



RGC, São Paulo, v. 4, n.1, art.1, pp. 1-21, mai. 2017.
ISSN 2359-313X

Responsabilidade Social Corporativa e bem-estar dos Stakeholders

Corporate Social Responsibility and Welfare of Stakeholders

Anita Michelsem da Silva Travassos da Rosa

E-mail: anita.michelsem@gmail.com

Centro Universitário Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU – Brasil
Programa de Mestrado e Doutorado em Administração, Campus Liberdade,
Rua Taguá, 150 - São Paulo, SP - Brasil - 01508-010.

Elias Ferreira do Nascimento Neto

E-mail: netolias@gmail.com

Centro Universitário Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU – Brasil
Programa de Mestrado e Doutorado em Administração, Campus Liberdade,
Rua Taguá, 150 - São Paulo, SP - Brasil - 01508-010.

Paulo André Oppici Bento

E-mail: p_oppici@hotmail.com

Centro Universitário Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU – Brasil
Programa de Mestrado e Doutorado em Administração, Campus Liberdade,
Rua Taguá, 150 - São Paulo, SP - Brasil - 01508-010.

Celso Machado Junior

E-mail: celsomachado1@gmail.com

Centro Universitário Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU – Brasil
Programa de Mestrado e Doutorado em Administração, Campus Liberdade,
Rua Taguá, 150 - São Paulo, SP - Brasil - 01508-010.

<p>Recebido em 10 de abril de 2017 Aceito em: 18 de maio de 2017 Publicado online em 31 de maio de 2017</p>
--

RESUMO

Este artigo desenvolve uma pesquisa com foco nos Programas de Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa, temas cada vez mais presentes nas organizações de todos os portes. Os temas que foram objeto do presente estudo são encontrados em vários formatos, alguns mais conservadores e outros mais modernos. Nesse contexto, a presente pesquisa objetiva analisar o entendimento de profissionais em relação à prática dos Programas de Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social Corporativa nas organizações. Este estudo empregou uma pesquisa quantitativa, apoiada em questionários encaminhados para profissionais de diferentes áreas de atuação. Os dados revelam que os programas de Programas de Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social estão presentes nas organizações públicas e privadas, e são interpretados por seus funcionários de diferentes formas em diferentes percepções devidas principalmente ao gênero, ao tipo de empresa, faixa etária e tempo na empresa atual dos respondentes.

Palavras-chave: Qualidade de Vida no Trabalho. Responsabilidade Social. Engajamento.

ABSTRACT

Quality of Life Programs at Work and Corporate Social Responsibility issues are increasingly present in organizations of all sizes. They are found in various formats, some are more conservative and some are more modern. In this context, this research aims to analyze the understanding of professionals regarding the practice of Quality of Life Programs (QLP) at Work and Corporate Social Responsibility (CSR) in organizations. This study employed a quantitative research, based on questionnaires sent to professionals from different areas. Data reveals that the Quality of Life and Corporate Social Responsibility Programs exist in organizations and are interpreted by their employees in different ways with different perceptions, mainly due to gender, type of company, age and working time in company of current respondents.

Keywords: Quality of Life at Work. Corporate Social Responsibility. Engagement.

INTRODUÇÃO

A sociedade enfrenta diversas mudanças políticas, econômicas e sociais que caracterizam e moldam o comportamento. As mudanças que ocorrem na sociedade envolvem as organizações em ambientes dinâmicos nos quais os profissionais são cobrados cada vez mais por resultados financeiros e de produtividade (Cruz et al., 2011).

Há empresas que buscam mitigar os efeitos adversos do dinamismo das mudanças em seus funcionários e para tanto implantam programas corporativos de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) e também de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Esta conduta das empresas busca minimizar os impactos das atividades que causam descontentamento em seus funcionários, por meio da melhoria dos chamados fatores higiênicos, com destaque para a redução do stress ou insatisfação.

De acordo com Herzberg (1966), os fatores higiênicos são aqueles ligados às condições físicas e ambientais do trabalho, incluindo-se aí as políticas da empresa e benefícios recebidos que contribuem para evitar ou minimizar o desconforto, uma vez que o ser humano responde a incentivos. Determinar como os funcionários percebem as políticas de QVT e RSC torna-se importante para entender a influência dessas ações na produtividade e desempenho das empresas. Nesse contexto, surge a questão de pesquisa do presente estudo: como os funcionários percebem as políticas de QVT e RSC e se elas colaboram na melhoria de sua produtividade. Este questionamento estabelece como objetivo desta pesquisa, analisar o entendimento de profissionais em relação à prática Programas de Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social nas organizações

Para o atendimento do objetivo proposto o trabalho organiza-se em cinco partes: a presente introdução; a segunda parte, o referencial teórico, que apresenta os conceitos de QVT, RSC e o relacionamento entre eles, na sequência é apresentada a metodologia de pesquisa, o capítulo que apresenta e discute os dados e o último capítulo que incorpora as considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) e Responsabilidade Social Corporativa (RSC) são assuntos que se complementam e muitas vezes se fundem dentro das organizações. Esta relação direta é analisada e interpretada na academia, e por esta razão estão sendo descritas e analisadas em conjunto neste artigo.

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), segundo Walton (1975), visa atender às necessidades e aspirações humanas, tornando as empresas mais humanas e focadas na responsabilidade social. Com base neste conceito, nota-se direta relação com Herzberg (1966), em relação aos fatores de motivação no trabalho e os fatores higiênicos, ou seja, QVT nas organizações tem como papel a satisfação dos profissionais.

Para Limongi-França (1996) QVT são ações sociais e ecológicas, atividades esportivas, culturais, de lazer, ausência de insalubridade e preconceitos no trabalho, conforto no ambiente físico, estabilidade, possibilidade de desenvolvimento, saúde, salário e valorização.

Definido por Albuquerque e Limongi-França (2003), QVT pode ser entendido pelas ações tomadas por uma empresa para melhorias e inovações de gestão, tecnologia ou estrutura, dentro e fora das organizações, objetivando condições de desenvolvimento humano e para o desempenho de seu trabalho.

Dentro das organizações, QVT vem sendo explorada e implementada em diversas formas, muitas vezes de acordo com padrões de mercado, e outras vezes em formatos inovadores. A implantação de programas de QVT vai desde a tradicional ginástica laboral, alongamentos, grupos de corrida, massagem rápida (quick), prática de esportes, subsídios em academias, incentivo a cultura (vale cultura), até facilidade para os funcionários, como manicure e pedicure no local de trabalho, engraxate, fornecedores para campanhas de vendas específicas em natal, páscoa, dia das mães, *food truck*, entre outros, tudo visando propiciar o acesso às necessidades dos profissionais, sem que estes tenham que se abster do trabalho para este suprimento.

O Quadro 1 abaixo demonstra os principais conceitos de estudiosos de diversas nuances da QVT.

