



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA \_UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E HUMANAS APLICADAS  
CAMPOS VII- GOVERNADOR ANTÔNIO MARIZ  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Nayara Katharine de Medeiros Soares

**Responsabilidade Sócio-empresarial e Acessibilidade nas Organizações: Um estudo de caso em uma agência bancária.**

PATOS

2012

Nayara Katharine de Medeiros Soares

**Responsabilidade Sócio-empresarial e Acessibilidade nas Organizações: Um estudo de caso em uma agência bancária.**

Monografia apresentada à Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, Campos Patos, Coordenação do curso de Administração, como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof<sup>a</sup>. Msc. Monique Fonseca Cardoso

PATOS

2012

S676r Soares, Nayara Katharine de Medeiros

Responsabilidade sócio-empresarial e acessibilidade nas organizações: um estudo de caso em uma agência bancária, Patos, PB / Nayara Katharine de Medeiros Soares. Patos: UEPB, 2012.

83f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração)–Universidade Estadual da Paraíba. Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Msc. Monique Fonseca Cardoso.

1. Responsabilidade sócio-empesarial. 2. Acessibilidade em bancos. I. Título. II. Soares, Nayara Katharine de Medeiros.

UEPB/SIB/Setorial - Campus VII

CDD 658.408

Nayara Katharine de Medeiros Soares

**Responsabilidade Sócio-empresarial e Acessibilidade nas Organizações: Um estudo em uma agência bancária.**

Monografia apresentada à Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, Campos Patos, Coordenação do curso de Administração, como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Administração.

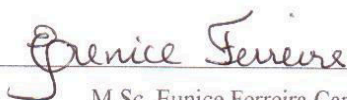
Aprovada em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

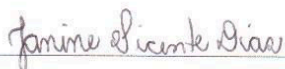
M.Sc. Monique Fonseca Cardoso

---



M.Sc. Eunice Ferreira Carvalho

---



M.Sc. Janine Vicente Dias

Dedico esta conquista aos meus pais, Francisco Vicente e Maria de Fátima e a minha irmã, Nathália, pela credibilidade, pelo incentivo, pela compreensão e pelo carinho dedicados.

## AGRADECIMENTOS

A Deus por estar sempre comigo e por ter permitido que eu chegasse até aqui. Obrigada pela força e coragem que me ajudaram a superar cada obstáculo.

Ao meu pai e à minha mãe pelo amor infinito.

A minha querida irmã Nathália Karoline de Medeiros Soares, pelo amor e apoio de uma vida inteira.

A Monique Fonseca Cardoso, orientadora dedicada e atenciosa, obrigada por partilhar comigo um pouco de seus conhecimentos. Com você aprendi muito.

Aos amigos Kadmo e Ana Alice, pelas contribuições, pelo apoio e pelo incentivo, pelos ouvidos e por compartilharem comigo, no dia a dia, as dores e as alegrias da dura caminhada;

Aos demais amigos por compartilharem comigo as alegrias e as angústias, obrigada por estarem ao meu lado.

Aos funcionários do Banco  $\beta$ , obrigada pelo apoio, pela disponibilidade, pela companhia, sem vocês a realização desse trabalho não teria sentido nem viabilidade.

*“Não são as espécies mais fortes que sobrevivem, nem as mais inteligentes, e sim as que respondem melhor à mudança”.*

(Charles Darwin)

## RESUMO

Esta monografia aborda o tema responsabilidade sócio-empresarial e acessibilidade no contexto do trabalho bancário. A pesquisa foi realizada numa organização ficticiamente chamada de Banco  $\beta$ , partindo da questão mobilizadora: **Como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes e dos funcionários sobre a Responsabilidade Social Empresarial?** Justifica-se pela premissa de que a sociedade está mais atenta e cobrando de forma mais ativa as ações de responsabilidade social das empresas, e porque ser social e ambientalmente responsável influencia, em última instância, os lucros de uma organização, seja diretamente, ou por proporcionar a conquista e fidelização de clientes. O objetivo geral da pesquisa foi compreender como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes e dos funcionários sobre a Responsabilidade Social Empresarial. Teoricamente, foram apresentados os conceitos mais conhecidos sobre responsabilidade sócio-empresarial e acessibilidade, com os tópicos: Responsabilidade sócio-empresarial, ética aplicada ao contexto empresarial, empresa incluyente e acessibilidade. Metodologicamente, tratou-se de uma pesquisa de natureza qualitativa, para a qual cinco sujeitos foram entrevistados. Como técnica de análise de dados, foi empregada a análise documental e de conteúdo. Os resultados apontam para a percepção de ações voltadas para acessibilidade, e para a responsabilidade social empresarial de forma isolada. Os dados permitem afirmar que existe uma fragilidade da ligação entre as ações de acessibilidade como fazendo parte do contexto de responsabilidade sócio-empresarial. Isso leva a uma reflexão sobre a (in) visibilidade das ações de acessibilidade na empresa estudada, sugerindo assim, que devem ser trabalhadas formas de se incentivar esta ligação, como uma maior divulgação entre os clientes e funcionários sobre as ações de acessibilidade adotadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** responsabilidade sócio-empresarial; acessibilidade; instituição financeira.



## **ABSTRACT**

This project addresses the theme of accessibility in the context of bank workers. The research that is proposed, will be held in an organization notionally called  $\beta$  Bank, based on the driving issue: How the actions of accessibility influence the perception of customers and employees on the Corporate Social Responsibility? Considering the premise that society is more aware and demanding a more active actions of corporate social responsibility, then why invest in the social influence and be environmentally responsible, ultimately, their profits, either directly in the economic or by providing an achievement and customer loyalty in the financial institution. The objective of the research was to understand how the actions of accessibility, influence the perception of customers and employees on the Corporate Social Responsibility. Theoretically, will be presenting the most popular concepts of social responsibility, social responsibility, entrepreneurship and social marketing. With topics: Social and Environmental Responsibility, Partner-business, accessibility and social marketing. Methodologically, this is a qualitative research, for which five individuals will be interviewed. As a technique for data analysis, it is proposed to employ document analysis and content. The results indicate a weakness of the link between the actions of accessibility as part of the context of socio-corporate responsibility and reflection on the (in) visibility of the shares in the company studied accessibility, thus suggesting greater awareness among customers and officials about actions taken accessibility.

**KEYWORDS:** environmental responsibility, accessibility, financial institution

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1 Problemática .....	11
1.2 Justificativa.....	13
1.3 Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo Geral .....	14
1.3.2 Objetivos Específicos .....	14
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
2.1 Responsabilidade Sócio-Empresarial .....	15
2.1.1 Definição e origem .....	15
2.1.2 Ética aplicada ao contexto empresarial .....	20
2.1.3 Empresa incluyente.....	21
2.2 Acessibilidade.....	22
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>25</b>
3.1 Tipo de Pesquisa.....	25
3.2 A escolha dos sujeitos entrevistados .....	26
3.3 Fontes de instrumentos de coletas dos dados .....	27
3.4 Procedimentos para Análise dos Dados.....	27
<b>4. RESULTADOS .....</b>	<b>29</b>
4.1 O Caso do Banco B.....	29
4.1.1 Descrição do modelo e padronização dos ambientes das agências voltadas à acessibilidade.....	30
4.1.2 Percepção sobre Acessibilidade.....	31
4.1.3 Percepção sobre RSE.....	34

4.1.4 Relação Acessibilidade x RSE.....38

**5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....39**

**REFERÊNCIAS .....41**

**APÊNDICE**

## **1. INTRODUÇÃO**

Para iniciar o debate proposto sobre Responsabilidade Social Empresarial, esta introdução apresenta o problema de pesquisa, a justificativa, assim como os objetivos geral e específicos.

### **1.1 Problemática da Pesquisa**

Atualmente, as empresas estão aderindo a mudanças, de forma a adaptarem-se a transformações ocorridas no campo social, no econômico e no ambiental. Para tanto, estão empregando estratégias que interligam stakeholders, que visam ao próprio crescimento e que aplicam a sustentabilidade e a transparência nos negócios.

Em termos temporais, foi a partir da década de 1990 que a cultura da Responsabilidade Social desenvolveu-se, tornando-se quase um imperativo de gestão para as empresas que pretendem se manter competitivas em seus respectivos mercados. Por outro lado, as que não conseguirem implantar um verdadeiro programa de Responsabilidade Social abrem lacunas para as críticas por parte da sociedade. Isso tem ocorrido nos nossos dias com mais frequência, uma vez que cresce o entendimento dos consumidores diante dos efeitos negativos sobre o meio ambiente e a saúde humana, por consequência de algumas atividades empresariais socialmente equivocadas (PERES, 2007).

Tem-se também a crescente concentração de renda e o agravamento de outros problemas sociais que foram produzidos ao longo do tempo e estão sensibilizando os consumidores, e esses passam a exigir cada vez mais a adoção de padrões de conduta ética que valorizem o ser humano, a sociedade e o meio ambiente. Por essas razões, as empresas passam a preocupar-se com a legitimidade social de sua atuação (ALEMANDRO, 2004). Adotam práticas sociais através de programas nessa área, procurando demonstrar sua função perante a comunidade em que está inserida. Portanto, a responsabilidade socioambiental, não deve ser interpretada como peça à parte da gestão de uma empresa, mas ser sua extensão (LUCCA, 2004).

No âmbito das ações socialmente responsáveis, aquelas voltadas à inclusão de minorias vêm ganhando força. Entre esse público, estão os portadores de deficiência física, os

quais necessitam de atenção no que diz respeito “[...] a possibilidade e a abrangência na utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação [...]” (FEBRABAN, 2006), a chamada acessibilidade.

Já há algumas décadas tem crescido o reconhecimento internacional sobre os direitos das pessoas com deficiência, devido a novas tendências mundiais que garantem medidas as quais asseguram a essa população a capacitação e a inclusão na vida social. Como exemplo desse reconhecimento, tem-se a aprovação, em dezembro de 1975, da Declaração dos Direitos das Pessoas Portadoras de Necessidades Especiais, pelas Organizações das Nações Unidas (ONU), a qual estabeleceu várias diretrizes visando garantir à pessoa com deficiência os princípios universais de equidade e acessibilidade (FEBRABAN, 2006).

Dessa forma, as ações, que antes eram postergadas, passam a enfrentar exigências para serem aplicadas em primeiro lugar, no presente. Atualmente, cada organização é responsável sócio e ambientalmente pela inclusão e pela acessibilidade de seus clientes e colaboradores.

Presente em todas as sociedades do mundo, a deficiência, no Brasil chega a atingir cerca de 24,6 milhões de pessoas, segundo dados do Censo 2000 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Isso corresponde a 14,54% da população.

Entre as empresas que passaram a preocupar-se em atender esse público, estão os bancos. Em pesquisa realizada pela Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN, 2006), identificou-se que, desse percentual de portadores de necessidades especiais no Brasil, 27,54% são portadores de deficiência física. Com base nestes dados, a FEBRABAN atribuiu às ações e aos projetos de acessibilidade um novo olhar, que prevê preocupações com o acesso e com a efetiva participação de pessoas com deficiência física e intelectual. Lançando novas publicações, reestruturando espaços físicos e remodelando projetos para melhor atender esse público.

Diante desse cenário, o presente trabalho tem como objetivo responder à seguinte questão de pesquisa: **Como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes e funcionários de uma agência bancária sobre a Responsabilidade Social Empresarial?**

Esta monografia está estruturada em três partes. Neste capítulo de introdução, a pesquisa é contextualizada, o problema declarado, os objetivos esclarecidos e a justificativa apresentada. O segundo capítulo revisa a literatura. Seguido do terceiro capítulo, com o esclarecimento do percurso metodológico que seguiu. Por fim o quarto capítulo apresenta os resultados da análise realizada, e o quinto, as considerações finais do trabalho.

## 1.2 Justificativa

Essa pesquisa se justifica em termos teóricos, práticos e pessoais. Assim, somando-se fatores ligados ao crescente número de portadores de deficiência, que já representa uma parcela significativa da população e de clientes para as instituições bancárias, ao elevado grau de conscientização das pessoas atualmente sobre os direitos que possuem, sejam elas portadoras de deficiência ou não, torna-se emergente a necessidade de realizarem-se estudos sobre o tema responsabilidade social, entrelaçado às questões de acessibilidade, os quais ainda são escassos. Dessa forma, esclarece-se a justificativa teórica da presente monografia.

Por visar a contribuir tanto para o cumprimento da legislação vigente, quanto para o melhor atendimento aos clientes portadores de necessidades especiais, o presente trabalho justifica-se pragmaticamente. Além disso, a justificativa social da pesquisa dá-se, já que ao se propor a identificar a relação existente entre as ações de acessibilidade e a imagem da empresa para clientes e colaboradores, o trabalho tem intenção de promover o incentivo a ações de responsabilidade socioambiental pelas organizações, proporcionando maior equidade.

Em relação à justificativa pessoal, como pesquisadora sinto-me atraída pelos arranjos, reprojeto e projetos que são possíveis de fazer com o espaço físico para que questões de responsabilidade social e acessibilidade sejam concretizadas conforme ações e leis escritas na Declaração dos Direitos das Pessoas Portadoras de Necessidades Especiais, pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) e demais organizações responsáveis.

