

Administração Geral: A acessibilidade e a administração

AUTORES

FLAVIA BERNARDO LAMPREIA

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL

flaviable@yahoo.com.br

EDNILSON A. T. DE OLIVEIRA

Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL

muito.facil@terra.com.br

WANDERLEY CARNEIRO

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado

wcarneiro@uol.com.br

FERNANDO ROBERTO SANTINI

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado

fsantini@uol.com.br

Resumo

A pesquisa mostra uma oportunidade de refletir sobre o modo de pensar e de agir das organizações, referente à acessibilidade dos portadores de deficiência física ou com mobilidade reduzida. Procurou-se observar como os administradores se relacionam com os deficientes, com as leis e adequações necessárias pertinentes a esse assunto. Realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório, cujos procedimentos de coleta de dados foram a revisão bibliográfica, pesquisa documental, e um levantamento, onde o instrumento de coleta foi um questionário semi-estruturado com 20 questões aplicado a 32 empresas relacionadas ao assunto na cidade de São Paulo. A pesquisa tem o intuito de prestar informações aos administradores, deficientes e a sociedade envolvida com o tema, da importância e do direito para estes cidadãos poderem trabalhar sem enfrentarem as barreiras arquitetônicas. Os resultados indicam que há por parte das empresas, preocupação com o tema, porém, também mostram que na prática pouco se faz. Por outro lado, esses resultados podem propiciar as empresas e pessoas interessadas no tema, condições de tentar equacionar os problemas que afetam a todos dentro desse contexto.

Abstract

The research shows a chance to reflect on the way to think and to act of the organizations, referring to the accessibility of the carriers of physical deficiency or with reduced mobility. It was looked to observe as the administrators if they relate with the deficient ones, with the necessary laws and pertinent adequacies to this subject. A research of exploratory character was become fulfilled, whose procedures of collection of data had been the bibliographical revision, documentary research, e a survey, where the collection instrument was a questionnaire half-structuralized with 20 questions applied the 32 companies related to the subject in the city of São Paulo. The research has intention to give information to the administrators, deficient and the involved society with the subject, of the importance and the right these citizens to be able to work without facing the barriers architectural. The results indicate that have on the part of the companies, concern with the subject, however, also they show that in the practical one little one becomes. On the other hand, these results can propitiate the companies and people interested in the subject, conditions to try to equate the problems that affect inside to all of this context.

Palavras-chave

Acessibilidade. Deficiente físico. Organização

1. Introdução

Pela NBR 9050 (2004), o conceito de acessibilidade decorre da possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização com segurança e autonomia de edificações, espaços, mobiliários, equipamentos urbanos e elementos, pelas pessoas com deficiências físicas ou com mobilidade reduzida, porém, a acessibilidade será composta no nosso estudo pelos seguintes grupos de pessoas: Idosos; Gestantes; Anões; Portadores de Mobilidade Reduzida ou Ambulatorial; Deficientes físicos, auditivos e visuais.

No decorrer do trabalho iremos identificar os grupos acima citados através da expressão: PORTADORES DE NECESSIDADES FÍSICAS ADMINISTRÁVEIS. É importante ressaltar que a visão aqui acolhida sobre o tema será sob o enfoque de empreendedor, observando a missão da empresa.

A Constituição Federal relata em seu Art. 5º: Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade [...], e complementa no Art. 6º: São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho [...].

Segundo estimativas da Organização das Nações Unidas, ONU (2001), cerca de 10% da população dos países em desenvolvimento é constituída por pessoas portadoras de algum tipo de deficiência. A Organização Mundial de Saúde, OMS (2001), calcula que esse número chegue a mais de 600 milhões de pessoas no planeta, figura 01. No Brasil, existe algo em torno de 20 milhões e só na cidade de São Paulo, mais de 1 milhão de habitantes dentro desse perfil. Em 2000 o Brasil possuía 8.5% de idosos, o que representa 14 milhões de pessoas e 1 pessoa idosa em 26.5% dos lares. Esta população aumentou duas vezes e meia mais rápido que a população jovem, entre 1991 e 2000 e 75% dos idosos são considerados pobres. Estima-se que em 2025, 15% da população brasileira estará com idade superior a 60 anos e se considerarmos que o número de obesos, gestantes e acidentados temporários é crescente, podemos então prever que a acessibilidade ganhará uma importância ainda maior em termos sociais, e seguindo-se essa tendência quase metade dos brasileiros acabará prejudicada em relação à acessibilidade.

Em um mundo globalizado, onde a informação é uma consequência atual, todos temos que ir a busca de conhecimento e da realização profissional. Com isso se faz crescente o número de pessoas buscando manter-se no mercado de trabalho através de atualização profissional constante, o mesmo não acontece com os PORTADORES DE NECESSIDADES ADMINISTRÁVEIS, que conforme sua deficiência, fica a margem do mercado de trabalho e até do conhecimento acadêmico, pois não encontra nas escolas e nas empresas, mecanismos que facilitem seu ingresso e percurso dentro da edificação, eliminando as barreiras arquitetônicas, o mesmo acontecendo quanto aos mobiliários e equipamentos para sua utilização.

Segundo IBGE (2000), 24,5 milhões de brasileiros apresentam algum tipo de incapacidade, ou seja, 14,5% da população total, apresentaram algum tipo de incapacidade ou deficiência. São as pessoas com ao menos alguma dificuldade de enxergar, de ouvir, locomover-se ou com alguma deficiência física ou mental. E numa projeção que pode crescer ano após ano, oito por cento da população do Brasil é de idosos, além de pessoas com limitações temporárias, gestantes. Segundo censo realizado, em 2000, pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. O censo revelou ainda que dados de deficiência variam de

acordo com a região do país. Norte e Nordeste têm as maiores proporções (16,1% e 16,7%, respectivamente). A Paraíba foi o Estado que apresentou a maior proporção de população com, pelo menos, uma deficiência (18,8%) e São Paulo, a menor incidência (11,4%). Os homens, de acordo com o levantamento, sofrem mais de distúrbios mentais, físicos e auditivos. As mulheres são mais afetadas com as dificuldades visuais e motoras, pois têm maior expectativa de vida. Mostra ainda que 84,3% dos brasileiros são alfabetizados mas, entre as pessoas com deficiência, o percentual chega apenas a 7,2%. O texto-base constata que a maior dificuldade não é de aprendizagem, mas de adaptação física, material e profissional das escolas para atender esses alunos.

Diante destes números, o Congresso Nacional no uso de suas atribuições, considerou a necessidade de assegurar aos portadores de deficiência física, condições básicas de acesso, mobilidade e de utilização de equipamentos e instalações das edificações, tratando-os de forma igual, através da lei federal nº10.048/00.

As normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) relativas à acessibilidade tem sido cada vez mais empregadas. Tudo isso ocorre a partir do ano de 1989, quando foi impressa a primeira versão da NBR 9050, que definia a adequação das edificações e do mobiliário urbano à pessoa com deficiência. Dentro deste contexto, muitos locais começaram a se adequar para se tornarem acessíveis. Atualmente, já foram desenvolvidas novas normas e leis que atendem as dificuldades enfrentadas pelos portadores de deficiência.

Assim, em um momento em que a acessibilidade adquire força na sociedade, onde a igualdade e os direitos são focados no que se refere à admissão empregatícia e a acessibilidade dos deficientes físicos nas empresas, vimos à oportunidade de refletir sobre o modo de pensar e de agir das corporações no tocante a este assunto.

1.1 Delimitação do tema

Caracterizam-se pessoas portadoras de deficiências ou com mobilidade reduzida temporária ou permanentemente, aquelas que tenham limitada sua capacidade de relacionar-se com o meio ambiente e de utilizá-lo. Assim o termo acessibilidade é estabelecido como a possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, dos espaços, mobiliários e equipamentos urbanos, das instalações e equipamentos esportivos, das edificações, dos transportes e dos sistemas e meios de comunicação para pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida.

1.2 Problema de Pesquisa

Tendo em vista a dificuldade de acessibilidade enfrentada pelos PORTADORES DE NECESSIDADES FÍSICAS ADMINISTRÁVEIS, há a necessidade de que os locais estejam acessíveis, mas em contrapartida, devido aos custos e as características existentes no local, muitas vezes são fatores que limitam o uso adequado do emprego das leis e das normas. Face dessa dificuldade surgem as seguintes questões:

a) Como as empresas atendem as legislações vigentes e as orientações normativas para PORTADORES DE NECESSIDADES FÍSICAS ADMINISTRÁVEIS?

b) Há critérios para compra ou aluguel do imóvel a ser utilizado pela empresa em relação à acessibilidade?

1.3 Hipóteses

Os imóveis e as instalações das empresas não se encontram adequadas em virtude de:

Desconhecimento e a contemporaneidade das exigências legais; Construção de data anterior à lei; Altos custos; Problemas técnicos/executivos ou operacionais para a sua implantação; Problemas de política interna da empresa; Não existência de pessoas com deficiência que trabalham e/ou freqüentam o local; Alta de fiscalização do poder público;

Acredita-se que na comercialização dos imóveis pelas empresas, os itens referentes à acessibilidade ainda não sejam tão relevantes.

1.4 Justificativa

Essa monografia está sendo realizada com o intuito de prestar informações aos administradores de empresas, proprietários de imóveis comerciais, a sociedade interessada ou envolvida no tema, e aos próprios PORTADORES DE NECESSIDADES FÍSICAS ADMINISTRÁVEIS da importância e do direito para os cidadãos que possuem necessidades especiais poderem trabalhar sem enfrentar as barreiras arquitetônicas no local de trabalho.

Dessa forma, pode-se contribuir para o bem comum e buscar equacionar uma forma para que tanto os deficientes quanto às empresas se preparem melhor para o mundo globalizado e se mantenham inseridos de maneira positiva no mercado, pois investir em acessibilidade é garantir o direito de ir e vir com autonomia e independência a uma expressiva parcela de nossa população, permitindo seu fortalecimento social, político, econômico e sua empregabilidade. Pode-se assim, explorar as habilidades existentes nos PORTADORES DE NECESSIDADES FÍSICAS ADMINISTRÁVEIS, que hoje estão à margem do mercado de trabalho, às condições da função ou serviço a serem desempenhados dentro da organização, promovendo não apenas a inclusão, mas associando a imagem da empresa ao marketing social.

1.5 Objetivos

Analisar a importância da acessibilidade para as organizações e como elas se comportam diante da situação de contratação e adequação do imóvel para as pessoas portadoras de deficiência físicas, em face da imposição da lei;

2. Revisão Bibliográfica

2.1 Desenho Universal

O desenho universal é um conceito razoavelmente novo dentro da concepção de formação das cidades que, se utilizado na produção de espaços ou de objetos, permite a igualdade no seu emprego por “todos”, inclusive pelas pessoas com deficiências ou com mobilidade reduzida.

Uma comissão criada em 1963, em Washington, EUA, com o objetivo de apresentar projetos de edificações, áreas urbanas e equipamentos que pudessem atender pessoas com deficiência, iniciando este novo conceito, chamado na época de “Desenho livre de barreiras”. O Desenho Universal vai além deste pensamento de eliminação de barreiras. Trata-se de evitar a necessidade de produção de ambientes ou elementos especiais para atenderem públicos diferentes. Ele é um conceito utilizado na produção de objetos e espaços que buscam contemplar respectivas utilizações por quaisquer pessoas, de forma completa, segura e irrestrita. Esta definição de público usuário como sendo “todos” inclui não apenas a universalidade numérica, mas, e principalmente, a enorme gama de variações do ser humano: altos, baixos, obesos, idosos, crianças, gestantes e, também, pessoas com deficiências diversas. Uma das grandes dificuldades de se aplicar este conceito, nos dias de hoje, é o desconhecimento técnico sobre o tema demonstrando o importante papel das universidades, dos centros de formação técnica e dos institutos de produção e pesquisa.

Este desconhecimento gera o que pode ser o maior dos impasses para a utilização do conceito do Desenho Universal que é a falsa realidade do acréscimo do custo da obra, que na maioria dos casos não ultrapassa a 2% do total. Sendo um fator importante a se considerar quando se tem um espaço acessível, com autonomia e segurança, é que esta pessoa pode estar apta a ocupar um espaço no mercado de trabalho (passando a ser produtiva, portanto) e

também libera uma outra pessoa que poderia estar assistindo-a. Por essa razão, estimativas dos americanos apontam que se tem um retorno social de aproximadamente 7 dólares para cada 1 dólar investido em acessibilidade.

Como exemplo de Desenho Acessível podemos citar os telefones públicos existentes voltados a um grupo de pessoas (altos e em pé) e outros aparelhos para as pessoas sentadas de baixa estatura. Já o desenho universal tem uma proposta mais ampla que é atender uma gama muito maior de pessoas. Ele busca produzir uma edificação, um espaço ou um objeto que atendam a todas as pessoas, inclusive aquelas que possuem alguma limitação da mobilidade, sem serem necessárias adaptações especiais.