Quadro 1: Conceitos de qualidade de vida no trabalho

Ano-Autor	Definição	Ênfase
Drucker, 1981	Avaliação qualitativa, relativa das condições de vida, incluindo-se atenção aos agentes poluidores, barulho, estética, complexidade e etc.	Responsabilidade social da empresa nos movimentos sociais, culturais e políticos.
Nadler & Lawler, 1983	Maneira de pensar a respeito das pessoas, participação na resolução de problemas, enriquecimento do trabalho, melhoria no ambiente de trabalho.	Perspectiva humanista no ambiente de trabalho.
Werter & Davis, 1983	Esforços para melhorar a qualidade de vida, procurando tornar cargos mais produtivos e satisfatórios.	Valorização dos cargos mediante análise de elementos organizacionais, ambientais e comportamentais.
Belanger, 1992	Melhorar condições de trabalho de modo a proporcionar aos indivíduos melhores condições de vida e cargos mais satisfatórios para a própria pessoa, com reflexos na produtividade.	Condições de vida e cargos mais satisfatórios.
Fernandes, 1992	Conjunto de fatores que, quando presentes numa situação de trabalho, tornam cargos mais satisfatórios e produtivos, incluindo atendimento de necessidades e aspirações humanas.	Humanização do cargo.
Neri, 1992	Atendimento das expectativas quanto a se pensar a respeito das pessoas, trabalho e organização, de forma simultânea e abrangente.	Perspectiva holística.
Camacho, 1995	Classificação de programas: orientação familiar, saúde, ambiente, contato e convívio, evolução/desenvolvimento, cultura e desligamento	Foco motivacional: sobrevivência com dignidade, segurança, participação, autorealização, e perspectiva de futuro.
Dantas, 1997	Gerência pela Qualidade Total – GQT: utilização de 5s, diagrama de causa e efeito e procedimentos de Qualidade Total nos programas de saúde	Foco: promoção da saúde controle de colesterol, capacidade física e aeróbica, danças coronárias.
Conte, 2003	Facilitar e satisfazer as necessidades do trabalhador ao desenvolver suas atividades na organização	Quanto mais satisfeitos e envolvidos com o trabalho, mais produtivos serão.

Fonte: Adaptado de Limongi-França (1996, p. 16-17)

Os programas de QVT, conforme quadro conceitual apresentado tem a função de desenvolver o papel social, cultural, político e de saúde no ambiente organizacional, porém, nota-se que muitas vezes as empresas possuem diversos programas importantes para seus funcionários, mas pecam na comunicação ao não utilizar a devida captação do investimento, relacionando-os ao tema Qualidade de Vida.

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

O conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) ou simplesmente Responsabilidade Social (RS) sempre esteve conectado às funções, especialmente de natureza econômica na distribuição de bens e serviços e geração de riqueza, que as organizações, especialmente as organizações empresariais, desempenham na sociedade. Essa Perspectiva sofreu modificações, especialmente nas últimas décadas do século passado e início do corrente visto que, devido aos problemas de abusos financeiros, desigualdades sociais e degradação ambiental, as empresas passaram a se preocupar cada vez mais com um maior comprometimento e responsabilidade no desempenho de suas atividades e vem adequando seu comportamento a essa nova realidade, pois suas decisões afetam as mais diversas partes interessadas (acionistas, fornecedores, governo, comunidades, etc.) (Barrena Martínez, López Fernández, & Romero Fernández, 2016).

Para alguns pesquisadores, o termo teve seu marco inicial em 1953 por Howard R. Bowen. Ainda, na definição de Bowen (1957), refere-se que os homens de negócios devem adotar orientações, seguir decisões e ações de acordo com fins e valores da sociedade.

Para Oliveira (2003), a Responsabilidade Social se refere a empresa adotar padrões éticos de comportamento, visando seu desenvolvimento econômico, e para isso depende cada vez mais de ações cooperativas e integrais de todos os setores da economia.

Para Tenório (2004, p. 13), “é tema recente, polêmico e dinâmico, envolvendo desde a geração de lucros pelos empresários, em Perspectiva bastante simplificada, até a implantação de ações sociais no plano de negócios das companhias, em contexto abrangente e complexo”.

São diversos os conceitos de RS, e não há definição correta do que é certo e do que é errado, desta forma, Vasconcelos (2012), trás citação de autores como Manne e Wallich (1972), Davis (1973), Stone (1975), Carroll (1979) e Frederick (1987) que conferiam às empresas responsabilidades sociais e obrigações de naturezas econômicas, contratuais ou legais, correspondendo a RS a identificação e satisfação dos interesses de todos aqueles que são afetados pelas atividades das empresas. Cita ainda que em 1978, Emshoff e Freeman (1978, conforme citado em Gond &

Müllenbach-Servayre, 2004) resgataram o termo *stakeholder* de uma publicação de 1963 do *Stanford Research Institute* (SRI) e o definiram como "qualquer grupo cujo comportamento coletivo pode afetar de modo direto o futuro da organização, mas que não está subordinado ao seu controle direto" (Acquier & Aggeri, 2008). Posteriormente, menciona que Freeman (1984) formalizaria o stakeholder model, defendido como opção ao o shareholder model (Baret, 2006).

Ainda, de acordo com alguns autores, a prática de RSC pode elevar o índice de comprometimento organizacional como menciona Peterson (2004), Brammer, Millington e Rayton (2007), Collier e Estaban (2007), Turker (2009) e Miao (2012).

De acordo ainda com o Instituto Ethos (2012, p.29): "As enormes carências e desigualdades existentes no país, aliadas às deficiências crônicas do Estado no atendimento das demandas sociais, conferem maior relevância à Responsabilidade Social Empresarial". Assim sendo, as empresas passam a ter um importante papel público, juntamente com o Governo, em promover o bem-estar social e ambiental.

Dentro das organizações, esses programas são implementados de diversas formas, desde as tradicionais campanhas de agasalho e captação de brinquedos para doá-los às instituições de caridade, até campanhas sociais para ações humanitárias, coleta de pilhas, óleo de cozinha e alumínio para descarte apropriado e/ou reciclagem, visitas e ações em ONGs, orfanatos, asilos e outros. Estes programas também vêm ganhando forma dentro das organizações, onde a criatividade e poder de engajamento de quem os coordena garante o sucesso ou leva ao descrédito do programa.

Não há modelo certo ou errado para implementar um programa de responsabilidade social, mas a percepção dos executores, principalmente quando estes são os funcionários da empresa, se dará em função de quanto a empresa consegue engajá-los na causa.

A RELAÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

De acordo com Vergara e Branco (2001), a associação entre Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social representa uma ascensão da empresa a um patamar além do lucro. Uma empresa engajada nas frentes sociais, humanas e ambientais promove ações mais eficazes em QVT e RS em relação as que não atuam nessas frentes. Ambos os conceitos são assuntos atuais presentes nas empresas, aos quais há dificuldade de estabelecer limites, porém eles têm em comum uma característica de serem diferenciais de competitividade de Oliveira (2003),

O *Global Research Institute* (GRI), organização internacional independente que realiza pesquisas e propões diretrizes para a emissão de relatórios de sustentabilidade e RSC que são utilizados por empresas do mundo todo, informa que as questões econômicas, ambientais e sociais estão se tornando cada vez mais do interesse de todos e que. As empresas e a sociedade em geral estão conscientes da complexidade desse assunto e uma boa gestão envolve o monitoramento e o relato de aspectos econômicos, sociais e ambientais (GRI, 2016). Ainda para Pinto (2013), a RS está atrelada ao papel e ao compromisso de as empresas contribuírem para a QVT da sociedade, gerando consequências positivas para ela mesma.