### **1.3 Objetivos**

Considerando a problemática e pertinência desta pesquisa, ela apresenta os seguintes objetivos:

#### **1.3.1 Objetivo Geral**

Compreender como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes e dos funcionários sobre a Responsabilidade Social Empresarial.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

A operacionalização deste objetivo geral se deu pelos seguintes objetivos específicos:

- (i) identificar quais as ações de acessibilidade são implementadas pela organização;
- (ii) descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos clientes;
- (iii) descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos funcionários;
- (iv) identificar quais ações os clientes e funcionários vinculam à Responsabilidade Sócio-empresarial

## **2. REFERÊNCIAL TEORICO**

O corpo teórico deste trabalho consiste na atenção especial dada aos temas Responsabilidade Social e acessibilidade, devido as suas relevâncias. Atualmente a responsabilidade social passou a ser fator estratégico da política das empresas, deixando de ser tido apenas como uma opção. E a acessibilidade passou a ser necessária quanto à atenção aos deficientes físicos. Foi-se, então, discorridos tópicos baseados nos temas, como a responsabilidade social empresarial, a empresa tida como incluída, a ética aplicada ao contexto empresarial e à acessibilidade.

### **2.1 Responsabilidade sócio empresarial**

Decorrente do crescimento da conscientização das empresas com relação ao seu papel como agente mobilizador e transformador da sociedade, torna-se mais frequente o debate sobre a relação entre o trabalho nas organizações e a preocupação em aumentar os aspectos positivos e diminuir os negativos de suas ações. Para Moura (2010) surge, portanto, a tentativa de inserir e compreender o conceito de Responsabilidade Social, haja vista que também se tornou fundamental para ganhar lugar e manter-se no mercado atual, com a incorporação de critérios de responsabilidade social na gestão estratégica e nas políticas da empresa.

#### **2.1.1 Definição e origem**

Passando a ser ponto de discussões no mundo dos negócios, Ashley (2003), defende que o surgimento da Responsabilidade Social é o reflexo das críticas que as organizações receberam nas últimas décadas, no que tange ao compromisso para com a sociedade. Sendo, portanto, necessárias reestruturações nas organizações, pois não são mais aceitas políticas baseadas estritamente de mercado.



Como discorre Britto (2007) o movimento da RSE (Responsabilidade Social Empresarial) ao contrário: primeiro o significado, depois, a sigla entre parêntesis decorre de três fatores que marcam a época atual: a revolução tecnológica (satélites, telecomunicações), que eliminou distâncias e multiplicou a troca de informações via televisão, jornais, rádio, telefone e internet; a revolução educacional, que é consequência do número cada vez maior de pessoas que frequentam escolas e querem mais informações; e a revolução cívica, que é representada por milhões de pessoas organizadas de todo o mundo reunidas em associações e organizações não governamentais (ONGs), defendendo seus direitos e seus interesses, como a promoção social e a proteção ambiental.

Desse modo, o autor afirma que a Responsabilidade Social Empresarial passa de uma simples opção para a empresa para ser um fator estratégico nas políticas desenvolvidas por ela. Fazendo surgir discussões, por exemplo, da ligação da responsabilidade social empresarial com o marketing.

Ainda hoje há confusão entre os conceitos de responsabilidade social e de assistência social, sendo que esta faz parte daquela, porém, em geral, pode representar um ato responsável momentâneo e não ser contínua socialmente responsável para a sociedade como um todo (BRITTO, 2007).

Como definição de responsabilidade social de uma empresa, Melo, Neto e Froés (1999, p. 262) dizem que é uma “decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce”. Hoje esse conceito ganha novos ramos, novas ações sociais e ambientais, não se esquecendo da ligação da responsabilidade social com a questão de cidadania, o que chega a contribuir financeiramente com sua implantação. E o que antes era filantropia hoje contribui em termos financeiros com a sua aplicação, conforme afirma Schwartz (2002, p.9): “Filantropia é um termo que normalmente tem, no contexto brasileiro, visão assistencialista. É uma visão na qual a doação é destinada a resolver a questão imediata e aguda, mas que não muda o status quo dos beneficiários”.

Azambuja (2001, p. 73), ao citar a necessidade de uma postura ética por parte das organizações que investem na filantropia estratégica, afirma que:

...a filantropia não pode nem deve eximir a empresa de suas responsabilidades. Por mais louvável que seja uma empresa construir uma creche ou um posto de saúde na sua comunidade, a sua generosidade em nada adiantará se, ao mesmo tempo, estiver poluindo o único rio local ou utilizando matéria-prima produzida em fábricas irregulares, que empregam trabalho infantil em condições insalubres ou perigosas

Alessio (2004) conceitua o termo “responsabilidade” como “respeito aos indivíduos”. Trata-se do uso da liberdade de ação e decisão pessoal com a devida consciência sobre atos. Assim, o sujeito pode prever os efeitos do seu próprio comportamento e ter a opção de evitá-los, assumindo as consequências dos seus atos, sejam eles positivos ou negativos. Para o termo “social”, a autora o define como sendo tudo que diz respeito à sociedade em geral. A partir da união destas definições, conclui-se que Responsabilidade Social é tudo o que se refere a responder pelos atos diante da sociedade ou da opinião pública. Em relação às organizações, a Responsabilidade Social diz respeito ao modo como as empresas atuam e como suas ações afetam as partes envolvidas: acionistas, funcionários, fornecedores, clientes, comunidade, governo e meio ambiente. Conforme a autora, estes elementos são chamados stakeholders.

Tais elementos se constituem em sete vetores. Estes vetores orientam a Responsabilidade Social abrangendo o público interno, externo e meio ambiente. Por meio do apoio dado ao desenvolvimento das comunidades em que atuam; a preservação do meio ambiente; a criação de um ambiente de trabalho agradável, quando se investe no bem-estar dos funcionários e de seus dependentes; mantendo uma comunicação sempre transparente; garantindo retorno financeiro aos acionistas, satisfação dos clientes e consumidores e sinergia com os parceiros (ASHLEY, 2003).

A abordagem quanto à responsabilidade social se apresenta de diferentes maneiras, uma vez que toda e qualquer organização produz alguma influência no seu ambiente (CHIAVENATO, 2003). O relacionamento organização-sociedade leva a uma preocupação, gerando duas posições antagônicas: a posição contrária e a favorável à responsabilidade social. Assim, faz-se necessário que haja reflexão sobre os argumentos de ambas as posições.

Em relação à posição contrária à responsabilidade social das organizações, este é baseado no modelo shareholder, que se preocupa basicamente em maximizar lucros, ou seja, satisfazer os proprietários ou os acionistas da organização. Ao maximizar lucros, a organização maximiza a riqueza e a satisfação dos proprietários e dos acionistas que são pessoas ou grupos de legítimos interesses na organização. Assim, ela não deve assumir responsabilidade social direta. Tese criticada pelo fato de omitir a justiça social (CHIAVENATO, 2005).

Quanto à posição a favor da responsabilidade social dentro das organizações, que anda de mãos dadas com o poder social, o modelo que se enquadra é o de stakeholder. Ele consiste na sobrevivência em longo prazo da responsabilidade e não apenas na maximização do lucro,

por meio da satisfação dos múltiplos parceiros, proprietários e acionistas (CHIAVENATO, 2005)

Os autores Melo Neto e Froés (2001) ainda conceituam responsabilidade social como sendo o compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral. Trata-se de uma forma de prestação de contas de seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originalmente não lhe pertencem. A lógica é simples:

(...) se a empresa obtém recursos da sociedade, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços comercializados, mas principalmente, através de ações sociais voltadas para as soluções dos problemas sociais que afligem a sociedade (MELO NETO; FROES, 2001, p. 84).

Destaque importante a outro ponto, é que a empresa socialmente responsável investe no bem-estar de seus funcionários e dos dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de preservar o meio ambiente e investir em ações sociais. Dessa forma, a responsabilidade social compreende dois focos, a saber, foco no público interno e público externo (MELO NETO; FROES, 2001).

Sob os aspectos internos, os reflexos positivos da prática de ações sociais são, segundo Ford et al (2010): aumento da produtividade dos funcionários em função de melhores condições ambientais, de saúde, dentre outras que, quando oferecidas pela empresa, reflete-se, via de regra, na motivação e na produtividade dos empregados e, como consequência natural desse fato, maior retorno aos acionistas.

De forma diferente, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade que é referência mundial em Responsabilidade Social a define da seguinte forma:

é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.(INSTITUTO ETHOS, 2006).

Na opinião de Tojeiro (2001), a responsabilidade social implica, entre outras coisas, não empregar mão-de-obra infantil, respeitar o meio ambiente, tratar igualmente trabalhadores de ambos os sexos, não discriminar raça, religião ou sexo e ter compromisso com a educação.

Prates (1981 apud GUIMARÕES, 1984) discorre de maneira relevante sobre o interesse das grandes empresas modernas em expandir os limites de sua influência na sociedade, através de maior participação em diferentes esferas institucionais. Com essa participação, as organizações tem a possibilidade de aumentar sua gama de manipulação dos recursos simbólicos da sociedade, aumentando conseqüentemente sua força para torná-los mais competitivos mediante as suas demandas organizacionais.

Assim, as empresas que participam de ações sociais podem ser utilizadas para diferenciar o seu produto à medida que se constrói a imagem da corporação e a participação por meio de sua articulação com ONGs e instituições que complementem seus projetos.

Para Chiavenato (2003), Responsabilidade Social significa o grau de obrigação que uma organização assume por meio de ações que protejam e melhorem o bem-estar da sociedade à medida que procura atingir seus próprios interesses. Em geral, ela representa a obrigação da organização de adotar políticas e assumir decisões e ações que beneficiem a sociedade. Ainda, a responsabilidade social significa a obrigação gerencial de tomar ações que protejam e melhorem o bem-estar de toda a sociedade e os interesses organizacionais especificamente. Para este fim, os administradores devem buscar alcançar objetivos organizacionais e objetivos societários.

Conforme o autor, uma organização é considerada como socialmente responsável quando desempenha obrigações em que no seu planejamento sejam incorporados objetivos sociais, sejam usadas normas comparativas de outras organizações em seus programas sociais; e que relatórios sobre os progressos de sua responsabilidade social sejam apresentados aos membros organizacionais.

É justamente o fato de a empresa ser bem-sucedida no mercado que aumenta a sua atuação socialmente responsável, visando à diminuição dos problemas sociais. Esta relação estabelecida entre organização e sociedade, através da Responsabilidade Social, é fator essencial para que a empresa mantenha sua sustentabilidade (DRUCKER, 2001).

Assim, de forma resumida, a responsabilidade social é na verdade um sentido de obrigação para com a sociedade, incluindo a proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, ação ética, e outras ações (DONAIRE, 1999).

### 2.1.2 Ética aplicada ao contexto empresarial

A expressão ética empresarial surgiu na década de 1960, ampliando-se nos anos 1970, com setores como a bioética, a ética refletindo sobre a vida (animal e ambiental) e a ética nos negócios. Hoje, nesse contexto parece ampliar-se, buscando contemplar a diversidade de áreas ou campos de aplicação. Ou seja, esses novos âmbitos abarcam todos os outros conceitos de ética: a bioética, a genética, a ética econômica, a ética dos negócios e do mundo empresarial, a ética dos meios de comunicação (ou da mídia), a ecoética ou a ética do meio ambiente, a infoética e assim por diante. A ética é composta de diversos campos, isto é, uma divisão bastante significativa de novos vocábulos, que vão do esporte ao consumo, do conceito de economia e de desenvolvimento à questão da responsabilidade social (BRITTO, 2007).

E para analisar-se a questão da ética aplicada aos negócios, chegou-se ao conceito de Leisinger (2001) sobre moral empresarial. Esse autor a define como conjunto daqueles valores e normas que, dentro de uma determinada empresa, são reconhecidos como vinculantes. E a ética empresarial reflete sobre as normas e os valores efetivamente dominantes em uma empresa. Além disso, serve para que sejam questionados os fatores qualitativos que fazem com que determinado agir seja um agir “bom”.

Ainda neste contexto da ética no meio empresarial, Soares (2005 apud SROUR, 2000) afirma que esse meio está permeado de contradições éticas, uma vez que os objetivos da empresa como o de maximizar o lucro se chocam com os dos empregados de receber o maior salário possível. Além disso, o desejo dos fornecedores de cobrar preços confortáveis vai de encontro ao desejo dos clientes de ter produtos de boa qualidade e preço baixo e ainda colidem o desejo de um executivo de contratar um amigo, com a necessidade de a organização buscar o candidato mais competente que o mercado possa oferecer e com a exigência da sociedade de dar oportunidade igual para todos.

