

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE SERVIÇO SOCIAL

TELEPERFORMANCE - FLORIANÓPOLIS: CONTRIBUIÇÕES À  
IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

RENATA DEMETRIO

DEPTO. SERVIÇO SOCIAL  
DEFENDIDO E APROVADO  
EM: 10/12/04

  
Teresa Kleba Lisboa  
Chefe do Depto. de Serviço Social  
CSE/UFSC

Florianópolis, novembro de 2004.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC**

**CENTRO SÓCIO ECONÔMICO**

**DEPARTAMENTO DE SERVIÇO SOCIAL**

**TELEPERFORMANCE - FLORIANÓPOLIS: CONTRIBUIÇÕES À  
IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Trabalho de conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Serviço Social, Departamento de Serviço Social, Centro Sócio Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Professora Iliane Kohler.

**RENATA DEMETRIO**

**FLORIANÓPOLIS, NOVEMBRO DE 2004.**

**Você é a única pessoa que pode  
colocar restrições nos seus desejos...  
Não limite seus sonhos, vá à luta!!!**



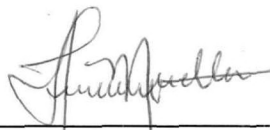
RENATA DEMETRIO

**TELEPERFORMANCE - FLORIANÓPOLIS: CONTRIBUIÇÕES À  
IMPLANTAÇÃO DE AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

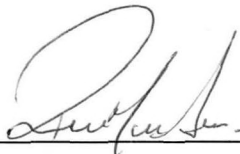
Trabalho de conclusão de curso aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel no curso de Serviço Social, do Departamento de Serviço social, do Centro Sócio Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina.



Iliane Kohler, Professora do Departamento de Serviço Social  
Orientador



Adriana Mueller, Professora do Departamento de Serviço Social  
1ª. Examinadora



Renata Maria Azevedo, Pedagoga Empresarial  
2ª. Examinadora

## AGRADECIMENTOS

A todos que participaram direta ou indiretamente, incentivando-me a prosseguir, deixo aqui minha sincera gratidão.

A minha mãe e amiga Odilia pelo amor incondicional ao qual sempre me dedicou e pelo exemplo de mulher, de força e honestidade. Não foram somente momentos de alegria, também tivemos momentos de dificuldades, de tristezas. Mas, unidas, superamos tudo e todos, e fizemos com que em nossas vidas houvessem momentos maravilhosos, cheios de alegrias e muito amor. Mãe Te amo.

Ao meu irmão Luiz Antonio e Wanda, meu especial agradecimento.

A minha querida avó Luluca. Sinto saudades.

Ao meu Fernando, que num passe de mágica entrou em minha vida e me conquistou. Pela dedicação de seu amor, carinho e paciência. Obrigada por estar sempre ao meu lado. Te amo!

Ao meu querido e amado filho, que mesmo em período de gravidez vem me proporcionando o incentivo para a conclusão deste trabalho.

A todos os amigos que fizeram e fazem parte de minha história.

A Daniella, Helena Cristina, Renata, Sandra e os amigos do conjunto Rachel, que sempre estiveram presentes, pelos momentos que passamos juntos.

A Empresa Teleperformance, em especial ao Kleber Tobal Bonadia, Marcelo Tejo Perrone, Adriana Sanches e Eliandro Borghesan, pela força e incentivo.

A professora e orientadora Iliane Kohler, pela paciência e acompanhamento do trabalho, seu incentivo constante e imenso carinho.

A Ondina, sempre presente em nossa vida acadêmica.

Enfim, a todos que contribuíram para a conclusão deste trabalho.

Meu muito obrigada!

# SUMÁRIO

1	Introdução .....	7
2	Direito ao Trabalho: Constituição Brasileira e o Papel das Empresas na Sociedade.....	10
2.1	A Empresa e seu Papel Social.....	15
3	Por que Responsabilidade Social? .....	19
3.1	Responsabilidade social empresarial.....	21
3.2	O que vem a ser uma Empresa Socialmente Responsável? .....	25
3.3	O Papel e os desafios do Profissional de Serviço Social em relação a responsabilidade Social Empresarial na atualidade .....	33
4	Contextualização do Serviço Social nas Organizações Empresariais Brasileiras.....	36
4.1	Competências e Atribuições do Assistente Social de Acordo com o Código de Ética da Profissão.....	41
5	A Empresa Teleperformance CRM S/A .....	48
5.1	Base Estratégica da Empresa Teleperformance.....	51
6	Considerações Finais .....	59
	ANEXOS.....	63
	BIBLIOGRAFIA .....	73

## 1 INTRODUÇÃO

Na esfera da produção e no processo de trabalho, as mudanças tecnológicas e organizacionais, têm desenhado novas estratégias de gestão e controle da força de trabalho. Desta forma o que se percebe é a exigência de um novo exercício do profissional do Serviço Social nas empresas, qualificado e atualizado, de forma a atuar com competência no mundo do trabalho.

E o que é o trabalho? Para o homem atual, que vive numa sociedade capitalista, o trabalho é uma forma de estar inserido, de fazer parte da sociedade, de ter sua identidade. Estar empregado significa ter valor, satisfazer suas necessidades básicas, como comer e beber. No entanto, o trabalho quando em excesso, também provoca certas questões sociais, pois o indivíduo além de ter que se dedicar ao trabalho tem o medo da instabilidade.

Atualmente, sendo o profissional de serviço social mais generalista e inovador, tem em sua prática promover a qualidade de vida dos trabalhadores enfrentando o desafio de romper com padrões pré-estabelecidos e discutir e repensar as novas formas de atuação profissional decorrente das mudanças que vem acontecendo no mundo do trabalho.

Através deste Trabalho de Conclusão de Curso, que objetiva atender à exigência do Curso de Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina, tem-se a iniciativa de apresentar as competências e atribuições, assim como também de fortalecer a importância do assistente social, frente a possibilidade da inserção do profissional na Empresa Teleperformance CRM S/A, mais

especificamente, na assessoria de projetos sociais situados na perspectiva de Responsabilidade Social.

Implantar o Serviço Social na empresa consiste em, além de propor projetos para as atividades na esfera de gestão de políticas sociais direcionadas as demandas dos trabalhadores, identificar as mediações e mudanças em curso na organização empresarial. Fazer uma leitura e análise dessa realidade, tanto nas questões individuais, casuais ou institucionalizadas que podem se formar em demandas com potencial para novas conquistas e direitos sociais ou de novos serviços e projetos voltados aos interesses dos trabalhadores na sua relação com um compromisso ético junto aos segmentos sociais em situação de vulnerabilidade social-cidadã.

Para a obtenção dos objetivos propostos no presente estudo, foi realizada a pesquisa bibliográfica e documental que referencia a temática. Assim, este trabalho está sendo apresentado em cinco capítulos:

No primeiro capítulo, para um melhor entendimento da prática do serviço social, pretende-se apresentar o conceito de Direito ao Trabalho, previsto na Constituição Federal de 1988, assim como também o Papel das Empresas na Sociedade.

Em seguida, tendo em vista a preocupação da Empresa na formação de uma diretoria de Responsabilidade Social, procura-se abordar o assunto quanto a Responsabilidade Social, buscando apresentar o que vem a ser uma Empresa Socialmente Responsável.



Dando sequência ao trabalho, no quarto capítulo faz-se uma abordagem quanto o Serviço Social no Brasil, apresentando a contextualização do Serviço social nas organizações Empresariais. Assim como, suas atribuições e competências.

No quinto capítulo, busca-se apresentar a Empresa Teleperformance, cenário que pretende defender a idéia de implantação do profissional de Serviço Social.

No sexto capítulo, pretende-se apresentar as considerações finais, enfatizando a importância da presença do profissional de Serviço Social na Empresa Teleperformance, e em seguida as Referências Bibliográficas, para que o leitor aprofunde, se desejar, os itens aqui apresentados.

Face ao caminho percorrido, é possível reconhecer que trata-se de uma aproximação à temática bastante inicial. Entretanto, busca-se evidenciar viabilidades ao saber-fazer profissional do Assistente Social dentro do contexto da organização empresarial.

## **2 DIREITO AO TRABALHO: CONSTITUIÇÃO BRASILEIRA E O PAPEL DAS EMPRESAS NA SOCIEDADE**

Pretende-se com este capítulo, resgatar o conceito de Empresa, para que se possa compreender a lógica de estudo na elaboração deste trabalho. As considerações teóricas apresentadas têm como finalidade conceituar a Empresa como organização, assim como decorrer quanto o seu papel na sociedade.

Antes de compreender o papel das empresas na Sociedade, faz-se importante um esclarecimento quanto ao conceito de trabalho e emprego. Para isto, busca-se em Menegasso (2000), um comparativo entre trabalho, ocupação e emprego. O trabalho, na antiguidade, era visto como uma forma de sofrimento, diferente de hoje, que tem aparecido com obra de arte.

Para Menegasso "as ocupações eram entendidas como atividades desenvolvidas por escolha própria e visavam a satisfação pessoal"; enquanto o "emprego é fenômeno da modernidade [...] e passa a ser o critério que define a significação social dos indivíduos".

De acordo com Gonçalves (1988, p.50), é no trabalho que o homem tem a oportunidade de aprimorar as suas características naturais,

O trabalho é uma das características que distinguem o homem do resto das criaturas, somente o homem tem a capacidade para o trabalho, e apenas o homem o realiza preenchendo ao mesmo tempo com ele a sua existência sobre a terra. O trabalho comporta em si mesmo uma marca particular do homem e da humanidade, a marca de uma pessoa que opera numa comunidade de pessoas.

É pelo trabalho que o homem pode satisfazer suas necessidades básicas, como comer, beber. No entanto, estas necessidades não são realizadas isoladamente, e sim pela participação na sociedade.

Segundo Yamamoto (1988, p.126),

O trabalho é uma atividade fundamental do homem, pois mediatiza a satisfação de suas necessidades diante da natureza e dos outros homens. Através do trabalho o homem se afirma, como um ser social e, portanto, distinto da natureza. O trabalho é atividade própria do ser humano, seja ela material, intelectual ou artística.

Pode-se observar que o trabalho também está compreendido na Constituição Federal de 1988, em especial no capítulo II, que discorre sobre os direitos sociais:

No artigo 6º, percebe-se que o trabalho faz parte de um direito social, “são direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.

No artigo 7º, refere-se aos direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros visando à melhoria de sua condição social.

No art. 8.º, discorre quanto a liberdade quanto associação profissional ou sindical.

Quanto ao Art. 9.º, é citado quanto ao direito de greve, que diz respeito a decisão dos trabalhadores decidir sobre a oportunidade de exercê-la e sobre os interesses que devam por meio dela defender.

No Art. 10º, refere-se a participação dos trabalhadores e empregadores nos colegiados dos órgãos públicos em que seus interesses profissionais ou previdenciários sejam objeto de discussão e deliberação.

O Art. 11º, é citado que as empresas que possuem mais de duzentos empregados, tem assegurado a eleição de um representante destes com a finalidade exclusiva de promover-lhes o entendimento direto com os empregadores.

Sendo assim, é possível perceber que na Constituição de 1988 existe uma preocupação quanto a proteção e no que rege os direitos de trabalhadores, como salários, décimo terceiro salário, fundo de garantia, seguro desemprego, licença maternidade, jornada de trabalho e horas extras. Assim como também, as disposições quanto aos sindicatos, greves e abusos.

Mesmo com todas as modificações ocorridas na sociedade, a modernização tecnológica, a globalização, é perceptível os problemas no que diz respeito ao emprego, grande desvalorização da mão-de-obra, precariedade nas condições de trabalho, exploração do trabalho infantil, desvalorização da mulher no mundo do trabalho. Esta situação traz complicações aos indivíduos, refletindo principalmente quanto a viver com dignidade.

Unido a estas transformações do mercado de trabalho, observa-se também mudanças nas organizações, em seu local de trabalho. Dentre as organizações, cita-se como um desses espaços de trabalho, as empresas pertencentes a esfera privada, tendo em vista que também colaboram com o desenvolvimento social do ser humano.

Segundo Freire (1987, p.26):

[...] a organização, no campo empresarial, assume algumas características especiais, relacionadas às características do tipo de unidade social de produção, em regime dirigido para este objetivo, tendo como fim atender a demanda do contexto econômico de consumo. A empresa subsiste e se desenvolve assegurando a eficácia de seu ciclo de produção, de acordo com os requisitos e regras do contexto econômico-social.

