

**Michele Cristine Evaristo Braz
Simões**

Universidade Anhanguera-Uniderp
tutoraead.michelebraz@gmail.com

Gisele Bafume Quierelli

Universidade Anhanguera-Uniderp
tutoraead.giselebafume@gmail.com

RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Inclusão de pessoas deficientes no mercado de trabalho

RESUMO

Este estudo teve como objetivo apresentar a preocupação das organizações em relação à inclusão de pessoas com deficiência no ambiente corporativo bem como focar sua responsabilidade social, pois toda ação social investida retorna para a empresa causando um impacto positivo no que se refere ao marketing socialmente responsável. Essa atitude é visualizada como o bem desenvolvido pelas empresas, que abrange não somente o ambiente que ela está inserida, mas também a satisfação das partes interessadas. Através da lei nº 8.213/91 as empresas estariam obrigadas a contratar pessoas com algum tipo de deficiência, porém, as mesmas passaram a contratar não por força da lei, mas sim pela preocupação com sua imagem perante a sociedade, isso também reflete no aumento na produtividade da empresa além de valorizar, motivar e apoiar esse profissional. A transparência das suas atividades é um requisito importantíssimo para ser considerada uma empresa socialmente responsável. A busca pela inclusão, aceitação da diversidade e da responsabilidade social na gestão dos seus negócios, fazem com que as organizações apresentem uma taxa de crescimento positiva gerando benefícios a seus colaboradores.

Palavras-Chave: inclusão; pessoas; deficiência.

ABSTRACT

This study aimed to present the concerns of the organizations for the inclusion of people with disabilities as well as in corporate social responsibility focus. Through Law No. 8.213/91 companies would be forced to hire people with a disability, however, they began to hire not by law but by concern for its image in society, it also reflects the increase in productivity of the company in addition to value, motivate and support this work .. The transparency of its activities is an important requirement to be considered a socially responsible company. The quest for inclusion, acceptance of diversity and social responsibility in managing their business, make organizations show a positive growth rate generating benefits to its employees

Keywords: Inclusion, People, Disability.

Anhanguera Educacional Ltda.

Correspondência/Contato
Alameda Maria Tereza, 4266
Valinhos, São Paulo
CEP 13.278-181
rc.ipade@anhanguera.com

Coordenação
Instituto de Pesquisas Aplicadas e
Desenvolvimento Educacional - IPADE

Artigo Original
Recebido em: 25/11/2011
Avaliado em: 15/08/2012

Publicação: 17 de dezembro de 2012

1. INTRODUÇÃO

Atualmente no mundo globalizado em que vivemos a diversidade e a responsabilidade social para algumas corporações tem um valor estratégico. Os princípios do desenvolvimento sustentável e seus modelos de gestão vêm sendo incorporados gradativamente ao ambiente corporativo. As organizações estão sendo, cada vez mais, cobradas a assumir as responsabilidades pelas consequências de ordem ambiental, social e econômica de suas atividades.

Embora alguns modelos de planejamento existentes ainda enfatizem principalmente as questões econômicas e deixam em segundo plano os aspectos sociais e ambientais, seguindo uma forte tendência global, o entendimento do escopo das responsabilidades sociais nas organizações vem se tornando uma prioridade inevitável. Não se pode mais planejar estrategicamente o futuro das empresas sem considerar que esses pontos tornaram-se inseparáveis, atentos principalmente aos olhos dos consumidores.

Focadas na responsabilidade social, surge à preocupação com a imagem da empresa diante da sociedade, sendo assim há uma forte tendência para que esses atributos dentro da organização contribuam para a inserção de pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

Segundo Veiga (2007) as empresas que optaram pela sustentabilidade, obtêm alguns benefícios tangíveis tais como: melhor produtividade, redução de custos, aumento da receita, melhora na gestão de recursos humanos, dentre outros e benefícios intangíveis como: melhor imagem institucional, maior credibilidade, maior capacidade em atrair talentos em seu quadro funcional e maior capacidade em atrair clientes e etc.

As empresas contratam pessoas com deficiência através da obrigação imposta na Lei nº 8213/91. Mas no mundo empresarial contemporâneo, muita coisa está mudando. Hoje as empresas não só estão interessadas em cumprir a lei para não ser penalizadas, mas também preocupadas com a responsabilidade social, com a diversidade, com a inclusão social, em busca de sua sobrevivência, pois os consumidores, os investidores e a sociedade cobram as atitudes sociais tomadas pela organização.