Uma vez que os limites aos programas são de difícil análise, considera-se que os programas de QVT são realizados dentro da organização, com foco principal no bem-estar do funcionário e de sua família, e os programas de RS são desenvolvidos pela empresa e seus funcionários, visando o bem-estar de terceiros, que engloba a sociedade, a economia, o meio ambiente e a política, sempre atuando de forma ética e responsável.

METODOLOGIA

Com vistas a capturar a percepção dos funcionários em relação aos programas de QVT e RS, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa de campo, conduzida através de uma ferramenta online – survey, com perguntas voltadas a obter respostas direcionadas. O questionário encaminhado utilizou-se da escala *Likert* com a

finalidade de identificar nos respondes o seu posicionamento em relação aos temas em estudo’.

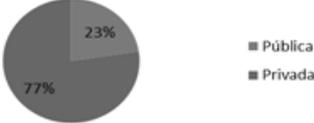
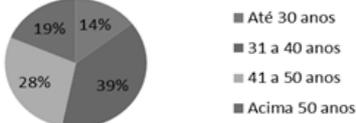
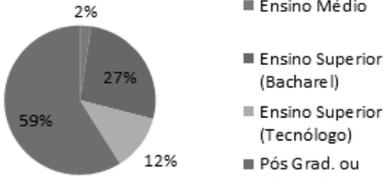
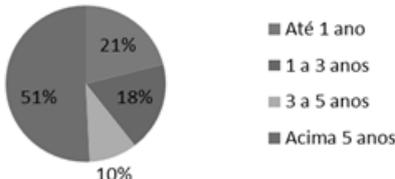
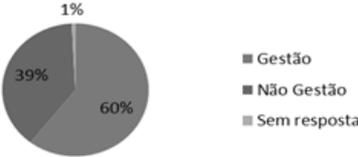
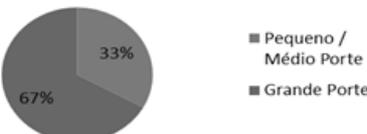
O convite para participação da pesquisa foi encaminhado por e-mail, que direcionava o respondente do questionário para uma plataforma eletrônica, na qual se apontava as respostas. Os respondentes se constituem de profissionais atuantes em empresas diversas, com diferentes portes econômico e atuando em segmentos da economia diversos. O critério de seleção dos respondentes foi por conveniência, utilizando-se da rede de relacionamento dos autores deste artigo. As questões do questionário buscaram identificar a percepção dos profissionais em relação: - a aplicação, contribuição dos programas de QVT e RS para a imagem interna e externa da empresa; - ao nível de adesão pelos profissionais aos programas; - aos incentivos da organização para participação dos funcionários; - a facilidade de entendimento dos objetivos dos programas; - a adequação do processo de comunicação e engajamento dos profissionais e; - a percepção da existência de retorno financeiro do investimento nestes programas.

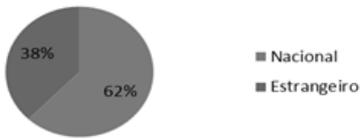
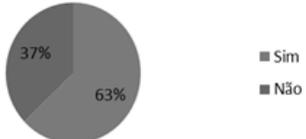
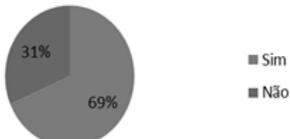
As pesquisas foram realizadas pelos autores deste artigo, através de ferramenta online de coleta de dados. Os questionários foram respondidos no período de 08/05/2016 até 16/06/2016. O convite para responder ao questionário foi encaminhado para 150 pessoas, das quais 124 responderam. Os questionários respondidos se apresentaram adequados não acarretando na necessidade de se proceder descarte de material. Os dados do questionário foram digitados em uma planilha Excel, na qual se desenvolveu os estudos necessários para atendimento do objetivo proposto. No capítulo seguinte os dados são apresentados e analisados.

APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi desenvolvida na perspectiva de interpretar a percepção dos profissionais, de forma espontânea, em relação à prática de QVT e RS dentro das organizações, utilizando como base os conceitos convencionalmente utilizados para explorar este entendimento. A Tabela 1 apresenta de forma concisa os dados coletados, abordando o perfil dos respondentes e o entendimento destes em relação aos programas de QVT e RS.

Tabela 1 – Perfil dos Respondentes

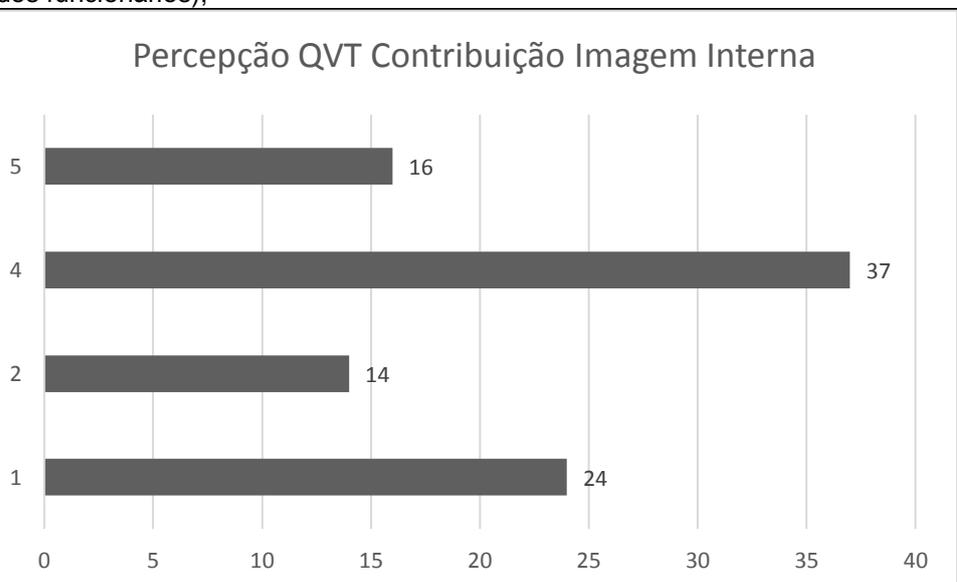
<p>Gênero</p>	<p>No universo pesquisado, 2/3 da amostra são compreendidos por respostas do sexo Feminino e 1/3 do sexo Masculino.</p>	<p>Gênero</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Masculino ■ Feminino
<p>Tipo de Empresa</p>	<p>Dentro os respondentes, 77% classifica suas atuais empresas como Empresa Privada, e os demais selecionaram a opção Empresa Pública.</p>	<p>Empresa</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pública ■ Privada
<p>Faixa Etária</p>	<p>A faixa etária até 30 anos de idade contempla 14% dos dados, 39% entre 31 e 40 anos, 28% entre 41 e 50 anos e 19% acima de 50 anos.</p>	<p>Faixa Etária</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Até 30 anos ■ 31 a 40 anos ■ 41 a 50 anos ■ Acima 50 anos
<p>Grau de Instrução</p>	<p>Um ponto interessante da pesquisa é que dentre os respondentes, mais de 97% classificam o seu Grau de Instrução como Ensino Superior Completo, com ou sem especialização.</p>	<p>Grau de Instrução</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Ensino Médio ■ Ensino Superior (Bacharel) ■ Ensino Superior (Tecnólogo) ■ Pós Grad. ou Mestrado
<p>Tempo na Empresa Atual</p>	<p>Com menos de 1 ano de empresa, têm-se 21% dos respondentes, 18% entre 1 e 3 anos de empresa, 10% entre 3 e 5 anos de empresa e de forma majoritária estão os profissionais com mais de 5 anos no empregador atual, representando 51% dos dados.</p>	<p>Tempo de Empresa</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Até 1 ano ■ 1 a 3 anos ■ 3 a 5 anos ■ Acima 5 anos
<p>Nível Hierárquico do Profissional, Porte e Origem do Capital da Empresa</p>	<p>Estão em cargo de gestão (coordenação ou acima) na empresa atual 60% dos respondentes, e 67% do total classificam suas empresas na categoria de grande porte, e 62% pertencem a empregadores nacionais.</p>	<p>Nível Hierárquico</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Gestão ■ Não Gestão ■ Sem resposta <p>Porte da Empresa</p>  <ul style="list-style-type: none"> ■ Pequeno / Médio Porte ■ Grande Porte