Uma empresa quando percebida como organização, e também inserida numa perspectiva de revisão histórica desde a era primitiva, aparece como um meio de interação social, onde as pessoas têm a oportunidade de se encontrar, se descontraírem, expor suas idéias, e se organizar em meio a sociedade. Nesse meio, a organização pode ser levada em conta, de inicialmente, como uma relação estruturada que os seus participantes tem entre si e com aqueles com quem eles se relacionam (CHIAVENATO, 1997).

Em meados do século XX, percebe-se o início da valorização de todos os tipos de organização no próprio sistema econômico, já que no meio social busca-se uma atenção às necessidades pessoais.

Dentro desta visão, o homem vem buscando relacionar-se de diversas formas, seja no ambiente familiar, de amigos e ou profissional. Dentro da relação profissional, o homem busca tanto a sua própria satisfação, aprimorando seus conhecimentos, como também procura satisfazer as necessidades de todos que fazem parte de sua equipe.

É sabido que as organizações são constituídas não só de bens materiais como também de pessoas, que dependem da organização para alcançarem seus objetivos pessoais. Assim como também, é através destas pessoas que as

organizações conseguem alcançar seus objetivos e cumprir suas metas. Pode-se dizer que, atualmente, as organizações e as pessoas vivem na dependência uma da outra. Há pouco tempo atrás, as empresas não olhavam os colaboradores como ponto essencial de alcance de objetivo, não investiam em seu desenvolvimento. A visão era, obedecer ao chefe ou as regras da Empresa e caso contrário eram despedidos. Em contrapartida os colaboradores que faziam seu trabalho de acordo, tinham seu salário no fim do mês, que já era mais do que suficiente pelo trabalho realizado.

Neste contexto, o empreendimento é visto não mais como detentor de uma função social, mas de uma função onde no centro está o indivíduo, com suas necessidades e, principalmente, com seus desejos. A ordem continua a mesma até os dias de hoje, "satisfazer as necessidades" das pessoas, que em nosso tempo se chamam clientes ou consumidores. Contudo, o significado é totalmente modificado, não se busca as necessidades, que são limitadas, mas os desejos qualitativamente ilimitados. Se realmente a economia atribuísse a si "satisfazer as necessidades", estaria voltada mais para os excluídos do que para os mais ricos. Em outras palavras, onde se escreve "satisfazer as necessidades do cliente" se deve ler "satisfazer os desejos das pessoas que podem pagar".

O entendimento desse aspecto da economia é importante para que a responsabilidade social das empresas, como pode ser vista mais a frente, seja discutida com seriedade.

## 2.1 AS EMPRESAS E O SEU PAPEL SOCIAL

Mesmo frente a todas as dificuldades que se defronta no seu dia-a-dia, a empresa está percebendo o seu papel principal no contexto das mudanças sociais. O Estado não possui, como a empresa, condições de responder rápido e agilmente aos problemas enfrentados pela população, que em tempos de alta competitividade, estão acostumadas a atuarem com mais eficiência no seu dia-a-dia. Desta forma a empresa privada vem tomando consciência de sua participação maciça no ambiente social e comunitário. Os resultados, obtidos por diversas empresas no âmbito social, indicam a sua participação e também sua responsabilidade pela modificação desse ambiente.

As empresas, cada vez mais estão assumindo a sua responsabilidade social e promovendo uma verdadeira revolução cívica.

Pode-se dizer que quem investe em empresas que respeitam o meio ambiente e a comunidade, recebe um maior retorno. Recentemente, estudo feito pelo *Finance Institute for Global Sustainability* (Figs), uma entidade que mapeia o desempenho de meia centena de fundos de investimento éticos, indica que três quartos desse tipo de investimento teve um retorno superior à média, em 2.000. Esses fundos são chamados éticos porque favorecem empresas social e ambientalmente corretas. Há dois anos o Figs encontrou apenas dois fundos desse tipo. No final do ano passado já eram 60 fundos que movimentavam US\$ 15 bilhões de dólares.

Segundo Trevisan (2002):

A responsabilidade social das empresas aproxima as pessoas dos problemas sociais e os tornam mais reais do que pareciam quando só o Estado participava. Nesse novo contexto, as questões sociais ganham um caráter prático porque colocam as pessoas, e não a instituição estatal, em contato direto com a problemática social dos nossos tempos.

A sociedade civil vem assumindo uma clara posição ao enfrentar os problemas sociais ao invés de deixá-los para o Estado. Desta forma, impõe-se às empresas uma mudança no processo de condução desses assuntos, que assumem uma posição mais estratégica na medida em que afetam a imagem corporativa. Vale lembrar que, as pessoas também mudaram seu modo de “ver” o mundo, e estão cada vez mais predispostas a reclamarem das empresas que não sejam socialmente responsáveis.

Neste sentido, a Empresa Teleperformance, apresentada no capítulo cinco do presente trabalho, no decorrer destes três anos, vem desenvolvendo trabalhos ligados a questões sociais, como Campanhas festivas e motivacionais, programas de doações e arrecadação de roupas, alimentos e brinquedos, iniciando a cultura de responsabilidade social junto aos mais de 8 mil colaboradores. São realizadas quatro grandes campanhas anuais para arrecadar alimentos, agasalhos, brinquedos e produtos de higiene.

Outro aspecto é a oportunidade de contratação de portadores de necessidades especiais, onde as filias de Goiânia e de Cuiabá, possui um grupo de aproximadamente 500 colaboradores. Ressaltando também que, o treinamento é feito pela Teleperformance Brasil e toda a estrutura foi adaptada especialmente para



receber esses colaboradores. Em Goiânia – MS, a empresa patrocina um time de basquetebol em cadeira de rodas.

A Empresa também promove o desenvolvimento dos seus colaboradores. Em Goiás – GO, por exemplo, estabeleceu uma parceria com a Faculdade Anhanguera de Ciências Humanas de Goiânia para a criação do Curso Superior Seqüencial em Telemarketing, com duração de 12 meses.

Outra iniciativa, o Projeto de Absorção de Menores Aprendizizes que permite aos jovens oportunidades de entrar no mercado de trabalho. O projeto piloto foi implantado em Goiânia – MS, em parceria com o Governo Federal e o Senac, e conta com aulas de capacitação e atividades na empresa.

Em Florianópolis – SC, são realizadas campanhas motivacionais e também festivas, onde são realizadas arrecadações e doações de alimentos, brinquedos, ..., a entidades filantrópicas, de acordo com o objetivo que se deseja alcançar. Para exemplificar, no último natal foi realizada a decoração de todo o ambiente, envolvendo todos os colaboradores numa gincana onde a equipe arrecadadora de mais alimentos e produtos de higiene, teve como prêmio um troféu e a oportunidade de escolher uma entidade para a entrega dos mesmos. A escolha da Entidade não foi induzida, a equipe teve liberdade para fazer a indicação, sem uma regra específica para a mesma. Na véspera de Natal, representantes da Entidade escolhida, neste caso em específico o Hospital Infantil Joana de Gusmão, recebeu os donativos no auditório da Empresa, numa festa de comemoração de Natal, com apresentação musical ao vivo realizado por dois colaboradores da empresa. Outro projeto realizado, foi o incentivo dos talentos que existem na instituição.

A empresa também firmou parceria com a Empresa Microlins, onde oferece curso gratuito de telemarketing. Como retorno, a Empresa emprega aqueles que mais se destacam no decorrer do curso. Os não contratados pela empresa recebem um certificado de realização de Curso de Telemarketing.

### 3 POR QUE RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Um dos temas que vem sendo debatido e propagado, tornando-se foco no mundo empresarial, é quanto a responsabilidade social na área empresarial. Tema este que vem convertendo-se numa variável importante na estratégia competitiva das empresas e na avaliação do seu desempenho.

Desde os meados da década de 80, a incorporação dos mercados e a queda das barreiras comerciais geraram grandes impactos na economia mundial. Para muitas empresas brasileiras inserir-se numa competição mundial passou a ser questão de vida ou morte. Para se estruturarem de acordo com os padrões gerenciais, desenvolver novas estratégias de negócio com o objetivo de não perder oportunidades, no mercado, ampliar seus negócios e ainda pensar na concorrência, as empresas tiveram um curto espaço de tempo.

A competição entre as empresas está se dando num ambiente de alta complexidade, onde não basta oferecer somente preços competitivos, qualidade, obedecer as leis e pagar os impostos. As empresas que realmente tem o objetivo de crescimento, que tem foco nos negócios, sentem-se cada vez mais pressionada a abrir um olhar não só para dentro, mas como também para fora de suas paredes institucionais, tendo o cuidado de perceber os impactos de suas políticas e ações para com seus empregados, clientes e a sociedade como um todo.

Segundo Vergara e Branco (2001, p.21),

As empresas são “construções sociais”, isto é, “sujeito e objeto da realidade da qual fazem parte”. São, portanto, partícipes dos problemas sociais e, atualmente, uma das instituições mais influentes nos rumos da sociedade.

Conceituar Responsabilidade Social não é tão simples quanto parece, é um conceito complexo e dinâmico, que possui significados diferentes em contextos diversos.

Pode-se considerar que o discurso referente à Responsabilidade Social, já é conhecido há muito tempo, tanto quanto as noções de Empresa e de negócios. E a sua transformação, no decorrer das últimas décadas, vem se dando no mesmo compasso que as Empresas vem se adequando, ao desempenhar papéis e de conquistas na sociedade.

Há pouco tempo, uma Empresa quando se instalava em determinada localidade, era considerada uma ação que trazia consigo o cumprimento de uma responsabilidade social. Pois a presença dela significava geração de empregos, circulação de moeda, a própria economia local automaticamente forçada por meio da grande variedade de negócios paralelos resultantes das necessidades da Empresa, além de garantir condições mínimas de sobrevivência a uma parte da população.

No entanto, com o passar do tempo, essas condições começaram a ser vistas como condições mínimas necessárias, e não como era vista inicialmente, como uma expressão social da Empresa. Com o desenvolvimento tecnológico, o grande aumento dos recursos de produção, a evolução das máquinas e de

ferramentas, outros aspectos que influenciaram nas atividades industriais, começaram a ser questionados: o cuidado com o meio ambiente em que a empresa se situa, os benefícios trabalhistas que a empresa dispensa espontaneamente aos seus funcionários, os eventuais apoios que a empresa se dispõem a ter, de modo a contribuir com a sociedade.

Portanto, o debate quanto as motivações de uma empresa, para que esta assuma sua parte nas ações socialmente responsáveis, foge do sentido do concreto. Abre espaço no cumprimento do seu papel, de responsáveis pelas conseqüências de suas operações, incluindo os impactos tanto diretos como também aqueles que afetam terceiros; o envolvimento na cadeia produtiva, e o ciclo de vida de seus produtos e serviços.

### **3.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Atualmente, muito se fala sobre o assunto Responsabilidade Social e suas implicações. Mas o que é esse conceito? O que ele contribui? O que influenciou o seu surgimento?

"Responsabilidade social é uma preocupação crescente nas empresas. Cada vez mais, elas se mobilizam para cumprir sua missão junto à sociedade. É uma questão estratégica que não se resume apenas a dar dinheiro a quem precisa. Responsabilidade social é a soma das ações internas e externas de uma companhia, o produto daquilo que se faz dentro e fora de seus portões". ( Exame, Melhores Empresas para você trabalhar, Edição 695, 1999, p.38)

"... Essas empresas fazem bem aos funcionários e à sociedade em geral..." ( Exame, Melhores Empresas para você trabalhar, Edição 695, 1999, p.38).

É muito comum ver empresários e empresas divulgando nos meios de comunicação a participação ou o apoio a projetos sociais, através de doações. No entanto, a questão da responsabilidade social abrange muito mais do que simples doações financeiras ou materiais.

O conceito de responsabilidade Social Empresarial tem relação a diferentes idéias. São idéias de responsabilidade legal, de comportamento socialmente responsável no sentido ético, e também a idéia de contribuição voluntária e associação a uma causa específica. Pode-se dizer que é um conceito complexo e dinâmico, que tem significados diferentes em contextos diversos. Desta forma, não tem como estabelecer um manual único para as empresas, com o objetivo de adotar práticas para uma gestão socialmente responsável, sem antes conhecer o espaço institucional, sua dinâmica e sua evolução.

Por muito tempo, as empresas foram coagidas a voltar sua preocupação unicamente com a qualidade dos produtos, com o preço competitivo e a maximização do lucro. Atualmente, uma nova percepção do mundo organizacional, chama atenção para questões como a ética, a subjetividade, a transparência, aos diferentes aspectos sócio-culturais, econômicos e um maior respeito e garantia aos direitos humanos, como sendo indispensáveis na atuação responsável.