O Desenho Universal busca evitar a necessidade de se produzir ambientes ou elementos especiais para pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida, no sentido de assegurar que “todos” possam utilizar todos os componentes ambientais e todos os produtos e suas peças intercambiáveis. É importante destacar na apresentação do desenho universal que o seu conceito não deve ser utilizado para atender apenas as pessoas que necessitam dele. Ele deve ser utilizado por todos, mesmo os que não possuem nenhuma deficiência ou limitação em sua mobilidade. Ele não pode ser direcionado a um único público, mesmo que seja um público de pessoas com deficiência.

Para um correto entendimento na aplicação do Desenho Universal deve-se atender a estes princípios básicos:

a – Acomodar amplamente as diferenças antropométricas, ou seja, permitir que pessoas de diversos padrões (adultos, crianças, idosos, etc.) ou em diferentes situações (em pé, sentado, etc.) possam interagir sem restrições com o ambiente projetado. Significa estar atento a alguns limites físicos e sensoriais capazes de comprometer a ação e o alcance impostos a pessoas mais baixas, mais altas ou em cadeiras de rodas, por exemplo.

b – Reduzir a quantidade de energia necessária para a utilização de produtos e ambiente. Considerar, enfim, distâncias e espaços, de modo que esses fatores não obriguem o indivíduo a um esforço adicional ou cansaço físico.

c – Adequar ambientes e produtos para que sejam mais compreensíveis, prevendo inclusive as necessidades de pessoas com perda visuais ou auditivas, criando soluções especiais por meio de cores vibrantes, sinais táteis e sonoros.

d – Integrar produtos e ambientes para que sejam concebidos como sistemas e não como partes isoladas.

Assim sendo, a aplicação do conceito de Desenho Universal tem como base de sua aplicação três parâmetros básicos: A formação do profissional universitário, do profissional técnico, do executor e do fiscal dos projetos e obras; A Norma Técnica que fornecerá as configurações técnicas e conceituais necessárias para assegurar o cumprimento das soluções de maneira universal; e a regulamentação e a gestão, pois é preciso estar bem clara a postura do órgão gestor que administrará as ações a serem implantadas e que estas estejam regulamentadas de forma a serem perseguidas mesmo com a mudança política da administração.

2.2 Portadores de Deficiência no Mercado de Trabalho

Por que contratar um portador de deficiência? Primeiro, porque os portadores de deficiência podem realizar a maioria das tarefas na sua empresa tão bem quanto os outros funcionários. Segundo, porque todos os cidadãos têm direito ao trabalho, ao consumo, ao lazer e a uma vida digna.

Existem empresas hoje no mercado que promove o desenvolvimento profissional da pessoa com deficiência, visando à sua inclusão, através da colocação profissional competitiva ou seletiva. Prestando assessoria às empresas visando à real inclusão das pessoas com

deficiência no mercado de trabalho, assessorando ainda na definição de funções, recrutamento e seleção, acompanhamento e palestras.

Nos últimos tempos, muito temos ouvido sobre a importância da diversidade. Ou seja, as diferenças que fazem crescer, ver novos ângulos, sentir de outra forma, pensar com outra cabeça, enfim ver além de nossa própria cultura ou experiência. A diversidade vem como arma para aprendermos a respeitar formas de pensar e viver que não são as nossas, nos dando novos horizontes. Tudo isto é uma realidade? Sim, cremos que sim. Porém com que dificuldade e a que preço podemos conseguir esta nova visão? São muitas as formas, mas com certeza para todas elas temos de manter a mente aberta e acima de tudo vigilantes para aceitar o que não nos parece “normal”. O quanto nós paramos para refletir em como a “normalidade” é diferente para cada ser humano?

As minorias são alvos fáceis para sentimentos como dó, desprezo, medo, descaso, respeito, assistência, caridade, entre outros. Para ilustrar esta nova “necessidade” de nossa sociedade, a de incluir para atender, podemos assistir a luta da inclusão do portador de deficiência no mercado de trabalho. Por um lado à busca das empresas por um crescimento equilibrado e sustentável e por outro o importante impulso dos portadores de deficiência e de seus familiares para atingir a independência, de forma a torná-los parte integrante da comunidade.

A lei 7.853/89, regulamentada pelo decreto 3.298/99, exige as mudanças necessárias para a inclusão social e ao mercado do trabalho das pessoas portadoras de deficiência. Somos 169 milhões de brasileiros, sendo, segundo o IBGE, 14,5% pessoas portadoras de alguma deficiência, ou seja, são 24,5 milhões de brasileiros considerados “... incapazes de assegurar por si mesmas, total ou parcialmente, as necessidades de uma vida individual ou social normal...”. No entanto, através de nosso trabalho começamos a acompanhar a mudança comportamental de acolhida da sociedade para com estes cidadãos que vai além da obediência a lei, pois contratar portadores de deficiência requer das empresas uma preparação quer ao nível de sua infraestrutura física, ou na preparação psicológica de seus funcionários e, portanto uma grande alteração no comportamento social destas empresas. A responsabilidade social leva as empresas a repensarem suas obrigações perante a sociedade, pois é essencial para a continuidade e fortalecimento de uma marca no mercado, a consciência com que cada empresa trata o ser humano. Esta consideração é sentida inicialmente pelos funcionários, pois quem não quer trabalhar em uma empresa que mostra a real importância das pessoas em sua estrutura, ou para os consumidores que numa pesquisa recente já disseram privilegiar a compra de produtos e serviços fabricados ou comercializados por empresas cidadãs, socialmente responsáveis.

Certamente há muito que aprender para que empresas e portadores de deficiência convivam tranquilamente, trazendo benefícios para todos. Cresce, a cada dia, o número de depoimentos de empresas felizes com a dedicação e a produtividade dos portadores de deficiências contratados, empresas como a Editora Abril, a Gimba, a Lucent Technologies, o Serasa são alguns exemplos de empresas que investiram para vencer barreiras e conviver com os talentos destas pessoas tão especiais. As várias instituições cuidam e geralmente treinam os portadores de deficiências, de acordo com sua limitação ou exigência, preparando-os para o universo do mercado de trabalho, desde o ensino do preenchimento de uma ficha de inscrição até a execução de determinadas atividades, possibilitando a contratação dos mesmos pelas empresas. Um ponto que deve ser destacado é a necessidade de flexibilização das exigências por parte das empresas, pois muitas Pessoas Portadoras de Deficiência não receberam a educação sequer básica, porém possuem grande potencial a ser desenvolvido.