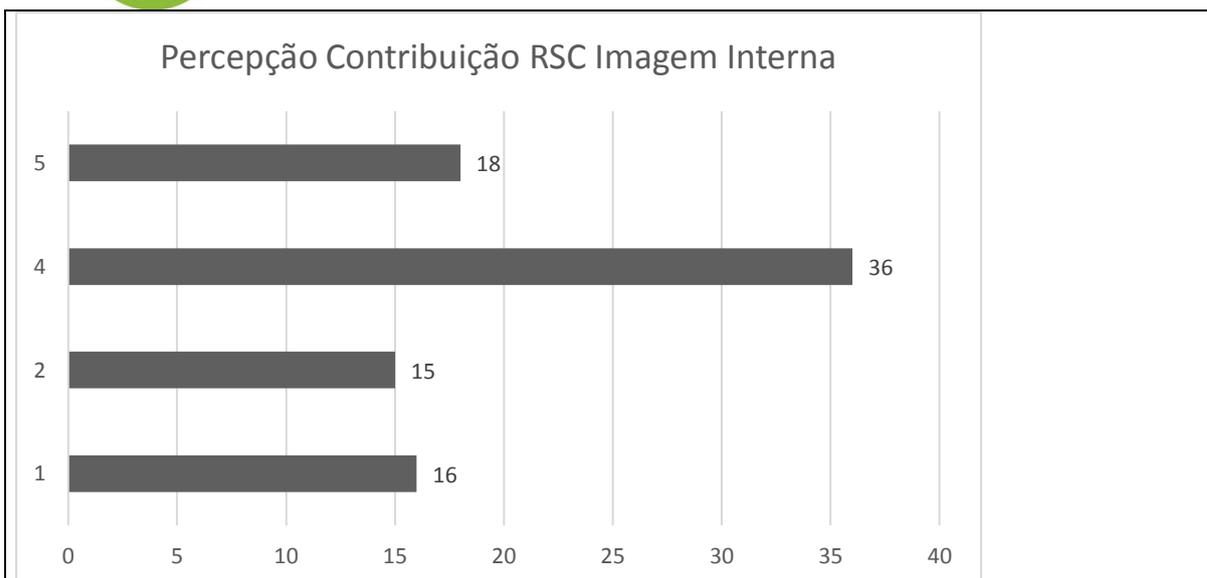
		<p>Origem do Capital</p> 
Programa de Qualidade de Vida no Trabalho	Foram 78 respondentes que classificaram que seus empregadores possuem um programa de QVT, o que significa aproximadamente 64% da coleta.	<p>Programa QVT</p> 
Programa de Responsabilidade Social	Os programas de RS estão presentes nas empresas de 85 respondentes, sendo um programa com 69% de participação no universo pesquisado, tendo uma prática ligeiramente superior em relação à QVT.	<p>Programa RS</p> 

Fonte: Elaborado pelos autores

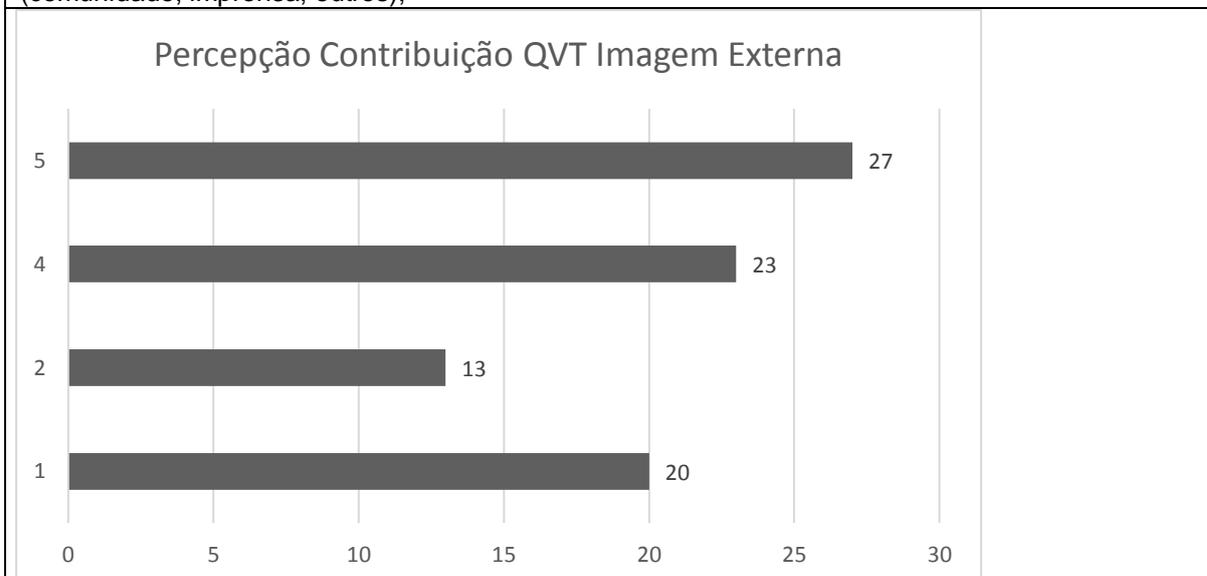
Entre as respostas fornecidas, verificou-se uma predominância de trabalhadores de empresas privadas (77%) contra 23% de empregados de empresas públicas. Houve um maior volume dos respondentes é do gênero feminino (67%)

