhadores.	Verificar se o relacionamento da empresa com o sindicato acontece de forma transparente e se possuem objetivos compartilhados.
	2.Gestão Participativa	A empresa socialmente responsável é aquela que conta com programas de gestão participativa que incentivem o envolvimento dos empregados na solução dos problemas da empresa.	Verificar se há um envolvimento dos colaboradores nas decisões organizacionais.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos Indicadores ETHOS para o Público Interno.

No Quadro 2, a seguir, estão expostas as variáveis referentes o Respeito ao Indivíduo.

Quadro 2: Indicadores ETHOS na Dimensão Respeito ao Indivíduo

Dimensão	Indicador	Descrição	Crítérios de análise
	3.Compromisso com o futuro das crianças	A empresa considerada socialmente responsável deve preocupar-se com o combate ao trabalho infantil na sua cadeia produtiva, já que ela é responsável pela gestão dos fornecedores terceirizados.	Verificar se a empresa adota a iniciativa de empregar menores entre 14 e 24 anos, os jovens aprendiz, e se ela utiliza serviços de menores de 14 anos, visto que a legislação não permite.
	4. Compromisso com o desenvolvimento Infantil	A empresa socialmente responsável deve possuir políticas internas que facilitem o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados (mulheres e homens, incluindo terceirizados).	Verificar se a empresa busca uma forma de garantir os direitos da infância das gerações futuras que poderão ser os novos precursores das práticas de RSE, tanto em uma organização como na sociedade.

continua...

continua....

RESPEITO AO INDIVÍDUO	5. Valorização da Diversidade	A empresa socialmente responsável deve dar oportunidade aos indivíduos que geralmente sofrem discriminação na sociedade.	Verificar se a empresa oferta as oportunidades de promoção, treinamento, recrutamento e remuneração independentemente de sexo, religião, idade, raça, entre outros.
	6. Compromisso com a não-discriminação e promoção da equidade Racial	A empresa socialmente responsável deve possuir programas de desenvolvimento profissional em toda sua cadeia produtiva.	Verificar se na organização existe alguma diferenciação racial com os indivíduos de toda empresa.
	7. Compromisso com a promoção da equidade de gênero	A empresa socialmente responsável precisa ter compromisso com seu público tanto feminino como masculino promovendo oportunidades iguais para ambos os sexos.	Verificar se a empresa promover a equidade de gênero através de políticas e programas que garantam oportunidades iguais para homens e mulheres em seus processos internos.
	8. Relações com trabalhadores terceirizados	A empresa socialmente responsável deve oferecer aos terceirizados mesmas condições de trabalho, saúde, segurança de seus empregados regulares.	Verificar se a empresa busca disseminar e monitorar o cumprimento da legislação previamente estabelecido na contratação de fornecedores, assim como, na formação de parceria com outras empresas e terceirizadas.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos Indicadores ETHOS para o Público Interno.

Por fim, o Quadro 3 aponta as variáveis relativas ao Indicador Trabalho Decente.

Quadro 3: Indicadores ETHOS na Dimensão Trabalho Decente

Dimensão	Indicador	Descrição	Crítérios de análise
	9. Política de remuneração, benefícios e carreira	A empresa socialmente responsável deve monitorar os níveis salariais, procurando evitar reforçar mecanismos de má distribuição de renda e geração de desigualdades sociais, efetuando ajustes em caso de necessidade.	Verificar se a empresa monitora os níveis salariais, procurando evitar reforçar mecanismos de má distribuição de renda e geração de desigualdades sociais, efetuando ajustes em caso de necessidade.

Continua...

Continua....

TRABALHO DECENTE	11.Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	A empresa socialmente responsável deve comprometer-se com o investimento na capacitação e no desenvolvimento profissional de seus empregados, oferecendo apoio a projetos de geração de empregos e fortalecimento da empregabilidade para a comunidade com que se relaciona.	Verificar se a empresa busca desenvolver o potencial do colaborador para que ele possa então assumir seu lugar frente a uma empresa.
	12.Comportamento diante das demissões	A empresa socialmente responsável não deve utilizar a demissão de pessoal como o primeiro recurso de redução de custos. Quando necessária, a demissão deve ser realizada a partir da definição de critérios claros e com o cuidado de assegurar os benefícios que estiverem ao alcance da organização.	Verificar se a empresa realiza as atividades de demissão com total responsabilidade, assegurando assim, que o empregado terá todos os seus benefícios que forem de seu direito.
	12.Comportamento diante das demissões	A empresa socialmente responsável não deve utilizar a demissão de pessoal como o primeiro recurso de redução de custos. Quando necessária, a demissão deve ser realizada a partir da definição de critérios claros e com o cuidado de assegurar os benefícios que estiverem ao alcance da organização.	Verificar se a empresa realiza as atividades de demissão com total responsabilidade, assegurando assim, que o empregado terá todos os seus benefícios que forem de seu direito.
	13.Preparação para aposentadoria.	A empresa socialmente responsável obriga-se a criar mecanismos de complementação previdenciária, visando reduzir o impacto da aposentadoria em nível de renda e estimular a participação dos aposentados em seus projetos sociais.	Verificar se a empresa procura garantir aos seus empregados uma aposentadoria digna e se os colaboradores são orientados quanto às mudanças naturais desse processo.

Fonte: Elaborado pela Autora com Base nos Indicadores ETHOS para o Público Interno.

Nota-se, portanto, que essa ferramenta proporciona um diagnóstico das práticas de RSE que estão sendo desenvolvidas pela organização, assim como, as que podem ser realizadas com seus diversos públicos. Dessa forma, é visto que os Indicadores Ethos servem para medir e avaliar o grau de Responsabilidade Social das mais variadas organizações.

Como este estudo aborda as práticas de RSE em uma empresa de *Telemarketing*, na seção seguinte serão discutidos aspectos relacionados ao setor.

2.3 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE TELEMARKETING

O setor de *Telemarketing* é definido como sendo “a utilização planejada de recursos de telecomunicações e informática como forma de se obter lucro direto ou indireto, através da satisfação do mercado consumidor de qualquer bem ou serviço” (DANTAS, 1994, p. 47 *apud* MONDO et al, 2009, p.101). Nesse sentido, pode-se dizer que se trata de qualquer serviço mercadológico realizado através de telefone.

No Brasil, o *Telemarketing* surgiu entre o final da década de 1980 e início da década de 90, em empresas de grande porte que possuíam a maior parte das tecnologias necessárias para esse tipo de serviço, a saber: o telefone e a informática (MELO, 2011). Melo (2011) enfatiza que com o aumento da demanda dos serviços desse tipo de atendimento, “foram criadas centrais especializadas neste segmento, quando surgiu a nomenclatura de *Call Center*, que em uma tradução literal significa Centro da Fala” (MELO, 2011, p.10).

Ainda na década de 1980, verificou-se a importância desse setor no Brasil e devido a isso, “alguns executivos e empresários criaram a ABT (Associação Brasileira de Telemarketing)” (MERCADO, 2007, p. 5). No entanto, depois de algum tempo, segundo o Portal Callcenter In(2006) a nomenclatura da ABT foi alterada e passou a ser conhecida como Associação Brasileira de Telesserviços.

A ABT é uma entidade sem fins lucrativos que reúne empresas as quais realizam serviços ligados ao *Telemarketing* e tem como objetivo o fortalecimento desse setor. Para tanto, ela criou o Prêmio ABT que tem como objetivo reconhecer e estimular empresas e os profissionais que atuam nesse segmento (CALL CENTER IN, *op. cit.*, 2002). Nessa perspectiva, é importante destacar que a “categoria do Prêmio ABT que recebe o maior número de cases inscrito é a que reconhece as ações de responsabilidade social desenvolvidas pelas empresas” (VIIPrêmioABT, 2007, p.6).