A lei obriga as empresas com mais de 100 funcionários a contratar de 2 a 5% de Portadores de Deficiência, de acordo com o total de funcionários, com o tempo as pequenas e micro empresas estarão reconhecendo o valor e as vantagens de se contratar pessoas

portadoras de deficiência. O caminho a ser percorrido pelas empresas não é difícil, porém trabalhoso, pois se inicia num primeiro momento definindo seus objetivos, se conhecendo para aproveitar seus recursos e levantar suas necessidades, investindo tempo em projetar um processo natural para as contratações, definindo e mapeando suas funções e atividades, encontrando a pessoa certa para cada posto de trabalho disponível, para enfim alcançar os resultados programados para atuar com responsabilidade social, melhorando naturalmente sua imagem no mercado. O ganho maior, dizem as empresas que contratam portadores de deficiência é que a linguagem se torna mais abrangente, pois às vezes um gesto traz entendimento, enriquecendo e humanizando o ambiente de trabalho.

2.3 A Reabilitação Profissional e a Inserção

A Organização Internacional do Trabalho (Convenção nº 15, de 1º de junho de 1983) estabelece como finalidade da reabilitação profissional "permitir que uma pessoa com deficiência obtenha e mantenha um emprego adequado e progrida no mesmo, promovendo-se assim a sua inclusão social". A reabilitação profissional traz à tona a inserção da pessoa deficiente no mercado de trabalho, fazendo surgir a seguinte questão: de que forma devemos atuar para promover o ingresso e participação das pessoas deficientes no emprego? A busca de uma resposta nos leva a dois alvos diferentes que estão intrinsecamente ligados: à pessoa que é portadora de uma deficiência e a sociedade em geral. As ações a serem desenvolvidas, tendo como objetivo a construção de um contexto inclusivo de trabalho, envolvem a implantação de serviços de apoio à pessoa com deficiência e ações dirigidas à sociedade, destinadas a eliminar barreiras sociais e físicas no ambiente e no local de trabalho. A atuação junto à pessoa portadora de deficiência implica na oferta de serviços diretos, voltados à formação profissional, à reabilitação e à capacitação profissional, à educação básica e a serviços de apoio. Um outro nível de atuação compreende a capacitação dos profissionais de reabilitação profissional, o treinamento e a reciclagem de técnicos, visando garantir a eficiência e a eficácia dos serviços oferecidos. A atuação junto à sociedade permite a inserção da pessoa com deficiência nos serviços regulares de saúde e de educação, de esporte, lazer e trabalho, e a implantação de serviços especiais para aquelas pessoas que apresentam necessidades especiais em decorrência da deficiência, bem como mobilizar a atenção e o interesse da população para a existência desse segmento populacional e para suas necessidades e direitos, enquanto cidadãos. O desenvolvimento de ações permanentes junto aos órgãos públicos e legisladores se faz necessário para garantir a atenção e a proteção aos direitos das pessoas deficientes. Tendo em vista o ingresso no emprego, o mercado de trabalho torna-se o foco principal das ações junto à sociedade, na perspectiva aqui dimensionada. Duas frentes de atuação são necessárias, no que se refere ao desenvolvimento das ações junto ao mercado de trabalho: ações internas nas empresas e ações externas, junto à comunidade.

As ações internas estão voltadas para quatro áreas da empresa: produção, recursos humanos, serviço social e psicologia e serviço especializado de Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho.

Paralelamente às ações desenvolvidas junto à empresa privada, ações externas devem ser implantadas para garantir o ingresso efetivo de pessoas deficientes no mercado de trabalho. Ações junto ao Poder Público, para garantir uma legislação adequada de proteção ao trabalhador e uma política de prevenção de deficiências nos planos nacional, federal e municipal, são indispensáveis em um programa de promoção de emprego para pessoas deficientes.

Em 1980, pesquisa realizada na cidade de Bauru, para verificar a atitude do empregador com relação à contratação de pessoas deficientes mostrou algumas justificativas então apresentadas pelo empregador para não empregar essas pessoas: Pessoas com deficiência

produzem menos; Pessoas com deficiência apresentam maior índice de absenteísmo; Pessoas com deficiência criam uma imagem negativa para a empresa; Risco de contágio; Risco de acidentes no trabalho, gerando altos custos; Alto custo para efetivação de adaptações no local de trabalho; As pessoas não deficientes devem ter prioridade para o emprego.

Paralelamente a estas justificativas, foram apresentados fatores vistos pelos empregadores como importantes, na situação de contratação de empregados, em geral: competência, segurança, custos e imagem da empresa. Nos treze anos decorridos após esta pesquisa, muitas mudanças ocorreram no mercado de trabalho. O ingresso de pessoas deficientes, nesse mercado, tornou-se o melhor instrumento de conscientização e de mudança de atitude para os empregadores. Estes passaram a conviver lado a lado com trabalhadores deficientes, em contato com a situação real e concreta de competência, segurança, produtividade e de qualidade apresentada por essas pessoas quando lhes é garantida a mesma oportunidade que é oferecida àquelas pessoas não portadoras de deficiência.

Os obstáculos para emprego, enfrentados dia a dia pelas pessoas que vivenciam a marginalização pela deficiência, são muitos: transporte não adaptado; falta de preparação adequada, tanto no nível educacional quanto profissional; falta de disponibilidade de serviços especializados de Educação e Saúde; falta de apoio governamental no que diz respeito aos recursos financeiros, além de barreiras sociais causadas pelo desconhecimento das deficiências e doenças por parte da população em geral, o que gera mitos, preconceitos e rejeição. Igualdade de oportunidades é a reivindicação das pessoas que são portadoras de deficiência, através da abertura do mercado de trabalho, da aquisição de um emprego e do favorecimento da integração na vida da comunidade. Para a empresa, a garantia do livre acesso ao trabalho, direito explícito na Declaração Universal dos Direitos Humanos, representa o amplo cumprimento de sua função social.

2.4 As Pessoas com Deficiência e os Diferentes Níveis de Emprego

O mercado de trabalho compreende diferentes e diversos níveis de emprego que poderão e deverão ser explorados para aumentar e garantir a oportunidade de ingresso de pessoas portadoras de deficiência na força de trabalho e sua participação plena na vida da comunidade. Até o presente momento, algumas formas de emprego têm sido mais exploradas do que outras.