Além da determinação legal e da responsabilidade social, as empresas também tem outros motivos para a contratação de pessoas com deficiência: ela obtém muitos benefícios com essa atitude, tais como: imagem corporativa positiva, credibilidade no mercado, novos investidores, dedução fiscal, clima organizacional positivo, maior motivação dos funcionários assim gerando maior produtividade e competitividade,

descoberta de novos talentos, desempenho financeiro fortalecido, diminuição de ações trabalhistas e muitos outros benefícios.

Pretende-se através desse trabalho embasado em uma pesquisa bibliográfica mostrar que algumas empresas que integram os princípios da diversidade e da responsabilidade social na gestão dos seus negócios, estão apresentando uma taxa de crescimento bastante positiva. Esse tipo de gestão traz muitos benefícios para a empresa e seus colaboradores.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Segundo Pessoa (2008), responsabilidade social corporativa é ter um relacionamento ético e transparente com todas as partes envolvidas no processo, tendo como foco principal o desenvolvimento sustentável da sociedade como um todo, onde os recursos ambientais e culturais sejam preservados para as próximas gerações e o princípio da diversidade deve ser preservado para promover a igualdade social. As empresas inseridas nesse ambiente passam por muita pressão e é exigido um desempenho eficiente e eficaz de ações transparentes.

Para Ashley (2006) o conceito de responsabilidade social corporativa deve ser vista de uma forma integrada e baseada nas dimensões econômicas, sociais e ambientais. A organização deve ser sensível às relações com seus colaboradores, clientes, fornecedores e com a sociedade como um todo. A empresa não deve ser o centro de tudo, mas o meio ambiente e as pessoas interessadas sim.

Para Pessoa (2008) a empresa socialmente responsável é capaz de ouvir as partes interessadas nos negócios, os chamados stakeholders que são os acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, a sociedade como um todo, fazendo com eles sejam inseridos em suas atividades e interesses.

Ainda segundo o autor as organizações descobriram que uma das formas de se tornarem competitivas no mercado está em fazer o bem. Isso não é filantropia, não é marketing social e nem obrigatoriedade legal, mas estratégia de negócios. A relação e o compromisso com a sociedade na qual está inserida, deve ser bastante abrangente para satisfazer os seus stakeholders.

Para Filetti (2010) por questões de marketing e imagem, as empresas estão investindo em projetos de inclusão de diferenças e em responsabilidade social, sendo um movimento de dentro para fora, mas futuramente esse movimento virá de fora para dentro. Os consumidores irão exigir essas ações, eles irão consumir produtos de empresas socialmente responsáveis pela seriedade com que atua e não pelo marketing realizado.

Investir em diversidade pode significar aumento de produtividade. Desta forma os conhecimentos e valores que as pessoas possuem se bem combinados e utilizados pela organização de uma forma positiva, poderão levá-la ao sucesso.

Segundo o Instituto Ethos (2003), algumas diretrizes da responsabilidade social devem ser seguidas e são essenciais na contribuição para uma melhor qualidade dos relacionamentos da empresa para com as partes interessadas, são elas:

As sete diretrizes da responsabilidade social corporativa

1. Adote valores e trabalhe com transparência
2. Valorize empregados e colaboradores
3. Faça sempre mais pelo meio ambiente
4. Envolver parceiros e fornecedores
5. Proteja clientes e fornecedores
6. Promova sua comunidade
7. Comprometa-se com o bem comum

Para se tornar uma empresa socialmente responsável tomando como base as 07 diretrizes citadas á cima as organizações devem avaliar seus valores éticos e trabalhar com transparência; cumprir as leis trabalhistas em sua totalidade e valorizar o seu funcionário; ir além das suas obrigações; incentivar seus parceiros e fornecedores a se tornarem também socialmente responsáveis; dar segurança aos seus clientes quanto á qualidade de seus produtos ou serviços e entender as necessidades deles e satisfazê-las; criar ações que possam ajudar a comunidade a que está inserida e contribuir com ações para desenvolvimento da sua região ou país.