A Responsabilidade Social surge como uma atividade que não está à parte do negócio da empresa. E sim, como recuperação da função social da empresa, que tem como objetivo principal promover o desenvolvimento humano sustentável, que hoje, ultrapassa o aspecto ambiental e se estende por outras áreas (social, cultural, econômica, política), e tentar superar a distância entre o social e o econômico,

obrigando as empresas a repensarem seu papel e a forma de conduzir seus negócios.

Na realidade atual, o conceito que se tem é de que a responsabilidade empresarial está muito além de manter o lucro de seus acionistas e dirigentes. Ela passou também a ser responsável pelo desenvolvimento da sociedade de onde faz parte, assumindo atitudes que influenciam o bem-estar comum.

A idéia que se tem de Responsabilidade Social empresarial está ligada, na sua origem, à doutrina econômica baseada no princípio da propriedade e da iniciativa privada que dá origem ao regime da livre empresa. O indivíduo é considerado livre para realizar qualquer atividade econômica e servir-se dos meios de produção da forma que lhe for mais eficiente para alcançar o lucro. As empresas, para alcançar este objetivo, podem contratar, produzir e determinar o preço que for mais conveniente. No entanto, existe um controle realizado pelas leis de mercado de livre concorrência, que tem como função proteger a concorrência e a propriedade.

Com o desenvolvimento tecnológico, a introdução de inovações tornou possível o transporte mais rápido de pessoas, as informações entre as distâncias continentais, e também a velocidade na comunicação, permitiu a realização de negócios de uma forma antes impossível de ser realizada. Com o tempo, as empresas, sem estarem presas em atuar em mercados locais, passaram a utilizar novos métodos de produção, permitindo maior quantidade de produtos, com qualidade e o mais importante, baixo custo.

Essas mudanças estratégicas tiveram o acompanhamento de alterações significativas nas organizações. A crescente complexidade e propósito dos negócios

superou a capacidade dos proprietários de administrar suas operações. Isso fez com que buscassem no mercado profissionais que se responsabilizassem por parte dos negócios, aumentassem a amplitude das atividades e o número de pessoas que precisam para ser monitoradas e motivadas, também tornou-se necessário a criação de sistemas de informação e avaliação, com o propósito de avaliar a confiabilidade e as perspectivas das empresas e o desempenho dos administradores que foram contratados. A organização multidivisional foi introduzida. Os administradores que controlam uma divisão respondem aos níveis superiores, os quais os avaliam, coordenam e planejam as estratégias das empresas.

As organizações se transformam, quando o ambiente, a tecnologia e o mercado também se transformam. Assim como as organizações modificam o espaço que atuam, o impacto dos negócios também reflete na sociedade, com o surgimento de novas grandes empresas. Atualmente, é perceptível o quanto as atividades e operações de uma empresa atingem a sociedade em seu aspecto geral. As pessoas começaram a exteriorizar suas preocupações no que se refere ao comportamento social das empresas em relação aos problemas tanto sociais como também ambientais, exigindo assim maior envolvimento nas soluções destes, e também questionando o papel das empresas na sociedade.

A princípio, este tipo de questionamento se deu na preocupação nas relações de trabalho, como a conquista e garantia de benefícios e encargos trabalhistas, e também quanto as questões relacionadas às condições de ambiente de trabalho, no que diz respeito ao universo interno da empresa. Após, as questões não se davam mais só dentro dos limites da empresa, mas sim começaram a ir além dos limites internos das organizações, surgindo novas questões como meio



ambiente, igualdade para grupos, como por exemplo, deficientes físicos, segurança e estabilidade no emprego, tratamento justo entre administradores, operários e força de trabalho.

As grandes transformações ocorridas nas empresas, as alterações no caráter em sua forma de atuar, e a capacidade de abranger suas atividades, foram essenciais para iniciar a discussão de questões fundamentais relacionadas a Responsabilidade Social.

### **3.2 O QUE VEM A SER UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?**

Uma empresa socialmente responsável é aquela que, além de ser ética nos seus negócios, preocupa-se com a não utilização de mão-de-obra infantil, saúde de seus colaboradores, segurança no trabalho, não utilização de trabalhos forçados, liberdade na associação a sindicatos, negociação coletiva, não discrimina seus funcionários, respeita o horário de trabalho, preocupa-se com questões ambientais e possuem um sistema de gestão coerente.

Tais preocupações contribuíram no crescimento de normas, diretrizes, padrões e estruturas especializadas: como as Normas AA1000 (Anexo I), AS 8000 (Anexo II) e Global Reporting Initiative-GRI, que têm contribuído para criar uma melhor visão sobre as práticas de responsabilidade social empresarial e sua gestão de desempenho.

No Brasil, o movimento de valorização quanto a responsabilidade social empresarial, teve forte impulso nos anos 90, frente a ação de entidades não-governamentais, empresas sensibilizadas para a questão e institutos de pesquisa.

Desde o final da década de 80, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, vem trabalhando no desenvolvimento de ações políticas, campanhas públicas, monitoramento de processos legislativos e políticas públicas tendo como personagem principal, um de seus fundadores, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho.

O Ibase foi criado no ano de 1981 por exilados políticos que retornavam ao país, tendo como objetivo inicial democratizar a informação. Porém, diante das transformações políticas da década de 80, este instituto começou a desenvolver diferentes ações de pressão política e campanhas públicas, além de atividades de monitoramento de processos legislativos e políticas públicas.

O Ibase desenvolve Programas de Ação com os seguintes focos: Políticas Públicas e Globalização, Processos Sociais de Inclusão, Participação e Desenvolvimento Local Sustentável, além de Transparência e Responsabilidade Social, foco desta dissertação.

Uma de suas prioridades políticas é, justamente, estimular o exercício da responsabilidade social, não apenas das empresas, mas também do Estado e dos cidadãos. Para tanto, o Programa Transparência e Responsabilidade Social objetiva “sensibilizar empresas, governos e sociedade no enfrentamento da pobreza e das desigualdades, através da transparência no orçamento público e no balanço social das empresas” (Ibase, 2002b).

Atualmente, o Ibase, além de continuar seu trabalho defendendo causas públicas, trabalha também com o exercício da responsabilidade social, que por meio da idéia de se desenvolver empresas cidadãs, comprometidas com a qualidade de vida da sociedade e que, através do balanço social apresentem seus investimentos nos mais diversos projetos tanto sociais como também culturais.

O Balanço Social, que é um documento publicado anualmente, apresenta as atividades desenvolvidas pela empresa em termos de promoção humana e social, dirigidas aos seus colaboradores e a comunidade onde está inserida. Ou seja, através deste documento, a Empresa apresenta de forma transparente os investimentos realizados dentro da área social tanto aos seus colaboradores, como também para a sociedade em geral.

O papel dos assistentes sociais, na elaboração de tais documentos, pode ser um diferencial positivo, já que seus conhecimentos poderão contribuir na construção de indicadores sociais e também na assessoria às organizações que tenham interesse em desenvolver ações sociais, mas sem ter claro onde, como e quem atingir com seus investimentos.

Um outro Instituto que tem se destacado por disseminar a responsabilidade social e orientar as empresas nesse segmento é o Instituto Ethos, que recentemente criou os indicadores, conforme segue abaixo, os quais ao mesmo tempo que servem de instrumento de avaliação para as Empresas, reforçam a tomada de consciência dos empresários e da sociedade brasileira sobre o tema.

O Instituto Ethos é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1998, que reúne em torno de 300 empresas, de diferentes portes e setores de atividades,

associadas em operação no Brasil. Importa ressaltar que o fato de uma empresa estar associada ao Instituto Ethos não significa que ela seja ética ou socialmente responsável, mas sim que está disposta a desenvolver políticas e práticas de responsabilidade social. São situações distintas que merecem ser observadas.

O Ethos tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando parceiras na construção de sociedade mais próspera e justa. Dissemina a prática da responsabilidade social através de programas e eventos voltados para seus associados e para a comunidade de negócios em geral.

Para o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2002a),

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

Para uma empresa ser considerada socialmente responsável é necessário avançar na construção de uma comunidade que busca o melhor para todos os seus membros, e não apenas fazer o que a lei exige.

Desde 1999, o Instituto Ethos vem desenvolvendo os Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial, uma metodologia de acompanhamento e monitoramento de práticas de responsabilidade social. Os Indicadores Ethos estão estruturados em torno de sete grandes temas: 1) Valores e Transparência; 2)

Público Interno; 3) Meio Ambiente, 4) Fornecedores; 5) Consumidores e Clientes; 6) Comunidade; e 7) Governo e Sociedade.

**1 – Valores e Transparências:** Entre os valores de uma empresa estão os princípios éticos que orientam sua conduta e fundamentam a visão da missão social inerente a suas atividades. A noção de responsabilidade social empresarial decorre da compreensão de que a ação das empresas deve, necessariamente, procurar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e alcançar sucesso nos negócios e retorno para os investimentos. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimação social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

**2 – Público Interno:** Assumir apenas obrigações ou compromissos legais, tais como: vale transporte, vale refeição, creche para os filhos dos funcionários, etc, não significa ser uma empresa adepta a responsabilidade social, mas que cumpre com os benefícios oferecidos pela legislação trabalhista.

A empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores, consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ainda que esse seja um pressuposto indispensável. Mas deve ir além e investir em desenvolvimento pessoal e profissional, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados. Também deve estar atenta ao respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e com as instituições que representam seus interesses.

**3 - Meio Ambiente:** Ao relacionar-se com o meio ambiente, a empresa causa impactos de diferentes tipos e intensidades. Uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e amplificar os positivos. Portanto, deve agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando o risco em operações potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos nesse sentido.

**4 – Fornecedores:** A escolha do fornecedor precisa ser rigorosa, pois sua participação e comprometimento implicam no cumprimento de prazos, de matéria prima ou serviços de qualidade, seu cuidado com o meio ambiente, no relacionamento com seus empregados, além, de uma importante questão, a do trabalho infantil, que não deve ser incentivada ou esquecida pelas organizações.

A empresa que tem compromisso com a responsabilidade social envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.

**5 - Consumidores e clientes:** A responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral. A publicidade de produtos e serviços deve garantir

seu uso adequado. Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte ao cliente antes, durante e após o consumo. A empresa deve alinhar-se aos interesses do cliente e buscar satisfazer suas necessidades.

**6 – Comunidade:** Este indicador trata da contribuição da empresa, de infraestrutura que proporcionam uma melhoria da qualidade de vida na comunidade e conservação dos recursos naturais. A comunidade em que a empresa está inserida fornece-lhe infraestrutura e o capital social representado por seus empregados e parceiros, contribuindo decisivamente para a viabilização de seus negócios.

O investimento pela empresa em ações que tragam benefícios sociais para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes e culturas locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

**7 – Governo e Sociedade:** A empresa deve relacionar-se de forma ética e responsável com os poderes públicos, cumprindo as leis e mantendo interações dinâmicas com seus representantes, visando à constante melhoria das condições sociais e políticas do país. O comportamento ético pressupõe que as relações entre a empresa e os governos sejam transparentes e honestas para a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores. Cabe à empresa manter uma atuação política coerente com seus princípios éticos e que evidencie seu alinhamento com os interesses da sociedade.

Estes indicadores podem ajudar as empresas a trilhar o caminho da responsabilidade social corporativa, pois uma empresa que se associa ao Instituto Ethos passa automaticamente a ter acesso a informações atualizadas sobre ações empresariais socialmente responsáveis e recebe apoio técnico no gerenciamento de seus negócios.

O Tema Responsabilidade Social, ainda está começando a se infiltrar na relação de mercado. No entanto, ao mesmo tempo em que se percebe um crescimento quanto a Responsabilidade Social, esta só se consolidará quando entrar como um critério normal de mercado. Como por exemplo, existe o balanço econômico, pode também vir a existir um balanço de responsabilidade social.

É muito comum perceber que quando se ouve falar ou até mesmo se fala em Responsabilidade social, a primeira idéia que se tem, geralmente é quanto aos investimentos que as empresas fazem em projetos sociais.

No entanto, é possível perceber uma confusão quanto ao conceito de Responsabilidade Social, onde a definição do que realmente o conceito quer dizer ainda não está claro para muita gente. Muitos ainda o confundem com Filantropia.