São as seguintes as modalidades mais freqüentemente buscadas para a inserção da pessoa com deficiência na força de trabalho: Emprego competitivo, sem nenhuma adaptação relacionada à deficiência; Emprego na empresa, com alguma adaptação relacionada à deficiência; Formas alternativas de emprego domiciliar; Atividade ocupacional no lar · emprego em atividade rural; Cooperativas

O período de acompanhamento do empregado será determinado em função das necessidades de cada caso (necessidades da pessoa e da empresa), para garantir o ajustamento ao trabalho e a conseqüente retenção de emprego. Uma pessoa tem trabalhabilidade quando ela apresenta capacidade para desempenhar um trabalho, e quando ela possui as habilidades requeridas para a função considerada. Esta pessoa tem empregabilidade quando ela é capaz de obter e manter o emprego. A informação necessária para determinar a condição de trabalhabilidade de um indivíduo é fornecida pela avaliação profissional.

O potencial para sua colocação/empregabilidade é avaliado a partir da história do trabalho, aparência pessoal, motivação, condições de utilização de transporte e outras. Um indivíduo apresenta potencial para trabalho quando atinge índice de produção e qualidade competitivos. E o indivíduo apresenta potencial para emprego quando apresentar capacidade para produção, qualidade e um relacionamento harmônico entre companheiros de trabalho, os supervisores e a empresa em geral.

2.5 Marketing Social

Segundo Philip Kotler, Marketing é "o conjunto de ações desenvolvidas por uma empresa ou marca com o objetivo de atender às necessidades de um determinado mercado". Segundo esta mesma teoria, os fatores sobre os quais o gerente de marketing pode trabalhar são: produto, preço, distribuição e comunicação - os famosos 4 Ps. Em mercados cada dia mais concorridos, o desafio imposto aos gestores de marketing, dia após dia, é o da diferenciação, isso é, agregar características ao seu produto que farão com que o consumidor prefira a marca da sua empresa à da empresa concorrente. As diferenciações de produto, cada vez duram menos. Com o avanço da tecnologia, os produtos disponíveis para venda no mercado passam a ser sempre muito parecidos: uma empresa lança um diferencial qualquer e, em pouco tempo, ele já foi copiado por seus concorrentes. O mesmo vale em relação ao preço: métodos de produção similares, ganhos de escala de produção e a grande concorrência dos fornecedores, fazem com que os preços de produtos de qualidade similar sejam sempre muito parecidos. Já as estratégias de distribuição podem variar um pouco: algumas empresas optam por vendas diretas ao consumidor, outras trabalham com um ou mais intermediários. O canal de venda, passa a ter um papel importante, já que é através dele que o consumidor vai ter acesso ao produto e, para a maior parte dos produtos, se o acesso for difícil, o consumidor comprará uma marca concorrente. Se a diferença não está no produto, nem no preço, nem na distribuição, como comunicar algo que faça o consumidor dar preferência à sua marca em detrimento da do concorrente?

O consumidor pode ver a sua marca com outros olhos, através das ações sociais. Por que isso funciona?

Vivemos em um país com grandes desigualdades sociais e a população gostaria de poder contribuir para a solução destes problemas. Como eles são muitos e muito grandes, a sensação que temos é que nossa ajuda não fará grande diferença, mas quando descobrimos uma empresa (ou marca), disposta a mobilizar recursos em torno de uma causa, sentimos que podemos apoiá-la e, juntos, fazer uma grande diferença. É por isso que muita gente que nem gosta muito de sanduíche, vai ao Mc Donald's no McDia Feliz. De alguns anos para cá, os consumidores começaram a dar preferência pela compra de produtos que, de alguma forma, beneficiam causas que eles julgam importantes e isso é, sem dúvida, uma oportunidade para a empresa de criar uma imagem positiva, diferenciada e, como consequência, alavancar vendas. Neste sentido, a ação social, pode ser vista como uma nova estratégia de diferenciação. Através do benefício gerado para uma causa de interesse, podemos trazer um diferencial para o produto ou marca e, com isso, ganhar a preferência do consumidor. Mas este não é o único público que impactamos com uma ação deste tipo. Para a maior parte das empresas, o contato com o consumidor é intermediado por distribuidores, atacadistas e varejistas. Este também é um público para o qual precisamos nos diferenciar.

É necessário que eles preferiam revender nossos produtos aos dos concorrentes e, neste caso, a ação social da empresa poderia ser focada na melhora do relacionamento com os intermediários, gerando, "por tabela", um incremento de vendas. É por isso que as ações sociais precisam ser desenvolvidas de acordo com os problemas enfrentados por cada empresa (ou marca), sempre levando em consideração as características do mercado onde ela atua. Vários *stakeholders* podem ser o foco de interesse desta ação social: fornecedores de matérias-primas, funcionários envolvidos na produção e na venda, distribuidores, varejistas, transportadoras, empresas de comunicação, entre outros, já que todos são impactados pelos negócios da empresa e, podem influenciar sua imagem e poder de venda junto ao consumidor final. A comunicação em massa desta atividade passa, portanto, a ser opcional. É possível comunicá-la apenas para o seu público de interesse e conseguir os resultados desejados, com um custo muito baixo de comunicação.

2.6 Os Desafios do Gerenciamento de Ações de Marketing Social

As empresas vivem um momento onde está cada vez mais dispendioso aumentar a participação de suas marcas no mercado. Os clientes, cada vez mais exigentes, tornam-se difíceis de ser fidelizados e todo diferencial possível precisa ser explorado a fim de ajudar a marca a manter (ou aumentar) sua participação em mercados cada dia mais concorridos. O Marketing Social representa uma oportunidade importante para as marcas passarem a um patamar superior, é uma forma efetiva de diferenciar produtos e melhorar a imagem corporativa.

Por este motivo, é crescente o número de empresas que fazem promoções ou associam sua imagem a causas sociais, como forma de estimular vendas ou agregar valor a sua imagem institucional. Do ponto de vista do consumidor, adquirir produtos de uma empresa ou marca que esteja associada a uma causa social relevante é uma ótima oportunidade de tornar real o desejo de participar, pertencer, compartilhar e sentir a auto-realização, característicos do topo da Hierarquia das Necessidades de Maslow. A fim de viabilizar esta estratégia de atuação, as empresas firmam acordos com entidades sem fins de lucro, que executam as ações propostas e, em seguida, convidam os consumidores a colaborarem com a causa, simplesmente consumindo produtos daquela marca.

A idéia, muito boa do ponto de vista estratégico, precisa ser planejada com antecedência, para que o processo funcione bem. Como toda atividade em que existem vários parceiros envolvidos, é necessário planejar as ações com antecedência a fim de promover a satisfação e trazer vantagens para todas as partes envolvidas.

Segundo James Austin, existem 7 itens que precisam ser analisados com atenção: Clareza de Objetivos; Conexão com as pessoas e com os objetivos; Congruência de missão, estratégias e valores; Criação de valor; Comunicação entre parceiros; Continuum de aprendizagem; Compromisso com a aliança.