Quanto ao tipo de serviço oferecido pelo setor, existem três modalidades de *Telemarketing*: o Ativo, o Receptivo e o Híbrido. O Ativo, diz respeito aquele em que o cliente é quem recebe a ligação da empresa. Já o Receptivo é aquele em que o cliente faz o contato com a central. Por fim, o Híbrido que depende da demanda de serviço onde o operador pode fazer tanto o atendimento Ativo como o Receptivo (MELO,*op.cit.*). As organizações que fazem parte do setor de *Telemarketing* realizam diversos tipos de atividades,

tais como: vendas, pós-vendas, cobranças, suporte técnico, cancelamento de serviços, entre outros. A partir de sua pesquisa, Mondo et al. (2009), identificou que a velocidade de aplicação é um dos benefícios desse tipo de serviço. Além disto, outros benefícios que se podem identificados no setor do *Telemarketing* é o baixo custo na montagem de sua estrutura e a variabilidade do público em diferentes áreas geográficas que podem ser atendidas (MONDO, *op. cit.*, p. 102). Considera-se que o contato por telefone é um serviço mais fácil de ser estabelecido e que dá certa comodidade ao cliente, evitando que ele precise se deslocar da sua casa até a loja física.

Em relação às desvantagens, podem ser citados tanto na esfera individual quanto organizacional. Na esfera individual, encontram-se os trabalhadores do setor que se submete aos riscos ergométricos e de segurança no ambiente trabalho, além de stress e problemas físicos. Já na esfera organizacional estão os riscos de segurança da informação e possibilidade de enfraquecimento da cultura organizacional, entre outros (OLIVEIRA JÚNIOR, 2013).

O setor de *Telemarketing* é considerado atualmente como um dos maiores empregadores do Brasil (SEBRAE, 2013). Daí a importância de se investigar como as empresas desse segmento estão colocando em prática a responsabilidade social em relação ao seu Público Interno.

Vale ressaltar também que o Prêmio ABT é o grande incentivador das boas práticas de RSE das organizações de Telesserviços, o qual pode ser considerado o elo entre os seus diversos Públicos, tanto interno como o externo. Na próxima seção apresentam-se os métodos utilizados para a realização da atual pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta seção, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados para a realização deste estudo, a saber: caracterização da pesquisa, o universo e amostra, o instrumento utilizado para realização da coleta de dados, forma de tratamento e análise dos dados.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

O objetivo deste estudo foi identificar as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa Alfa Call Center, com base nos indicadores Ethos (2013), a partir da percepção dos supervisores que atuam no nível tático. Para tanto, realizou-se uma pesquisa do tipo levantamento que é aquela que busca obter informações sobre práticas e/ou opiniões de uma população específica.

Dessa forma, verifica-se que o estudo é de natureza descritiva. Gil (2008) afirma que este tipo de pesquisa tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou do fenômeno investigado ou estabelecimento de relações entre variáveis. Ou seja, buscou-se descrever a percepção dos supervisores da empresa Alfa Call Center quanto às ocorrências das práticas de RSE voltados ao seu público interno.

Ainda sobre a pesquisa, observa-se que o presente estudo se configura como quantitativo. De acordo com Richardson (2012) o método quantitativo caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, tanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.

3.2 UNIDADE DE ANÁLISE E AMOSTRA DA PESQUISA

Para realização desta pesquisa, foi escolhido uma organização que trabalha no ramo de Call center (Telemarketing) também conhecido por empresa de Telesserviços e que está localizada na cidade de Campina Grande – PB.

A escolha desta unidade ocorreu devido à acessibilidade a empresa, visto que a pesquisa já fez parte do seu quadro funcional . A empresa é considerada de grande porte e possui cerca de 2500 funcionários.

Quanto a população investigada, optou-se por investigar os participantes de cargos de nível tático, isto é, os supervisores, devido eles possuírem mais informações acerca de ações e

práticas de RSE voltadas ao público interno que são realizadas pela empresa. Assim, definiu-se uma amostra censitária da pesquisa composta pelos 50 (cinquenta) supervisores que fazem parte do quadro de colaboradores da organização.

3.3 COLETA DE DADOS

Em relação aos procedimentos técnicos da coleta de dados foi utilizado à pesquisa documental e a observação direta para um levantamento preliminar das informações sobre as práticas de RSE da empresa e, na sequência, foi realizada a aplicação de questionários estruturados (APÊNDICE A), para a coleta de dados quantitativos.

O questionário estruturado foi elaborado a partir dos Indicadores Ethos de RSE (2013) e dividido em 3 (três) dimensões que correspondem ao Público Interno, a saber: 1) dimensão Diálogo e Participação; 2) dimensão Respeito ao Indivíduo; e 3) dimensão Trabalho Decente.

O questionário foi composto por de 77 (setenta e sete) variáveis binomiais, conforme a proposta da ferramenta do Instituto Ethos (2013), que possuem apenas duas opções de respostas: (1) Sim ou (2) Não, o que sinaliza a existência ou não das práticas de RSE associadas aos indicadores de cada dimensão.

A coleta de dados e a análise ocorreram entre os meses de Agosto e Setembro de 2016. Durante essa aplicação foi entregue um Termo de Anuência (APÊNDICE B) ao responsável da empresa concedendo a autorização para a realização da pesquisa. Já os investigados também receberam Termos de Livre Consentimento (APÊNDICE C).

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS

Primeiramente foi feito uma análise qualitativa a partir da pesquisa documental e observação direta das práticas de Responsabilidade Social da Organização estudada para contextualizar a empresa investigada.

Em seguida, foram analisados os dados quantitativos. Os dados correspondem a caracterização do perfil do público investigado e a sua percepção sobre as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa *Alfa Call Center*, com base nos indicadores Ethos (2013). Inicialmente foi realizado o estudo sobre a dimensão Diálogo e Participação que buscou analisar se a empresa envolve seus colaboradores nas decisões

organizacionais e como se dá o relacionamento empresa sindicato; depois foi analisada a dimensão Respeito ao Indivíduo que trata da relação da empresa com o compromisso do futuro das crianças e a valorização da diversidade de seus colaboradores; e por último, a dimensão Trabalho Decente que se trata do cuidado e preservação das condições de trabalho do colaborador até a sua aposentadoria.

Os dados foram tabulados em planilha eletrônica e analisados a partir de medidas de frequência relativa e médias. Por fim, foi feito a triangulação dos dados a partir da pesquisa documental, da observação participante e das respostas obtidas por meio do questionário. A partir da triangulação é permitido combinar diferentes fontes de dados o que contribui “não apenas para o exame do fenômeno sob o olhar de múltiplas perspectivas”, mas também faz o enriquecimento de sua compreensão (AZEVEDO *et al*, 2013, p.4). Dessa forma, a triangulação permitiu verificar o desempenho socialmente responsável da organização através da percepção do Público Interno investigado. No próximo capítulo foram feitas a exposição dos resultados obtidos a partir das técnicas de pesquisa utilizadas, o questionário, a observação participante e a pesquisa documental.

4 RESULTADOS

Nesta seção apresentam-se os resultados da pesquisa nas três dimensões analisadas que se referem ao Público Interno de acordo com o Instituto Ethos (2013). Inicialmente apresenta-se a empresa em que os investigados atuam, em seguida perfil dos investigados e o, por fim, as suas percepções em relação as práticas de RSE voltadas ao público interno que adotadas pela empresa nas dimensões Diálogo e Participação, Respeito ao Indivíduo e Emprego Decente .

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA ALFA CALL CENTER

A empresa Alfa Call Center é filial de uma grande empresa do setor de teleserviços e está situada na Campina Grande – PB, onde foi instalada no ano de 2012. A empresa Alfa oferece uma extensa gama de serviços em *Contact Center* para os mercados de telefonia, provedores de Internet e TV a Cabo. Nesse aspecto realiza atendimentos no âmbito de televendas, resoluções de dúvidas, ativação de produtos e serviços, configurações de aparelhos, informações sobre cobertura de rede, migração de planos, ofertas de todos os tipos, contestações, detalhamento de conta, pacotes de canais, emissão de segunda via, retenção de clientes, promoções direcionadas, portabilidade e etc.

Em relação ao número de funcionários, a empresa conta com cerca de 2500 funcionários. No entanto, vale ressaltar que a empresa estudada faz contratações periódicas de grandes números de funcionários devido ao seu alto nível de rotatividade que é uma característica marcante dessas organizações e, assim o total de colaboradores se altera praticamente todos os dias.