Ser uma empresa socialmente responsável implica em ter ética, transparência com todos aqueles que ela se relaciona, respeitar os colaboradores, os consumidores, trabalhar em defesa e respeito ao meio ambiente, entre outros. Esta empresa deve levar em conta as partes econômicas, social, ambiental e humana. Não é só ter os olhos voltados para o lucro, mas saber, definir como obtê-lo ao longo do tempo, garantindo assim, a sustentabilidade não só da empresa, mas de todas as partes envolvidas.



### **3.4 O PAPEL E OS DESAFIOS DO PROFISSIONAL DE SERVIÇO SOCIAL EM RELAÇÃO A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA ATUALIDADE**

Com as mudanças que vêm ocorrendo nas organizações empresariais, tanto pelo processo de reestruturação produtiva ou pela modernização organizacional, vem aparecendo novas formas de produção de trabalho, estratégias de controle produtivo e social, e conseqüentemente, novas formas de gestão dos recursos humanos, participação e de comprometimento dos empregados. Sendo assim, é importante que se tenha uma maior atenção quanto a emergência das ações empresariais sob amparo da responsabilidade social da empresa.

Neste momento, onde as questões sociais estão sendo alvo de preocupação nos contextos empresariais, é necessário destacar a importância dos estudos e da pesquisa sobre a responsabilidade social das empresas e a intervenção do Serviço Social.

É preciso compreender que a atuação das organizações empresariais, sob o rumo da responsabilidade social, se forma em um campo de contradições de relações sociais onde os interesses e necessidades vão se constituindo em demandas, na medida em que são de interesse das organizações e se institucionalizam como resposta.

Por outro lado, esses espaços também vão se ampliando na medida em que o assistente social vai se capacitando para ocupá-los, deixando registrado à sua ação, os conhecimentos acumulados pela profissão, buscando soluções para além do imediatismo da organização. O profissional de Serviço Social precisa estar com

sua atenção em intervir nestes espaços, adotando estratégias qualificadas, embasado em condutas éticas e normativas que orientam a postura profissional.

O exercício profissional se estabelece em desempenhar funções de socialização das informações quanto aos direitos sociais, atuando na área de benefícios sociais, na elaboração de estudos e de parecer social, na articulação de parcerias, tendo como base os pressupostos da responsabilidade social.

Pode-se dizer que se trata de um espaço de trabalho, onde o assistente social vai além das meras atividades na esfera de execução, formulação e gestão das políticas sociais. É importante e faz parte da ação do assistente social, identificar as mediações e mudanças que se constroem nas organizações e de realizar um estudo, uma leitura e análise dessa realidade. Já que as pequenas demandas, podem se transformar em demandas potencializadoras de novas conquistas e direitos sociais ou de novos serviços e projetos voltados ao interesses da população atendida.

A ação do profissional de Serviço social pode ser através de assessorias, formulação, coordenação e gestão dos projetos sociais, pela inserção em equipes multiprofissionais, elaboração e criação de estratégias com propostas e metodologias qualificadas, promovendo a revisão de competências profissionais e de seus procedimentos para responder às requisições destes espaços.

Estes desafios somam a ação do assistente social, com o objetivo de garantir o especial significado do balanço social das empresas, para que este seja instrumento que contenham informações verdadeiras e transparentes, emitindo

conceitos de cidadania e de responsabilidade social entre os empresários e colaboradores.

Todo este trabalho, de auditoria e a necessidade de inserção e articulação nos espaços empresariais, exigem do profissional de serviço social uma ampliação e atualização de seus conhecimentos de acordo com a realidade que se vive. A busca vai além da formação acadêmica, atingindo a ética, que é um elemento fundamental à convicção do ser Assistente Social.

#### **4 CONTEXTUALIZAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS BRASILEIRAS**

Há algum tempo a sociedade contemporânea vem enfrentando profundas mudanças, repercutindo diretamente nas relações de trabalho e de produção. Estas mudanças são conseqüências da globalização, economia, inovações tecnológicas, velocidade das informações, competitividade entre empresas, exigindo assim, uma flexibilização dos processos de trabalho buscando novas modalidades de produção, de gerenciamento e força de trabalho.

Pode-se perceber que o Serviço Social, nas organizações empresariais, está relacionado diretamente ao nível de produção, de eficiência, e de racionalidade conseqüente do processo de modernização do capital. Sendo assim, pode-se dizer que surge um Serviço Social no mundo das organizações Empresariais, que tem como objetivo inserir um profissional que vigie e controle a força de trabalho nas organizações.

Segundo Netto (2001), pode se falar propriamente de Serviço Social de empresa, a partir do desenvolvimento industrial, e determinado também pelo pano de fundo sócio-político em que ele ocorre e que instaura necessidades peculiares de vigilância e controle da força de trabalho no território da produção.

O profissional de Serviço Social, através de sua ação, passou a ser requisitado para contribuir no aumento da produtividade de trabalho, respondendo às necessidades ligadas à reprodução material da força de trabalho e ao controle das formas de convivência entre empregado e empresa.

As suas ações se direcionam nas funções de apoio administrativo do trabalho, intervindo nos conflitos e na integração dos trabalhadores.

A contratação desse profissional, segundo Rey (1993, p.23) “[...] é uma tentativa de afastar os conflitos relacionados entre o capital e o trabalho, assim como minimizar a interferência dos problemas pessoais dos empregados, no sentido de garantir as condições de produtividade”.

Para melhor compreender, os desafios propostos a este profissional no ambiente organizacional, faz-se necessário uma compreensão da trajetória da profissão no Brasil, que vai desde o seu surgimento até as mudanças mais recentes.

O surgimento do Serviço social no campo organizacional se deu, a partir da necessidade de buscar um equilíbrio na relação do trabalhador e o seu trabalho. Com a modernização e expansão do capital, foram aparecendo novas necessidades, e com o objetivo de minimizar as implicações negativas que a industrialização vinha a provocar, as empresas começaram a requisitar o profissional de serviço social para desenvolver um trabalho tanto assistencial como também educativo, não só ao trabalhador como também se estendendo a família deste.

No Brasil, com o início da Revolução industrial na década de 30, surgiram as primeiras ações de assistência ao trabalhador. Em 1938, mediante ao Decreto-Lei 525, surgiu a organização Nacional de Serviço social, como uma modalidade do Serviço Público, ligados ao Ministério da Educação e Saúde, tendo em 1942 a LBA – Legião Brasileira de Assistência Social, como a primeira instituição criada e reconhecida como órgão do Estado.

Entrando na década de 40, teve a criação da Consolidação das leis do Trabalho – CLT, e o surgimento de órgãos e entidades patronais do tipo SESI – Serviço Social da Indústria, SESC – Serviço Social do Comércio. SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial e o SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem comercial.

Segundo Rico (1982), a atuação do Serviço Social em Empresas no Brasil teve grande influência européia no início da década de 60 e somente no fim da década de 60 a 70 é que as empresas americanas começaram a inserir profissionais de Serviço Social em seu quadro profissional:

A princípio, as empresas brasileiras de origem européia foram as que receberam melhor a possibilidade de ter, no seu quadro de pessoal, profissionais que pudessem interferir nas relações humanas do trabalho, pois tinham sentido mais diretamente os efeitos de duas guerras mundiais: mão-de-obra carenciada, mutilados de guerra, crianças abandonadas, etc. o interesse por esses tipos de profissionais não era fundamentado primordialmente em motivos de bem-estar ao homem trabalhador. Ao contrário, procurava-se atendê-lo, fornecer-lhe melhorias para que pudesse atingir os níveis de produção desejados (Rico, 1982, p.28).

Em 1960 e 1970, os grupos de assistentes sociais de empresa ganharam visibilidade na busca de instrumentalizar teoricamente a sua prática profissional, através da troca de experiências, estudando aspectos no que dizem respeito a área de atuação, por exemplo, a desmotivação com o trabalho, e até mesmo quanto a implementação de projetos. Conseqüentemente, a importância deste processo, permitiu a divulgação do papel do Serviço Social nas empresas, assim como também a sensibilização de instituições que ainda apresentavam receio na inserção de profissionais na empresa (FREIRE, 1987).

Neste momento, o profissional voltava-se para o trabalhador no contexto empresarial, e a intervenção era feita via ajustamento social e integração social de grupos, indivíduos e comunidades, na sociedade de classes. Essas intervenções se davam de acordo com a gestão de cada empresa, permitindo cada vez mais ao profissional de serviço social desempenhar sua ação, a partir de mudanças no ambiente interno e externo da Empresa (CANÔAS, 1982).

A procura de um assistente social, se dava cada vez mais para manter uma relação de intermediador entre o trabalhador e o trabalho na garantia de alcance da produtividade. Esta situação continua na década de 90, no entanto mais direcionada às estratégias de competitividade. César (1999, p.82) afirma que:

a compreensão da necessidade de uma ação controladora sobre o cotidiano do trabalhador – inculcando neste a racionalidade de um comportamento adequado aos novos padrões de trabalho – continua, portanto, sendo o eixo central para a análise do exercício profissional nas empresas e para a avaliação das possíveis inflexões que as mudanças nas políticas de gerenciamento da força de trabalho produzem sobre a experiência do serviço social nas empresas.

Desde os anos 90, a busca por profissionais com senso de interdisciplinaridade vem crescendo de forma significativa nos diversos tipos de organização. Esta situação é decorrente da estrutura produtiva ocorridas dentro das empresa, que foi uma resposta à crise mundial do capitalismo e significou alterações nos padrões de gestão e organização do trabalho.

Fazendo uma análise da atuação da categoria em empresas, César (1999, p.84) conclui:

é possível inferir, portanto, que o exercício profissional do serviço social nas empresas nos anos 90, é atravessado por uma nova racionalidade técnica e ideopolítica, no âmbito da administração de recursos humanos, que recaptura o tradicional em prol moderno e mescla, no campo das atividades profissionais, velhas e novas demandas, exigindo dos assistentes sociais estratégias que assegurem sua legitimidade social.

Percebe-se que na área organizacional, o serviço social passou por várias etapas e, participando da área de Recursos Humanos da Empresa, foi requisitado para satisfazer as necessidades humanas dos trabalhadores, visando a proporcionar maior e melhor produtividade. Segundo Yamamoto (2001, p.47):

O Serviço Social sempre foi chamado pelas empresas para eliminar focos de tensões sociais, criar um comportamento produtivo da força de trabalho, contribuindo para reduzir o absenteísmo, viabilizar benefícios sociais, atuar em relações humanas na esfera do trabalho.

Com o processo de globalização, reestruturação produtiva e inovações tecnológicas, as empresas tornaram-se mais competitivas. Frente a essa situação, ocorre uma ampliação do espaço aos profissionais que trabalham na área de Recursos Humanos das empresas, por possuir habilidades e competências em trabalhar com pessoas, formando vínculos, parcerias e mediações, exercendo funções voltadas à implantação de programas de qualidade.

Pode-se dizer, que o profissional de Serviço Social, continua sendo responsável pela administração de quase todos os benefícios oferecidos pela empresa. Assim, o que vem ocorrendo é uma ampliação de suas funções, entendidas a partir das estratégias de competitividade adotadas pelas empresas.



Atualmente, existe uma mistura entre demandas tradicionais e atuais, o que muda são as estratégias de competitividade adotadas pelas empresas. Diante disto, os assistentes sociais, para apreender as mudanças no âmbito empresarial e não perder o seu espaço para outras profissões, devem considerar todas as transformações que, de uma forma ou de outra, trazem repercussões.

#### **4.1 COMPETÊNCIAS E ATRIBUIÇÕES DO ASSISTENTE SOCIAL DE ACORDO COM O CÓDIGO DE ÉTICA DA PROFISSÃO**

Percebe-se que na atualidade, ainda, existem pessoas, até mesmo entre os profissionais e estudantes, com dificuldade em falar sobre quais são as atribuições desta profissão.

Conforme lamamoto (1997), o profissional de Serviço Social sustenta seu trabalho através bases teórico-metodológicas e ético-políticas, bem como um conjunto de técnicas, habilidades e conhecimentos vivenciados no dia a dia da profissão.