Tabela 2 – Perguntas da Escala Likert

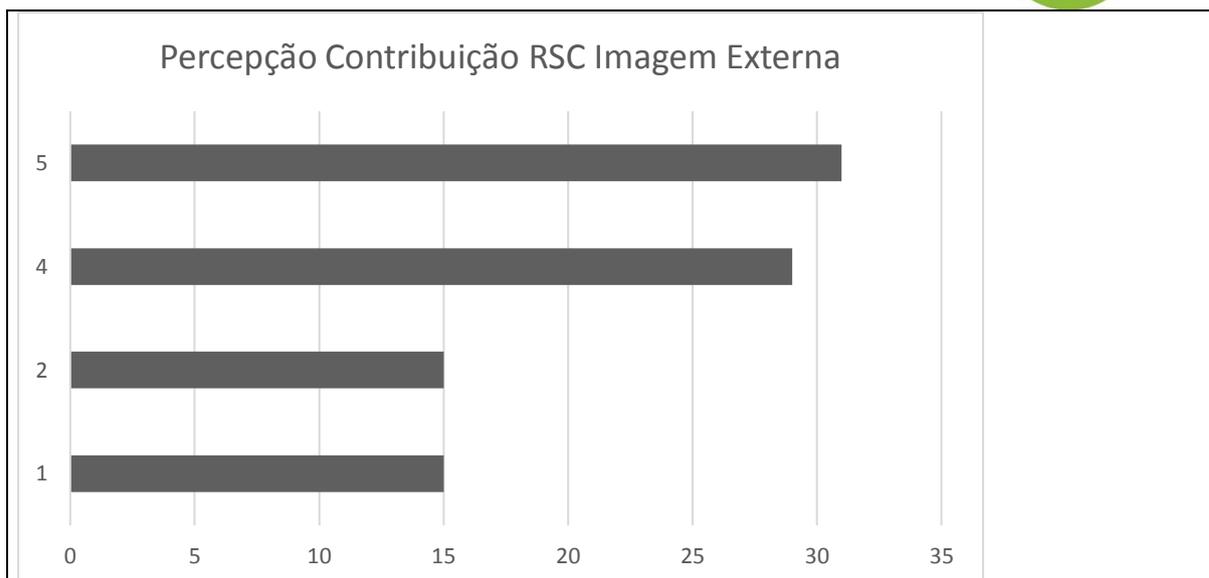
- Contribuição do programa de Qualidade de Vida para a imagem INTERNA da empresa (percepção dos funcionários);
<p>Percepção QVT Contribuição Imagem Interna</p> 
- Contribuição do programa de Responsabilidade Social Corporativa para a imagem INTERNA da empresa (percepção dos funcionários);



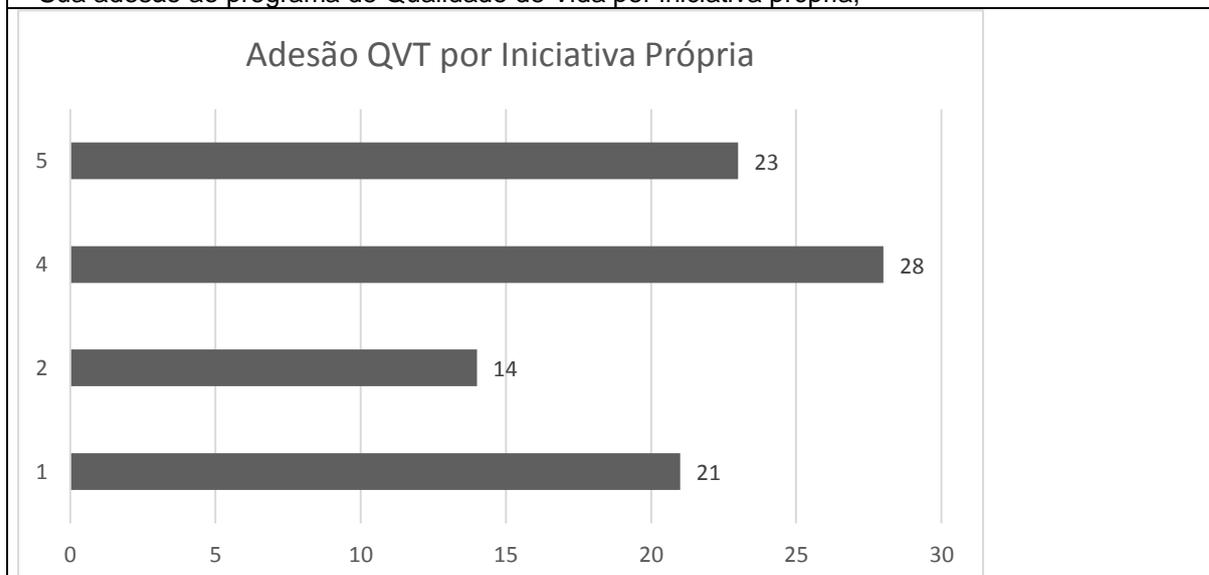
- Contribuição do programa de Qualidade de Vida para a imagem EXTERNA da empresa (comunidade, imprensa, outros);



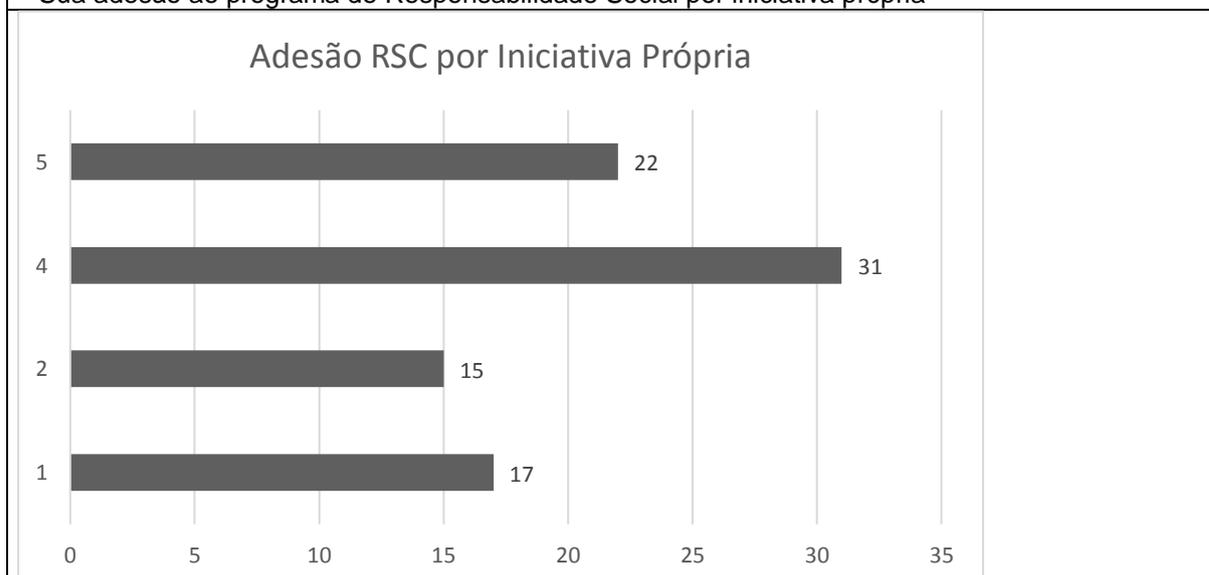
- Contribuição do programa de Responsabilidade Social Corporativa para a imagem EXTERNA da empresa (comunidade, imprensa, outros);