A subseção seguinte será dedicada à exposição e análise do perfil dos investigados e, em seguida, o desempenho socioambiental da organização a partir da percepção dos colaboradores internos que atuam no nível tático da empresa.

4.2 PERFIL DOS INVESTIGADOS

Para iniciar a discussão das práticas de Responsabilidade Social Empresarial, primeiro será abordado o perfil das pessoas investigadas, de acordo a Tabela 1 a seguir:

Tabela 1: Perfil do Público Interno

Variável	Itens	%
Gênero	Masculino	28%
	Feminino	72%
Faixa etária	De 18 a 29	88%
	De 30 a 39	12%
	De 40 a 49	0%
	Acima de 50	0%
Estado Civil	Solteiro (a)	90%
	Casado (a)/ União estável	10%
	Divorciado (a)	0%
	Viúvo (a)	0%
Escolaridade	Ensino médio incompleto	0%
	Ensino médio completo	4%
	Ensino Técnico	16%
	Ensino Superior incompleto	74%
	Ensino Superior completo	6%
	Pós-graduação	0%
Renda Mensal	Até 1 salário mínimo	0%
	De 1 a 2 salários mínimos	94%
	De 2 a 5 salários mínimos	6%
	Acima de 5 salários mínimos	0%
Tempo de atuação na empresa	Menos de 1 ano	10%
	De 1 a 2 anos	64%
	De 3 a 5 anos	26%
	De 6 a 8 anos	0%
	Acima de 8 anos	0%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Em relação ao gênero dos investigados, nota-se que sua maioria é composta por mulheres, com uma representação de 72%, e os homens representando 28%. Sobre a faixa etária, ver-se que 88% correspondem às pessoas entre 18 a 29 anos, e o restante possui entre 30 e 39 anos, representando 12%. No que se refere ao estado civil, percebe-se a predominância é das pessoas solteiras, representando 90%, e a outra parte é dos casados com proporção de 10%.

No que diz respeito ao nível de escolaridade dos investigados, verifica-se que 74% possuem nível superior incompleto, 16% tem formação técnica, 6% possuem ensino superior

completo, e 4% têm ensino médio completo. A respeito da renda mensal nota-se que 94% dos investigados estão entre 1 e 2 salários mínimos mensais e o restante correspondente a 6% que ganham de 2 a 5 salários mínimos, essa diferença ocorre devido a comissões que a empresa oferta para os supervisores que atingem as metas imposta pela organização. Por fim, verificou-se que o tempo de atuação na empresa entre os colaboradores com maior representatividade está entre 1 e 2 anos, correspondendo a 64% e a outra parte está entre 3 a 5 anos com representação de 26%. Isto pode está associado à informação da alta rotatividade que a empresa possui.

Após traçado o perfil dos investigados, nas subseções a seguir apresenta-se os resultados acerca do nível de atuação socialmente responsável da empresa.

4.3 OCORRÊNCIAS DAS PRÁTICAS DE RSE VOLTADAS AO PÚBLICO INTERNO

Nesta subseção foram analisadas as respostas coletadas de modo a identificar a percepção dos investigados a respeito das práticas RSE da empresa pesquisada, tomando como base as dimensões abordadas pelo Ethos (2013), que se referem ao Público Interno.

4.3.1 Dimensão: Diálogo e Participação

A dimensão Diálogo e Participação analisar se a empresa envolve seus colaboradores nas decisões organizacionais e como se dá o relacionamento entre a empresa e o sindicato. Os dados obtidos nesta dimensão estão expostos na Tabela.

Tabela 2: Dimensão Diálogo e Participação

VARIÁVEIS: DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO	Sim	Não
A empresa fornece informações básicas sobre direitos e deveres dos colaboradores, tais como: dissídio, contribuições sindicais e etc?	100%	0%
A empresa exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais?	0%	100%
A empresa dá liberdade para o sindicato atuar no local de trabalho?	100%	0%
A empresa se reúne periodicamente com o sindicato para ouvir sugestões e negociar reivindicações?	100%	0%
A empresa realiza treinamento e capacitação com seus funcionários?	100%	0%
A empresa possui políticas e mecanismos para avaliar e acompanhar sugestões e críticas dos empregados, com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos?	90%	10%
A empresa possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos?	86%	14%

continua...

Continua...

A empresa possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal?	86%	14%
A empresa possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, mantendo-os informado e fornecendo-lhes dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos que afetem os empregados para subsidiar as discussões?	0%	100%
A empresa disponibiliza informações econômico-financeiras, a fim de prepará-los para contribuírem com os comitês de gestão ou nas decisões estratégicas, apresentando informações importantes para a gestão de riscos e oportunidades?	0%	100%
A empresa interfere nas eleições dos integrantes de comissões dos empregados, (CIPA, CCP, entre outros)?	0%	100%
MÉDIA	60%	40%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Nesta dimensão foram avaliadas 11 variáveis. De acordo com os dados apresentados, 100% dos investigados afirmam que a empresa *fornece informações básicas sobre direitos e deveres dos colaboradores*. Além disto, em relação o indicador que busca verificar a frequência em que a *empresa exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais*, 100% responderam que a empresa não faz pressão. Desse modo, pode-se inferir que a empresa respeita os direitos dos seus colaboradores a livre associação em sindicatos que lutam por seus direitos coletivos.

Sobres aos indicadores que identificam se a *empresa dá liberdade para o sindicato atuar no local de trabalho* e se a *empresa se reúne periodicamente com o sindicato para ouvir sugestões e negociar reivindicações*, 100% dos respondentes afirmaram que sim. Isto significa que a empresa Alfa proporciona a liberdade de expressão junto aos sindicatos e colaboradores da organização. Outro indicador analisada identifica se a empresa *possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal*, 86% responderam sim e 14% não . Isso pode está relacionado a problemas na transparência das informações passadas aos colaboradores internos da organização.

No que diz respeito o indicador que verifica se a empresa *realiza treinamento e capacitação com seus funcionários*, 100% responderam que sim. De fato, esse resultado foi verificado durante o período de atuação da autora deste estudo na empresa investigada.

Ainda, foi questionado se a empresa *possui políticas e mecanismos para avaliar e acompanhar sugestões e críticas dos empregados*, onde 90% dos investigados afirmaram que sim e 10% que não. Nesse mesmo sentido, questionou-se se a empresa *possui programa de*

incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos, 86% dos respondentes disseram sim e 14% não.

Destaca-se ainda aos indicadores que buscam identificar se a empresa *possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, e se disponibiliza informações econômico-financeiras, a fim de prepará-los para contribuírem com os comitês de gestão ou nas decisões estratégicas*. Nestas duas questões 100% dos investigados responderam não. Por fim, o indicador que buscou identificar se a *empresa interfere nas eleições dos integrantes de comissões dos empregados, (CIPA, CCP, entre outros)*, 100% dos investigados também responderam que a empresa não interfere.

Nesse sentido, tomando por base as respostas dos investigados, representados por uma média ponderada, na qual 60% dos respondentes responderam sim para aos indicadores analisadas, verificou-se que a maioria dos respondentes visualiza que a Empresa Alfa utiliza-se do diálogo e da participação buscando proporcionar maior transparência em suas atividades internas.

4.3.2 Dimensão: Respeito ao Indivíduo

A Dimensão Respeito ao indivíduo se refere às questões empresariais relacionadas ao compromisso com o futuro das crianças e a valorização da diversidade dos colaboradores. Os dados obtidos nesta dimensão estão expostos na Tabela 3.