Para uma melhor compreensão das novas possibilidades do Assistente Social no mundo do trabalho, é necessário um discussão quanto suas habilidades e atribuições, contempladas nos artigo 4º e 5º da Lei 8.662 de 7 de junho de 1993, conforme pode ser observado abaixo:

Art. 4º - Constituem competência do Assistente Social:

- I - elaborar, implementar, executar e avaliar políticas sociais junto a órgãos da administração pública direta ou indireta, empresas, entidades e organizações populares;
- II - elaborar, coordenar, executar e avaliar planos, programas e projetos que sejam do âmbito de atuação do Serviço Social com participação da sociedade civil;
- V - orientar indivíduos e grupos de diferentes segmentos sociais no sentido de identificar recursos e de fazer uso dos mesmos no atendimento e na defesa de seus direitos;
- VI - planejar, organizar e administrar benefícios e Serviços Sociais;
- VII - planejar, executar e avaliar pesquisas que possam contribuir para a análise da realidade social e para subsidiar ações profissionais;
- VIII - prestar assessoria e consultoria a órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades, com relação às matérias relacionadas no inciso II deste artigo;
- X - planejamento, organização e administração de Serviços Sociais e de Unidade de Serviço Social;
- XI - realizar estudos sócio-econômicos com os usuários para fins de benefícios e serviços sociais junto a órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades.

Art. 5º - Constituem atribuições privativas do Assistente Social:

- I - coordenar, elaborar, executar, supervisionar e avaliar estudos, pesquisas, planos, programas e projetos na área de Serviço Social;
- II - planejar, organizar e administrar programas e projetos em Unidade de Serviço Social;
- III - assessoria e consultoria a órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades, em matéria de Serviço Social;
- IV - realizar vistorias, perícias técnicas, laudos periciais, informações e pareceres sobre a matéria de Serviço Social;
- VIII - dirigir e coordenar associações, núcleos, centros de estudo e de pesquisa em Serviço Social;
- X - coordenar seminários, encontros, congressos e eventos assemelhados sobre assuntos de Serviço Social;
- XI - fiscalizar o exercício profissional através dos Conselhos Federal e Regionais;
- XII - dirigir serviços técnicos de Serviço Social em entidades públicas ou privadas;

Através de suas atribuições, o profissional de Serviço Social procura por em prática sua competência, na defesa dos direitos humanos. Deve estar em constante atualização, aprimorando seus conhecimentos, no sentido de fortalecer tanto a sua

competência teórico-metodológica quanto prático-operativo e ético-política, enquanto requisitos indispensáveis para uma leitura crítica da realidade e para a construção de respostas efetivas em face aos fenômenos sociais.

O Assistente Social, no desempenho de seu papel, também tem como ponto de referência o Código de Ética Profissional, onde constam seus Direitos e Deveres; das ações exigidas do assistente social; do que é vedado aos profissionais; como deve ser, os cuidados e permissões do agir profissional. O código de ética demonstra um rumo ético político para o exercício profissional, evitando assim que as regulamentações propostas transformem-se em divagações abstratas, sem aplicação no cotidiano da profissão. De acordo com lamamoto (1997), as deliberações apresentadas no Código de ética propõem a autonomia, emancipação e desenvolvimento dos indivíduos, resultando em ações efetivas nas estratégias profissionais e rumos a elas indicados.

O profissional de serviço social, dentro de uma empresa, procura expor sua competência profissional, conhecendo a realidade da empresa que ele está inserido, pois é partindo deste conhecimento que ele vai atuar, elaborando projetos ou programas procurando a satisfazer tanto a empresa como também seus colaboradores.

Segundo lamamoto (1998, p.78),

Podemos dizer que o Serviço Social em uma empresa produz treinamentos, realiza programas de aposentadoria, presta serviços de saúde, faz prevenção de acidentes de trabalho, entre outras coisas. Não resta dúvida que o trabalho do assistente social tem um efeito nas condições materiais e sociais daqueles cuja sobrevivência depende do trabalho.

Para que o assistente social consiga obter êxito e desenvolver suas atividades na empresa é necessário o uso de instrumentos técnicos e técnicas, como: reunião de grupos, entrevistas individuais, visitas domiciliares, oficinas de desenvolvimento, recursos de comunicação (murais, pesquisas, levantamento de dados, palestras, entre outros).

Neste sentido, vale também ressaltar a importância do planejamento na ação profissional, no qual permite organizar racionalmente o processo de trabalho do Serviço social, articulando os limites institucionais, as demandas, as ações profissionais e os instrumentos de ação. Permite também, ao final da ação, avaliar o seu produto e o seu resultado dando visibilidade e densidade-técnico-científica ao trabalho.

Com o planejamento, o profissional de Serviço Social também tem a possibilidade de eliminar ou reduzir a incerteza e o risco; ampliar a eficácia e a eficiência na medida em que ficam estabelecidos objetivos e metas bem definidas; obter melhor rendimento dos objetivos; entre outros.

Pode-se dizer que o planejamento é uma atividade onde deve-se agir com razão e juízo para tomar decisões, não é finito, sendo evolutivo e sistemático, que implica na utilização de instrumentos e técnicas, e tem a possibilidade na escolha de alternativas diversas.

O assistente social, ao elaborar e executar seus projetos, pode trabalhar com aspectos relacionados a motivação, já que é um assunto que influencia o comportamento das pessoas que trabalham na empresa; com aspectos relacionados a qualidade de vida no trabalho e questões relacionadas a ergonomia; em equipe

multidisciplinar, na questão da pesquisa de clima organizacional, onde pode haver interação de vários profissionais. Assim como também, trabalhar na perspectiva da Responsabilidade Social, participando das ações ligadas a este assunto, conhecendo as certificações e indicadores propostos pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, os quais colaboram no desenvolvimento de programas e projetos.

Quanto as atuais demandas do Serviço Social no setor empresarial, na esfera da produção e no processo de trabalho, as mudanças tecnológicas e organizacionais, têm projetado novas estratégias de gestão e controle da força de trabalho. Desta forma, o que se percebe é um novo fazer profissional do Serviço Social nas empresas.

De acordo com Serra (2001, p.171):

Por outro lado, a implantação nas empresas da reestruturação produtiva – a acumulação flexível – pode provocar alterações nos objetivos e inserção do Serviço Social no âmbito empresarial privado, por meio do deslocamento de suas funções, com uma atuação mais em nível gerencial. Isso inclusive por conta da utilização, pelas empresas, da estratégia de redução de custos, a terceirização, que esvazia as políticas sociais empresariais, historicamente a cargo do Serviço Social.

A reestruturação produtiva, mencionada por Serra, seja nas organizações públicas como nas privadas, vem tornando obrigatório a todos os trabalhadores, incluindo também a categoria de assistentes sociais, mudanças que trazem repercussões como: fragilização nas relações de trabalho, exigências do desempenho de várias funções, ameaça de desemprego, ampliação do conhecimento e desenvolvimento de novas habilidades, entre outros.

Frente a esta situação, o Serviço Social é deslocado para a área de recursos humanos, na esfera da assessoria gerencial e na criação dos comportamentos produtivos, ou seja, clima social. Nessa dimensão, Serra (2001) alerta que o deslocamento do Serviço Social, para a área de recursos humanos, pode provocar uma disputa com outros profissionais, que tradicionalmente atuam nessa área, e cita o exemplo do psicólogo. Atualmente, na Empresa Teleperformance Brasil, a área de Recursos Humanos possui em seu quadro três psicólogos, mas não possui assistente social.

As políticas de Recursos Humanos intensificam a adaptação do trabalhador às exigências do processo de produção, incentivam o colaborador em acreditar que participa de um processo que reflete suas necessidades e escolhas.

Dentro deste contexto, faz parte do trabalho do profissional de serviço social, inserido na área de RH, difundir as normas e regras do jogo de compromisso, sendo sua prática profissional nas empresas, alterada pelas formas de controle da força de trabalho renovadas, nos processos e relações de trabalho.

Para Yamamoto (2001), na atualidade, ocorre uma ampliação das demandas: atuação dos assistentes sociais nos Círculos de Controle de Qualidade – CCQ – em equipes interprofissionais, nos programas de qualidade total. Visando à qualidade do produto, é imprescindível a adesão dos trabalhadores às metas empresariais da produtividade e da competitividade, sendo relevante, paralelo ao discurso de valorização do trabalhador, os chamamentos à participação, o discurso da qualidade, da parceria e da cooperação.

Sendo assim, pode-se dizer que ocorre uma unificação entre demandas tradicionais e atuais, onde o profissional de serviço social continua intermediando as relações entre o trabalho e a vida do colaborador, sendo responsável pela administração de quase todos os benefícios que a empresa oferece, como transporte, assistência médica e odontológica, auxílio alimentação, entre outros. A mudança que vem ocorrendo é em relação a ampliação de suas funções, com ações mais consolidadas e integradas às estratégias de competitividade adotadas pelas empresas, baseada em uma política de parceria entre empresa e trabalhador.

Pode-se entender então que, as demandas profissionais para o Serviço Social foram ampliadas. As ações do assistente social, na esfera empresarial, estiveram sempre direcionadas à execução de políticas das organizações. Atualmente, essas ações conservam-se abertas para a área de planejamento de políticas, principalmente, no que se refere ao enfrentamento do desafio da qualidade.

## 5 A EMPRESA TELEPERFORMANCE CRM S/A

A Teleperformance é uma empresa de origem francesa reconhecida internacionalmente. Fundada em 1978, com matriz em Paris na França, a empresa está presente em mais de 30 países e é a segunda no ranking mundial das empresas do setor de telemarketing. Com mais de 25 anos de experiência, a gigante francesa obteve uma receita global, em 2003, que chega a 1,2 bilhão de euros.

O grupo possui mais de 16.000 posições de atendimento em 145 contact centers, e é responsável por mais de 20.000 programas de telemarketing e teleserviços. Isso representa, aproximadamente, atendimento de mais de 250 milhões de contatos telefônicos.

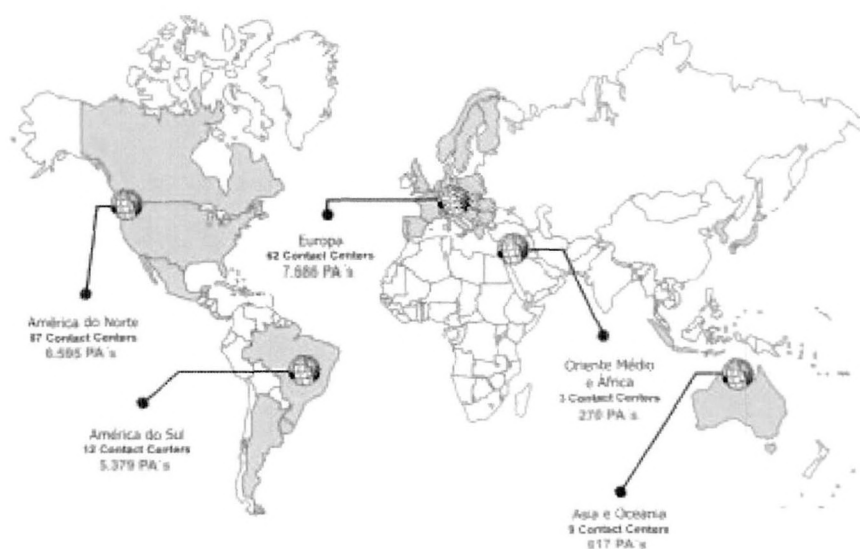


Ilustração 1: Mapa: Teleperformance Mundo  
Fonte: Empresa Teleperformance (2004)



A Teleperformance chegou ao Brasil em 1999 e fundou sua sede em São Paulo, Capital. Originalmente era uma Empresa de mala direta, que teve as atividades diversificadas com a criação e manutenção de um banco de dados para atender dentistas e médicos da Johnson & Johnson.

A necessidade de atualizar esse banco levou à criação de uma equipe de Telemarketing. Esse grupo de profissionais transformou-se no Call Center atual – com 550 pontos de atendimento – e responde por 60% do faturamento da Empresa.

Hoje, a Teleperformance é a terceira maior companhia brasileira na indústria de Call Center, especializada em outsourcing de serviços e soluções para Centrais de Atendimento ao Cliente. Ocupa, atualmente, o terceiro lugar nos principais rankings sobre o mercado de telemarketing, com 5,1 mil posições de atendimento (PAs) e 8 mil funcionários. Presta serviços para mais de 25 empresas de porte no país, mantendo longos contratos baseados em uma relação de fidelidade e satisfação com a qualidade e excelência do atendimento. Entre os seus principais clientes estão a Brasil Telecom, Microsoft do Brasil, Abn Amro Bank, Daimler Chrysler, Motorola e Johnson & Johnson.

A empresa oferece a seus clientes serviços que se adaptam às diversas soluções de marketing de relacionamento e telemarketing. Utilizando modernas técnicas de Solutions Call Center e apoiada na tecnologia de CRM (*Customer Relationship Management*), dedica atenção específica a cada ponto da cadeia de relacionamento de seus clientes com os consumidores finais.