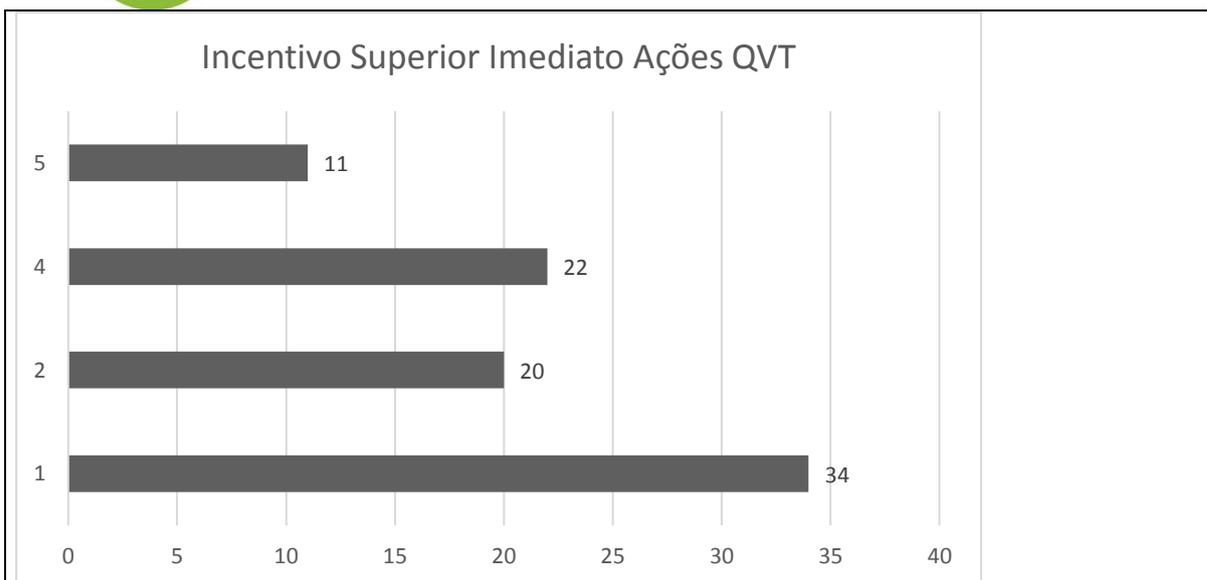
- Sua adesão ao programa de Qualidade de Vida por iniciativa própria;



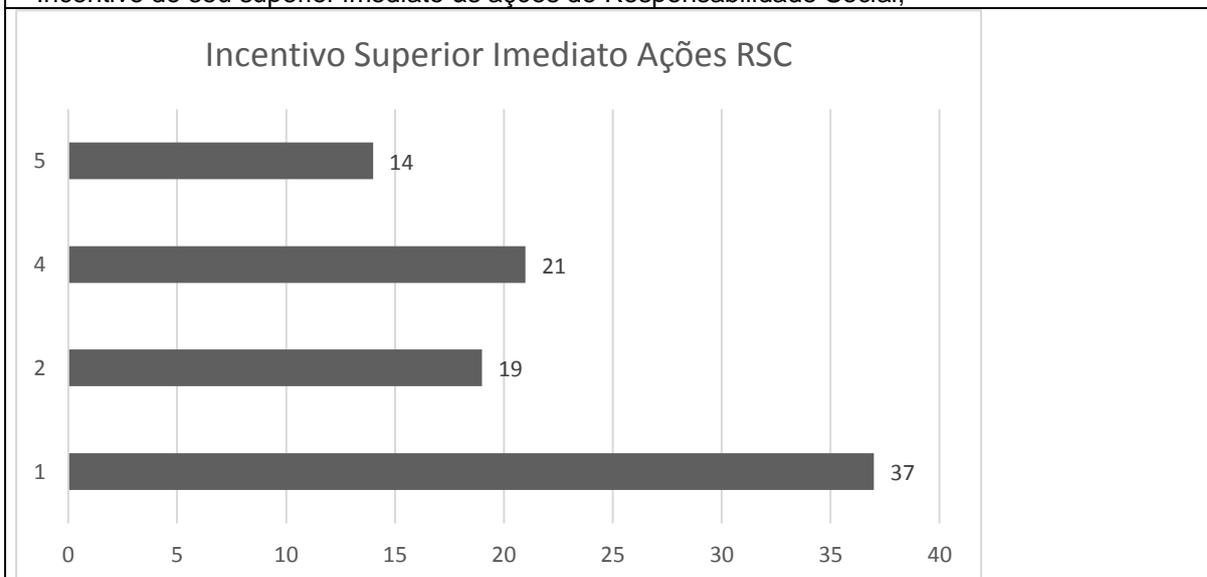
- Sua adesão ao programa de Responsabilidade Social por iniciativa própria



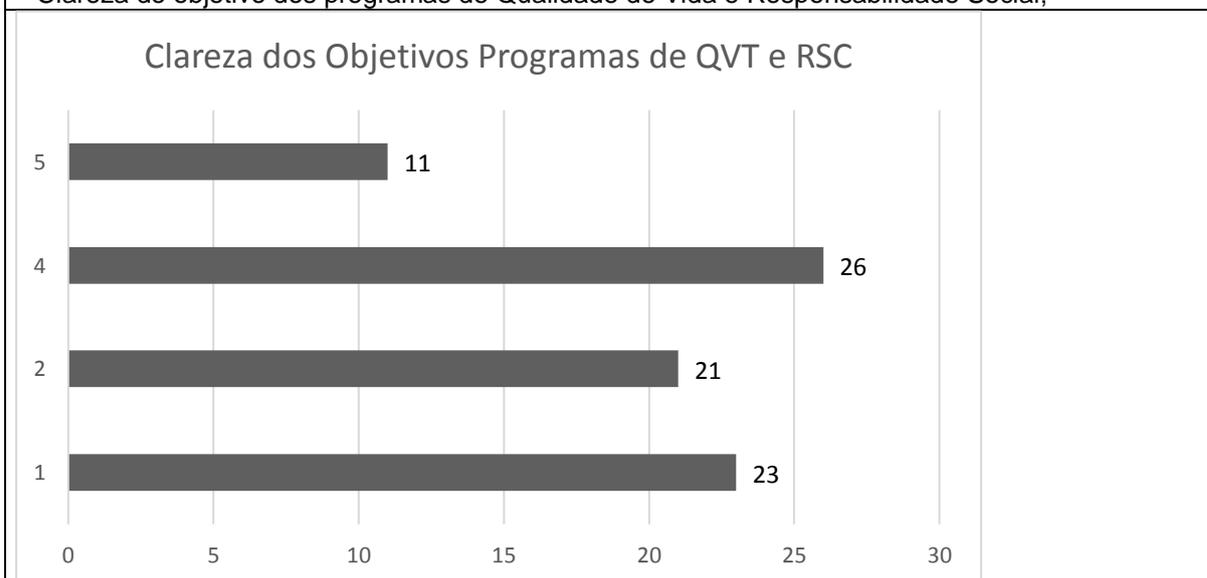
- Incentivo do seu superior imediato às ações de Qualidade de Vida;