Para Soares (2005 apud BRIGHAN; HOUSTON, 2005), a ética empresarial pode ser entendida como “a atitude e a conduta de uma empresa em relação a seus empregados, clientes, comunidade e investidores (p.16).”, sendo de fundamental importância o respeito a leis e a regulamentos quanto à elaboração de seus produtos, à prestação de serviços, à destinação ambiental dos rejeitos das atividades produtivas, à qualidade, aos meios, aos métodos de comercialização, às relações com investidores e acionistas, entre outros.

Dessa forma, esta pesquisa considera que não é possível associar uma empresa à Responsabilidade Social, sem que esta haja de forma ética, respeitando leis, regulamentos, e

agindo de forma a conciliar seu comportamento perante aqueles que estão sujeitos a suas ações. Nesse sentido, essas ações devem ser voltadas não apenas para as majorias, mas para todos os envolvidos. Assim, entre tais ações estão aquelas voltadas para a inclusão e acessibilidade de pessoas com necessidades especiais.

### **2.1.3 Empresa includente**

Na construção de uma sociedade inclusiva, as empresas, como parte que são do processo, podem assumir tarefas específicas, relacionadas aos papéis que desempenham na vida das coletividades (ETHOS, 2000). No que se refere ao trabalho, podem investir na atração, na manutenção e no incentivo a um conjunto de trabalhadores mais diversificado, criando ambientes receptivos a pessoas comumente discriminadas, estigmatizadas ou marginalizadas.

A empresa inclusiva, segundo Sasaki (2002), é aquela que não exclui funcionários ou candidatos a emprego em razão de qualquer atributo individual – nacionalidade, naturalidade, gênero, orientação sexual, cor, deficiência, compleição anatômica, idade e outros, propiciando que todos os empregados, com ou sem esses atributos, circulem, convivam e trabalhem juntos. Nela, a acessibilidade é construída em seis dimensões, envolvendo ambientes internos e externos, superando-se barreiras de ordem: i) arquitetônica, ambientais e físicas; ii) comunicacional, comunicação oral, escrita, virtual e interpessoal; iii) metodológica, métodos e técnicas de trabalho; iv) instrumental, instrumentos e utensílios de trabalho; v) programática, barreiras invisíveis embutidas nas normas; e vi) atitudinal, atitudes e comportamentos (BAHIA, 2006; SASSAKU, 2005; BAHIA; SCHOMMER, 2010).

Baseado no artigo 93 da lei nº 8.213/91, também chamada de Leis das Cotas, está decretado que a empresa com cem ou mais empregados está obrigada a preencher de 2 a 5% dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, a serem preenchidas compulsoriamente pelas empresas do setor privado:

Art. 93. A empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência, habilitadas, na seguinte proporção:

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

§ 1º A dispensa de trabalhador reabilitado ou de deficiente habilitado ao final de contrato por prazo determinado de mais de 90 (noventa) dias, e a imotivada, no contrato por prazo indeterminado, só poderá ocorrer após a contratação de substituto de condição semelhante (...).”

Zorzanelli (2008) relata que a reserva de vagas para portadores de deficiência no serviço público e privado tem gerado ampla discussão, com argumentações favoráveis ou desfavoráveis, pois o princípio da igualdade implica em tratar desigualmente os desiguais. Ou seja, as pessoas deficientes, por apresentarem necessidades especiais, exigem serviços e legislação especiais, para compensar a desvantagem existente em função da deficiência.

## 2.2 Acessibilidade

Com o uso da acessibilidade, busca-se diminuir ou eliminar as barreiras arquitetônicas, sociais, psicológicas e atitudinais que chegam a ser impostas quando locais públicos têm seu acesso restrito. Assim a acessibilidade visa à contemplação de meios para que as pessoas com algum tipo de deficiência física ou sensorial (temporária ou permanente), ou mobilidade reduzida tenham facilidade de locomover-se e usufruir de serviços os quais devem ser prestados a toda a população.

De acordo com o Manual de Acessibilidade da Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN, 2006), a acessibilidade pode se definida da seguinte forma:

[...] é a possibilidade e a abrangência na utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação, pela pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (FEBRABAN, 2006, p. 5).

Devido ao grande público o qual frequenta as agências bancárias, elas tem também uma maior necessidade de adaptar-se. De acordo com a Lei 10.098/2000 e Decreto 5.296/2004, todas as edificações de uso coletivo têm de ser acessíveis. Essa acessibilidade ocorre seguindo-se padrões de comunicação visual, auditiva e tátil. As agências que se adaptarem a esta conduta, proporcionarão a seus usuários maior dignidade, conforto, qualidade na prestação de seus serviços e inclusão social. Inclusão essa que, caso ocorra adequadamente, não trará benefícios apenas às pessoas que usufruem, mas a toda a sociedade, que terá como marca registrada o respeito às diferenças e à alteridade, pois a deficiência está presente em todas as sociedades do mundo (BRASIL, 2000; IDEM, 2004).

O reconhecimento público das limitações de capacidade das pessoas portadoras de deficiência e dos direitos destes indivíduos, enquanto cidadãos, aos recursos básicos e específicos de saúde e de educação, assim como a preocupação de inclusão social do deficiente em situação de igualdade, a exemplo de outras minorias étnicas e religiosas datam de mais de 30 anos (MERCADANTE, 2004). Mesmo durante esse período não ter sido reconhecido os resultados práticos.

Exemplos reais de pessoas portadoras de deficiência como o do ex-presidente americano paraplégico, Franklin Roosevelt, o de Antônio Francisco Lisboa, o Aleijadinho (mineiro, escultor renomado), ou mesmo o do cantor cego de nascença, Stevie Wonder se destacam devido a seus talentos e as suas habilidades individuais, quando comparado a pessoas ditas “normais”. Isso mostra que elas desde sempre recorreram aos esforços individuais para superar obstáculos à sua real inclusão e à aceitação na sociedade.

Estudos realizados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) concluíram que havia 610 milhões de deficientes físicos no mundo no ano 2000 (FEBRABAN, 2006), ou seja, 10% da população mundial eram deficientes físicas. Segundo aquela Organização, 80% dessas pessoas encontravam-se nos países pobres ou em desenvolvimento. Deste número, apenas 1% a 2% tinham acesso a serviços de readaptação. E, como agravante, foram assinaladas disparidades entre países ricos e pobres e entre zonas urbanas e rurais.

Diante do presente cenário, com as recomendações e resoluções internacionais, as legislações de diversos países vêm sendo reformuladas para resguardar os direitos de cidadão aos portadores de qualquer tipo de deficiência.

Deficiência física é tida como alteração completa ou parcial de um ou mais segmentos do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física. Apresenta-se sob a forma de paraplegia, paraparesia, monoplegia, monoparesia, tetraplegia, tetraparesia, e outros, exceto as deformidades estéticas e as que não produzam dificuldades para o desempenho de



funções. A deficiência auditiva é a perda bilateral, parcial ou total, de quarenta e um decibéis (dB) ou mais. A deficiência visual, ou mesmo cegueira é aquela na qual a acuidade visual é igual ou menor que 0,05 no melhor olho. E a deficiência mental, em que o funcionamento intelectual significativamente é inferior à média, com manifestação antes dos dezoito anos e limitações associadas a duas ou mais áreas de habilidades adaptativas, por exemplo, na comunicação, no cuidado pessoal ou mesmo na utilização dos recursos da comunidade, no lazer e no trabalho além de outros. A última categoria diz respeito à deficiência múltipla que consiste na associação de duas ou mais deficiências (VIEIRA; SENA; GODOY, 2007).

Diante de tudo isso, hoje, para as organizações que prestam serviços de uso coletivo, não é mais facultativo a adequação à acessibilidade, e sim obrigatório. Primeiro, porque, sua falta poderá gerar uma série de problemas práticos para as empresas, tais como prejuízos financeiros, com o pagamento de multas e até danos à imagem institucional, a qual a maioria das organizações tanto presa. Segundo, e não menos importante, porque diz respeito ao agir da empresa para com as pessoas que utilizam seus serviços. Sendo que sua falta pode gerar a impossibilidade no atendimento para uma parcela considerável da população, e ainda uma sensação de esquecimento, de desconforto e de abandono por parte de empresa para com seus clientes, chegando ao sentimento extremo com situações constrangedoras e de exclusão social, por quem não recebe atendimento satisfatório.

### 3. METODOLOGIA

Para Castro (1978), metodologia é um conjunto de regras utilizadas para conduzir uma investigação. E na presente monografia, o estudo que foi desenvolvido para investigação enquadra-se como pesquisa exploratória, de característica qualitativa, com levantamento de dados em campo, por meio de roteiro de entrevistas.

#### 3.1 Tipo de pesquisa

Dado o teor da pesquisa em relação aos tipos de pesquisas científicas existentes, quanto aos objetivos, este estudo é do tipo exploratório e descritivo, por proporcionar uma maior familiaridade com o problema levantado, que é pouco conhecido, visando a proporcionar um maior refinamento do conhecimento conjunto sobre temas como responsabilidade sócio-empresarial e acessibilidade. Da mesma forma, se propõe a descrever o fenômeno estudado, sem manipulá-lo (TRIPODI et al, 1975; GIL, 1995).

Quanto à forma de abordagem, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa. Por pesquisa qualitativa, entende-se “uma atividade situada que coloca o pesquisador no mundo, consistindo num campo de práticas materiais e interpretativas que tornam o mundo visível” (DENZIN; LINCOLN, 2000, p. 3 apud CARDOSO, 2010, p. 41).

Quanto à abrangência, a presente monografia se caracteriza como estudo de caso, por ser uma investigação particular apropriada para compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos que apresentam fatores envolvidos simultaneamente. É importante ressaltar, ainda, a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real. Ou seja, “circunscrito a uma ou a poucas unidades, entidades essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Com profundidade e detalhamento.” (VERGARA, 2007, p.49).

### 3.2 A Escolha dos Sujeitos Entrevistados

Segundo Albertini (2004), “a escolha dos entrevistados não deve ser orientada por critérios quantitativos (por uma preocupação de amostragens), mas pela posição do entrevistado no grupo ou por sua experiência”. Os informantes são escolhidos entre os que participam, vivem, presenciam ou conhecem fatos que podem fornecer conhecimentos aos depoimentos. Foram, portanto, selecionadas pessoas que realmente têm o conhecimento necessário para satisfazer as necessidades de informação seguidas nessa pesquisa.

Assim, diante da importância de conhecer-se a percepção não só dos deficientes, mas também dos funcionários, compor-se-á o quadro dos entrevistados um gerente de relacionamento, um gerente de módulo, um caixa, um cliente deficiente e um não deficiente.

**Quadro 1-** Sujeitos informantes da pesquisa.

<b>Sujeitos da Pesquisa</b>			
<b>Nome</b>	<b>Idade</b>	<b>Cargo</b>	<b>Tempo de banco</b>
Cliente 2	38 anos	Cliente deficiente	_____
Funcionário 1	31 anos	Gerente de Relacionamento	8 anos
Funcionário 3	31 anos	Gerente de Módulo	5 anos e meio.
Funcionário 2	37 anos	Caixa	5anos
Cliente 1	20 anos	Cliente não deficiente	_____

O critério de escolha dos sujeitos foi a diversificação, pressupondo que diferentes pontos de vista proporcionariam uma visão mais ampla sobre o problema. A escolha por entrevistar cinco sujeitos deveu-se principalmente ao nível de imersão exigida pela entrevista em profundidade. Além disso, as limitações de acesso aos sujeitos e de tempo também foram consideradas na seleção dos entrevistados, já que implicariam na viabilidade da pesquisa.

### 3.3 Fontes e Instrumentos de Coleta de Dados

Os primeiros dados observados desta pesquisa foram obtidos por meio de levantamento bibliográfico em livros, em jornais, em revistas especializadas e em sites da Internet. Em seguida por levantamento de dados em campo, por meio de entrevistas.

Como técnica de coleta de dados para a pesquisa, foi utilizada a entrevista do tipo semiestruturada, a qual é também conhecida com semidiretiva ou semiaberta.

Para Triviños (1987) a entrevista semiestruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e em hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Eles dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. Complementa o autor, afirmando que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]”. Além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152).

Para Manzini (1991), a entrevista semiestruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista. Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas.

O trabalho do entrevistador não é propriamente um trabalho de coletas de dados, mas sim um trabalho de coleta de ideias, explica Oppenheim (1992). O objetivo é coletar ideias e contribuir para a conceituação do problema. Deve-se criar uma atmosfera livre para poder captar as ideias aparentemente contraditórias ou sem lógicas, emitidas pelos entrevistados.

### 3.4 Procedimentos para Análise dos Dados

A sequência das etapas segue a escolha e delimitação do tema, a formação do referencial teórico, a definição dos objetivos, a formulação do problema, a coleta dos dados e sua análise.

O método de análise dos dados escolhidos para a pesquisa foi a Análise de Conteúdo que segundo Bardin (2009) é “um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplicam aos discursos (conteúdo e continente) extremamente diversificados e que oscila entre dois pólos, do rigor objetividade e o da fecundidade da subjetividade”. E organiza-se em três faces: a) pré-análise; b) a exploração do material e c) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

Obtém-se esse conteúdo em fontes como materiais jornalísticos e documentos institucionais, os quais permitem a descrição sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo da comunicação. E segundo Vergara (2005), a análise de conteúdo é utilizada no tratamento de dados que visa a identificar o que vem sendo dito acerca de determinado tema.