O sucesso destas ações, no entanto, não é garantido. Se não forem tomados os devidos cuidados, a ferramenta pode ter um efeito contrário ao esperado inicialmente. Desta forma, deve ser dada uma especial atenção às etapas de planejamento e estruturação da campanha.

2.7 Mercado Potencial

Se levarmos em consideração que 14,5% da população brasileira, segundo o IBGE 2000, têm algum tipo de deficiência, leve ou profunda, e supondo que suas famílias são formadas por, no mínimo mais duas pessoas: pai e mãe -, teremos então o resultado multiplicado por três, perfazendo um total aproximado de 81 milhões de pessoas lidando cotidianamente com o assunto. Em porcentagens, 45% da população convivem diariamente com esse universo, ou seja, quase um em cada dois brasileiros.

Se avaliarmos os 27 milhões de brasileiros com deficiência, ou mais de 80 milhões - se incluirmos suas famílias - como consumidores, veremos que esse segmento tem uma parcela significativa na economia brasileira. Cabe ainda lembrar que cerca de 10 milhões de pessoas com deficiência estão integradas ao mercado de trabalho, informal ou formal e que segundo a Fundação Getúlio Vargas (2000), a renda média mensal dessas pessoas era de R\$530, enquanto a dos demais trabalhadores foi de R\$628. De acordo com o Centro de Políticas Sociais da FGV, a renda corrigida dessa fatia da população passou a R\$823 em 2005, contra R\$977 dos demais assalariados. Em renda, estamos falando de cerca de R\$ 8 bi por mês, quase R\$ 100 bi por ano (número obtido com base na correção do Índice de Preços ao Consumidor do IBGE). Para exemplificarmos melhor o assunto, na quinta edição da Reatech, a Feira Internacional de Tecnologia em Reabilitação e Inclusão realizada em 2005, o volume de negócios atingiu a cifra de R500 milhões. Para 2006, os organizadores esperam um crescimento de 20% em vendas, número de expositores e presença de público.

A Receita Federal informa que expediu 3.866 carteiras de isenção para pessoas com deficiência interessada em adquirir carros zero quilômetro, em 2004, só nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte. A Volkswagen vendeu cerca de 80 veículos adaptados de sua linha de fábrica, que inclui nove modelos, que vai do Gol ao Golf. A Honda e a Toyota não entregam carros adaptados de fábrica, mas possuem programas de inclusão que adaptam veículos em empresas especializadas.

De olho neste gigantesco mercado consumidor, outras empresas tratam de se adaptar para atendê-lo. Marcas como a Natura, de cosméticos, a Sadia, de alimentos, a rede de *fast food* Mc Donald's e o Laboratório Ache desenvolveram embalagens de produtos grafadas em braile. Companhias aéreas como a TAM e a GOL realizam treinamento de suas equipes de terra e ar para lidar com o público com deficiência. A Federação Brasileira de Bancos (Febraban) custeou o treinamento de cerca de 900 pessoas com deficiência desde 2002, com vistas a contribuir para sua qualificação e inserção no mercado de trabalho.

Assim, podemos dizer que de qualquer lado que se busquem números, vê-se um segmento vivo, pulsante, com oportunidades para todos os lados.

2.8 Custos Estimados das Adaptações para Acessibilidade

Segundo a arquiteta Adriana Almeida Prado, da Fundação Prefeito Faria Lima – CEPAM – “quando o projeto nasce adaptado o custo que se acrescenta normalmente não chega a 2%”.

Um fator importante a se considerar quando se tem um espaço acessível, com autonomia e segurança, é que esta pessoa pode estar apta a ocupar um espaço no mercado de trabalho (passando a ser produtiva, portanto) e também libera uma outra pessoa que poderia estar assistindo-a. Por essa razão, estimativas dos americanos apontam que se tem um retorno social de aproximadamente 7 dólares para cada 1 dólar investido em acessibilidade.

3. Metodologia

3.1 Tipo de Pesquisa

A pesquisa é de caráter não experimental, caracterizando-se por constatar fatos, sem manipulação de variáveis. Será estruturada em três partes, as quais seguem:

1. Pesquisa bibliográfica do tema;
2. Pesquisa documental – Será realizada em documentos oficiais existente em órgãos públicos, CREA, IBGE, material de palestras sobre o assunto, entre outros;
3. Pesquisa de campo – Aplicação de questionários às pessoas que trabalham direta ou indiretamente com essa questão, além de entrevistas sobre as dificuldades encontradas.

3.2 Estratégia

Método: descritivo - baseado em pesquisas de livros, artigos científicos, Internet e aplicação de questionários e entrevistas.

Técnicas: entrevista, questionários, uso de fotos para posterior análise, e inferências a respeito do tema.

3.3 População e Amostra

A população é constituída por proprietários de imóveis, empresários e administradores de empresas tradicionalmente estabelecidas, onde os imóveis se enquadram nas especificações de obrigatoriedade de adaptações a deficientes físicos, além de arquitetos e engenheiros.

Para amostra, foram analisadas 32 (trinta e duas) empresas, em diversos segmentos e regiões da cidade de São Paulo.

4. Resultados e Discussões

Os resultados da Pesquisa de Campo após tabulados, nos permitiu apresentá-los na forma gráfica. A seguir são apresentados e discutidos alguns desses resultados:

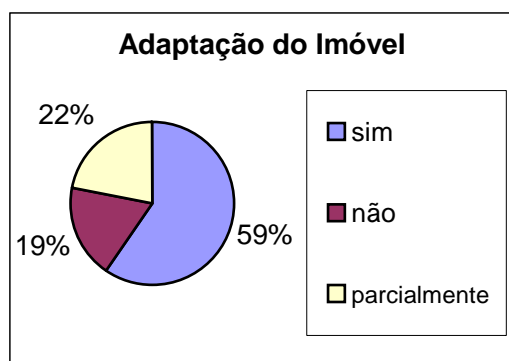


Figura 1 – Quantidade de Imóveis Adaptados
Fonte: Dados de Pesquisa

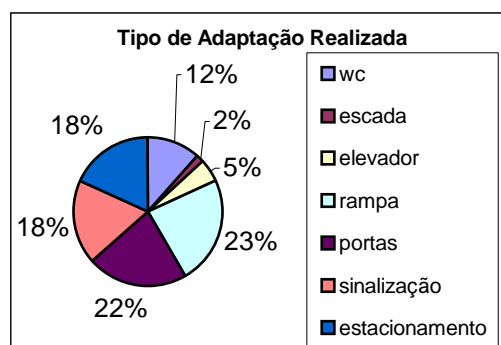


Figura 2 – Áreas mais Adaptadas
Fonte: Dados de Pesquisa

Conforme as figuras 1 e 2, 59% declararam que os imóveis estão adaptados, contra 22% que estão parcialmente adaptados e somente 19% responderam que não estão adaptados e a maioria das adaptações feitas nas edificações é realizada através de rampa com 23%, seguido de portas com 22%, estacionamento e sinalização com 18%, banheiros com 12%, elevadores com 5% e escadas com 2%. Isso mostra que a grande maioria dos respondentes estão preocupados com o assunto e que mesmo que a adaptação não esteja em conformidade com as normas já se mobilizaram ou o estão fazendo no sentido de fazer cumprir las. Já 75% dos casos declararam que não existe uma população maior que 600 pessoas utilizando o imóvel. Isso mostra que a maioria dos imóveis pesquisados não foi composta por grandes edifícios e principalmente aqueles com grande fluxo de pessoas. Um percentual semelhante, 70% é declarado para existência de pessoas portadoras de deficiência que freqüentam o imóvel no papel de visitantes, o que torna a situação ainda mais problemática, já que não conhecem direito o local. Na grande maioria dos casos esse visitantes deficientes estão com grupos pequenos de uma ou duas pessoas, o que sugere pouca gente para ajudar no deslocamento dentro do imóvel que não está adaptado.

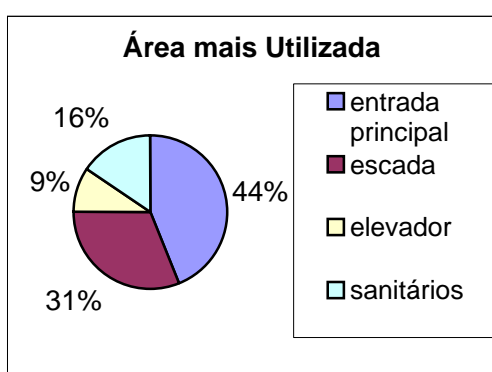


Figura 3 – Dificuldade no Acesso
Fonte: Dados da Pesquisa

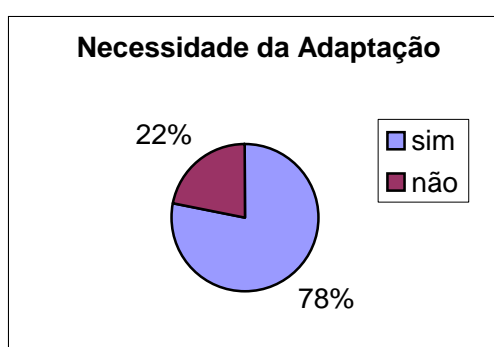


Figura 4 – Grau de Importância
Fonte: Dados de Pesquisa

As figuras 3 e 4 mostram que a principal dificuldade de acesso é a entrada principal ao imóvel com 44% seguido pelas escadas internas com 31%, sanitários com 16% e elevadores com 9%, e em 56% dos casos não houve qualquer orientação ou treinamento sobre como

proceder para auxílio aos deficientes físicos e ainda assim, para 78% das pessoas, acreditam que seja importante a adaptação dos imóveis mesmo que não existam momentaneamente usuários deficientes;

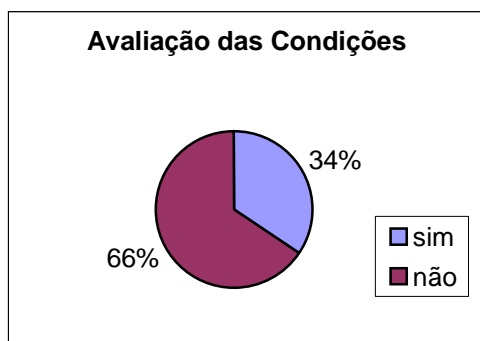


Figura 5 – Condições de Acessibilidade
Fonte: Dados de Pesquisa

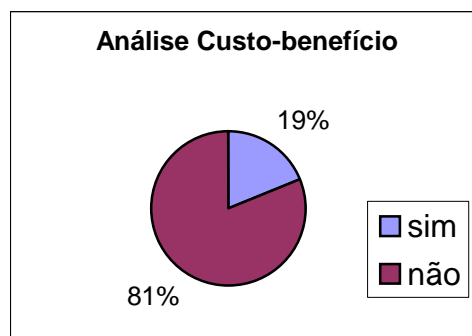


Figura 6 – Custo-Benefício
Fonte: Dados de Pesquisa

Conforme as figuras 5 e 6, em 66% dos casos, não há avaliações quanto às condições de acessibilidade do local quando de sua compra ou aluguel, sendo que esse percentual aumenta para 84% para negativa quanto à desclassificação do imóvel para a compra ou aluguel visto que o mesmo não está adaptado para deficientes. E quando perguntado se é analisado o custo-benefício para adaptação da edificação em atendimento à legislação, o percentual de 81% é conferido de forma negativa à pergunta.

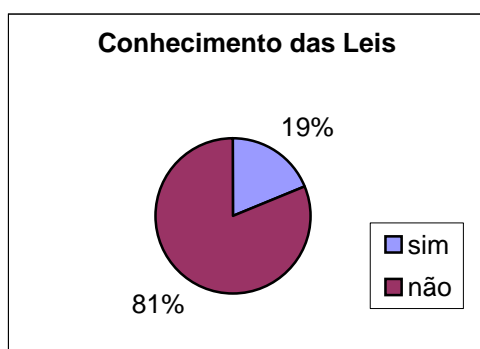


Figura 7 – Leis de Acessibilidade
Fonte: Dados de Pesquisa

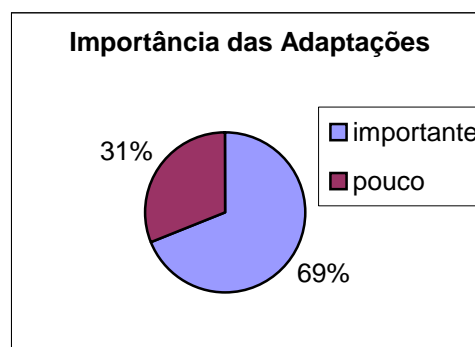


Figura 8 – Percepção de Inclusão
Fonte: Dados de Pesquisa

As figuras 7 e 8 mostram que em 81% dos casos responderam que não conhecem as leis sobre o assunto de acessibilidade abordado, e que 69% consideram as adaptações de acessibilidade importante, contra 31% que consideram pouco importantes. Pode-se então com base nesses dados supor que as pessoas sabem da importância, por se mobilizarem a fazer as correções necessárias, porém a grande maioria não conhece de forma concreta as leis e normas que tratam o tema acessibilidade.