Dispõe de um conjunto de procedimentos, desde a solicitação de pedidos ao manuseio de produtos, passando por atendimento ao cliente e vendas, que otimizam o relacionamento com o cliente.

No mapa a seguir encontram-se as cidades onde estão localizadas as filiais da Empresa Teleperformance Brasil: São Paulo (matriz), Rio de Janeiro, Florianópolis, Goiânia, Cuiabá, Porto Alegre, Campo Grande, Brasília.

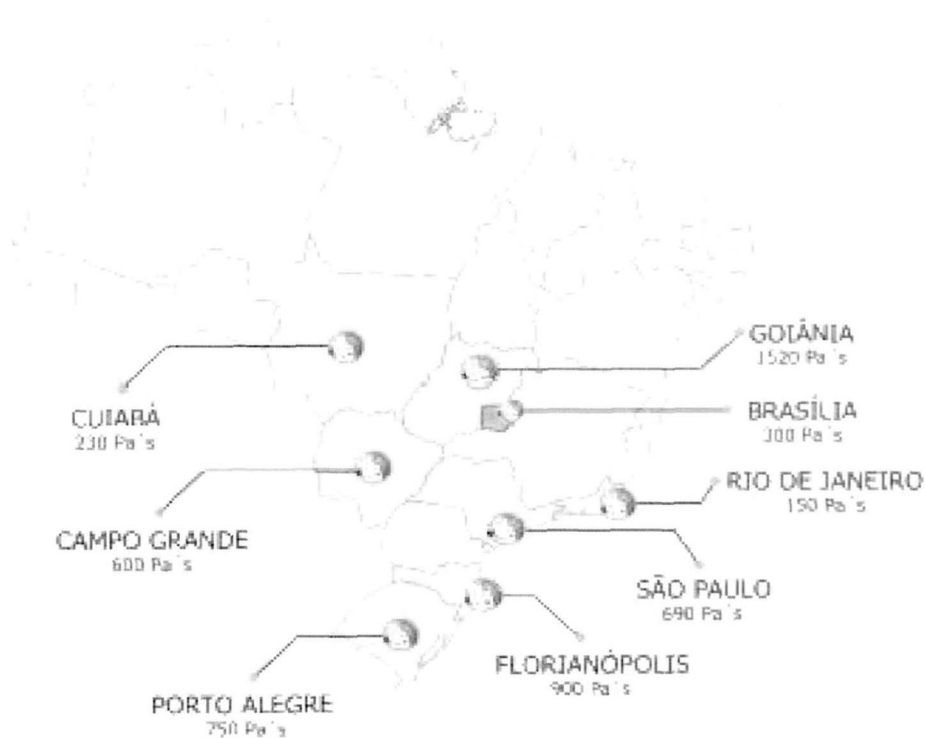


Ilustração 1: Mapa: Teleperformance Mundo  
Fonte: Empresa Teleperformance (2004)

## 5.1 BASE ESTRATÉGICA DA EMPRESA TELEPERFORMANCE

Segundo Amboni (2002), a base estratégica corporativa de uma empresa compreende o “alicerce” configurado pela definição do negócio, da missão, da visão, dos valores e dos objetivos estratégicos. A mesma deve ser definida a partir do diagnóstico estratégico (sondagem do ambiente interno e externo).

Uma vez definidos pelos dirigentes da organização, estes tópicos, devem servir como parâmetros norteadores e orientadores do desenvolvimento dos planos estratégicos em nível gerencial e/ou dos subsistemas, como por exemplo, planejamento estratégico da organização, planejamento estratégico de recurso humanos, planejamento estratégico de marketing, planejamento estratégico financeiro, planejamento estratégico da informação, denominados de base gerencial e operacional.

Conforme Claumann (2002), os planos estratégicos sem níveis gerenciais e operacionais relativos ao subsistema da empresa envolvem a definição dos objetivos funcionais e/ou das atividades estratégicas com suas respectivas estratégias/ações, metas, orçamentos e indicadores de performance para acompanhamento e avaliação da base estratégica corporativa, gerencial e operacional.

Na empresa Teleperformance, a base estratégica apresenta-se conforme segue abaixo:

**MISSÃO:** “Trabalhar com sinergia para o êxito de nossos clientes através da melhoria contínua de processos e de recursos, com ética, capacitação e

motivação dos nossos colaboradores, com foco na qualidade, crescimento e rentabilidade”.

**VISÃO:** “Ser reconhecida pelo mercado, clientes e colaboradores, como a melhor empresa provedora de serviços e soluções para o ciclo de vida nas relações de nossos clientes com seus usuários, aplicando a inteligência, o conhecimento e a criatividade para alcançar resultados com qualidade e alto valor agregado”.

**VALORES:** Os valores descritos pela empresa Teleperformance com a essência para o sucesso são estes:

- Determinação na obtenção de metas e resultados positivos;
- Busca contínua da excelência na prestação de serviços;
- Busca contínua do crescimento;
- Flexibilidade nas mudanças;
- Desenvolvimento profissional;
- Orgulho em pertencer a Teleperformance;
- Comprometimento com os objetivos empresariais e organizacionais;
- Transparência nas atitudes e comportamentos,
- Ética profissional.

Quanto aos serviços oferecidos pela empresa, a empresa oferece a seus clientes serviços que se adaptam às diversas soluções de Marketing de Relacionamento e Telemarketing.

Utilizando modernas técnicas de *Solutions Call Center* e apoiada na tecnologia de CRM (*Customer Relationship Management*), dedica atenção específica

a cada ponto da cadeia de relacionamento de seus clientes com os consumidores finais.

Dispõe de um conjunto de procedimentos, desde a solicitação de pedidos ao manuseio de produtos, passando por Atendimento ao cliente e Vendas, que otimizam o Relacionamento com o Cliente.

A Teleperformance possui mais de 14 anos de experiência no tratamento e na análise de bancos de dados, estabelecendo parcerias na conquista de vantagens competitivas a seus clientes.

**TECNOLOGIA:** Alinhada com as empresas do grupo no mundo, a Teleperformance Brasil investe constantemente em tecnologia e conta com operações que são modelos para outras unidades da multinacional. Além disso, adota metodologias utilizadas pelo mercado internacional e possui parcerias com as principais empresas de tecnologia, como Avaya, Compaq, Dell, IBM, Cisco, Microsoft, Oracle, Intel e U. NEAR.

Ao oferecer tecnologias inovadoras e o compromisso em agregar diferencial de competitividade aos clientes, a Teleperformance Brasil diferencia-se no mercado, amplia a sua participação e mantém contratos de longo prazo com os seus clientes.

**QUALIDADE:** Uma ferramenta que diferencia a Teleperformance no mercado é o Sistema de Gestão de Performance (SGP), que já se tornou modelo internacional para todo o grupo. Ela foi desenvolvida de acordo com a metodologia COPC, procedimentos da ISO 9001 e as melhores práticas do grupo Teleperformance.

Trata-se de uma metodologia própria de métricas, processos e métodos que analisa a eficiência das iniciativas e ações, vislumbra os potenciais de crescimento, prevê mudanças necessárias tanto na infra-estrutura como em recursos humanos , permitindo uma visão global da operação.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:** A Teleperformance criou a Diretoria de Responsabilidade Social para valorizar e direcionar as questões relacionadas ao tema, dentro da filosofia de trabalho da empresa. Um dos focos de atuação é a oportunidade de contratação de deficientes físicos. A empresa possui um grupo de aproximadamente 500 colaboradores nas filiais de Goiânia e de Cuiabá, sendo que nessa última mais de 70% da mão-de-obra são portadores de necessidades especiais. A Teleperformance Brasil mantém uma parceria com a Associação dos Deficientes Físicos de Goiânia (Adfego). Dos 330 colaboradores, 280 são empregados diretos da empresa e, os demais, integrantes da entidade. O treinamento é feito pela Teleperformance Brasil e toda a estrutura foi adaptada especialmente para receber esses colaboradores.

Em Goiânia, um time de basquetebol em cadeira de rodas é patrocinado pela empresa. Além disso, a contratação dos portadores de necessidades especiais insere no mercado de trabalho um universo de pessoas que enfrentam dificuldades de colocação profissional.

A Teleperformance Brasil também promove o desenvolvimento dos seus colaboradores. Em Goiás, por exemplo, estabeleceu uma parceria com a Faculdade Anhanguera de Ciências Humanas de Goiânia para a criação do Curso Superior Seqüencial em Telemarketing, com duração de 12 meses.

Outra iniciativa, o Projeto de Absorção de Menores Aprendizizes, permite que os jovens tenham chance de entrar no mercado de trabalho. O projeto piloto foi implantado em Goiânia, em parceria com o Governo Federal e o Senac, e conta com aulas de capacitação e atividades na empresa.

Ao disseminar a cultura de responsabilidade social junto aos mais de 8 mil colaboradores, a Teleperformance Brasil multiplica a realização de projetos como os programas de doações, campanhas de arrecadação e patrocínios às entidades filantrópicas. São quatro grandes campanhas anuais para arrecadar alimentos, agasalhos e brinquedos.

**PREMIAÇÕES:** A Teleperformance foi o primeiro contact center no Brasil a conquistar a certificação Customer Operations Performance Center (COPC), concedida para a unidade de Brasília.

A certificação, específica para empresas de call center, consolida o modelo implementado pela empresa há cerca de um ano e meio, o Sistema de Gestão de Performance (SGP).

Para chegar à certificação, a empresa teve que desenvolver um conjunto de processos e metodologias para atender aos 32 requisitos da norma que passam pelo planejamento dos negócios, gestão de pessoas e processos e intenso monitoramento do desempenho das atividades.

Em 2003, a Teleperformance Brasil recebeu a certificação ISO 9001 – Fundação Vanzolini. No mesmo ano, a empresa foi a vencedora do Prêmio Master de Ciência e Tecnologia.

O Prêmio Ouro da Associação Brasileira de Telemarketing (ABT) foi entregue à Teleperformance em 2003, como a melhor contribuição em Recursos Humanos, pelo Plano de Carreira desenvolvido pela empresa.

Pelo quarto ano consecutivo (2001 – 2004), o call center da Motorola recebeu o Prêmio Consumidor Moderno no segmento de celulares. O call center da Daimler Chrysler, outro cliente da Teleperformance, conquistou o Prêmio Consumidor Moderno pelo terceiro ano consecutivo (2002 – 2004) no segmento de automóveis.

Ranking do jornal Valor Econômico foi liderado pela Teleperformance Brasil como a empresa emergente que mais cresceu entre 2000 e 2002 (salto de 663,79%).

Em Florianópolis, a Teleperformance iniciou suas atividades no dia 05 de dezembro de 2001, depois de vencer concorrência para assumir as centrais de atendimento da Brasil Telecom. Está situada na Avenida Madre Benvenuta, nº 2080, no bairro Itacorubi, Florianópolis-SC.

O Call Center da Teleperformance de Florianópolis, funciona 18 horas por dia, sete dias por semana, 365 dias por ano. É considerada a maior central de atendimento da Região Sul e registra em média 6,8 milhões de chamadas/mês. Isto exige um processo permanente de qualificação.

O quadro abaixo demonstra a estrutura de atendimento da central da Teleperformance na Brasil Telecom em Santa Catarina.



Quadro 1 – Estrutura de Atendimento da Teleperformance em SC.

SERVIÇO	DESCRIÇÃO
102	Auxílio à lista
121	Auxílio à lista regional estadual
0800411414	Completamento de ligação interurbana
	Completamento de ligação interurbana a cobrar
	Informações sobre tarifas e Planos Promocionais
08006414104	Solicitação de reparos
	Solicitação de serviços
08006414144	Habilitação de Linha Telefônica e venda de Serviços e Planos alternativos
08006455005	Serviço de Faturas
Televendas Ativo	Venda de Segunda Linha
LDN Ativo	Venda de Planos
SOS Fone	Venda de Serviço do SOS Fone

Fonte: Dados primários (2004).

A Teleperformance Santa Catarina é uma empresa em fase de estruturação e, por razão de contrato, herdou todo o legado da Central administrada pela Brasil Telecom. Praticamente, desde 05 de dezembro de 2001, vêm trabalhando intensamente para ajustar Estrutura, Procedimentos e Políticas.

Cerca de noventa por cento do quadro de funcionários da Teleperformance Brasil, em Florianópolis, encontra-se distribuído na Operação de Atendimento e, por isso, exige um processo contínuo de capacitação e desenvolvimento, capaz de proporcionar equilíbrio emocional e sinergia entre a equipe, além de constante aperfeiçoamento nos relacionamentos interpessoais. Eles representam a empresa

em cada um de seus contatos com clientes e, desta maneira, precisam estar suficientemente alinhados e preparados.