Tabela 3: Dimensão Respeito ao Indivíduo

VARIÁVEIS: RESPEITO AO INDIVÍDUO	Sim	Não
A empresa possui programa específico para contratação de aprendizes e estagiários?	100%	0%
A empresa oferece aos aprendizes, boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal, fazendo o devido acompanhamento, avaliação e orientação?	100%	0%
A empresa ao encerrar o programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados?	100%	0%
A empresa desenvolve ou apoia projetos para crianças e adolescentes da comunidade?	44%	56%
A empresa oferece boas condições de trabalho para todos seus funcionários?	100%	0%
A empresa oferece programa específico para a saúde da mulher gestante?	100%	0%
A empresa oferece programas de orientação aos empregados a respeito do desenvolvimento integral da criança (cuidados com nascimento, alimentação saudável, prevenção de doenças, entre outros)?	0%	100%

continua...

continua...

A empresa faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados?	0%	100%
A empresa promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde?	0%	100%
A empresa faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula?	0%	100%
A empresa possui política específica para os empregados que sejam pais ou responsáveis por crianças com deficiência, garantindo-lhes a possibilidade de acompanhar o desenvolvimento dos filhos de forma adequada?	0%	100%
A empresa oferece planos de saúde familiar aos empregados?	100%	0%
A empresa oferece creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei?	0%	100%
A empresa oferece auxílio para educação dos filhos?	0%	100%
A empresa estimula os empregados a destinar 6% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente?	0%	100%
A empresa oferece aos empregados terceirizados os mesmos benefícios dos seus empregados registrados?	100%	0%
A empresa possui políticas de acompanhamento do pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto?	0%	100%
A empresa possui políticas ou iniciativas para facilitar a consulta pré-natal e o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados?	0%	100%
A empresa faz utilização da flexibilização de horário para amamentação, conforme legislação em vigor?	100%	0%
A empresa possui normas escritas e canais para possíveis denúncias contra práticas discriminatórias?	0%	100%
A empresa possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende rigorosamente a legislação de cotas de vagas para esse público?	100%	0%
A empresa procura evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos?	0%	100%
A empresa possui políticas de contratação de pessoas com idade superior a 45 anos?	0%	100%
A empresa oferece oportunidade de trabalho a ex-detentos?	0%	100%
A empresa possui políticas específicas para empregados indígenas?	0%	100%
A empresa realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial?	0%	100%
A empresa oferta oportunidades de admissão, promoção e mobilidade interna independentemente de gênero ou raça?	100%	0%
A empresa promove igualdade nas condições de salários e benefícios sem distinção de gênero?	100%	0%
A empresa realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade de gênero?	100%	0%

continua...

continua...

A empresa oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e acesso a benefícios, como creche, ambulatório, transporte e etc?	100%	0%
A empresa discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor?	0%	100%
A empresa possui procedimentos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros?	0%	100%
A empresa realiza campanhas internas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da equidade e não-discriminação racial?	0%	100%
A empresa tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas?	0%	100%
A empresa garante a participação de negros nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas?	100%	0%
A empresa realiza campanhas internas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da valorização da mulher?	0%	100%
A empresa promove, quando necessário, a adequação às condições físicas das mulheres de espaços de trabalho e equipamentos?	100%	0%
A empresa proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho?	0%	100%
A empresa promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável?	0%	100%
A empresa possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa?	100%	0%
MÉDIA	41%	59%

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Nesta dimensão foram avaliadas 40 variáveis. Em relação aos indicadores que abordam a questão sobre os aprendizes e estagiários, foi identificado que *a empresa possui programa específico para contratação de aprendizes e estagiários; oferece aos aprendizes, boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal, fazendo o devido acompanhamento, avaliação e orientação; e que a empresa ao encerrar o programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados*. Esses resultados corroboram a pesquisa documental realizada para abordar o histórico da organização, na qual se verificou que a empresa é a porta de entrada para as pessoas que buscam a oportunidade do primeiro emprego.

Sobre o indicador que identifica se a empresa *desenvolve ou apoia projetos para crianças e adolescentes da comunidade*, 44% responderam que sim e, 56% responderam que não. Em relação o indicador que busca identificar se a empresa *oferece boas condições de trabalho para todos seus funcionários*, 100% responderam que sim. E o indicador que verifica se a empresa *oferece programa específico para a saúde da mulher gestante*, 100% dos investigados concordam que sim. Esse resultado que se refere à concordância total dos investigados sobre a questão da saúde da mulher gestante corrobora a pesquisa documental que identificou a existência de um programa para as mulheres grávidas e, que são divulgados tanto internamente como no site da empresa.

O indicador que verifica se a empresa *oferece programas de orientação aos empregados a respeito do desenvolvimento integral da criança*, 100% responderam que não. Foi questionado também se a empresa *faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados*, e se a empresa *promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde*. Para ambas questões, 100% dos entrevistados responderam que não, isto é, não se realiza essas campanhas de imunização na organização estudada.

Em relação aos indicadores que buscaram identificar se a empresa *faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola por meio de solicitação de comprovantes de matrícula;* e se *possui política específica para os empregados que sejam pais ou responsáveis por crianças com deficiência*, 100% investigados responderam que não. Outra questão buscou identificar se a empresa *oferece planos de saúde familiar aos empregados*, 100% responderam que sim. Este resultado a respeito da questão do plano de saúde pode ser verificado *in loco* e sua adesão é opcional para os colaboradores.

Já para aos indicadores que identificam se a empresa *oferece creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei*, e se a empresa *oferece auxílio para educação dos filhos*, 100% dos investigados responderam que não. A questão que verifica se a empresa *estimula os empregados a destinar 6% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente*, 100% dos investigados também responderam que não.

Sobre o indicador que identifica se a empresa *oferece aos empregados terceirizados os mesmos benefícios dos seus empregados registrados*, 100% responderam que sim. O indicador que verifica se a empresa *possui políticas de acompanhamento do pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto*, 100% responderam que não. A questão que identifica se a empresa *possui políticas ou iniciativas para facilitar a consulta*

pré-natal e o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados, 100% também responderam que não. Esses resultados se mostram divergentes da informação de que a empresa oferece um programa voltado para as mulheres grávidas, de modo que essas questões poderiam ser incluídas.

A questão que se refere *a utilização da flexibilização de horário para amamentação, conforme legislação em vigor*, 100% responderam que sim. Em relação o indicador que identifica se a organização *possui normas escritas e canais para possíveis denúncias contra práticas discriminatórias*, 100% responderam que não. Sobre o indicador que identifica se a empresa *possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende rigorosamente a legislação de cotas de vagas para esse público*, 100% responderam que sim. Este resultado referente a inclusão de pessoas com deficiência corrobora a investigação feita através da observação direta e da pesquisa documental nas quais identificou-se a existência de colaboradores com necessidades especiais.

Em relação às variáveis que buscaram identificar se a empresa *procurar evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos e existe políticas de contratação de pessoas com idade superior a 45 anos*, 100% responderam que não. Sobre a questão que identifica se a empresa *oferece oportunidade de trabalho a ex-detentos* e se a empresa *possui políticas específicas para empregados indígenas*, 100% responderam que não.

No que diz respeito o indicador que identifica se a empresa *realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial*, 100% responderam que não. Por outro lado, aos indicadores que verificam se a empresa *oferta oportunidades de admissão, promoção e mobilidade interna independentemente de gênero ou raça* e se a empresa *promove igualdade nas condições de salários e benefícios sem distinção de gênero*, 100% dos investigados responderam que sim. Estes resultados convergem com a investigação documental e observação direta onde foi identificado que todas as ofertas de oportunidades de emprego e promoção da organização são realizadas para todos, independente de gênero, e também que as condições salariais são iguais para todos os colaboradores.

Sobre o indicador que identifica se a empresa *realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade de gênero*, 100% responderam que sim. A respeito do indicador que verifica se a empresa *oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e acesso a benefícios, como creche, ambulatório, transporte*, 100% responderam que sim. A questão que verifica se

a empresa *discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor*, 100% responderam que não.

A questão que buscou identificar se a empresa *possui procedimentos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros*, 100% responderam que não. Em relação à questão que verifica se a empresa *realiza campanhas internas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da equidade e não-discriminação racial*, 100% também responderam que não. Sobre o indicador que identifica se a empresa *tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas*, 100% dos investigados responderam que não. Ainda foi questionado se ocorre a *participação de negros nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas*, 100% responderam que sim. Uma das investigadas comentou que essas questões acerca da equidade racial não são tratadas na empresa e, que isso talvez seja porque nunca aconteceram fatos de discriminação racial dentro da organização.