3. DIVERSIDADE CORPORATIVA

Diversidade:

Diz respeito a uma variedade de práticas conscientes que reconhecem e aceitam a diferença, promovem um melhor entendimento público dos benefícios da diversidade e da luta contra a discriminação na sociedade, impedindo que as pessoas sofram qualquer forma de discriminação em razão da sua raça ou origem étnica, religião ou convicções, deficiência, idade ou orientação sexual. (OCARETÉ - Glossário, não paginado.)

Segundo o Instituto Ethos (2000),

Vivemos em um mundo globalizado onde a diversidade tem um valor estratégico para toda a sociedade. Convivemos com um acelerado avanço tecnológico, com um crescimento de conflitos étnicos, religiosos e culturais cuja diversidade pode ser uma importante ferramenta de superação. A busca por oportunidades iguais e por respeito á dignidade de todas as pessoas faz com que a diversidade represente um princípio básico de cidadania que assegura a cada um, condições de desenvolver seus talentos e potencialidades e também a prática da diversidade representa o direito de todos serem diferentes, criando condições para que todos possam agir em conformidade com seus valores individuais.

Para muitas empresas adotar a diversidade na força de trabalho além de ser um compromisso ético é um caminho para a competitividade. As empresas estão investindo

em ações que consideram além das questões de raça e gênero, a condição socioeconômica, estilo de trabalho, idade, nacionalidade, ascendência, estado civil, orientação sexual, deficiência física ou emocional e outras diferenças para atraírem e manterem uma mão de obra diversificada e de qualidade.

Para o Instituto uma organização para consolidar seus deveres com a diversidade deve primeiramente avaliar internamente como essa questão é percebida e praticada por seus colaboradores de todos os níveis hierárquicos.

4. AS EMPRESAS E AS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA, PORQUE CONTRATAR?

Conforme os resultados do Censo 2000 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que, aproximadamente cerca de 24,6 milhões de pessoas apresentaram algum tipo de incapacidade e deficiência no Brasil. Resultado muito significativo, sendo que são 14,5 % (quatorze e meio por cento) da população do país.

A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho vem sendo discutida há muito tempo pelas organizações que protegem os deficientes, porém, só conseguiu uma importância maior no meio empresarial assim que foram aprovadas leis específicas na Legislação Brasileira, como no artigo 93 da Lei nº 8213/91. Embora esta lei esteja em vigor a quase 20(vinte) anos, muitos empresários ignoram ou a desconhecem.

A lei exige que toda empresa com mais de 100(cem) empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) de seus cargos com pessoas com deficiência, mas nem sempre isso acontece.

Infelizmente o deficiente é visto como incapaz pelas empresas, muitas vezes elas se negam a ter uma pessoa deficiente ocupando um cargo, alegando limitações laborais e falta de qualificação necessária para o desempenho profissional dentro da organização. Algumas delas acabam contratando pessoas com deficiência apenas para o preenchimento de cotas no cumprimento da lei, mas muitas não possuem um ambiente físico e nem um ambiente social adequado.

Mas por outro lado, a oferta de trabalho para pessoas com deficiência que era escassa, com a Lei das Cotas a situação se inverteu. A política de cotas gerou certo impacto no mundo corporativo e segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), foram mais de um milhão de vagas destinadas a este público.

Segundo Jaggi (2010) a americana Michelle Gadsden-Williams, vice-presidente e líder global de diversidade e inclusão da companhia Novartis, uma empresa farmacêutica que emprega 92.000 (noventa e dois mil) funcionários em 140 (cento e quarenta) países afirma que, falar de inclusão e diversidade é fácil, o difícil é incluir esses temas na gestão

das organizações. Para Michelle o papel do RH (Recursos Humanos) é fundamental para se desenvolver estratégias de diversidade e de inclusão de diferenças, deve existir uma ligação direta entre a implantação dessas políticas com a área de RH. Essa ligação também tem que existir entre as demais áreas da empresa, como por exemplo, a área de Marketing que tem o papel de divulgar as ações desempenhadas pela organização.

4.1. Marketing Social

As empresas estão cada vez mais interessadas em agregar valor ao seu produto, focadas em uma gestão de estratégia para que a imagem da organização seja bem vista no âmbito mercadológico e na sociedade.