A Teleperformance, hoje, conta com aproximadamente 1.500 colaboradores em seu quadro pessoal, sendo que a maior parte do quadro de funcionários da empresa, 1368 colaboradores, encontra-se na Operação de Atendimento, divididos nos diversos serviços de atendimento e 62 na área administrativa, conforme pode ser observado abaixo:

<b>Gerência</b>	Gerente	01
	Gerente adjunto	01
<b>Recursos Humanos</b>	Coordenador	01
	Analista	02
	Assistente	03
	Supervisora de Treinamento	01
	Instrutores	06
	Estagiário	01
<b>Departamento Pessoal</b>	Analistas	01
	Assistentes	06
	Estagiário	01
<b>Área de qualidade</b>	Analista	01
	Assistentes	03
	Supervisão de Monitoria	01
	Monitores de Qualidade	16
<b>Técnico Operacional</b>	Coordenador	01
	Analistas	03
	Assistentes	04
	Estagiário	01
<b>Segurança do Trabalho</b>	Engenheiro	01
	Técnico de segurança do trabalho	01
	Médico	01
	Técnico de Enfermagem	01
<b>Atendimento</b>	Coordenadores	04
	Supervisores e Atendentes	Aprox. 1450

Fonte: Dados primários (2004).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pôde ser observado no decorrer deste trabalho, com a evolução dos negócios, cada vez mais as empresas precisam se mobilizar para atingir e superar os seus objetivos. Com as mudanças tecnológicas e organizacionais têm-se projetado novas estratégias de gestão e controle da força de trabalho. Neste novo cenário, exige-se equipes com profissionais capacitados, excelentes na sua ação profissional.

Vive-se uma competitividade global, onde a questão é como agregar valor aos negócios e possibilitar uma diferenciação perceptível tanto interna e conseqüentemente refletindo junto ao mercado. Para alcançar este desafio, faz-se necessário conjugar três fatores: tecnologia, processos e pessoas. Com a tecnologia, as empresas usufruem maior produtividade e benefícios disponíveis. Mas, só com a tecnologia, a empresa não consegue se desenvolver, ela também precisa de recursos humanos, de pessoas capacitadas e motivadas, trabalhando satisfeitas e conseqüentemente gerando resultados. O terceiro fator, não menos importante, e que serve para sedimentar a relação pessoas/tecnologia, são os processos internos. Não há como obter resultados, se a empresa não possuir procedimentos estruturados e ficar a mercê de situações favoráveis de mercado.

Para agregar valor e alcançar sucesso, as empresas contam com um aliado muito importante: a responsabilidade social que cada vez mais diferencia as organizações na clareza dos impactos tecnológicos, na gestão das pessoas e dos processos utilizados sobre a vida daqueles que a empresa se relaciona.

Dentro deste cenário, onde as empresas projetam novas formas de gestão e controle da força de trabalho, busca-se cada vez mais profissionais capacitados e polivalentes, prontos para atuarem nas suas diversas áreas. Conseqüentemente, o assistente social inserido nesta esfera de trabalho, precisa ser dinâmico cuja rapidez de pensamento permita que sugira ações em igualdade de condições com os demais profissionais.

O profissional de Serviço Social, tem atribuições no sentido de formular uma compreensão das políticas sociais e os mecanismos para sua formulação e execução. Portanto, este profissional deve ser capaz de repensar não só a realidade social, mas também a profissão, tendo uma visão da totalidade que favoreça sua intervenção e também seu crescimento profissional.

A empresa Teleperformance CRM S/A, no interesse de alcançar seus objetivos, está sempre buscando motivar e satisfazer seus colaboradores com atividades voltadas para ações sociais. Também é visível sua preocupação com o bem estar de todos que nela estão inseridos, procurando atuar de forma transparente em suas ações.

Desta forma, a inserção do profissional de Serviço Social em seu sentido mais amplo, pode além de trabalhar questões ligadas a administração de quase todos os benefícios oferecidos pela empresa, intermediar relações entre o trabalho e a vida particular do colaborador, voltando sua ação dentro um entendimento estratégico de competitividade adotado pela empresa. Outra ação deste profissional é quanto ao desdobramento para a área de planejamento de políticas, principalmente, no que se refere ao enfrentamento do desafio da qualidade.

É recomendável ao Assistente social, inserido na empresa Teleperformance, desenvolver um trabalho interdisciplinar, atuando com profissionais qualificados e atualizados, prontos para atuarem no enfoque da mediação, buscando melhor qualidade de vida tanto para o colaborador, como também colaborando para com o desenvolvimento da empresa, buscando garantias de produtividade e maior eficácia nos resultados. Sua atuação pode se estender a área de RH, na esfera da assessoria gerencial e na coordenação de programas que visam a estabelecer comportamentos favoráveis à produtividade (clima social, programas de gestão de desenvolvimento, programas de reconhecimento ou recompensa profissional, etc.). Além disso, pode ampliar suas demandas pela atuação junto a programas de qualidade e em equipes interprofissionais.

Para que possa alcançar êxito em suas ações, o profissional de serviço social, deve ter em seu planejamento programas e projetos, voltados na prevenção das diversas dificuldades enfrentadas pelos colaboradores dentro da empresa, atingindo assim, resultados satisfatórios e positivos tanto para a empresa como também para os colaboradores. Deve também desenvolver trabalhos que beneficiem a sociedade no qual a empresa está inserida. Estes projetos são ligados ao tema Responsabilidade Social, privilegiando no presente estudo, fazendo com que não haja uma confusão entre o apenas fazer doações, que seria um trabalho meramente filantrópico, e Responsabilidade Social. Além disso, cabe ao profissional Identificar todos os agentes que fazem parte da empresa, buscando conhecer quem são estas pessoas que trabalham na empresa; elaborar relatórios de todas as atividades realizadas; realizar visitas domiciliares; realizar atendimentos em grupos e individuais; estar sempre atualizado quanto as mudanças da empresa, o ambiente

de trabalho, e como se estabelecem as relações entre as áreas de atuação da empresa.

Sendo assim, pode-se afirmar que o profissional de Serviço social, está diretamente ligado a forma como a empresa gerencia seu trabalho, configurando-se como um suporte a garantia da produtividade na sua direta relação com a empresa, buscando articular uma relação cidadã (direitos e deveres) na conquista de direitos sociais no mundo do trabalho.

## ANEXOS

### ANEXO I – CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988, CAP[ITULO II – DOS DIREITOS SOCIAIS

#### **CAPÍTULO II** *Dos Direitos Sociais*

Art. 6.º (\*) São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição.

(\*) Emenda Constitucional Nº 26, de 2000

Art. 7.º (\*) São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem à melhoria de sua condição social:

I - relação de emprego protegida contra despedida arbitrária ou sem justa causa, nos termos de lei complementar, que preverá indenização compensatória, dentre outros direitos;

II - seguro-desemprego, em caso de desemprego involuntário;

III - fundo de garantia do tempo de serviço;

IV - salário mínimo, fixado em lei, nacionalmente unificado, capaz de atender às suas necessidades vitais básicas e às de sua família com moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social, com reajustes periódicos que lhe preservem o poder aquisitivo, sendo vedada sua vinculação para qualquer fim;

V - piso salarial proporcional à extensão e à complexidade do trabalho;

VI - irredutibilidade do salário, salvo o disposto em convenção ou acordo coletivo;

VII - garantia de salário, nunca inferior ao mínimo, para os que percebem remuneração variável;

VIII - décimo terceiro salário com base na remuneração integral ou no valor da aposentadoria;

IX - remuneração do trabalho noturno superior à do diurno;

X - proteção do salário na forma da lei, constituindo crime sua retenção dolosa;

XI - participação nos lucros, ou resultados, desvinculada da remuneração, e, excepcionalmente, participação na gestão da empresa, conforme definido em lei;

XII - salário-família para os seus dependentes;

- XIII - duração do trabalho normal não superior a oito horas diárias e quarenta e quatro semanais, facultada a compensação de horários e a redução da jornada, mediante acordo ou convenção coletiva de trabalho;
- XIV - jornada de seis horas para o trabalho realizado em turnos ininterruptos de revezamento, salvo negociação coletiva;
- XV - repouso semanal remunerado, preferencialmente aos domingos;
- XVI - remuneração do serviço extraordinário superior, no mínimo, em cinquenta por cento à do normal;
- XVII - gozo de férias anuais remuneradas com, pelo menos, um terço a mais do que o salário normal;
- XVIII - licença à gestante, sem prejuízo do emprego e do salário, com a duração de cento e vinte dias;
- XIX - licença-paternidade, nos termos fixados em lei;
- XX - proteção do mercado de trabalho da mulher, mediante incentivos específicos, nos termos da lei;
- XXI - aviso prévio proporcional ao tempo de serviço, sendo no mínimo de trinta dias, nos termos da lei;
- XXII - redução dos riscos inerentes ao trabalho, por meio de normas de saúde, higiene e segurança;
- XXIII - adicional de remuneração para as atividades penosas, insalubres ou perigosas, na forma da lei;
- XXIV - aposentadoria;
- XXV - assistência gratuita aos filhos e dependentes desde o nascimento até seis anos de idade em creches e pré-escolas;
- XXVI - reconhecimento das convenções e acordos coletivos de trabalho;
- XXVII - proteção em face da automação, na forma da lei;
- XXVIII - seguro contra acidentes de trabalho, a cargo do empregador, sem excluir a indenização a que este está obrigado, quando incorrer em dolo ou culpa;
- XXIX - ação, quanto a créditos resultantes das relações de trabalho, com prazo prescricional de:
- a) cinco anos para o trabalhador urbano, até o limite de dois anos após a extinção do contrato;
  - b) até dois anos após a extinção do contrato, para o trabalhador rural;
- XXX - proibição de diferença de salários, de exercício de funções e de critério de admissão por motivo de sexo, idade, cor ou estado civil;
- XXXI - proibição de qualquer discriminação no tocante a salário e critérios de admissão do trabalhador portador de deficiência;
- XXXII - proibição de distinção entre trabalho manual, técnico e intelectual ou entre os profissionais respectivos;



XXXIII - proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre aos menores de dezoito e de qualquer trabalho a menores de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz;

XXXIV - igualdade de direitos entre o trabalhador com vínculo empregatício permanente e o trabalhador avulso.

Parágrafo único. São assegurados à categoria dos trabalhadores domésticos os direitos previstos nos incisos IV, VI, VIII, XV, XVII, XVIII, XIX, XXI e XXIV, bem como a sua integração à previdência social.

(\*) Emenda Constitucional Nº 20, de 1998

(\*) Emenda Constitucional Nº 28, de 2000

Art. 8.º É livre a associação profissional ou sindical, observado o seguinte:

I - a lei não poderá exigir autorização do Estado para a fundação de sindicato, ressalvado o registro no órgão competente, vedadas ao poder público a interferência e a intervenção na organização sindical;

II - é vedada a criação de mais de uma organização sindical, em qualquer grau, representativa de categoria profissional ou econômica, na mesma base territorial, que será definida pelos trabalhadores ou empregadores interessados, não podendo ser inferior à área de um Município;

III - ao sindicato cabe a defesa dos direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria, inclusive em questões judiciais ou administrativas;

IV - a assembléia geral fixará a contribuição que, em se tratando de categoria profissional, será descontada em folha, para custeio do sistema confederativo da representação sindical respectiva, independentemente da contribuição prevista em lei;

V - ninguém será obrigado a filiar-se ou a manter-se filiado a sindicato;

VI - é obrigatória a participação dos sindicatos nas negociações coletivas de trabalho;

VII - o aposentado filiado tem direito a votar e ser votado nas organizações sindicais;

VIII - é vedada a dispensa do empregado sindicalizado a partir do registro da candidatura a cargo de direção ou representação sindical e, se eleito, ainda que suplente, até um ano após o final do mandato, salvo se cometer falta grave nos termos da lei.

Parágrafo único. As disposições deste artigo aplicam-se à organização de sindicatos rurais e de colônias de pescadores, atendidas as condições que a lei estabelecer.

Art. 9.º É assegurado o direito de greve, competindo aos trabalhadores decidir sobre a oportunidade de exercê-lo e sobre os interesses que devam por meio dele defender.

§ 1.º A lei definirá os serviços ou atividades essenciais e disporá sobre o atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade.

§ 2.º Os abusos cometidos sujeitam os responsáveis às penas da lei.