No que se refere a atenção às mulheres, buscou identificar se a empresa *realiza campanhas internas de campanhas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da valorização da mulher*, 100% dos investigados responderam que não. Por outro lado, sobre a frequência que a empresa *promove, quando necessário, a adequação às condições físicas das mulheres de espaços de trabalho e equipamentos*, 100% responderam que sim. Uma investigada informou que isso pode ser observado frequentemente no caso das mulheres grávidas, em que é fornecido um apoio para que elas possam colocar os pés para apoiar-se melhor já que passam bastante tempo sentada no trabalho, proporcionando assim mais conforto para as gestantes.

Em relação o indicador que identifica se a empresa *proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho*, 100% responderam que não. Além disto, buscou-se identificar se a empresa *promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável*, 100% também responderam que não.

Finalmente, em relação à último indicador desta dimensão que identifica se a organização *possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa*, 100% responderam que sim.

A partir das respostas dos investigados, , representados pela média ponderada das respostas, pode-se observar que apenas 41% dos indicadores foram analisadas positivamente,

de modo que se atenta para a necessidade da empresa trabalhar melhor as questões organizacionais relacionadas ao Respeito ao Indivíduo.

4.4.3 Dimensão: Trabalho Decente

A Dimensão Trabalho Decente contempla as questões relacionadas com cuidado e a preservação das condições de trabalho do colaborador até a sua aposentadoria. Aos indicadores desta dimensão e os seus resultados são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4: Dimensão Trabalho Decente

VARIÁVEIS: TRABALHO DECENTE	Sim	Não
A empresa valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio da remuneração e investimento em seu desempenho profissional?	0%	100%
A empresa realiza pesquisa para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios?	0%	100%
A empresa desenvolve campanhas regulares de conscientização e pesquisa o nível de satisfação dos empregados, relacionado a saúde, segurança e condições de trabalho?	0%	100%
A empresa promove exercícios físicos antes da jornada de trabalho?	0%	100%
A empresa promove programa de combate ao estresse aos seus empregados?	0%	100%
A empresa possui política de compensação de horas extras para seus empregados?	100%	0%
A empresa oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool?	0%	100%
A empresa cumpre rigorosamente as obrigações legais e têm planos e metas para alcançar os padrões de excelências em saúde, segurança, e condições de trabalho em seu setor?	100%	0%
A empresa possui normas e processos para combater situações de assédio moral?	100%	0%
A empresa possui normas e processos para combater situações de assédio sexual?	0%	100%
A empresa possui programa de orientação alimentar e nutricional?	100%	0%
A empresa possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas?	100%	0%
A empresa possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo?	0%	100%

continua...

Continua...

A empresa fornece aos demitidos orientações em relação aos procedimentos necessários?	100%	0%
A empresa em caso de necessidade de redução de pessoal, procura alternativas de contenção (como verificar com outras empresas a possibilidade de transferência temporária do excedente de empregados, reduzir a carga horário etc) e redução de despesas, para evitar demissão em massa?	0%	100%
A empresa possui políticas e processos demissionários que permitem que as decisões sejam tomadas com base em avaliações por competências técnicas, psicológicas e comportamentais?	0%	100%
A empresa em casos de demissão em massa, analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes etc) para orientar prioridades?	0%	100%
A empresa oferece serviços de recolocação e manutenção de benefícios por tempo determinado ao trabalhador demitido sem justa causa?	0%	100%
A empresa em caso de demissão em massa, realiza previamente um programa de demissão voluntária, oferecendo a manutenção de benefícios por tempo determinado, salário ano de casa etc?	0%	100%
A empresa financia capacitação (mentoring, coaching etc.) dos empregados demitidos sem justa causa?	0%	100%
A empresa acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador?	100%	0%
A empresa diante da necessidade de redução de pessoal a empresa informa aos empregados as razões dessa decisão?	0%	100%
A empresa oferece informações básicas quanto à obtenção de aposentadoria?	0%	100%
A empresa envolve familiares dos empregados no processo de preparação para aposentadoria?	0%	100%
A empresa participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos?		100%
A empresa participa ou apoia programas e campanhas públicas e privadas de valorização dos idosos?	0%	100%
MÉDIA	27%	73%

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Na dimensão Emprego Decente foram avaliados 26 indicadores. Em relação aos indicadores que identificam se a Empresa investigada *valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio da remuneração e investimento em seu desempenho profissional; se realiza pesquisa para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios, e se a empresa desenvolve campanhas regulares de conscientização e pesquisa do nível de satisfação dos empregados, relacionado à saúde,*

segurança e condições de trabalho, 100% responderam não a todas essas questões, isto significa, a empresa não desenvolve esforços de valorização dos seus empregados e nem investiga seus níveis de satisfação. No que concerne à afirmativa que identifica a frequência que a organização *promove exercícios físicos antes da jornada de trabalho*, 100% dos investigados responderam que não. Em relação o indicador que verifica se a empresa *promove programa de combate ao estresse aos seus empregados*, 100% também responderam que não. Por outro lado, sobre o indicador que identifica se a empresa *possui política de compensação de horas extras para seus empregados*, 100% responderam que sim. Um dos investigados comentou que quando existe uma quantidade de hora extra disponível no banco de dados que corresponde a um dia de trabalho o funcionário pode solicitar um dia de folga extra na semana para seu gestor.

Sobre o indicador que identifica se a organização *oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool*, 100% dos investigados responderam que não. Em relação o indicador que identifica se a empresa *cumpr rigorosamente as obrigações legais e têm planos e metas para alcançar os padrões de excelências em saúde, segurança, e condições de trabalho em seu setor*, 100% responderam que sim. Este resultado corrobora a pesquisa documental e observação direta onde foi observado a presença de uma Comissão de Prevenção de Acidentes (CIPA) na organização e, também verificou-se que a empresa possui normas como a ISO 9001, que tem como objetivo melhorar a gestão da empresa e a norma NR17 que é uma norma regulamentadora do trabalho em Teletendimento ou Telemarketing, a qual estabelece parâmetros mínimos para a realização das atividades de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança, saúde e desempenho eficiente.

Em relação o indicador que identifica se a empresa *possui normas e processos para combater situações de assédio moral*, 100% responderam que sim, enquanto sobre o indicador que identifica se a organização *possui normas e processos para combater situações de assédio sexual*, 100% responderam que não. No que se refere à questão que identifica se a organização *possui programa de orientação alimentar e nutricional*, 100% responderam que sim.

Já com relação o indicador que identifica se a empresa *possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas*, 100% responderam que sim. Sobre o indicador que identifica se a organização *possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo*, 100% dos investigados responderam que não. No que se refere a questão que identifica se a empresa,

fornece aos demitidos orientações em relação aos procedimentos necessários, 100% responderam que sim.

Sobre o indicador *que identifica se a organização em caso de necessidade de redução de pessoal procura alternativas de contenção (como verificar com outras empresas a possibilidade de transferência temporária do excedente de empregados, reduzir a carga horário etc) e redução de despesas, para evitar demissão em massa*, 100% responderam que não. Ainda em relação o indicador *que identifica se a empresa possui políticas e processos demissionários que permitem que as decisões sejam tomadas com base em avaliações por competências técnicas, psicológicas e comportamentais*, 100% responderam que não.

Buscou-se investigar também se *em casos de demissão em massa, a empresa faz análise indicadora da situação socioeconômica (idade, estado civil, número de dependentes etc) para orientar prioridades*, 100% dos investigados responderam que não. Ainda sobre o processo de demissão, questionou-se se a empresa *oferece serviços de recolocação e manutenção de benefícios por tempo determinado ao trabalhador demitido sem justa causa*, 100% responderam que não. No que se refere a questão que verifica se a empresa *em caso de demissão em massa, realiza previamente um programa de demissão voluntaria, oferecendo a manutenção de benefícios por tempo determinado, salário ano de casa etc*, 100% também responderam que não. Também foi questionado se a empresa *financia capacitação (mentoring, coaching etc.) dos empregados demitidos sem justa causa*, 100% responderam que não.