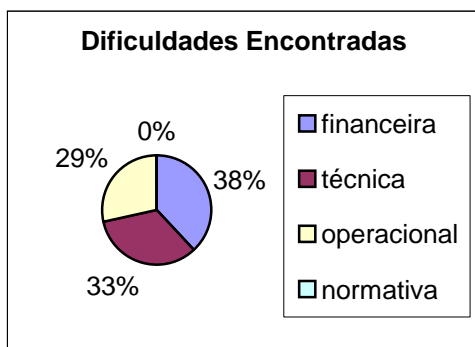


Figura 9 – Fatores Obstantes
Fonte: Dados de Pesquisa

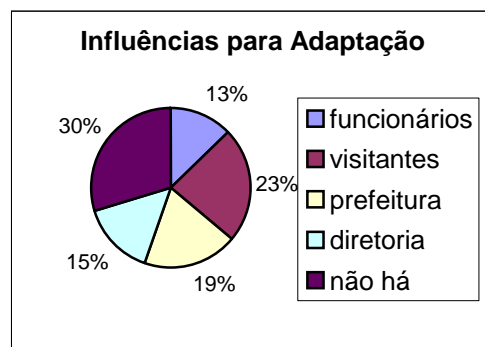


Figura 10 – Percepção de Inclusão
Fonte: Dados de Pesquisa

Conforme as figuras 9 e 10, a maior dificuldade encontrada para a adaptação do imóvel é relativo à área financeira com 38%, seguidos da parte técnica com 33%, operacional com 29%. Os dados mostram que a maior dificuldade ainda é a financeira, porém, essa é uma resposta clássica de donos de negócio, sendo que dessa forma deve ser analisada com critério, porque pode ser uma mera desculpa. No que se refere à influência encontrada para adaptar o imóvel vem dos visitantes a maior força, com 23%, seguidos da prefeitura com 19%, a diretoria da com 15% e funcionários com 13%. Ainda assim, para 30% não existe qualquer influência para adaptar o imóvel, ou seja, ninguém se mobiliza para tal fim.

5. Conclusões

A pesquisa indica que há uma certa preocupação quanto às pessoas deficientes físicas, porém, parte da sociedade desconhece a legislação vigente. Assim, as empresas pesquisadas não estavam adaptadas para acessibilidade, e em alguns casos nem parcialmente, conseqüentemente não possuíam as documentações necessárias previstas em lei.

Há uma indicação significativa que as empresas não só desconhecem a legislação como não tem interesse em fazer as adaptações necessárias ou contratar para o seu quadro de funcionários deficientes físicos. Dessa forma, fica claro que o conceito de inclusão social ainda é visto como algo governamental. Portanto, o comportamento do mercado perante as exigências para atendimento ao deficiente físico permanece somente como pró-forma, independente de exigências legais.

Para que se possa fazer uma inclusão social e a integração dos deficientes físicos com o ambiente de trabalho, precisa necessariamente que haja a conscientização das empresas para que a contratação de deficientes torne-se um processo gradativo e planejado, almejando a maximização da eficiência do funcionário, integração com as leis e assim o marketig social.

Cabe-se ainda dizer que a legislação e a normatização sobre o assunto foram concebidas de forma rígida e com critérios imprecisos para a sua necessidade, aprovação, execução e tempo de implantação, ocasionando deformações e “jeitinhos” por parte do empresariado para driblar essas situações. Ocorre assim uma transformação na cidade, onde o leigo acredita que está melhorando as condições para o deficiente físico quando na verdade se faz falsa a premissa. Podemos citar vários exemplos disso como vagas de estacionamento reservadas sem as dimensões necessárias para atendimento ao deficiente ou rampas íngremes feitas também sem os critérios necessários, entre outros, onde o princípio da autonomia e segurança, que é necessária para haver acessibilidade não se faz presente.

Por variáveis geográficas, políticas e econômicas, os atores sociais desse processo não adquiriram o sentimento social e cívico como os países que vivenciaram as guerras, principalmente os europeus. Conseqüentemente não desenvolveram a cultura, a educação e a visão sobre a importância da acessibilidade como a que esses povos trazem, entretanto não podemos esquecer que a violência, principalmente a do trânsito causa mais deficientes que uma guerra no Brasil. Cabe ressaltar que importar uma concepção de acessibilidade não levando em conta as características do sistema existente implica no fracasso dessa iniciativa, fato esse que está acontecendo no Brasil.

Por isso se faz necessário uma estratégia para que a acessibilidade seja alcançada de forma a se obter êxitos esperados e eficientes, com as empresas adaptadas no desenho universal, onde ela possa utilizar a empregabilidade das pessoas deficientes se inserindo positivamente no mercado globalizado.

6. Bibliografia

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9050: Acessibilidade de pessoas portadoras de deficiências a edificações, espaço, mobiliário e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, 2004.

FERREIRA, Daniel. **Áreas externas também precisam de acessibilidade**. CREA-SP: São Paulo, jan/fev 2004.

GISELE, Cláudia, et. al. **Economia eficiente. Sentidos**. São Paulo: Áurea, ano 06, n. 32, p.18-24, dezembro 2005.

MELLO, Guiomar Namó. **Com a palavra. Educar para a cidadania, sim. Mas com conteúdo. Nova Escola**. A revista do professor. São Paulo: Abril, ano 19, n. 175, p.16, set. 2004.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Guia de Acessibilidade em Edificações**. SEHAB/CPA, São Paulo, 2002.

Referências provenientes da Internet

FORTES, Rosana. A inclusão da diversidade: **Portador de deficiência no mercado de trabalho**. São Paulo, 2003. Disponível em: <http://www.apoenasocial.com.br/>. Acesso em: 04 março 2006.

GOLDSCHMIDT, Andrea. **Inclusão de deficientes e diversidade no mercado de trabalho**. São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.apoenasocial.com.br/>. Acesso em: 04 março 2006.

GOLDSCHMIDT, Andrea. **Marketing social: Uma estratégia poderosa**. São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.apoenasocial.com.br/>. Acesso em: 04 março 2006.

GOLDSCHMIDT, Andrea. **Os desafios do gerenciamento de ações de marketing social**. São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.apoenasocial.com.br/>. Acesso em: 04 março 2006.

PORTAL DEFICIENTE.COM. **Deficiente Online: Fiscalização de empresas para contratação de pessoas com deficiência.** São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.deficiente.com.br/>. Acesso em: 22 setembro 2004.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. **Acessibilidade.** São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.prodiam.sp.gov.br/acess/>. Acesso em: 22 setembro 2004.