À medida que a pesquisadora realizava as pesquisas, ouvia as respostas e transcrevia-as. Na primeira fase, pré-análise, organizou-se com leituras dos conteúdos das falas uma preparação do material para a análise propriamente dita, o que corresponde a uma revisão das falas com leituras e transcrições destas. Com o material transcrito, passa para segunda fase, na qual ocorre a codificação do material organizado, com a seleção das falas, recortes, classificação, categorização e descrição das categorias. E por fim, a terceira fase trata os resultados, a discussão, a inferência e a interpretação do conteúdo - segue no próximo capítulo (BRITO, 2010).

Para Vergara (2005), o método de análise de discurso vai além de simplesmente apreender como uma mensagem é transmitida, ele abrange seu sentido. Com ele será avaliado quem enviou a mensagem, quem a recebeu e qual o contexto em que está inserida.

Abaixo estão descritas as técnicas de coleta e análise de dados empregados para que cada objetivo da pesquisa fosse alcançado:

**Quadro 2:** Demonstrativo da relação objetivos/ técnicas de coleta e análise dos dados empregados.

<b>OBJETIVO</b>	<b>TÉCNICAS DE COLETA</b>	<b>TÉCNICAS DE ANÁLISE</b>
Identificar quais as ações de acessibilidade são implementadas pela organização;	Documentos, entrevista, e a observação.	Análise documental Análise de conteúdo.
Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos clientes;	Entrevista e a observação.	Análise de conteúdo.
Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos funcionários; e	Entrevista, e a observação.	Análise de conteúdo.
Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes e funcionários sobre a responsabilidade socioambiental.	Entrevista, e a observação.	Análise de conteúdo.

## **4. RESULTADOS**

O presente capítulo visa descrever os dados coletados, bem como sua relação com as teorias sobre Responsabilidade Social Empresarial e Acessibilidade anteriormente apresentadas, buscando alcançar os objetivos propostos para este trabalho. Para tanto, são apresentadas informações sobre a empresa na qual foi realizada a pesquisa, seguida pela percepção de clientes e funcionários sobre Acessibilidade, Responsabilidade Social Empresarial, e a ligação que fazem entre ambos os conceitos.

### **4.1 O Caso do Banco $\beta$**

A organização aqui denominada ficticiamente de Banco  $\beta$  foi criada em 12 de outubro de 1808, através de um alvará do príncipe regente D. João, era instalada em um prédio da antiga Rua Direita, esquina da Rua de São Pedro. Oficialmente iniciou suas atividades em 11 de dezembro de 1809.

Com o transcorrer dos anos, em 1854, passou por mudanças, realizando suas operações sem intervenção do governo em relação à condução das operações comerciais, restabelecendo os principais conceitos e objetivos de caráter nacional da sua fundação em 1808.

Já recentemente, foi a primeira empresa, no ano de 2002, a oferecer terminais de autoatendimento para pessoas com necessidades especiais de locomoção. É uma agência que apresenta os números de funcionários e de clientes suficientes para a análise dos dados, e para alcançar os objetivos específicos estabelecidos, já que há proporcionalidade entre o número de clientes com deficiência e o total dos sem necessidades especiais.

A sua missão espelha-se na razão de ser da organização. Com o propósito de torná-la mais sucinta, objetiva, de fácil compreensão e memorização, bem como de manter o vínculo com a realidade e destacar os papéis público e privado do Banco, a nova missão é: “Ser um banco competitivo e rentável, promover o desenvolvimento sustentável”.

#### **4.1.1 Descrição do modelo e padronização dos ambientes das agências voltados à acessibilidade.**

Seguindo um modelo de padronização dos ambientes das agências do Banco  $\beta$  para acessibilidade, estes dividem-se basicamente em dois estilos: a padronização das áreas de atendimento ao público e o das áreas de serviços internos.

As áreas de atendimento ao público subdividem-se em: Área de autoatendimento – nesse ambiente encontra-se localizados os ATMs (terminais nos quais os próprios clientes realizam suas transações bancárias) e o local que dá acesso principal à agência. O ambiente em que consiste a área do autoatendimento é individualizado, ou seja, é separado do ambiente de atendimento ao público através de painéis de vidro temperado geralmente estruturado com montantes de alumínio. E o acesso entre as duas áreas é feito através de porta giratória que detecta metais, e ao seu lado possui uma porta alternativa, que pode ser utilizada por cadeirantes ou portadores de marca-passo. E a área que existe por trás dos ATMs é uma área definida por corredor de acesso privado, este realizado apenas pelo interior da agência e por funcionários específicos, exclusiva para abastecimento e manutenção dos terminais. Há também uma porta de acesso para a área do autoatendimento com função exclusiva para acesso de terceirizados do Banco  $\beta$  para abastecimento de numerário nos ATMs. A pavimentação deste ambiente possui tonalidade na cor cinza claro, com utilização de diversos materiais como: cerâmica, granito, ETA.

E em área de atendimento propriamente dito – nesse ambiente se realiza o atendimento pessoal ao cliente, com a utilização dos guichês de caixas, mesas de atendimento e cadeira de espera.

O padrão de uma agência bancária possui ainda a área de suporte, que está dividida em suporte, ambiente de serviços internos e área de apoio. O suporte é um ambiente único e sem subdivisões, nele é processado todo o serviço de infraestrutura e serviços internos da agência. Com estações de trabalho agrupadas em equipes de no máximo oito funcionários, o que permite interatividade entre eles. O ambiente de serviços internos nada mais é do que o almoxarifado, a sala de arquivo, sala de tesouraria, sala de serviços de processamento de caixa interno, sala de telefonia e demais serviços internos. E por último, a área de apoio, que conta com a sala de equipamento de telecomunicações, sanitários, copa, depósitos de material de limpeza, casa de máquinas de ar-condicionado, e outros.

#### 4.1.2 Percepção sobre Acessibilidade

Com as entrevistas, tornou-se possível descrever algumas percepções dos clientes acerca das ações de acessibilidade. Isto ficou claro no momento em que perguntados sobre as ações de acessibilidade, eles citaram a rampa de acesso alocada na entrada da agência. Como descrito nas falas:

*“Recomendaria [O banco a clientes portadores de deficiência física] todo banco do Brasil tem **rampa**.” (Cliente 1)*

*“Principalmente [recomendaria aos portadores de deficiência física] o banco do Brasil, ele tem aquela **rampinha**...” (Cliente 2).*

Assim como diz o Artigo 8º do decreto 5.296/2004, acessibilidade é a condição para utilização, com segurança e autonomia, total ou assistida, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das edificações, dos serviços de transporte, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida. Nesse sentido, a única ação sobre acessibilidade ligada à mobilidade citada diretamente pelos clientes foi a rampa de acesso.

Na fala do cliente 1, descrevem-se ações ligadas à inclusão de portadores de deficiência em geral, quando se atinge também as deficiências visuais e auditivas:

*“tem aqueles negócios que **ajuda**, que quando a pessoa é cega sente.” (Cliente 1).*

*“Tem equipamentos adequados, com aqueles **fonezinhos de ouvidos**, nas teclas dos caixas tem o **braille**.” (Cliente 1).*

Ao serem perguntados sobre se recomendariam o Banco Beta para portadores de deficiência física, todos os clientes, inclusive o portador de necessidades especiais de mobilidade, afirmaram que sim. Isso confirma em parte a afirmação de Mercadante (2004), segundo o qual é notório o reconhecimento público das limitações de capacidade das pessoas portadoras de deficiência e dos direitos destes indivíduos, enquanto cidadãos, aos recursos



básicos e específicos de saúde e educação, assim como a preocupação de inclusão social do deficiente em situação de igualdade.

Já os funcionários do Banco apresentam percepção mais diversificada que a dos clientes. Eles percebem a acessibilidade quando ações são utilizadas para reduzir quaisquer barreiras físicas ou mesmo eliminar, para que uma pessoa com algum tipo de deficiência física ou sensorial (temporária ou permanente) se locomova com facilidade e consiga seu atendimento.

Os funcionários falam sobre a adequação das agências às acessibilidade, ação exigida pela Lei 10.098/2000, a qual indica que pelo menos um dos acessos ao interior da edificação deverá estar livre de barreiras arquitetônicas e de obstáculos que impeçam ou dificultem a acessibilidade de pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida. Da mesma forma que os clientes, os funcionários afirmam que a organização está estruturada adequadamente, em termos gerais, ao atendimento de portadores de deficiência física.

É o que se vê nas falas:

... e o procedimento que acontece é o de **adaptação das agencias.**”  
(Funcionário 1).

... Consequentemente quando concluir definitivamente a reforma, que a agencia disponibilizará de um elevador e de um espaço, de uma **estrutura física** maior [para o portador de deficiência].”  
(Funcionário 1)

Normal, a estrutura tava **adequada**... No banco já existe (sic) acessos... **ladeiras, rampas para as cadeiras de roda, guichês específicos**, de tamanhos adequados, sinalização em todo o banco, *facilitou muito o atendimento.*” (Funcionário 2).

... o banco ele hoje em dia é capaz de atender perfeitamente uma pessoa portadora de necessidade especial. Tem qualidade tanto no aparato de pessoas no atendimento quanto no de equipamento.”  
(Funcionário 1)

Em relação às falas, é importante destacar que hoje que para uma organização que presta serviços de uso coletivo é praticamente obrigatória a adequação à acessibilidade, existindo inclusive exigências legais para a adaptação.

Ainda nas suas falas, foram encontradas ações complementares, pois os funcionários entrevistados também ligaram a acessibilidade ao uso da senha prioritária para os deficientes. Destacam-se as seguintes falas nas quais foram identificadas essas ações complementares:

*“tem o atendimento **prioritário**, não algo de tipo atendimento específico ou perfeito, mas que o banco tem essa obrigação de fazer acontecer...” (Funcionário 1)*

*“... **prioridade**... até mesmo os próprios outros clientes ajudam nessa prioridade.” (Funcionário 2)*

*“Tem a senha **prioritária**, os clientes sempre pedem.. Alguns mesmo sem nenhuma deficiência aparentemente visível, mas diz que quer para não gerar um constrangimento a gente *sempre dá*.” (Funcionário 3)*

No entanto, foram relatadas também barreiras à acessibilidade, justificadas pelo momento de reforma pelo qual a agência estava passando:

*“... Consequentemente quando concluir definitivamente a reforma, que a agencia disponibilizará de um elevador e de um espaço, de uma **estrutura física maior sim**.” (Funcionário 1)*

*“Ele *“ta”* em **reforma**... Se for ter mesmo todo o que eu vi no projeto... O elevador para o movimento interno... *vai ficar certo*.” (Cliente 2)*

*“Ele na sua estrutura pode ter ainda alguma deficiência, mas quanto ao pessoal não, os funcionários são bem preparados... E...”*

Tecnologicamente então... Nem se fala... Hoje o cliente pode realizar pelo seu computador na sua empresa suas transações. (Funcionário 2)

Em relação à avaliação sobre as ações de acessibilidade, clientes e funcionários parecem concordar que estão adequadas. Ambos avaliaram a realidade de formas parecidas em relação às ações de acessibilidade existentes no Banco  $\beta$ .

#### 4.1.3 Percepção sobre RSE

Para os clientes da agência observada, Responsabilidade sócio–empresarial confirma o que os autores Melo Neto e Froés (2001) conceituam sobre ela: o compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral. Trata-se de uma forma de prestação de contas de seu desempenho, baseada na apropriação e no uso de recursos que originalmente não lhe pertencem.

Tal ideia fica evidente nas falas dos entrevistados:

*“É a pessoa ter deveres para com a **sociedade** em geral.”*

(Cliente 1)

*“É a empresa respeita o **ser humano**, e suas diferenças...”*(Cliente 2)

*“Sim... todo mundo ganha quando se propõe a aceitar as diferenças e **respeitar as leis dos outros...**”* (Cliente 2)

Ainda na fala do cliente 1, foi identificada como ação de responsabilidade social a agência se preocupar principalmente com os jovens, em oferecer oportunidade de emprego. Isto é confirmado na teoria de Melo Neto e Froés (2001, p. 84): “se a empresa obtém recursos da sociedade, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços comercializados, mas principalmente, através de ações sociais voltadas para as soluções dos problemas sociais que afligem a sociedade”.

“... ela oferece oportunidade, é... é responsável por todos os seguimentos da **sociedade**.” (Cliente 1)

“... ele está sempre abrindo possibilidade de empregos aos jovens, *principalmente*”. (Cliente 1)

“E aqueles que até então não tinha (sic) tido o primeiro emprego passa a ter. E isso é ser responsável por uma parte da **sociedade**, fora as outras...” (Cliente 1)

Para Chiavenato (2003), Responsabilidade Social significa o grau de obrigação que uma organização assume por meio de ações que protejam e melhorem o bem-estar da sociedade à medida que procura atingir seu próprio interesse.