Em relação o indicador *que identifica se a empresa acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador*, 100% responderam que sim. Durante a observação direta, um investigado comentou que todos os dias eles recebem a relação de demitidos e dos novos funcionários e a partir dela a empresa faz análise dos resultados em busca de forma que faça com que a rotatividade seja diminuída. Outro investigado informou que quando são identificadas falhas na operação de alguma atividade de um colaborador ele é encaminhado para fazer treinamento e capacitação para assim desenvolver melhor sua função dentro da organização. No que diz respeito o indicador *que identifica se a empresa diante da necessidade de redução de pessoal, informa aos empregados as razões dessa decisão*, 100% dos investigados responderam que não.

Todas as repostas foram negativas em relação aos aspectos *envolve a questão dos idosos e da aposentadoria a partir dos seguintes indicadores que verificam se a empresa oferece informações básicas quanto à obtenção de aposentadoria; envolve familiares dos*

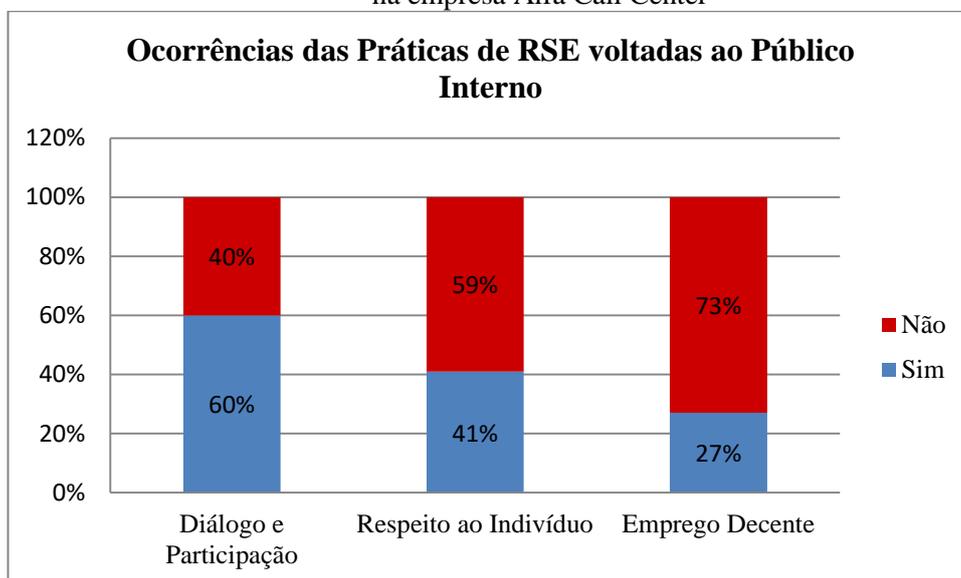
empregados no processo de preparação para aposentadoria; participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos; e participa ou apoia programas e campanhas públicas e privadas de valorização dos idosos.

A partir das respostas dos investigados, representados pela média ponderada das respostas, pode-se observar que apenas 27% dos indicadores de Emprego Decente foram analisadas positivamente, de modo que se atenta para a necessidade da empresa melhorar consideravelmente as questões organizacionais nesta dimensão.

4.4 Classificação final das ocorrências das práticas de RSE na empresa Alfa Call Center

Após a análise de todos os indicadores inseridos nas três dimensões de RSE voltadas para o público interno segundo o Instituto Ethos (2013) foi possível fazer a classificação final das ocorrências das práticas de RSE que a empresa investigada adota na percepção dos supervisores investigados. Os dados são apresentados no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Classificação final das ocorrências das práticas de RSE voltadas ao público interno na empresa Alfa Call Center



Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

De acordo com os resultados da pesquisa e com os dados expostos no gráfico da classificação final das ocorrências das práticas de RSE, se pôde notar que a dimensão diálogo e participação teve um resultado positivo mostrando que a empresa busca envolver seus colaboradores nas decisões organizacionais e também procura manter um bom

relacionamento da empresa com o sindicato com um intuito de atender assim as demandas de seus empregados.

No que se refere à dimensão Respeito ao Indivíduo, verifica-se que as ocorrências de práticas de RSE que foram investigadas tiveram um resultado baixo mostrando a necessidade da organização de atuar com mais ações direcionadas aos seus colaboradores nas questões relacionadas à responsabilidade social da empresa que diz respeito ao futuro das crianças, oferecendo aos pais um suporte para o cuidado com o acompanhamento do desenvolvimento dos filhos, pois se trata de um dever da empresa socialmente responsável de acordo com o Ethos.

A dimensão Emprego Decente, por sua vez, foi a que teve os resultados mais negativos e, assim se se pôde concluir que seus indicadores são os que precisam ser mais bem desenvolvidos ou aprimorados dentro da organização a partir da adoção das práticas de RSE que proporcione aos seus colaboradores reconhecimento do seu trabalho, remuneração adequada e garantias de uma vida digna. Outra questão que também precisa ser melhorada na organização são seus indicadores de demissões que são bastante alto de acordo com o estudo realizado.

Portanto, como poucas ocorrências das práticas de Responsabilidade Social Empresarial foram identificadas pode-se deduzir que a empresa possui um baixo envolvimento com as práticas de RSE voltadas ao público interno sendo uma questão que precisa ser mais bem trabalhada dentro da organização para atender as questões proposta pelo Ethos e, assim poder ser considera uma organização socialmente responsável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo identificar as ocorrências das práticas de RSE voltadas para o Público Interno na empresa Alfa Call Center, com base nos indicadores Ethos (2013), a partir da percepção dos supervisores que atuam no nível tático. Os resultados foram analisados a partir das três dimensões propostas pela ferramenta, a saber: Diálogo e Participação, Trabalho Decente e Respeito ao Indivíduo.

Em relação à primeira Dimensão que foi avaliada o Diálogo e Participação, pôde-se notar pelas respostas dos investigados que a empresa realiza suas atividades de forma transparente informando e também envolvendo seus colaboradores em decisões organizacionais que são apropriadas. A dimensão que se refere ao Respeito ao Indivíduo que buscou identificar as ocorrências da organização perante as questões que dizem respeito ao futuro das crianças e a valorização da diversidade dos colaboradores percebeu-se que é uma questão que precisa ser melhorada na organização, pois são assuntos que tem pouca atenção de acordo com visão dos respondentes.

Por último, no que diz respeito à dimensão, Trabalho Decente, que buscou investigar as questões relacionadas com cuidado e a preservação das condições de trabalho do colaborador até a aposentadoria, verificou-se de acordo com a percepção dos investigados que essa é uma dimensão que empresa Alfa também necessita melhorar consideravelmente, através da inserção de práticas novas e aprimorando as que já realizam.

No que diz respeito às práticas de Responsabilidade Social Empresarial que a empresa Alfa realiza e que são percebidas pelo público investigadas as mais evidenciadas pelos respondentes é que a empresa é a porta de entrada para as pessoas que buscam o primeiro emprego e a valorização de seus funcionários sem fazer distinção de gênero ou raça. Logo, pode-se verificar que os investigados avaliam essas práticas de RSE realizadas pela empresa de forma positiva.

Em relação às dimensões Respeito ao Indivíduo e Trabalho Decente que foram as que mais tiveram respostas negativas das atividades realizadas na organização, de acordo com os investigados a empresa Alfa pode melhorar essas questões implantando mais práticas de RSE com políticas que valorizem o trabalho dos funcionários da organização, o que pode ser realizado a partir da concessão de prêmios de compensação dos esforços realizados.

Contudo, pode-se concluir através dos resultados que fazer a adoção de práticas de Responsabilidade Social Empresarial não é algo difícil e que existem várias ferramentas e indicadores disponíveis para a avaliação de tais questões, porém precisa que as empresas tenham a iniciativa de buscar as melhores formas de aplicá-las em suas organizações. Sobre a

limitação da pesquisa como ela foi realizada apenas com os supervisores do nível tático, sugere-se uma avaliação com os colaboradores dos outros níveis para uma visão mais aprofundada do assunto.