Art. 10. É assegurada a participação dos trabalhadores e empregadores nos colegiados dos órgãos públicos em que seus interesses profissionais ou previdenciários sejam objeto de discussão e deliberação.

Art. 11. Nas empresas de mais de duzentos empregados, é assegurada a eleição de um representante destes com a finalidade exclusiva de promover-lhes o entendimento direto com os empregadores.

## **ANEXO II – NORMA AA1000**

A Norma AA1000 foi desenvolvida pelo ISEA – Institute of Social and Ethical Accountability (Instituto de Responsabilidade Social e Ética), supervisionado e aprovado pelo seu conselho, o qual inclui representantes e especialistas de várias regiões e setores econômicos. Este processo realizado pelo ISEA foi desenvolvido para assistir organizações na definição de objetivos e metas, na medição do progresso em relação a estas metas, na auditoria e relato da performance e no estabelecimento de mecanismos de feedback.

O desenvolvimento da estrutura AA1000 foi formulado a partir das melhores práticas em Responsabilidade Social, ética, auditoria e relato, conforme identificado

nas práticas exercidas por seus adeptos e provedores de serviços, bem como a partir da análise de acadêmicos, das organizações de sociedade civil, e das normas de RSE existentes.

A AA1000 compreende princípios (as características de um processo de qualidade) e um conjunto de normas de processo. As normas de processo cobrem os seguintes estágios:

- a) Planejamento;
- b) Responsabilidade;
- c) Auditoria e relato;
- d) Integração de sistemas; e
- e) Comprometimento dos Stakeholders (o envolvimento dos mesmos em cada etapa do processo da AA 1000 é crucial: através dele, constrói-se a credibilidade na organização e no que se relata).

As normas de processo da AA1000 associam a definição e a integração de sistemas dos valores da organização com o desenvolvimento das metas de desempenho e com a avaliação e comunicação do desempenho organizacional. Por este processo, focalizado no comprometimento da organização para com os Stakeholders, a AA1000 vincula as questões sociais e éticas à gestão estratégica e às operações da organização.

Além de abranger pequenas e grandes organizações baseadas em um único local, em múltiplos locais, multinacionais e organizações públicas e privadas e sem fins lucrativos, a AA1000 inclui outras normas ambientais, sociais e de gestão da qualidade, como: SA 8000, ISO 9000, ISO 14001, OHSAS 18001, TQM, FSC, FLO, etc...

A norma AA1000, também deixa clara a importância da utilização de Relatórios de sustentabilidade como um novo instrumento a ser cada vez mais explorado e utilizado pelas empresas para comunicar a sua performance social e ambiental, além da financeira. Neste sentido entra o Balanço Social da empresa, não apenas aquele modelo simples algumas vezes apresentado, mas um modelo completo que sirva de informação estratégica para a empresa e não seja apenas uma mera peça publicitária.

Deve-se ressaltar que a AA1000, apesar de ser padrão, ainda não é uma certificação social. Ela não dita os níveis de performance que uma organização deve alcançar, nem alguma conformidade seguindo um ideal. O fato de a AA1000 não representar um "atestado" ao final do processo pode ser considerado um dos principais fatores que dificultam o seu entendimento e a sua adesão por parte das organizações.

As principais dificuldades encontradas pelas empresas devem ser os custos com os processos relacionados com o tempo de gerenciamento, que varia conforme o tamanho e a complexidade da organização, capital e recursos gastos no suporte para alcançar a melhoria das metas estabelecidas, custos com verificação, auditoria e realização de relatórios e sistemas de comunicação com Stakeholders.

Mas, a aplicação da norma AA1000 também traz vários benefícios às organizações, entre elas o estabelecimento de um sistema de gerenciamento de sua responsabilidade social e ética, o que pode gerar entre outras consequências:

- a) Prática "real" do conceito de Responsabilidade Social Empresarial;
- b) Imagem positiva e um melhor relacionamento com todos os públicos;

- c) Capacidade de medir sucessos e benefícios por parâmetros mais abrangentes (social, ambiental e econômico)
- d) Visão geral do que está acontecendo na organização e conseqüentemente possibilitar o gerenciamento pró-ativo de riscos ambientais; e
- e) Melhorias contínuas graças ao feedback dos Stakeholders, que identifica pontos para melhoria e estabelece metas com indicadores que possam medir performance e progresso.

Atualmente o ISEA, realizou uma fase de consulta a Stakeholders e fez uma revisão da norma apresentando novos elementos que brevemente serão lançados pelo instituto e esta norma provavelmente terá a denominação de AA 1000S.

### **ANEXO III – NORMA SA 8000**

A norma SA8000 ou Social Accountability é o primeiro padrão global de certificação social que busca garantir os direitos básicos dos trabalhadores. Quem credencia as organizações qualificadas para verificar a conformidade é a SAI – Social Accountability International. Além disso, este instituto é o responsável em promover o entendimento e estimular a sua implantação no mundo todo.

Algumas das principais missões da SA8000 seriam:

- a) Melhorar as condições de trabalho no mundo;
- b) Proporcionar a padronização em todos os setores de negócios e em todos os países;
- c) Trabalhar em parceria com organizações trabalhistas e de direitos humanos no mundo todo; e
- d) Proporcionar incentivo que beneficie empresas, trabalhadores e consumidores através de uma abordagem "ganha-ganha".

As empresas que se certificam pela SA 8000 atestam a garantia de que suas unidades e fornecedores não exploram o trabalho infantil e oferecem condições de trabalho adequadas aos seus empregados. A necessidade de monitoramento externo e, portanto de transparência de resultados, permite normalização entre empresas e cria um benchmark universal em torno do qual, arregimenta apoio para a Responsabilidade Social Empresarial. Tem-se no Brasil algumas empresas que já foram certificadas pela norma. Algumas delas seriam a Denadai, a Companhia Energética Santa Elisa e o Centro de Excelência para Sistemas de Gestão.

Os elementos normativos estabelecidos pelas SA8000 que formarão a base em relação à qual as organizações serão auditadas são retiradas de convenções estabelecidas pela Organização Internacional do Trabalho – OIT, relativas a trabalhos forçados, liberdade de associação e outros critérios relevantes, bem como da Declaração Universal dos Direitos do Homem da ONU e da Convenção das Nações Unidas dos Direitos da Criança.

A base da SA8000 então seria as cláusulas com base em normas internacionais, obrigações impostas pela própria empresa e leis locais.

Mas, porque tanto esforço para se conseguir o selo SA 8000? A melhor das explicações está no próprio mercado. As decisões de compra por parte dos consumidores estão cada vez mais ligadas à imagem de cidadania e ética por parte das empresas.

As normas SA8000 foram desenvolvidas tendo como referência às normas para sistemas de gestão da qualidade ISO 9000 e as normas de gestão ambiental série ISO 14000. Embora as SA 8000 não fossem normas ISO quando lançadas a exemplo da AA1000, foram desenvolvidas através de consultas plenas a organizações de negócios, de normas internacionais e não-governamentais. Mas por este motivo há também uma facilidade na implantação da norma por empresas que já atuam com sistemas de gestão da qualidade e ambiental.

John Brooks, vice-presidente sênior da SGS International Certification Services, a maior certificadora internacional define bem a importância do valor agregado pela SA 8000: "A SA 8000 constitui um instrumento de informação extremamente importante para o consumidor globalizado pois, atualmente, os fatores determinantes da sua escolha vão além de preço e qualidade. As pessoas necessitam saber como o produto ou serviço que estão adquirindo foi produzido, repudiando imediatamente aqueles que agreguem procedimentos como, por exemplo, o trabalho infantil. Além de proteger sua reputação e a integridade de suas marcas, o SA 8000 possibilitará às companhias de todo o mundo externarem seus valores éticos e seu grau de envolvimento social, aspectos fundamentais frente a um consumidor-cidadão cada vez mais participante e vigilante.

Abaixo, na tabela, seguem alguns dos principais pontos apresentados pela norma SA 8000:

<b>Principais pontos da norma SA 8000</b>	
<b>Trabalho infantil</b>	É proibida a contratação de crianças de 15 anos ou menos. Se existirem funcionários nessa faixa etária, eles não poderão ser demitidos. Nesse caso, é de responsabilidade da empresa assegurar sua educação. Somados, o horário de trabalho e de permanência na escola não podem exceder, incluindo o tempo de transporte por dia.
<b>Liberdade de associação e direito à negociação coletiva</b>	Protege o direito dos trabalhadores de formar sindicatos e afiliar-se a grupos organizados.
<b>Discriminação</b>	Proíbe a discriminação baseada na cor, nacionalidade, religião, deficiência física, sexo, orientação sexual, afiliação a sindicato ou partido político.
<b>Horário de trabalho</b>	A jornada normal deverá ser de 44 horas semanais. As horas extras devem ser voluntárias e ter caráter temporário, não devendo exceder 12 horas semanais.
<b>Práticas disciplinares</b>	Proíbe punição física, coerção e abuso verbal no uso da disciplina. A empresa também deve impedir comportamentos, como gestos, linguagem e contato físico, que sejam sexualmente coercitivos, ameaçadores, abusivos ou exploratórios.
<b>Comunicação</b>	A política de responsabilidade social deve ser documentada, implementada e comunicada a todos os funcionários.

Fonte: Guia de boa cidadania corporativa (2001)



## REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade no mundo do trabalho. 7 ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho:** ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 5 ed., São Paulo: Bomtempo, 2001.
- ABREO, Ana Carolina Santini. (Coord.). **Relatório final da pesquisa:** a operatividade do fazer profissional do Assistente Social face às transformações societárias. Londrina: UEL, 2000.
- ANDRADE, Denise Barbosa Milward de. **O processo de reestruturação produtiva e as novas demandas organizacionais do serviço social.** Capacitação em Serviço Social e Política Social. Brasília: UNB, 1999, p.173-186.
- CANOAS, José Walter. **Por uma nova presença do serviço social na empresa.** São Paulo: J. W. Canoas, 1982.
- CESAR, Mônica de Jesus. **A experiência do Serviço Social nas empresas. Capacitação em Serviço Social e Política Social.** Brasília: UNB, 1999.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos.** 2 ed. Ed. Atlas. São Paulo, 1997.
- FREIRE, Lúcia. **Serviço Social Organizacional:** teoria e prática em empresas. São Paulo: Cortez, 1987.
- GONÇALVES, Ernesto Lima. **Responsabilidade Social da Empresa.** Revista de Administração de Empresas. Rio de Janeiro, 1984.
- IAMAMOTO, Marilda Vilela. **Renovação e Conservadorismo no Serviço Social;** Ensaio Críticos. São Paulo: Cortez, 1992.
- IAMAMOTO, Marilda Vilela. **Formação Profissional na Contemporaneidade:** Dilemas e perspectivas. UFRJ. Rio de Janeiro, 1995. MIMWO;
- IAMAMOTO, Marilda Vilela. **O Serviço Social na Contemporaneidade:** trabalho e formação profissional. São Paulo, Cortez, 4 ed., 2001.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/paginas/ibase.html>>. Acesso em: nov. 2004.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Perguntas Frequentes. <<http://www.ethos.org.br/docs/institucional/perguntas.shtml>>. Acesso em: nov. 2004a.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Perguntas e Respostas. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/indicadores/faq.htm>>. Acesso em: nov. 2004b.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. O novo contexto econômico e a responsabilidade social das empresas. Disponível em: <[http://www.ethos.or.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/default.htm](http://www.ethos.or.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.htm)>. Acesso em: nov. 2004.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Temas e Indicadores. <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/comentarios/meioambiente.htm](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/comentarios/meioambiente.htm)>. Acesso em: nov. 2004.

MARTINELLI, C. "**Empresa cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora**". In: 3º Setor, Desenvolvimento Social Sustentado. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

NETTO, José Paulo. **Ditadura e Serviço Social: uma análise do serviço social no Brasil pós-64**, 5 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

OLIVEIRA, Sandra Pereira de. **Demandas atuais à profissão de Serviço Social. Caderno de comunicações**. VIII Congresso Brasileiro de Assistentes Sociais. Salvador, 1995.

REY, Beatriz fortes. **O Serviço social em organizações empresariais**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1983.

SERRA, Rose M. S. **Trabalho e Reprodução: enfoque e abordagens**. São Paulo: Cortez; Rio de Janeiro: PETRES-FSS/UERJ, 2001.

SOUZA, Herbert de (Betinho). **O empresário cidadão**. FARO, Luiz C.T. (Coord.) O empresário e o espelho da sociedade Rio de Janeiro: Insight Editorial, p. 21-28, 1995.