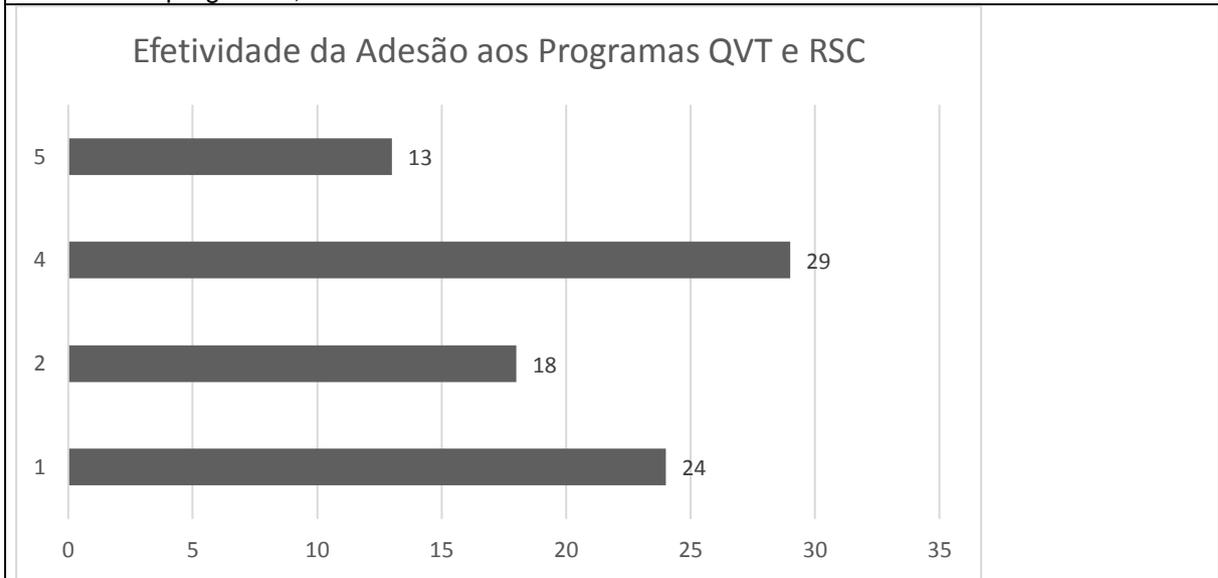
- Incentivo do seu superior imediato às ações de Responsabilidade Social;



- Clareza do objetivo dos programas de Qualidade de Vida e Responsabilidade Social;



- Efetividade da comunicação interna da empresa em relação à divulgação e engajamento para adesão aos programas;



Fonte: Elaborado pelos autores

Considerando a escala *Likert* de 1 a 5 para avaliar os critérios estabelecidos, onde 5 é forte e 1 é fraco, para efetividade das análises consideramos apenas as respostas 4 e 5 para classificar as respostas no nível “forte” e respostas 1 e 2 para classificar respostas no nível “fraco”. As respostas no nível 3, que representam neutralidade, foram descartadas para fins de análise.

Foi ainda perguntado se a empresa possui programa de Governança Corporativa de forma clara e estruturada, onde 53% classificam como Sim, 32% como Não e 15% alegam desconhecer.

Acreditam que estes programas aumentam a produtividade dos profissionais 88% dos entrevistados, e 69% responderam que estes programas trazem retorno financeiro de forma indireta para as organizações, e 20% de forma direta.

Considerando a escala *Likert* de 1 a 5 para avaliar os critérios estabelecidos, na qual 5 é forte e 1 é fraco, para efetividade das análises consideramos apenas as respostas 4 e 5 para classificar as respostas no nível “forte” e respostas 1 e 2 para classificar respostas no nível “fraco”. As respostas no nível 3, que representam neutralidade, foram descartadas para fins de análise.

Na pesquisa, observou-se que não há variações significativas na análise dos gêneros, ou seja, as respostas de homens são relativamente similares às das mulheres. Assim como as respostas de funcionários de empresas privadas e públicas tem similaridade em grande parte das perguntas. Funcionários de multinacionais e de

empresas de grande porte possuem uma melhor percepção em relação à efetividade destes programas, enquanto a percepção daqueles que trabalham em empresas nacionais e de pequeno e médio porte são mais pessimistas.

Em relação à contribuição do programa de QVT e RS para a imagem interna da empresa (percepção dos funcionários), as pessoas com até 30 anos de idade são as que possuem uma melhor percepção, seguidas por àqueles que atuam em multinacionais.

Os dados encontrados se aproximam da abordagem de, Fischer e Novelli (2008) na qual, no ambiente interno, os investimentos em QVT levam ao bem-estar dos funcionários e de seus familiares, além de favorecer as interações sociais, típicas de ambientes corporativos.

Já a contribuição para a imagem externa da empresa (comunidade, imprensa, outros), é mais bem avaliada quando se trata da percepção de profissionais com até 1 ano de trabalho na empresa atual, independente de faixa etária e nacionalidade das empresas.

A adesão voluntária aos programas se dá para pessoas com menos de 30 anos e mais de 50 anos, e também por àqueles que possuem menos de 1 ano de empresa e pelos que estão nas empresas há mais de 5 anos. Os programas de QVT são aderidos principalmente por níveis que não possuem gestão de pessoas, e os programas de RS possuem maior participação de gestores nas organizações.

Mais de 70% dos profissionais classificam que não recebem incentivos dos seus gestores para participarem dos programas de QVT e RS, o que demonstra que para maior efetividade destes programas, a implantação deveria ser mais forte na gestão, para que o desdobramento das diretrizes seja *top-down*.

Pelas respostas, nota-se também que a maioria dos funcionários não tem clareza quanto ao entendimento dos programas nas organizações. O não entendimento pleno dos programas pelos funcionários possui potencial de explicação na deficiência de comunicação conforme propõem Matos (2009, p. 2), “comunicação significa o mesmo que tornar comum, partilhar, repartir, trocar opiniões [...]”.