O marketing social com base na responsabilidade social traz uma marca diferenciada ao âmbito mercadológico, além da vantagem competitiva para as empresas. A questão social e a ética nos negócios por muito tempo foi ignorada. Hoje as empresas têm a conscientização que para o sucesso no mundo corporativo tem que interagir com responsabilidade social e a ética, elementos importantes dentro da organização, para se tornar uma organização mais confiável para com os seus trabalhadores, consumidores, sociedade e natureza. Assim a contratação de pessoas com deficiência também acontece pela gestão estratégica.

As empresas estão cada dia mais interessadas e preocupadas com a sua imagem diante do seu consumidor, sempre em pensamento que o produto é importante, mas a parte social da empresa é essencial para sua sobrevivência.

Preocupadas com a sua imagem e sobrevivência empresarial, as empresas, investem cada vez mais em ações sociais, interessadas de como obter benefícios, vantagens e lucratividade na postura de uma empresa com ótima reputação e socialmente responsável. Focadas em agir e baseando numa gestão estratégica, elas abrem vagas de trabalho para pessoas com deficiência dentro da organização, buscando valorizar, motivar e apoiar este profissional.

O Instituto Ethos (2002) também fala da importância estratégica nas empresas em relação à inclusão social interna e vida longa dos negócios. Fica cada vez mais nítida para as empresas a importância estratégica em se criar uma realidade social inclusiva, devido a sociedade ser marcada por uma diversidade profunda, onde as diferenças são latentes.

É nítido também que para uma empresa ser bem vista no mercado, é necessário que ela tenha uma visão totalmente ligada ao social, e interessada em incluir a diversidade dentro da organização. Com a prática do marketing social as empresas contribuem para a contratação da pessoa com deficiência no mercado de trabalho.

4.2. As dificuldades da inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho

O mercado de trabalho atual é bastante competitivo e exige cada vez mais qualificação, preparo e atualização do profissional.

Segundo RAMALHO, C.E.; RESENDE, S.J. B (2006), a situação é ainda mais complicada para as pessoas com deficiência, que além dessas exigências, elas se deparam com um grande obstáculo, o preconceito.

Os autores salientam que:

[...] O portador de deficiência física, no uso de suas aptidões, que não dependam suas limitações (sic), é tão quanto mais produtivo que qualquer outra pessoa. Disponibilizar trabalho á essas pessoas não é caridade, mas sim respeitar o principio básico da igualdade perante a sociedade. (RAMALHO, C.E. RESENDE, S.J.B., não paginado)

A contratação de pessoas com deficiência segundo OLIVEIRA. A.C. et al (2008), deve ser vista como qualquer outra. Deve-se esperar desse profissional na condição de deficiente, o mesmo que se espera de um profissional que não seja deficiente, ou seja, profissionalismo, comprometimento, qualidade e assiduidade.

Nesse estudo bibliográfico foi constatado que, todo cuidado é pouco no que se diz respeito a contratação de pessoas com deficiência. Deve-se ter a preocupação em tratá-lo como qualquer outro candidato á vaga. A mesma preocupação que se tem com um candidato que não é deficiente, deve-se ter com uma pessoa com deficiência. O importante é analisar se suas habilidades e competências são suficientes e pertinentes ao cargo pretendido, se o perfil é ou não adequado para a vaga.

A preocupação que as empresas devem ter quando forem inserir pessoas com deficiência em seu quadro funcional é em relação a sua estrutura física, será necessário fazer adaptações que atendam as necessidades desses novos profissionais. É de grande importância também a estrutura emocional das pessoas que fazem parte dela, como colaboradores, clientes e fornecedores. Para tanto, se faz necessário uma conscientização de seus colaboradores externos e internos, como também um treinamento, uma preparação de seus colaboradores internos. Desta forma a aceitação desse indivíduo portador de necessidades especiais será positiva, facilitando assim a inclusão.

4.3. Reconhecer e aceitar as diferenças dentro de uma organização é ser socialmente responsável

Em mundo em constante transformação, a empresa que reconhecer que a diversidade é uma condição indispensável, fortalecendo e valorizando as diferenças e semelhanças entre as pessoas dentro da organização, incentivam e motivam para benefício dos próprios indivíduos e da empresa, gerando contribuição dos funcionários para criatividade e

inovação organizacional, diminuição de despesas com o pessoal e absenteísmo, melhorar a qualidade do trabalho no ambiente interno, e assim certamente gerando maior produtividade e competitividade.