Baseado nesse conceito, foi identificada na fala do cliente 2 a falta de ação de responsabilidade quando percebeu que a agência teria que disponibilizar de um atendimento mais especializado, com uma dedicação maior, que melhore o bem-estar da sociedade. O que traz um retorno para o banco, caso contrário, sua falta pode vir a gerar uma série de problemas a ele e às pessoas que utilizam seus serviços.

“... tem nesse dia é... Os aposentados... que o atendimento é mesmo mais lento e demorado... requer **maior atenção** e boa vontade do funcionário, que muitas vezes *não existe... não tem...*” (Cliente 2)

“... a fila às vezes de **espera do preferencial é maior** que a pessoa “normal” (Cliente 2)

Os clientes entrevistados tiveram percepções diversas para a responsabilidade sócio-empresarial da agência, mediante realidade de vida dos respectivos. O cliente 1 percebe a responsabilidade quando ela se transforma em um retorno para a sociedade, uma ajuda que a agência oferece. E o cliente 2 percebe-a como ações que ele precisa e não vivencia no cotidiano da agência. Ele já sente a falta que essas ações podem causar.

De acordo com a Lei 10.048/2000, é assegurada, em todas as instituições financeiras, a prioridade de atendimento às pessoas portadoras de deficiência, os idosos com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, as gestantes, as lactantes e as pessoas acompanhadas por crianças de colo terão atendimento prioritário.

Por outro lado, quando questionados sobre o significado da palavra Responsabilidade Social, os funcionários definiram-na baseado na percepção que têm das ações que o banco executa e do compromisso que ele tem com as limitações dos clientes. Refletindo na aplicação de lei da prioridade:

“[RSE é] Dever” (Funcionário1)

*“o cliente pede a senha para o atendimento **prioritário**, o funcionário vai e o encaminha *para minha mesa*”*(Funcionário 1)

“[RSE é] **prioridade**... até mesmo os próprios clientes ajudam nessa *prioridade.*” (Funcionário2)

*“Tem a senha **prioritária**, os clientes sempre pedem... Alguns mesmo sem nenhuma deficiência aparentemente visível, mas diz que quer *para não gerar um constrangimento a gente sempre dá.*”*  
(Funcionário3)

Além disso, os funcionários perceberam a organização como responsável porque assume ações que protejam a sociedade, concordando com Donaire (1999), quando afirma que a responsabilidade social é na verdade um sentido de obrigação para com a sociedade. Esta percepção está presente nas falas dos funcionários entrevistados:

*“Então uma empresa que aplica o **bem coletivo**, que dissemina a coletividade entre si e com os outros ela ta sim, sendo, quer dizer *atuando como uma empresa que tem responsabilidade social.*”*  
(Funcionário 1)

*“O Banco, ele tem seus programas e seus produtos que de certa forma **ajudam** a sociedade.” (Funcionário 1)*

*“Se destaca das demais, porque assim ela passa, a não só ser visto só como fins lucrativos, mas como aquela empresa que pensa no **bem da sociedade**.” (Funcionário 2)*

*“... ele **ajuda** muito na redução dos, das taxas de juros. Atuando como **braço do governo na economia**.”(Funcionário 2)*

*“Ele **ajuda** ao outro que precisa.”(Funcionário 3)*

Levando em consideração a discussão de Chiavenato (2005), em relação à posição contrária à responsabilidade social das organizações, que se preocupam basicamente em maximizar lucros, ou seja, satisfazer os proprietários ou os acionistas da organização, os funcionários relatam ações que destacam à intenção do banco em ter um retorno. Eles associam essas ações à agência atingir seu próprio interesse. Confirmado nas falas:

*“E ela [a agência] vai inteligentemente saber usar isso em seu... É para seu **retorno**.” (Funcionário 1)*

*“Tem um **retorno**... o banco disponibilizar créditos a juros baixos e mais clientes procura [sic] o banco.” (Funcionário 1)*

*“Quando você lança uma campanha, você ta esperando o **reconhecimento**, um aumento em termos numerários.” (Funcionário 1)*

*“[a divulgação de um comportamento de descaso para com um deficiente seria] Danoso, só se fosse mesmo uma questão rotineira... para a **imagem do banco ficar ruim**.”( Funcionário 2)*

Dessa forma, apesar de citarem a organização como aquela que busca o bem estar da sociedade, as falas ainda refletem um sentido mais utilitário de Responsabilidade Social

Empresarial, ligando as razões para adotar um comportamento socialmente responsável aos benefícios materiais que a organização pode obter. Esse entendimento é mais frequente nas falas dos funcionários que na dos clientes.

#### **4.1.4 Relação Acessibilidade x RSE**

A partir das falas, pôde-se fazer uma associação entre o que os sujeitos entrevistados falaram sobre Responsabilidade Social Empresarial (a empresa que busca o “bem coletivo”, que ajuda a sociedade, e que dá prioridade às pessoas que precisam de atendimento especial) e a acessibilidade, já que este último conceito envolve justamente promover a equidade do atendimento.

Entretanto, apesar de terem sido amplamente questionados sobre Acessibilidade, antes mesmo de perguntados sobre Responsabilidade Social Empresarial, clientes e funcionários não falaram diretamente sobre nenhuma ação de acessibilidade, quando perguntados sobre quais ações de RSE adotadas pela organização poderiam citar.

Tanto os clientes quanto os funcionários trataram dessas ações em separado, como se uma coisa não tivesse ligação com a outra. Ou seja, os entrevistados, apesar de reconhecerem que as ações de acessibilidade são importantes e obrigatórias, na fala, ainda tratam as ações de acessibilidade como isoladas da responsabilidade social da empresa.

Isso pode indicar que, apesar do reconhecimento da importância das ações ser unânime, elas ainda ficam imperceptíveis, principalmente para as pessoas que não necessitam delas, como foi o caso da maior parte dos entrevistados. Essa interpretação pode ser reforçada pelas falas dos funcionários, em relação às barreiras existentes em razão da reforma da agência, cujos efeitos parecem ser minimizados pelo fato de serem barreiras temporárias. No entanto, para um cliente com necessidade adequação física especial, podem significar a impossibilidade de receber tal atendimento.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise do material coletado, retornamos às indagações iniciais para algumas considerações pertinentes. Durante todo o processo de pesquisa, buscou-se responder a questões elencadas nos objetivos sobre a Acessibilidade e Responsabilidade Sócio-empresarial como: Como as ações de acessibilidade são percebidas pelos clientes e pelos funcionários? Como as ações responsabilidades sócio-empresarial são percebidas pelos mesmos? Suas respostas foram fundamentais para descrever essa percepção no Banco  $\beta$ .

Com o estudo detalhado do referencial teórico, e a análise de conteúdo utilizada no processo de pesquisa, pode-se afirmar que os clientes percebem ações de acessibilidade, quando identificam as rampas de acesso alocadas na entrada da agência, e as ações ligadas à inclusão de portadores de diversos tipos de deficiência. Tal fato é evidenciado quando eles encontram na agência padrões de comunicação visual, auditivas e táteis.

Os funcionários, por sua vez, percebem as ações de acessibilidade voltadas à qualidade no atendimento, e à adequação à legislação, ou seja: quando a agência se adapta às condições físicas do cliente e disponibiliza um espaço físico maior, com guichês específicos, e o acesso ao elevador.

A agência do Banco  $\beta$  está passando por reformas, e por isso, foram identificadas barreiras ao acesso. Os funcionários justificaram tais barreiras como temporárias, minimizando seus efeitos. Afirmaram que a reforma trará melhorias para os seus clientes, uma vez que o uso da rampa, como também a utilidade do elevador, fazem refletir uma agência “perfeita”, causando assim um retorno positivo. No entanto, ainda que temporárias, essas barreiras podem significar para os clientes a diferença entre o atendimento e a impossibilidade dele.

Quanto à percepção da responsabilidade sócio-empresarial, os clientes entrevistados tiveram percepções diversas. Falaram sobre a empresa que busca o “bem coletivo”, que ajuda a sociedade, e que dá prioridade às pessoas que precisam de atendimento especial. E os funcionários expressaram suas percepções de responsabilidade sócio-empresarial quando citam as ações que o banco executa em proteger e ajudar a sociedade. No entanto, eles associam essas ações à agência atingir seu próprio interesse.

Os entrevistados não falaram diretamente sobre acessibilidade, conectada à responsabilidade sócio-empresarial, pois tanto os clientes quanto os funcionários trataram



dessas ações em separado. Ou seja, acessibilidade como ações isoladas da responsabilidade social da empresa. Essa relação foi estabelecida quando eles citam o conceito de responsabilidade social, sem, no entanto, falarem diretamente sobre ações de acessibilidade. No caso do Banco  $\beta$ , percebe-se que o relato dos clientes e dos funcionários entrevistados leva a uma reflexão acerca da fragilização ligação entre das ações de acessibilidade como fazendo parte do contexto de responsabilidade sócio-empresarial, o que podemos chamar de silêncio de discurso. Esse silêncio é significativo, já que, apesar da sociedade atual reconhecer a importância da preservação dos direitos de pessoas com deficiência, as ações efetivas voltadas para a promoção da inclusão dessas pessoas ainda parecem não saltar aos olhos daqueles que não necessitam delas em seu dia-a-dia. Apesar de muito se falar nelas, elas são invisíveis.

Nesse sentido, entendeu-se que esta pesquisa trouxe contribuições, principalmente a reflexão de que ainda há muito o que se fazer para que as ações de acessibilidade sejam colocadas nas empresas como fundamentais, não apenas por uma questão de obediência à legislação, ou para obtenção de retorno, mas pelo conceito de responsabilidade social que busca promover o bem de todos que integram a sociedade.

Dessa forma, pode-se sugerir à organização estudada uma melhor avaliação e planejamento para os momentos de reforma, para que as barreiras sejam minimizadas, assim como uma maior divulgação entre os clientes e funcionários sobre as ações de acessibilidade adotadas. No caso, propõe-se buscar formas de criar essa ligação, para que essa aproximação leve a uma execução das ações na realidade, já que muitas vezes o significado não condiz com a aplicação, não só para a organização estudada, mas para a sociedade em geral.

Finalmente, pontua-se que o assunto “acessibilidade” e “responsabilidade sócio-empresarial” é fecundo, e aqui não se esgota. Ao contrário, esta foi uma pesquisa exploratória e descritiva, cuja pretensão é descrever um fenômeno pouco estudado, e apontar para as possibilidades de novos estudos que possam subsidiar a busca de alternativas viáveis para questões urgentes e emergentes. Para pesquisas futuras, sugere-se ampliar os entrevistados, tendo acesso aos pontos de vista de uma maior quantidade de pessoas, e principalmente, aumentar o número de portadores de deficiência ouvidos, para que haja maior aprofundamento do ponto de vista dos mais interessados.

## REFERÊNCIAS

ABNT **NBR 9050:2004**, Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos, 2004

ALBERTINI, P.; WATRIN, J. P. S.. Reich e a psicologia de massa do fascismo: aspectos históricos e educacionais. **Comunicações: Revista do Programa de Pós-graduação em Educação da UNIMEP**, v.11, n. 1, p.113-122.

ALEMANDRO, Thiago. **Empresas modelo x empresas não modelo de responsabilidade Social: um estudo comparativo de indicadores econômico financeiros no período de 2001 a 2004**. Disponível em: <http://www.fucape.br/premioexcelenciaacadamia/upld/trab/9/thiagoglemandro.pdf>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

ALESSIO, Rosemeri. **Responsabilidade social das empresas no Brasil**: reprodução de postura ou novos rumos? Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

AZAMBUJA, M. de. O Brasil e a cidadania empresarial. **Valor Econômico**, São Paulo, 20 abr. 2001. a. 2, n. 244.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BRITTO, Barbara Neves. **Ética e Responsabilidade Social Empresarial na utilização da Tecnologia da Informação**. 2007. Disponível em <[http://www.aedb.br/seget/artigos07/1413\\_Etica%20e%20RSE%20no%20uso%20da%20TI.pdf](http://www.aedb.br/seget/artigos07/1413_Etica%20e%20RSE%20no%20uso%20da%20TI.pdf)>. Acesso em 30 Set 2012.

BRITO, Leila Maria Bezerra. **Análise das práticas de cuidado de enfermeira em unidade de terapia intensiva**. UFBA. Salvador, 2010.

CASTRO, C. de Moura. **A prática da pesquisa**. São Paulo: MacGraw-Hill do Brasil, 1978.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. 2. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações.** 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, Peter F. **O melhor de Peter Drucker: A sociedade.** São Paulo: Nobel, 2001

DONAIRE, D. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

FEBRABAN - Federação Brasileira dos Bancos. **Coleção Febraban de inclusão Social: Manual de Acessibilidade para Agências Bancárias.** São Paulo: Febraban, 2006.

FEBRABAN - Federação Brasileira dos Bancos. **Coleção Febraban de Inclusão Social: Pessoas com Deficiência: direitos e deveres.** São Paulo: Febraban, 2006.