É importante destacar ainda que através da utilização dos Indicadores Ethos, as organizações conseguem fazer uma avaliação de desempenho socialmente responsável identificando seus acertos em relação às questões de RSE e também as possíveis falhas as quais precisam ser corrigidas, conforme pôde ser percebido durante a realização deste estudo.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. et al. *Ética e responsabilidade sócia nos negócios*. 2 ed. Editora Saraiva. São Paulo, 2002.

AMARAL, R.M.P; MARSON, L.S.C. A percepção da Responsabilidade Social corporativa como fator de atração e retenção de talentos. IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão, junho de 2013. ISSN 1984-9354. Disponível em:<<http://docplayer.com.br/2222581-A-percepcao-da-responsabilidade-social-corporativa-como-fator-de-atracao-e-retencao-de-talentos.html>>. Acesso em 10 de setembro.2016.

AZEVEDO, et al. A Estratégia de Triangulação: Objetivos, Possibilidades, Limitações e Proximidades com o Pragmatismo. IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Brasília/DF –novembro de 2013.

CORRÊA, P. B de B. O Balanço Social como instrumento de gestão da responsabilidade social: O caso da Marinha do Brasil. Dissertação (Mestrado em: Ciências Contábeis) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Finanças. Março de 2008.

DALFOVO, M S.; LANA, R A.; SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.2, n.4, p.01- 13, Sem II. 2008.

DONAIRE, Dias. *Gestão Ambiental na Empresa*. 2. Ed. – 18. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2014.

FRANCISCHINI, A. S. N. et al. *Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades*. 4ª Edição. São Paulo: Editora Peirópolis, Instituto Ethos, 2005 Disponível em:< https://books.google.com.br/books?id=59XJL8OIKRYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 12 de setembro de 2016.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6 ed. Editora Atlas. São Paulo, 2008.

ETHOS. Indicadores ETHOS de responsabilidade social empresarial. 2013. Disponível em:<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf> Acesso em: 26 agos. 2016.

LIMA, M. J. O. *As empresas familiares da cidade de Franca: um estudo sob a visão do serviço social* [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 240 p. ISBN 978-85-7983-037-2. Disponível em:<<http://books.scielo.org/id/cbyx4/pdf/lima-9788579830372-04.pdf>> Acesso em: 16 de setembro. 2016

MACÊDO, N. M. M.N. de. *Considerações acerca da Responsabilidade Social Empresarial: um estudo a partir de sua evolução histórica*. X SEGeT, Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, outubro 2013. Disponível em:<<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/55618685.pdf>>. Acesso em: 26 agos. 2016.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO, T. G. Insalubridade no teleatendimento e telemarketing. Monografia apresentada à Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, 2011.

MERCADO, D. do L. M. Maquiavelismo e ranking de vendas no telemarketing. Dissertação (Mestrado em: Administração) universidade Municipal de São Caetano do Sul – IMES, Fevereiro de 2007.

MONDO, T. S. et al. O Telemarketing ativo na perspectiva do consumidor. REMark - Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 8, n. 2, p 98-115, jul./dez. 2009.

NAKAYAMA, R. M.; TEIXEIRA, R. M. Ações de Responsabilidade Social com Relação ao Stakeholder Fornecedor: Estudo de Caso Baseado nos Indicadores Ethos em uma Empresa Brasileira do Setor de Cosméticos. Maio de 2012. ISSN: 1984-3925.

OLIVEIRA, Carla Montefusco. Entre tradições e inovações: percepções e práticas de responsabilidade social empresarial – Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2013.

OLIVEIRA JÚNIOR, J. de S. Teletrabalho: vantagens e desvantagens para indivíduos, organizações e sociedade. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto. Universidade de São Paulo – USP, 2013. 56 p. Trabalho de conclusão de curso (MBA Gestão Estratégica a Distância).

RABELO, N. S; SILVA, C. E. Modelos de Indicadores de Responsabilidade Socioambiental Corporativa. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.2,n.1,p.5-30,2011. Disponível em: http://www.academia.edu/1818285/Modelos_de_indicadores_de_responsabilidade_socioambiental_corporativa Acesso em: 16 de setembro de 2016.

RICHARDSON, R. J. et al. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3. ed., 14 reimpr. São Paulo Atlas, 2012. 335 p.

SILVA, F. P. et al. *Responsabilidade Social Corporativa e performance social corporativa: uma análise bibliográfica dos modelos teóricos da década de 1970 até 2014*. Revista de Administração e Negócios da Amazônia, v.7,n.3,set/dez.2015.

DA SILVA, Eduardo Augusto et al. INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE COMO INSTRUMENTOS DE GESTÃO, UMA ANÁLISE DA GRI, ETHOS E ISE. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 130, 2014.

SOUSA, A. C. C. Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A Incorporação dos conceitos à Estratégicos Empresarial. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (COPPE), 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

O Presente questionário tem como objetivo verificar a percepção do colaborador interno da Empresa ALFA em relação às questões de Responsabilidade Social Empresarial. Para isso, as questões buscam analisar aspectos referentes às seguintes categorias: Diálogo e Participação, Respeito ao indivíduo e Trabalho Decente. Através da categoria Diálogo e Participação, será verificado se a empresa envolve seus trabalhadores nas decisões organizacionais e como se dá o relacionamento empresa sindicato. A categoria Respeito ao Indivíduo, as questões tratam da relação da empresa com o compromisso com o futuro das crianças e a valorização da diversidade de seus colaboradores. Por fim, a categoria Trabalho Decente, que se trata do cuidado e preservação das condições de trabalho do colaborador até a sua aposentadoria.

Práticas de Responsabilidade Social associadas ao público interno

Categoria: Diálogo e Participação.			
Ord.	A Empresa:	Sim	Não
1.	fornece informações básicas sobre direitos e deveres dos colaboradores, tais como: dissídio, contribuições sindicais e etc?		
2.	exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais?		
3.	dá liberdade para o sindicato atuar no local de trabalho?		
4.	se reúne periodicamente com o sindicato para ouvir sugestões e negociar reivindicações?		
5.	realiza treinamento e capacitação com seus funcionários?		
6.	possui políticas e mecanismos para avaliar e acompanhar sugestões e críticas dos empregados, com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos?		
7.	possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos?		
8.	possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal?		
9.	Possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, mantendo-os informado e fornecendo-lhes dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos que afetem os empregados para subsidiar as discussões?		
10.	Disponibiliza informações econômico-financeiras, a fim de prepará-los para contribuírem com os comitês de gestão ou nas		

	decisões estratégicas, apresentando informações importantes para a gestão de riscos e oportunidades?		
11.	Interfere nas eleições dos integrantes de comissões dos empregados, (CIPA, CCP, entre outros)?		
Categoria: Respeito ao Indivíduo			
Ord.	A Empresa:	Sim	Não
1.	Possui programa específico para contratação de aprendizes e estagiários?		
2.	Oferece aos aprendizes, boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal, fazendo o devido acompanhamento, avaliação e orientação?		
3.	Ao encerrar o programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados?		
4.	Desenvolve ou apoia projetos para crianças e adolescentes da comunidade?		
5.	Oferece boas condições de trabalho para todos seus funcionários?		
6.	Oferece programa específico para a saúde da mulher gestante?		
7.	Oferece programas de orientação aos empregados a respeito do desenvolvimento integral da criança (cuidados com nascimento, alimentação saudável, prevenção de doenças, entre outros)?		
8.	Faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados?		
9.	Promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde?		
10.	Faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula?		
11.	Possui política específica para os empregados que sejam pais ou responsáveis por crianças com deficiência, garantindo-lhes a possibilidade de acompanhar o desenvolvimento dos filhos de forma adequada?		
12.	Oferece planos de saúde familiar aos empregados?		
13.	Oferece creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei?		
14.	Oferece auxílio para educação dos filhos?		
15.	Estimula os empregados a destinar 6% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente?		
16.	Oferece aos empregados terceirizados os mesmos benefícios dos seus empregados registrados?		
17.	Possui políticas de acompanhamento do pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto?		
18.	Possui políticas ou iniciativas para facilitar a consulta pré-natal e o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados?		
19.	Faz utilização da flexibilização de horário para amamentação, conforme legislação em vigor?		
20.	Possui normas escritas e canais para possíveis denúncias contra práticas discriminatórias?		
21.	Possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende rigorosamente a legislação de cotas de vagas para esse público?		
22.	Procura evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos?		
23.	Possui políticas de contratação de pessoas com idade superior a 45 anos?		
24.	Oferece oportunidade de trabalho a ex-detentos?		