Incrementar a diversidade é promover a igualdade de chances para que todos possam desenvolver seus potenciais. No caso das pessoas com deficiência, devemos começar garantindo-lhes o direito de acesso aos bens da sociedade – educação, saúde, trabalho, remuneração digna etc. Quanto à inclusão no mercado de trabalho, é necessário assegurar as condições de interação das pessoas portadoras de deficiência com os demais funcionários da empresa e com todos os parceiros e clientes com os quais lhes caiba manter relacionamento. Não se trata, portanto, somente de contratar pessoas com deficiência, mas também de oferecer as possibilidades para que possam desenvolver seus talentos e permanecer na empresa, atendendo aos critérios de desempenho previamente estabelecidos. (INSTITUTO ETHOS, 2002, p.11)

Segundo Oliveira (2008) sobre o estudo da responsabilidade social de empresas “engloba o entendimento da relação complexa que existe entre as empresas e a sociedade”. A empresa faz parte da sociedade. Oliveira (2008) ainda comenta que as empresas têm um grande poder na sociedade, onde suas decisões têm impactos sociais, e também afirma que a responsabilidade social corporativa (RSC) “é um fator de diferencial para os acionistas e o mercado financeiro”, pois é notado que as empresas mais socialmente responsáveis geram maior retorno em suas ações.

É necessário que as organizações adotem uma filosofia, uma política de Recursos Humanos saudável, que possa refletir em todos os seus colaboradores de todos os níveis hierárquicos um pensamento de que questões de diversidade, seja ela em relação a raça, as limitações físicas e mentais, gênero, faixa etária e outras é uma questão de consciência, de atitude para com a sociedade em que se vive.

Segundo Heinski (2000):

[...] uma pessoa para ser totalmente aceita na sociedade e estar inserida no mercado de trabalho, deve apresentar atributos físicos e/ou intelectuais que o destaquem dos demais concorrentes. As empresas buscam compor seus quadros funcionais com o que há de melhor no mercado de trabalho no que diz respeito à mão-de-obra. Assim, para atender a tais exigências a pessoa deve estar qualificada quanto à instrução e à capacitação para exercer as tarefas para qual se propõe e também deve apresentar condições físicas e psicológicas compatíveis com as exigências do cargo.(HEINSKI,2000,p.3)

Ainda segundo o autor, a imagem de corpo deficiente está vinculada a imagem de um corpo improdutivo, remetendo assim as pessoas com deficiência a uma condição de inferioridade em relação aos demais indivíduos considerados produtivos. Na prática as pessoas com deficiência encontram inúmeras dificuldades para se inserir no mercado de trabalho. Lutam muito para arrumar um emprego de acordo com a sua formação.

No Brasil está surgindo um movimento segundo Ribeiro (2010) que procura explorar o que as pessoas com deficiência possuem de bom e de positivo, ajudando o RH a conhecer e a explorar o perfil, as habilidades e competências destes profissionais, facilitando a inclusão dessas pessoas no mercado de trabalho. Mas infelizmente não é tão

simples assim, devido a realidade de nosso país, devido a condição social que muitas pessoas vivem, elas não tem e não vão ter a oportunidade de estudar e de se preparar profissionalmente para estarem aptas para concorrer a uma vaga no mercado de trabalho.

As organizações devem integrar em seus princípios a diversidade e a responsabilidade social e não fazê-la por filantropia, mas sim como estratégia de negócios, pois, o que se vê na atualidade é um crescimento financeiro bastante significativo nas empresas responsáveis socialmente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou identificar a importância que as organizações adquiriram em relação à contratação de pessoas com deficiência. Atualmente as contratações são feitas não por força da lei nº 8.213/91, mas sim pela importância de ser uma empresa responsável social e inclusiva na gestão de seus negócios.

Sabemos que o interesse empresarial está na geração de bons resultados. Toda responsabilidade social investida retorna para a empresa em forma de aumento da produtividade, valorização, motivação e apoio a este profissional, seja ele deficiente ou não. Através dessas boas práticas a organização causa um impacto positivo no que se refere ao marketing socialmente responsável. Essa atitude é visualizada como o bem desenvolvido pelas empresas, que abrange não somente o ambiente que ela está inserida, mas também a satisfação das partes interessadas.