FEBRABAN - Federação Brasileira dos Bancos. **Coleção Febraban de Inclusão Social: Atendendo bem pessoas com deficiência.** São Paulo: Febraban, 2006.

FEBRABAN - Federação Brasileira dos Bancos. **Coleção Febraban de Inclusão Social: População com deficiência no Brasil: fatos e percepções.** São Paulo: Febraban, 2006.

FORD, E. T. L. C., SOUZA, Tereza de, OLIVEIRA, P. W. S. de. **Responsabilidade social: um estudo de caso na Ford Motor Company Brasil.** Natal: EDUFRN 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

Godoy, W. S., Vieira, J. L. P., Sena, S. F. **Acessibilidade da comunidade surda Aos canais de auto-atendimento do Banco do Brasil.** São Paulo, 2007

GUIMARÃES, Heloisa Werneck Mendes. **Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática.** RAE, v.24 n.4, 1984. p. 211-219.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. Indicadores Ethos–Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <[http://www.uniethos.org.br/Uniethos/Documents/indicadores\\_responsabilidade\\_micro\\_empresas.pdf](http://www.uniethos.org.br/Uniethos/Documents/indicadores_responsabilidade_micro_empresas.pdf)>. Acesso em: 02 outubro 2012.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2000). **Como as empresas podem (e devem) valorizar a diversidade.** São Paulo: Instituto Ethos.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2002). **O que as empresas podem fazer pela inclusão das pessoas com deficiência**. São Paulo: Instituto Ethos.

Instituto Nacional de Estatísticas. (2008). Censo demográfico de 2001. Recuperado em 20 junho, 2008, de [www.ine.pt](http://www.ine.pt).

LEISINGER, Klaus M. **Ética empresarial: responsabilidade global e gerenciamento moderno**. Petrópolis: Vozes, 2001.

LUCCA, Elcio Anibal de. **O modelo de gestão empresarial e responsabilidade social. Akatu, consumo consciente para um futuro sustentável**. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Temas/Sustentabilidade/Posts/O-modelo-de-gestao-empresarial-e-a-responsabilidade-social>. Acesso em: 21 de maio de 2012.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, v. 26/27, p. 149-158, 1990/1991.

MARTINELLI, Antônio Carlos. Empresa- Cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.) **3º Setor: Desenvolvimento social sustentado**. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997

MERCADANTE, Aloizio (Senador). **Direitos do Cidadão Especial: um guia para pessoas com deficiência**. Brasília: Senado Federal, 2004.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

\_\_\_\_\_. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 1999.

MOURA, Laysce Rocha de. **Responsabilidade Social Corporativa: o Papel Social das Organizações Econômicas**. Natal: EGRN, 2010.

PRATES, Antônio Augusto P. Burocratização e controle organizacional: o contexto da grande empresa industrial. Notas preliminares. **Revista de Administração Pública**, v.2., 1981.

PERES, Daniel Neves. **O consumidor no controle: os novos rumos da Publicidade na sociedade de consumo pós-moderna**, 2007. Disponível

em:<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/viewFile/3474/2731>>  
Acesso em: 20 de maio de 2012.

SASSAKI, R.. Pessoas com deficiência: o mercado de trabalho numa perspectiva inclusiva. **Revista Sentidos**, n,1,v.5, 2002. p.6-7.

SASSAKI, R.. Acessibilidade total: uma questão de direitos humanos. I Conferência Municipal dos Direitos da Pessoa com Deficiência. **Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência de Diadema**, São Paulo. Diadema, 2005.

SCHWARTZ, Christian. Assinar o cheque é só o começo da ação social. **Revista Expressão**. Florianópolis, n.119, a.12, 2002.

SOARES, Bárbara. **A abordagem da ética nos cursos de graduação em administração de salvador**. Salvador, 2005.

TREVISAN, F. A. Balanço social como instrumento de marketing. **RAE eletrônica**, v.1, n. 2, 2002.

TRIPODI, Tony et al. **Análise da pesquisa social**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TOJEIRO, M. Ética e responsabilidade social: o melhor investimento. **Revista de Ciência da administração**, v. 3, n. 5., 2001

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2007

VIEIRA, Jonas Levy Pacheco; SENA, Sérgio Freitas; GODOY, Wagney Schunck. **Acessibilidade da comunidade surda aos canais de auto-atendimento do Banco do Brasil/ São Paulo**, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZORZANELLI, Ivani Chicon Mosca. **A inclusão dos portadores de necessidades especiais no mercado de trabalho.** Vila Rica, 2008.

## APÊNDICE A

### Entrevista para o funcionário:

#### PRIMERA FASE

**(Dados de aproximação: elementos de história de vida profissional)**

Cargo: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Tempo de trabalho na instituição financeira, Banco do Brasil.

Tem algum envolvimento em trabalhos sociais ou voluntários fora da empresa?

Qual trabalho? Por que você resolveu trabalhar como voluntário?

E por que você decidiu entrar no Banco do Brasil?

(Eu queria que você me contasse/relatasse como foi sua entrada no Banco do Brasil)

**(Elementos que podem lançar luz sobre a importância da RS para o entrevistado)**

Vou colocar uma palavra, e gostaria que você me dissesse o que você acha que ela significa.

#### RESPONSABILIDADE SOCIAL

Como você acha que atua uma empresa que tem responsabilidade social?

O Banco toma medidas que beneficiem a sociedade? Quais?

Por que você acha que o Banco faz isso?

(O que você acha que ele ganha com isso?)

**(Acessibilidade)**

**Você já ouviu reclamações sobre a estrutura física da empresa?**

De quem?

Que tipo de reclamações?

**E sobre clientes portadores de necessidades especiais, há alguma regra específica para atendimento a essas pessoas?**

Qual a regra?

Ela é sempre cumprida? Por quê?

**Você já atendeu algum cliente portador de necessidades especiais?**

**SE SIM**

Como foi?

**SE NÃO**

Caso chegue agora um cliente portador de necessidades especiais, você se sentiria preparado para atendê-lo?

Houve Preparação/treinamentos sobre o assunto?

**Quais as diferenças no atendimento entre os clientes com e sem necessidades especiais?**

**O chefe do setor financeiro de uma grande empresa é portador de necessidades especiais e precisa frequentemente se deslocar até o banco para executar transações. Ele é seu amigo e está em dúvidas sobre se deve ou não transferir a conta para o Banco do Brasil. Você recomendaria a mudança?**

Por quê?

Sua agência está preparada para recebê-lo hoje?

Para realizar um atendimento de qualidade?

**Se você fosse gestor da área de atendimento ao cliente, você mudaria alguma coisa nos procedimentos relacionados ao atendimento de clientes com necessidades especiais?**

Por quê?

**SEGUNDA FASE****(Responsabilidade social x acessibilidade)**

Situação: No jornal local sai a seguinte manchete: cliente do Banco do Brasil, portador de necessidades especiais, denuncia atendimento na instituição. Em um dia de bastante movimento na agência, todos os terminais, guichês e atendimentos estavam lotados. O cadeirante não conseguiu ser atendido, porque a agência estava em reforma e não havia espaço para a entrada da cadeira de rodas. Na agência, não havia terminal de auto-atendimento adaptado para uso de cadeirantes.

**Quais consequências você acha que o Banco sofreria por causa da notícia?**

Como ficaria a imagem do Banco?



**Entrevista para os clientes (portador de deficiência):**

PRIMEIRA FASE

**(Dados de aproximação: elementos de história da vida)**

Portador de que necessidade: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Desde quando é cliente da instituição financeira?

O que o atraiu para se tornar cliente dela?

Tem algum envolvimento em trabalhos sociais ou voluntários?

Qual trabalho?

Por que você resolveu trabalhar como voluntário?

**(Elementos que podem lançar luz sobre a importância da RS para o entrevistado)**

Vou colocar uma palavra, e gostaria que você me dissesse o que você acha que ela significa.

*“RESPONSABILIDADE SOCIAL”*

E uma empresa? Como você acha que atua uma empresa que tem responsabilidade social?

Você faz alguma ligação com o Banco sobre tomar medidas que beneficiem a sociedade? Quais?

Por que você acha que o Banco faz isso?

(O que você acha que ele ganha com isso?)

Situação:

Vou colocar dois contextos para você:

Dia X: dia de movimento normal da agência.

Dia Y: dia de pagamento do governo do Estado e da Prefeitura. Agência lotada.

Há diferença no atendimento dispensado a você nesses dois dias? Como você acha que será atendido em cada situação?

**(Acessibilidade)**

Vou colocar uma situação, e você vai continuar a história...

Situação: já passa do horário de atendimento interno da agência, e ela está cheia de gente. Você se encontra na sala dos terminais de autoatendimento (TAA) sozinho. Para realizar suas transações, utiliza terminais específicos, no entanto, esse terminal se encontra em manutenção, e você está com pressa. A sala dos TAA encontra-se repleta de outros clientes, mas você decide por solicitar ajuda, entretanto, o funcionário que sempre o atende não está disponível. Finalmente, como acontece o atendimento?

**SEGUNDA FASE****(Responsabilidade social x acessibilidade)**

Você recomendaria este banco para outros clientes portadores de necessidades especiais? Por quê?

**Entrevista para os clientes (sem deficiência):**

PRIMEIRA FASE

**(Dados de aproximação: elementos de história da vida)**

Profissão: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Desde quando é cliente da instituição financeira?

O que o atraiu para se tornar cliente da mesma?

Tem algum envolvimento em trabalhos sociais ou voluntários?

Qual trabalho?

Por que você resolveu trabalhar como voluntário?

**(Elementos que podem lançar luz sobre a importância da RS para o entrevistado)**

Vou colocar uma palavra, e gostaria que você me dissesse o que você acha que ela significa.

*“RESPONSABILIDADE SOCIAL”*

E uma empresa? Como você acha que atua uma empresa que tem responsabilidade social?

Você faz alguma ligação sobre o Banco tomar medidas que beneficiem a sociedade? Quais?

Por que você acha que o Banco faz isso?

(O que você acha que ele ganha com isso?)

**(Acessibilidade)**

**Vou colocar uma situação, e você vai narrar como continuaria essa história...**

Situação: já passa do horário de atendimento interno da agência, e ela está cheia de gente. Na sala dos terminais de autoatendimento (TAA), também lotada, encontra-se um cliente deficiente sozinho que, para realizar suas transações, utiliza terminais específicos, no entanto, esse terminal se encontra em manutenção, e ele está com pressa. A sala dos TAA encontra-se repleta de outros clientes, mas ele decide por solicitar ajuda, entretanto, o funcionário que sempre o atende não está disponível. Como você acha que aconteceria esse atendimento?

Durante algum atendimento você já ouviu reclamações sobre a estrutura física da empresa?

De quem?

Que tipo de reclamações?

## SEGUNDA FASE

### **(Responsabilidade social x acessibilidade)**

Situação: No jornal local sai a seguinte manchete: cliente do Banco do Brasil, portador de necessidades especiais, denuncia atendimento na instituição. Em um dia de bastante movimento na agência, todos os terminais, guichês e atendimentos estavam lotados. O cadeirante não conseguiu ser atendido, porque a agência estava em reforma e não havia espaço para a entrada da cadeira de rodas. Na agência, não havia terminal de auto-atendimento adaptado para uso de cadeirantes.

Quais consequências você acha que o Banco sofreria por causa da notícia?

Como ficaria a imagem do Banco?

Você recomendaria este banco para clientes portadores de necessidades especiais? Por quê?