25.	Possui políticas específicas para empregados indígenas?		
26.	Realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial?		
27.	Oferece oportunidades de admissão, promoção e mobilidade interna independentemente de gênero ou raça?		
28.	Promove igualdade nas condições de salários e benefícios sem distinção de gênero?		
29.	Realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade de gênero?		
30.	Oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e acesso a benefícios, como creche, ambulatório, transporte e etc?		
31.	Discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor?		
32.	Possui procedimentos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros?		
33.	Realiza campanhas internas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da equidade e não-discriminação racial?		
34.	Tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas?		
35.	Garante a participação de negros nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas?		
36.	Realiza campanhas internas de conscientização para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da valorização da mulher?		
37.	Promove, quando necessário, a adequação às condições físicas das mulheres de espaços de trabalho e equipamentos?		
38.	Proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho?		
39.	Promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável?		
40.	Possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa?		
Categoria: Trabalho Decente			
Ord.	A Empresa:	Sim	Não
1.	Valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio da remuneração e investimento em seu desempenho profissional?		
2.	Realiza pesquisa para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios?		
3.	Desenvolve campanhas regulares de conscientização e pesquisa o nível de satisfação dos empregados, relacionado a saúde, segurança e condições de trabalho?		
4.	Promove exercícios físicos antes da jornada de trabalho?		
5.	Promove programa de combate ao estresse aos seus empregados?		
6.	Possui política de compensação de horas extras para seus empregados?		
7.	Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool?		
8.	Cumprir rigorosamente as obrigações legais e têm planos e metas para alcançar os padrões de excelências em saúde, segurança, e condições de trabalho em seu setor?		
9.	Possui normas e processos para combater situações de assédio moral?		

10.	Possui normas e processos para combater situações de assédio sexual?		
11.	Possui programa de orientação alimentar e nutricional?		
12.	Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas?		
13.	Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo?		
14.	Fornecer aos demitidos orientações em relação aos procedimentos necessários?		
15.	Em caso de necessidade de redução de pessoal, procura alternativas de contenção (como verificar com outras empresas a possibilidade de transferência temporária do excedente de empregados, reduzir a carga horária etc) e redução de despesas, para evitar demissão em massa?		
16.	Possui políticas e processos demissionários que permitem que as decisões sejam tomadas com base em avaliações por competências técnicas, psicológicas e comportamentais?		
17.	Em casos de demissão em massa, analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes etc) para orientar prioridades?		
18.	Oferece serviços de recolocação e manutenção de benefícios por tempo determinado ao trabalhador demitido sem justa causa?		
19.	Em caso de demissão em massa, realiza previamente um programa de demissão voluntária, oferecendo a manutenção de benefícios por tempo determinado, salário ano de casa etc?		
20.	Financia capacitação (mentoring, coaching etc.) dos empregados demitidos sem justa causa?		
21.	Acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador?		
22.	Diante da necessidade de redução de pessoal a empresa informa aos empregados as razões dessa decisão?		
23.	Oferece informações básicas quanto à obtenção de aposentadoria?		
24.	Envolve familiares dos empregados no processo de preparação para aposentadoria?		
25.	Participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos?		
26.	Participa ou apoia programas e campanhas públicas e privadas de valorização dos idosos?		

PERFIL DO PESQUISADO

1 Qual é o seu gênero?

Masculino Feminino

2 Qual a sua faixa etária?

De 18 a 29

De 30 a 39

De 40 a 49

Acima de 50

3 Estado Civil?

Solteiro (a)

Casado (a)/ União estável

Divorciado (a)

Viúvo (a)

4 Qual o seu nível de escolaridade?

Ensino médio incompleto

Ensino médio Completo

Ensino Técnico

Ensino Superior incompleto

Ensino Superior Completo

Pós-graduação

5 Qual a sua renda Familiar Mensal?

Até 1 salário mínimo

De 1 a 2 salários mínimos

De 2 a 5 salários mínimos

Acima de 5 salários mínimos

6 Tempo de atuação na Empresa

Menos de 1 Ano

De 1 a 2 anos

De 3 a 5 anos

De 6 a 8 anos

Acima de 8 anos

ANEXO B**TERMO DE ANUÊNCIA**

Eu, _____, responsável pela empresa XXXX, estou de acordo com a execução da pesquisa sobre as “Práticas de Responsabilidade Social Empresarial voltadas ao Público Interno: Um levantamento em um Call Center”, coordenado pela professora Dra. Verônica Macário de Oliveira da Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade da UFCG, desenvolvido em conjunto com a aluna do curso de Administração Tatiane Rayane da Silva da mesma instituição, e assumo o compromisso de apoiar o desenvolvimento da referida pesquisa nesta empresa, autorizando assim a coleta de dados necessários para tal e o uso dos resultados obtidos nesta análise para fins de acadêmicos.

Campina Grande, ____ de _____ de _____

Responsável

ANEXO C

Termo Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, _____, tendo sido convidado (a) a participar como voluntário (a) do levantamento de “Práticas de Responsabilidade Social Empresarial voltadas ao Público Interno em uma Empresa de Call Center”, recebi da Sra. Verônica Macário de Oliveira da Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade da UFCG e sua orientanda Tatiane Rayane da Silva, responsáveis por sua execução, as seguintes informações que me fizeram entender sem dificuldades e sem dúvidas os seguintes aspectos:

- Que o estudo se destina a fazer um levantamento de práticas de Responsabilidade Social da empresa sob a percepção do público interno;
- Que a importância deste estudo é a de verificar a postura socialmente responsável; o Que esse estudo começará em julho/2016 e terminará em Outubro/2016
- Que o estudo será feito da seguinte maneira: através de um levantamento;
- Que eu participarei das seguintes etapas: aplicação de questionários;
- Que os possíveis riscos à minha saúde física e mental são: não possui riscos;
- Que os benefícios que deverei esperar com a minha participação, mesmo que não diretamente são: obter informações relevantes sobre a atuação sustentável da empresa que faço parte;
- Que, sempre que desejar, serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo;
- Que, a qualquer momento, eu poderei recusar a continuar participando do estudo e, também, que eu poderei retirar este meu consentimento, sem que isso me traga qualquer penalidade ou prejuízo.
- Que as informações conseguidas através da minha participação não permitirão a identificação da minha pessoa, exceto aos responsáveis pelo estudo, e que a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto.
- Que o estudo não acarretará nenhuma despesa para o participante da pesquisa.
- Que eu serei indenizado por qualquer dano que venha a sofrer com a participação na pesquisa, podendo ser encaminhado para UAAC/UFCG.
- Que eu receberei uma via do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Finalmente, tendo eu compreendido perfeitamente tudo o que me foi informado sobre a minha participação no mencionado levantamento e estando consciente dos meus direitos, das minhas responsabilidades, dos riscos e dos benefícios que a minha participação implicam, concordo em dele participar e para isso eu DOU O MEU CONSENTIMENTO SEM QUE PARA ISSO EU TENHA SIDO FORÇADO OU OBRIGADO.

Para qualquer informação, o (a) Sr (a) poderá entrar em contato com o pesquisador no endereço Rua Aprígio Veloso, 882 - Universitário, Campina Grande - PB, 58429-900, pelo telefone (83) 2101-1217.

Campina Grande, ___/___/2016.

Assinatura