Vale destacar ainda que a melhor interpretação é levemente superior quando se avalia funcionários recém-contratados. Neste sentido, o maior nível de entendimento dos objetivos destes programas se dá para funcionários com até 1 ano de empresa. O mesmo ocorre quanto à efetividade da Comunicação Interna da

empresa na divulgação e engajamento para adesão aos programas, que são melhores classificados por funcionários com até 1 ano de empresa, muitas vezes através de seus programas de integração no ato da admissão.

Perguntado se as respectivas empresas possuem programa de Governança Corporativa de forma estruturada, os profissionais de até 30 anos são os que mais responderam como “Sim”, representando 89% do total pesquisado.

Profissionais com tempo de empresa entre 3 e 5 anos são os que menos acreditam que os programas de QVT e RS contribuem para aumento da produtividade, seguidos por àqueles que trabalham em empresas públicas. Nesse sentido, vale destacar a abordagem de Melo Neto e Froes (2001), na qual os insucessos de ações de RS ocorrem principalmente quando as empresas não têm esses programas como extensão de sua filosofia de gestão interna na busca pela QVT.

Respondentes de empresas multinacionais, empresas públicas e com período de empresa entre 1 e 5 anos são os que mais acreditam em retorno financeiro para as empresas, predominantemente através de retorno indireto. Estas respostas possuem similaridade na abordagem de Machado (2013), na qual os resultados apontam um impacto positivo da RS no desempenho financeiro das empresas, em relação aos indicadores internos e externos. Os dados também refletem a abordagem de Barbosa (2015), que trás o entendimento de que na sociedade atual, a QVT é fundamental para tornar a rotina menos estressante, alcançando uma maior expectativa de vida e uma saúde melhor.

Diante de todas as considerações e avaliações colocadas, nota-se que as percepções são pontuais em relação a uma ou outra característica, mas em geral, considerando o todo, não são muito discrepantes de um grupo para outro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivando analisar a percepção de funcionários em relação aos programas de QVT e RS, foram constatadas importantes considerações em relação às diferentes situações para grupos isolados por características similares. Destacam-se diferentes percepções devidas principalmente ao gênero, ao tipo de empresa, faixa etária e tempo na empresa atual dos respondentes, além da conclusão de que a falta de incentivo por parte da gestão e a precariedade na comunicação para disseminação e engajamento dos programas.

Diante das limitações de pesquisa, tendo em vista que a pesquisa considerou 124 respondentes, não é possível afirmar concretamente que estas percepções sejam comuns a outros núcleos sociais, porém apresenta dados importantes para reflexão das práticas destes programas nas empresas. Vale destacar que os dados apontam para a heterogeneidade de percepções em organizações com similaridades. Esta pesquisa, por sua vez, proporcionou à Academia uma abordagem de pesquisa complementar as teorias já conhecidas, e contribui à sociedade empresarial na reflexão da prática destes programas e da avaliação de seus funcionários em relação ao assunto.

Como o estudo não tem intensão de esgotar o assunto, sugere-se novas pesquisas abordando as percepções dos responsáveis pela implantação destes programas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albuquerque, L. G., & França, A. C. L. (2003). *Estratégia de RH e Gestão de Qualidade de Vida no Trabalho. O Stress e a expansão do conceito de qualidade total.* São Paulo. Curso avançado de gestão empresarial em QV: FEA/USP.

Barbosa, A. R., & das Neves Bodart, C. (2015). A Viabilidade do Investimento em Qualidade de Vida no Trabalho. *Revista Clóvis Moura de Ciências Sociais Aplicadas e Exatas*, 1(1).

Barrena Martínez, J., López Fernández, M., & Romero Fernández, P. M. (2016). Corporate social responsibility: Evolution through institutional and stakeholder perspectives. *European Journal of Management and Business Economics*, 25(1), 8–14. <http://doi.org/10.1016/j.redee.2015.11.002>

Bowen, H. R. (1957). *Responsabilidades sociais do homem de negócios.* São Paulo: Ed. Civilização Brasileira.

Brammer, S.; Millington, A.; Rayton, B. (2008) The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *International Journal of Human Resource Management*, v. 18, n. 10, oct., p. 1701-1719.

Cruz, B. P. A. et al. (2011, set/dez) Extensão universitária e responsabilidade social: 20 anos de experiência de uma instituição de ensino superior. *Revista de Gestão Social e Ambiental – RGSA*, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 3-16.

De Oliveira, R. R., de Castro, D. S. P., Limongi-França, A. C., Pereira, J., & de Miranda Oliveira, G. (2014). Um estudo sobre as relações existentes de Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social Empresarial.

Fischer, R. M.; Novelli, J. G. N. (2008, abr/jun) Confiança como fator de redução da vulnerabilidade humana no ambiente de trabalho. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.48, n.2, p. 67- 78.

GRI, Global Reporting Initiative. Pontos de Partida – Relatórios de Sustentabilidade da GRI: Quanto vale esta jornada? 2012.

Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>. Acessado em: 15 de agosto de 2016.

Herzberg, F. (1966) The motivation-hygiene theory. Work and the nature of man, World Publishing Co.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. (2012, 3 de abril) O que é Responsabilidade Social Empresarial. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx.

Limongi-França Anca C. (1996) Indicadores empresariais de qualidade de vida no trabalho: um estudo comparativo entre satisfação dos empregados e esforço empresarial nas empresas com certificado ISO9000. São Paulo, Tese (Doutorado) Faculdade de Economia e Administração e Contabilidade da USP.

Machado, M. A. V., & Machado, M. R. (2013). Responsabilidade social impacta o desempenho financeiro das empresas?. ASAA-Advances in Scientific and Applied Accounting, 4(1), 2-23.

Matos, G. C. (2009) Comunicação empresarial sem complicação: como facilitar a comunicação na empresa, pela via da cultura e do diálogo. 2. ed. Barueri: Manole.

Melo, Neto, F. P.; Froes, C. (1999). Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: A Administração do Terceiro Setor. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Miao, L. (2012, Novembro) Study on the Relationship between Corporate Social Responsibility and Organizational Commitment. Advances in Information Sciences and Service Sciences, v. 4, n. 21.

Peterson, D. K. (2004, Setembro) The relationship Between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment. Business & Society, v. 43, n. 3, p. 296-319.

Pinto, C. P. T. (2013). Responsabilidade social empresarial e sua importância para as compras organizacionais: estudo da decisão de compra de serviços de consultoria em gestão.

Tenório, F. G. (2004) Responsabilidade social empresarial: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Turker, D. (2009) How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, v. 89, p. 189-204.

Vasconcelos, I. F. F. G. D., Alves, M. A., & Pesqueux, Y. (2012). Responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável: olhares habermasianos. *Revista de Administração de Empresas*, 52(2), 148-152.

Walton, R. (1975) Criteria for Quality Life. In DAVIS, LE CHERNES, A.B. The quality of working life: problems, prospects and state of the art. New Work: The Free Press.