## APÊNDICE B

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b><u>Cliente 1</u></b> <b><u>(Julia)</u></b>		Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos clientes	ACESSIBILIDADE
“o banco ele teria que <b>disponibilizar</b> outro profissional para <b>ajudá-lo.</b> ”	Disponibilizar	As ações são percebidas de maneira a serem resolvidas.	Acessibilidade
“Já escutei que o <b>espaço era pequeno</b> pra tanta gente em dia de pagamento principalmente.”	Espaço pequeno	As ações são percebidas baseadas na definição de acessibilidade.	Acessibilidade
“recomendaria todo banco do Brasil tem <b>rampa...</b> ”	Rampa	As ações são percebidas ainda no exterior das agências.	Acessibilidade
“tem aqueles negócios que <b>ajuda</b> , que quando a pessoa e cega senti,”	Sentir	As ações são percebidas atingindo todas as deficiências.	Acessibilidade
“Marcadores... Sinalizadores...”	Sinalizadores	As ações são percebidas mediante termos técnicos.	Acessibilidade
“Tem equipamentos	Equipamentos	As ações são	Acessibilidade

adequados, com aqueles <b>fonezinhos de ouvidos</b> , nas teclas dos caixas tem o <b>Brailer.</b> ”	adequados	percebidas com a utilização da tecnologia.	
---	-----------	--	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<p><b><u>Cliente 2</u></b> <b><u>(Mario)</u></b></p>		<p>Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos clientes</p>	<p>ACESSIBILIDADE</p>
<p>“principalmente o banco do Brasil, ele tem aquela <b>rampinha...</b>”</p>	<p>Rampinha</p>	<p>As ações são percebidas no exterior das agências do Banco do Brasil.</p>	<p>Acessibilidade</p>
<p>“Deveria. Eu to dizendo deveria... o banco ele deveria <b>dispor</b> de outro atendente para que concretize a <b>ajuda</b> e assim possa realizar o atendimento.”</p>	<p>Realizar.</p>	<p>As ações são percebidas e entendidas à medida que se consegue cobrar a sua realização.</p>	<p>Acessibilidade.</p>
<p>“o banco do Brasil se destaca dos demais e tem acessibilidade... ele “ta” em <b>reforma...</b> se for ter mesmo todo o que eu vi no projeto... o elevador para o movimento interno... vai ficar bom. Porque se não</p>	<p>Reforma.</p>	<p>As ações são percebidas e entendidas por conhecimentos das normas da ABNT para reforma e construção de obras públicas.</p>	<p>Acessibilidade</p>

tiver vai pra justiça!...”			
----------------------------	--	--	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b><u>Funcionário 1</u></b>  <b><u>(gerente de relacionamento)</u></b>		Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos funcionários;	ACESSIBILIDADE
“Já... Já, é muita gente. Da estrutura física então nem se fala. Diversas vezes. Agora não... com a reforma houve uma melhora.”	Estrutura física.	As ações são percebidas no ambiente de trabalho.	Acessibilidade.
“Quanto à iluminação, ou o maquinário da gente, isso não... nunca me chamaram a atenção para isso e, o Banco por, ele próprio se atualiza. Sempre se <b>adaptando.</b> ”	Adaptando.	As ações são percebidas com a utilização da tecnologia e dos maquinários adaptados.	Acessibilidade.
“... tem o atendimento	Prioritário.	As ações são percebidas e a sua	Acessibilidade.



<p><b>prioritário</b>, não algo de tipo atendimento específico ou perfeito, mas que o banco tem essa obrigação de fazer acontecer...”</p>		<p>aplicação, cobrada.</p>	
<p>“...Consequentemente quando concluir definitivamente a reforma, que a agencia disponibilizará de um elevador e de um espaço, de uma <b>estrutura física</b> maior sim.”</p>	<p>Elevador. Espaço. Estrutura física.</p>	<p>As ações são percebidas quando se trata de noção de espaço, de normas seguidas pela ABNT para reforma e construção de obras públicas.</p>	<p>Acessibilidade.</p>
<p>“... e o procedimento que acontece é o de <b>adaptação</b> das agencias.”</p>	<p>Adaptações.</p>	<p>As ações são percebidas e cobradas para que se tenham adaptações.</p>	<p>Acessibilidade.</p>

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<p><b><u>Funcionário 2</u></b> <b><u>(caixa)</u></b></p>		<p>Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos funcionários;</p>	<p>ACESSIBILIDADE</p>
<p>“Normal, a estrutura tava <b>adequada</b>... No banco já existe acessos... <b>ladeiras, rampas para as cadeiras de roda, guichês específicos</b>, de tamanhos adequados, sinalização em todo o banco, facilitou muito o atendimento.”</p>	<p>Acesso. Ladeiras. Rampas. Adequação. Sinalização.</p>	<p>As ações são percebidas quando se trata de noção de espaço, de normas seguidas pela ABNT para reforma e construção de obras públicas.</p>	<p>Acessibilidade.</p>
<p>“... <b>prioridade</b>... até mesmo os próprios outros clientes ajudam nessa prioridade.”</p>	<p>Prioridade.</p>	<p>As ações seguem lei, obedecem a regras.</p>	<p>Acessibilidade.</p>

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<p><b><u>Funcionário 3</u></b> <b><u>(gerente de módulo)</u></b></p>		<p>Descrever como as ações de acessibilidade são percebidas pelos funcionários;</p>	<p>ACESSIBILIDADE</p>
<p>“Atualmente sim... por conta da reforma, é sem o <b>elevador</b> tem que descer um funcionário para atender um cliente...”</p>	<p>Elevador.</p>	<p>As ações são percebidas quando se trata de normas seguidas pela ABNT para reforma e construção de obras públicas.</p>	<p>Acessibilidade.</p>
<p>“Tem a senha <b>prioritária</b>, os clientes sempre pedem... Alguns mesmo sem nenhuma deficiência aparentemente visível, mas diz que quer para não gerar um constrangimento a gente sempre dá.”</p>	<p>Prioridade.</p>	<p>As ações são percebidas e a sua aplicação, cobrada. Seguem lei, obedecem a regras.</p>	<p>Acessibilidade.</p>
<p>O pessoal sempre aceita tem que aceitar, afinal é lei... <b>lei</b> tem que ser cumprida.</p>	<p>Prioridade.</p>	<p>As ações são percebidas e a sua aplicação, cobrada. Seguem lei, obedecem a regras.</p>	<p>Acessibilidade.</p>

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Cliente1 (Julia)</b>		Identificar quais ações os clientes e os funcionários vinculam a Responsabilidade Sócio-empresarial.	R.S.E.
“É a pessoa ter deveres para com a <b>sociedade</b> em geral.”	Sociedade.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes. Ele volta seus olhares à sociedade.	R.S.E.
“... ela oferece oportunidade, é... é responsável por todos os seguimentos da <b>sociedade.</b> ”	Sociedade.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes Ele volta seus olhares à sociedade.	R.S.E.
“Tem aquele pessoal que fica nas salas “ajudando”,	Ajuda. Oportunidade.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes definida como ajuda, retorno para o banco.	R.S.E.
“... ele esta sempre abrindo possibilidade de empregos aos jovens,	Possibilidade.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes quando o banco cria possibilidade para o jovem se	R.S.E.

principalmente”.		desenvolver.	
“E aqueles que até então não tinha tido o primeiro emprego passa a ter. E isso é ser responsável por uma parte da <b>sociedade</b> , fora as outras...”	Primeiro emprego.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes a partir do momento que o banco cria oportunidade para envolver a sociedade.	R.S.E.
“Ganha... ganha evidência, novos clientes como eu já falei... é isso. O banco só tem a ganhar...”	Retorno.	As ações de r.s.e. são percebidas de maneira positiva.	R.S.E.

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Cliente2</b> <b>(Mario)</b>		Identificar quais ações os clientes e os funcionários vinculam a Responsabilidade Sócio-empresarial.	R.S.E.
“direitos e deveres”	Responsabilidade.	As ações de r.s.e. são percebidas mediante as limitações de um	R.S.E.

		para com o outro.	
“É a empresa respeita o <b>ser humano</b> , e suas diferenças...”	Ser humano.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes pelo respeito ao homem.	R.S.E.
“... a fila às vezes de <b>espera do preferencial é maior</b> que a pessoa “normal” entre aspas(gesto com a mão).”	Falta. Espera.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes e é feita a relação entre acessibilidade e r.s.e.	R.S.E.
“Siim... todo mundo ganha quando se propõe a aceitar as diferenças e <b>respeitar</b> as leis dos outros...”	Respeito.	As ações de r.s.e são percebidas pelos clientes quanto aos direitos dos deficientes.	R.S.E.
“... nesse dia têm muito mais senhas <b>prioritárias</b> na agência do que as outras...”	Prioridade.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos clientes deficientes na excursão da lei.	R.S.E.
“... tem nesse dia é... Os	Dedicação.	As ações de r.s.e. são pelos clientes	R.S.E.

aposentados... que o atendimento é mesmo mais lento e demorado... requer <b>maior atenção</b> e boa vontade do funcionário, que muitas vezes não existe... não tem...”		deficientes na necessidade de um atendimento mais especializado. Que tenha uma dedicação, uma atenção para com eles.	
--	--	--	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 1</b> <b>(gerente de relacionamento)</b>		Identificar quais ações os clientes e funcionários vinculam a Responsabilidade Sócio-empresarial.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“DEVER”	Responsabilidade.	As ações de r.s.e. são percebidas mediante as limitações de um para com o outro.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“... é voltar-se para o que se chamamos hoje de <b>Bem coletivo...</b> ”	Coletividade.	As ações de r.s.e. são percebidas em bem do TODO.(sociedade)	<b><u>R.S.E.</u></b>
“Então uma empresa que aplica	Coletividade.	As ações de r.s.e. são percebidas	<b><u>R.S.E.</u></b>

<p>o <b>bem coletivo</b>, que dissemina a coletividade entre si e com os outros ela ta sim, sendo, quer dizer atuando como uma empresa que tem responsabilidade social.”</p>		<p>pelos funcionários quando aplicadas para atender o todo.</p>	
<p>“E ela vai inteligentemente saber usar isso em seu... É para seu <b>retorno.</b>”</p>	<p>Retorno.</p>	<p>As ações são aplicadas na busca de sempre voltar em prol do banco. Funcionários associam ao lucro, ao retorno financeiro, ao reconhecimento.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>“O Banco, ele tem seus programas e seus produtos que de certa forma <b>ajudam</b> a sociedade.”</p>	<p>Ajuda.</p>	<p>As ações de r.s.e. são percebidas pelos funcionários à medida que ele oferece programas e/ou produtos para os clientes.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>“Tem um retorno... o banco disponibilizar créditos a juros baixos e mais clientes procura o</p>	<p>Retorno.</p>	<p>As ações de r.s.e. são percebidas quando o banco oferece créditos a juros baixos, para eles estão ajudando</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>



banco.”		a sociedade mais desprovida.	
“Quando você lança uma campanha você ta esperando o <b>reconhecimento</b> , um aumento em termos numerários.”	Reconhecimento.	O banco fazendo o papel de uma empresa na busca de reconhecimento e lucro.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“... tem o Atendimento <b>prioritário</b> , não algo de tipo atendimento específico ou perfeito, mas que o banco tem essa obrigação de fazer acontecer”	Prioridade.	As ações de r.s.e. são percebidas quando o banco faz sua obrigação em atender prioritariamente os clientes deficientes.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“o cliente pede a senha para o atendimento <b>prioritário</b> , o funcionário vai e o encaminha para minha mesa”	Prioridade.	Os procedimentos de atendimentos são baseados em bastante atenção e rapidez. O banco respeitando os direitos dos clientes especiais. As ações de r.s.e refletem nisso.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“aonde na verdade	Sentimento.	As ações de r.s.e.	<b><u>R.S.E.</u></b>

<p>o que ele tenta treinar é atendimento para o lado <b>sentimental</b>.”</p>		<p>Refletem no lado sentimental dos funcionários para a realização do atendimento.</p>	
<p>“Buscaaa, é é.. você saber envolver aquela pessoa, entender o seu lado e atingir o seu objetivo. O cliente ser atendido, e o Banco conquistar esse cliente, <b>para ele voltar</b>”.</p>	<p>Conquista.</p>	<p>As ações de r.s.e. são percebidas pelos funcionários quando se atende o cliente de forma a se atingir seu objetivo.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>O banco em primeiro lugar ele sela pela lei de <b>igualdade</b>, em que todos nós somos iguais, então não vai diferenciar um atendimento do outro.</p>	<p>Lei.</p>	<p>As ações de r.s.e coincidem com a obrigatoriedade da lei para qual todos são iguais perante a lei.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>“... o que pode acontecer é uma <b>mobilização maior</b> por parte do funcionário... uma ajudar para tornar aquele atendimento</p>	<p>Ajuda.</p>	<p>As ações de r.s.e. são tidas como uma ajuda por parte do funcionário no atendimento.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>

possível.”			
“Olhar pra eles normal, o que acontece é eu ir ate ele, o que não é uma norma do banco, e sim necessidade de <b>conquistado cliente.</b> ”	Necessidade.	As ações de r.s.e. coincidem com a conquista de novos clientes. Um melhor atendimento, igual a uma ajuda, igual a conquista de um cliente.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“Eu terei primeiro um <b>conversa</b> com ele, sobre o seu... o outro banco. Buscaria saber o que ele procura em um banco. E não porque ele é meu amigo, ou algo assim...”	Conversa.	As ações são percebidas através de uma conversa. Há uma aproximação entre funcionário e clientes, mostrando a importância de um diálogo para entender o que o outro precisa para conquistar cliente.	
“... mas porque tem condições de <b>conquistar novos</b> clientes, de adequar-se a eles e qualificar-se em atendê-los.”	Adequação.	As ações de r.s.e. coincidem com a precisão que o banco tem de se adequar com as necessidades dos clientes. Os seus funcionários estão sempre se	<b><u>R.S.E</u></b>

		qualificando.	
--	--	---------------	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 2 (CAIXA)</b>		Identificar quais ações os clientes e funcionários vinculam a Responsabilidade Sócio-empresarial.	R.S.E.
“COMPROMISSO”	Compromisso.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos funcionários quando definem r.s. como compromisso.	R.S.E
“Se destaca das demais, porque assim ela passa, a não só ser visto só como fins lucrativos, mas como aquela empresa que pensa no <b>bem da sociedade.</b> ”	Bem social.	As ações de r.s.e. são definidas pelos funcionários quando comparada a empresas, não se pensa só em lucro, mas sim em fazer o bem.	R.S.E.
“... ele <b>ajuda</b> muito na redução dos, das	Braço direito.	As ações são reduzir taxas, ser o	R.S.E

taxas de juros. Atuando como braço do governo na economia.”		braço direito do governo em ajudar os clientes, a sociedade.	
“E também ele, é ajuda no <b>desenvolvimento local</b> . Quando diz que vai tirar um banco de uma cidade o povo fica louco.”	Desenvolvimento local.	As ações de r.s.e. são refletidas quando a implantação de banco gera desenvolvimento para a cidade.	R.S.E.
“ <b>prioridade...</b> até mesmo os próprios outros clientes ajudam nessa prioridade.”	Prioridade.	As ações são realizadas através do atendimento prioritário, com o ajuda dos outros clientes para o acontecimento.	R.S.E.
“A estrutura tava adequada... Foi normal... No banco já existe acessos... facilitou muito o atendimento.”	Adequação.	As ações de r.s.e. são percebidas quando o banco adéqua sua estrutura para facilitar o atendimento e o acesso do cliente deficiente.	R.S.E.
“Precisa de um atendimento mais direto. Até porque	Atendimento.	As ações de r.s.e são percebidas quando o cliente sai	R.S.E.