Pelo apresentado, podemos considerar que a responsabilidade social empresarial juntamente com o marketing social são gestões estratégicas que favorecem a ética e o sustentável de uma organização para ser reconhecida na sociedade.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. "Ética e responsabilidade social nos negócios". São Paulo: Saraiva, 2006. 340p.
- ETHOS. Como as empresas podem (e devem) valorizar a diversidade. São Paulo: Instituto Ethos, 2000. Disponível em: http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/manual_diversidade.pdf. Acesso em 20 de outubro de 2011.
- ETHOS. O que as empresas podem fazer pela inclusão das pessoas com deficiência. São Paulo: Instituto Ethos, 2002. 11p. Disponível em: http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/manual_pessoas_deficientes.pdf. Acesso em: 11 de outubro de 2011
- ETHOS. Responsabilidade Social para micro e pequenas empresas. São Paulo: Instituto Ethos, 2003. Disponível em: http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf. Acesso em 21 outubro de 2011.
- FILETTI, N. C. A diversidade e a responsabilidade social das empresas. Disponível em: http://www.rhcentral.com.br/artigos/artigo.asp?interesse=10&cod_tema=443 Acesso em: 21 outubro de 2011.

HEINSKI, R.M.M.S. Um Estudo sobre a inclusão da pessoa portadora de deficiência no mercado de trabalho. 2000. Disponível em:

<<http://www.uniapaemg.org.br/admin/downloads/artigo20102031.pdf>>. Acesso em 23 de outubro de 2011.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 02 de novembro de 2011.

JAGGI, I. A gestão da diferença. Entrevista. Disponível em:

http://revistavocerh.abril.com.br/noticia/entrevista/conteudo_500904.shtml. Acesso em 02 de novembro de 2011.

Ministério do Trabalho e Emprego Disponível em: <<http://www.mte.gov.br>>. Acesso em: 15 de outubro de 2011.

Ministério Público do Trabalho – Disponível em: <<http://www.mpt.gov.br>>. Acesso em: 16 de outubro de 2011.

OCARETÉ- Glossário. Disponível em: <http://www.ocarete.org.br/biblioteca/glossario/>. Acesso em: 02 de setembro 2011.

OLIVEIRA, A.C. et.al. A inclusão da pessoa deficiente no mercado de Trabalho. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte, 2008. Disponível em:

http://www.unihorizontes.br/proj_inter20081/adm/inclusao_da_pessoa_deficiente.pdf . Acesso em 20 de novembro de 2011.

PESSOA, G.A. Responsabilidade Social de empresas. Artigonal – diretórios de artigos gratuitos, ago 2008. Disponível em: <http://www.artigonal.com/gestao-artigos/responsabilidade-social-de-empresas-507837.html>. Acesso em 20 de novembro de 2011.

RAMALHO,C.E.;SOUZA,R.J.B.; Dificuldades da inclusão do deficientes físico no mercado de trabalho. Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis, Ano IV,out.2006. Disponível em:< <http://www.revista.inf.br/contabeis08/pages/artigos/cc-edic08-anoIV-art03.pdf>>. Acesso em 23 de outubro de 2011.

RIBEIRO,M.“Contratar um PPD (Profissional portador de deficiência?).Algumas razões...Instituto MVC. 2010.Disponível em: http://www.institutomvc.com.br/costacurta/artmr01_ppd.htm.> . Acesso em: 23 de outubro de 2011.

SEBRAE/INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas: passo a passo. 2003. Disponível em: http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf>. Acesso em 23 de outubro de 2011.

VEIGA, D.R. Afinal o que é responsabilidade social empresarial?Disponível em:

http://www.nossadica.com/artigo_responsabilidade_social.php. Acesso em: 25 de outubro de 2011.

Michele Cristine Evaristo Braz Simões

Graduada em Administração com ênfase em Finanças e Controladoria, MBA em Gestão e Estratégia de Negócios e MBA em Gestão de Pessoas.

Gisele Bafume Quierelli

Graduação em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Anhanguera (2003), MBA em Controladoria & Finanças pela Fundace USP/RP (2005) e especialização em Planejamento Tributário pelo Centro Universitário Anhanguera (2009).