<p>eles saem <b>satisfeitos</b>, acham booom quando são bem atendidos.”</p>		<p>satisfeito.</p>	
<p>“ele na sua estrutura pode ter ainda alguma deficiência, mas quanto ao pessoal não, os funcionários são bem preparados...”</p>	<p>Estrutura e preparação.</p>	<p>As ações de r.s.e. são percebidos quando a estrutura não acompanha o desenvolvimento do atendimento dos funcionários.</p>	<p>R.S.E.</p>
<p>“e... tecnologicamente então... nem se fala... hoje o cliente pode realizar pelo seu computador na sua empresa suas transações.”</p>	<p>Acessibilidade.</p>	<p>As ações são associadas ao uso da tecnologia. Quando se utiliza do aparato tecnológico para ajudar aos clientes a realizar suas transações bancárias.</p>	<p>R.S.E.</p>
<p>“Danoso, só se fosse mesmo uma questão rotineira... para a imagem do banco ficar ruim.”</p>	<p>Imagem.</p>	<p>As ações são usadas para ajudar na imagem que o banco quer passar para seus clientes.</p>	<p>R.S.E.</p>

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 3</b>  <b>(gerente de modulo)</b>		Identificar quais ações os clientes e funcionários vinculam a Responsabilidade Sócio-empresarial.	R.S.E.
“Seriedade”	Comprometimento.	As ações de r.s.e. são percebidas pelos funcionários quando se há um comprometimento por partes deles.	<u><b>R.S.E.</b></u>
“ <b>Inovando</b> , sempre buscando aplicar suas medidas voltadas para <b>atração de novos clientes</b> (com novidades) e seguindo o que responsabilidade induz.”	Objetivos.	As ações são aplicadas pelos objetivos dos funcionários de atender responsavelmente.	<u><b>R.S.E.</b></u>
O sindicato ajuda também... Ele nesse projeto <b>ajudou</b> na reforma, deu a Mão de obra para a	Ajuda.	Envolvimentos de órgão com Sindicatos dos Bancários para realização de	<u><b>R.S.E.</b></u>

reforma.		projetos.	
“Eu achou assim a responsabilidade social é agente “retribuidor”, <b>retribui...</b> porque até mesmo financeiramente ele ajuda a alguém...”	Retorno.	As ações são como uma espécie de ligação empresa/clientes. Troca de favores.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“Ele <b>ajuda</b> ao outro que precisa.”	Ajuda.	As ações de r.s.e são percebidas pelos funcionários quando estiver ajudando ao outro, trocas de favores.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“Assim tem empresas que só faz mesmo a propaganda. As grandes empresas não, elas já sabem fazer uso desse programa.”	Propaganda.	As ações de r.s.e são percebidas pelos funcionários quando eles fazem a ligação entre propaganda e projetos realizados na sociedade.	<b><u>R.S.E.</u></b>
“Se envolverem com essas fundações, buscam transparência...”	Transparência.	As ações são realizadas e necessitam serem verdadeiras.	<b><u>R.S.E.</u></b>
Responsabilidade com <b>obras sociais</b> ,	Obras sociais.	As ações de r.s.e. são percebidas	<b><u>R.S.E.</u></b>



<p>o banco ele sai ganhando, vai compensar a imagem lucrativa, o retorna financeiro, não.</p>		<p>pelos funcionários quando o banco ganha quando cria obras sociais e apaga a imagem exclusiva de lucratividade.</p>	
<p>“Tem a senha <b>prioritária</b>, os clientes sempre pedem... Alguns mesmo sem nenhuma deficiência aparentemente visível, mas diz que quer para não gerar um constrangimento a gente sempre dá.”</p>	<p>Prioridade.</p>	<p>As ações de r.s.e. são aplicadas aos clientes por intermédio da senha prioritária.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>Para não sujar o nome do Banco e evitar constrangimento cumprimos...</p>	<p>Obrigaçãõ.</p>	<p>As ações caminham juntas com a obrigação de emitir a senha prioritária.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>“... a gente o coloca na frente. O pessoal sempre aceita, tem que aceitar, afinal é lei..lei tem que ser cumprida.”</p>	<p>Legalidade.</p>	<p>As ações caminham juntas com a obrigação de emitir a senha prioritária.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>

<p>“Assim tem uma atenção maior... o próprio pessoal da fila já sabe ajuda... não há diferença.”</p>	<p>Atenção.</p>	<p>As ações de r.s.e. são exercidas, pelos funcionários, quando eles se mobilizam para o atendimento prioritário, que requer uma atenção maior.</p>	<p><b><u>R.S.E</u></b></p>
<p>“Primeiro eu iria <b>escutar</b> a parte dele, iria vê se a propaganda que ele escutou corresponde com realidade do banco... se bater com as expectativas, recomendaria...”</p>	<p>Conversação.</p>	<p>As ações são aplicadas depois de uma conversa aproximando clientes e funcionário. Concentrando as necessidades e expectativas dos clientes.</p>	<p><b><u>R.S.E</u></b></p>
<p>“... o banco ele hoje em dia é <b>capaz</b> de atender perfeitamente uma pessoa portadora de necessidade especial.”</p>	<p>Capacidade.</p>	<p>As ações de r.s.e. são atender perfeitamente pessoa portadora de necessidade especial.</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>
<p>“Tem <b>qualidade</b> tanto no aparato de pessoas no atendimento quanto no de</p>	<p>Qualidade.</p>	<p>As ações de r.s.e. são percebidas pelos funcionários quando o banco acompanha a</p>	<p><b><u>R.S.E.</u></b></p>

equipamento.”		qualidade dos equipamentos e do atendimento.	
---------------	--	--	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Cliente 1 (Julia)</b>		Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes sobre a responsabilidade sócio-empresarial	Acessibilidade - > R.S.E.
“Já escutei que o espaço era pequeno pra tanta gente em dia de pagamento principalmente.”	Espaço.	Para o acesso a toda a população local que tem movimentação no Banco do Brasil, é necessário um espaço grande, com condições adequadas de estrutura, temperatura e serviços, quando não tem, quando o espaço é pequeno para o número de clientes, eles reclamam. Isso é	Acessibilidade - > R.S.E.

		ser responsável socialmente.	
<p>“Recomendaria todo banco do Brasil tem rampa, tem aqueles negócios que ajuda, que quando a pessoa é cega senti, (tempo)... Marcadores... Sinalizadores... Tem equipamentos adequados, com aqueles fonezinhos de ouvidos, nas teclas dos caixas tem o Braille.”</p>	Adaptações.	Quando o banco dispõe de adaptações para atender o seu público, dentre essas adaptações estiverem as ações de acessibilidade, que seguem as normas da ABNT, ele será caracterizado como responsável pela população de clientes. Sendo assim recomendado pelo fato de atender as expectativas de clientes deficientes.	Acessibilidade - > R.S.E.

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<p><b>Cliente 2</b> <b>(Mario)</b></p>		<p>Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos clientes sobre a</p>	Acessibilidade - > R.S.E.

		responsabilidade sócio-empresarial	
“... Ele tem aquela rampinha... Com essas medidas ele busca, agindo dessa forma ele buscam melhorias, para ambas as partes...”	Ações.	Como as ações de acessibilidade, por exemplo: a rampa, presente em toda agência do banco do Brasil traz uma imagem de acessibilidade, ou seja, de uma empresa acessível, que tem melhorias para seus clientes, é responsável.	Acessibilidade - > R.S.E.
“Sim, querendo ou não o banco do Brasil se destaca dos demais e tem acessibilidade... Tem condições de atendimento.”	Reconhecimento.	Os clientes consideram diferencial em uma empresa aquela que é socialmente responsável, consideram que ela se destaca dos demais, e tudo isso vem devido às ações de acessibilidade que o banco oferece.	Acessibilidade - > R.S.E.

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 1</b> <b>(Gerente de Relacionamento)</b>		Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos funcionários sobre a responsabilidade sócio-empresarial	Acessibilidade - > R.S.E.
“Com a reforma houve uma melhora.”	Melhora.	Com a reforma, com as adaptações feitas no prédio, seguindo as normas, o funcionário consegue enxergar ações de responsabilidade sócio-empresarial.	Acessibilidade - > R.S.E.
“Tem o Atendimento PRIORITARIO, não algo de tipo atendimento específico ou perfeito, mas que o banco tem essa obrigação de fazer acontecer...”	Prioridade.	Com a ação de acessibilidade que recai no atendimento prioritário o funcionário acredita que o banco realiza.	Acessibilidade - > R.S.E.
“Quando concluir	Reforma.	Os funcionários	Acessibilidade -

<p>definitivamente a reforma, que a agencia disponibilizará de um elevador e de um espaço, de uma estrutura física maior sim.”</p>		<p>percebem a influência das ações de acessibilidade sobre a responsabilidade quando o banco se tornará mais prestativo em atender bem o cliente quando a reforma estiver pronta, com um elevador e um espaço físico maior.</p>	<p>&gt; R.S.E.</p>
<p>“.... procedimentos como a priorização da senha, priorização do atendimento... capacitando o meu funcionário... Esse leque de conhecimento e experiência em atendimentos não faltaria mais nada.”</p>	<p>Leque de conhecimento.</p>	<p>As ações de acessibilidade influenciam a percepção dos funcionários para a responsabilidade quando esses estão com certa bagagem de conhecimento, e experiências.</p>	<p>Acessibilidade - &gt; R.S.E.</p>
<p>“A imagem fica ruim, independente de ter sido verdade ou não a noticia, o banco sofrerá as</p>	<p>Consequencia.</p>	<p>Quando a imagem do banco é afetada por uma notícia relacionada a ações de acessibilidade</p>	<p>Acessibilidade - &gt; R.S.E.</p>

conseqüências formas de sua imagem.”		refletem na responsabilidade que precisa ter para a sociedade.	
--	--	---	--

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 2 (CAIXA)</b>		Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos funcionários sobre a responsabilidade sócio-empresarial	Acessibilidade - > R.S.E.
“É cliente demais é o espaço é pequeno.”	Espaço.	Os funcionários veem que quanto menor o espaço, mais falho será o atendimento. Ou seja, o banco não estaria se preocupando com o seu cliente, não estaria sendo responsável.	Acessibilidade - > R.S.E.
“No banco já existe acessos... Ladeiras, rampas para as	Adequação.	Os funcionários fazem a relação ações de	Acessibilidade - > R.S.E.



cadeiras de roda, guichês específicos, de tamanhos adequados sinalização em todo o banco, facilitou muito o atendimento.”		acessibilidade a um atendimento adequado.	
“Hoje o cliente pode realizar pelo seu computador na sua empresa suas transações.”	Comodidade.	Com a ação de ser utilizado a toda hora e em todo lugar, a acessibilidade do banco em dispor da tecnologia para melhor atender seus clientes torna-o responsável socialmente.	Acessibilidade - > R.S.E.

FALA	Unidade de Sentido	Relacionada ao Objetivo	TEMA
<b>Funcionário 3</b> <b>(Gerente de Modulo)</b>		Analisar como as ações de acessibilidade influenciam a percepção dos funcionários sobre a responsabilidade sócio-empresarial	Acessibilidade - > R.S.E.

<p>“E sem o elevador tem que descer um funcionário para atender um cliente.”</p>	<p>Elevador.</p>	<p>As ações de acessibilidade, como por exemplo, a ação de descer um funcionário para atender um cliente influencia na percepção de ser um banco responsável.</p>	<p>Acessibilidade - &gt; R.S.E.</p>
<p>“Porque o banco ele hoje em dia é capaz de atender perfeitamente uma pessoa portadora de necessidade especial. Tem qualidade tanto no aparato de pessoas no atendimento quanto no de equipamento.”</p>	<p>Qualidade.</p>	<p>O funcionário vê as ações que o banco disponibiliza para ser realizado um atendimento perfeito como acessível ao cliente. Isso responde à responsabilidade que o banco tem com a sociedade.</p>	<p>Acessibilidade - &gt; R.S.E.</p>