

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
CAMPUS GOVERNADOR VALADARES
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA VIDA
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO**

Laís Sousa Costa

**SUSTENTABILIDADE SOCIAL EM RESTAURANTES COMERCIAIS DO
MUNICÍPIO DE GOVERNADOR VALADARES, MINAS GERAIS**

Governador Valadares – Minas Gerais

2018

Laís Sousa Costa

**SUSTENTABILIDADE SOCIAL EM RESTAURANTES COMERCIAIS DO
MUNICÍPIO DE GOVERNADOR VALADARES, MINAS GERAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Departamento de
Nutrição da Universidade Federal de Juiz
de Fora – Campus Governador Valadares,
como parte das exigências para a
obtenção do título de Nutricionista.
Orientador: Leandro de Moraes Cardoso

Governador Valadares – Minas Gerais

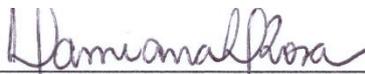
2018

Laís Sousa Costa

**SUSTENTABILIDADE SOCIAL EM RESTAURANTES COMERCIAIS DO
MUNICÍPIO DE GOVERNADOR VALADARES, MINAS GERAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado ao Departamento de
Nutrição da Universidade Federal de Juiz
De Fora – Campus Governador
Valadares, como parte das exigências
para a obtenção do título de Nutricionista.

APROVADO: 27 de novembro de 2018



Prof. Damiana Diniz Roça

Departamento de Nutrição/UFJF-GV



Prof. Angélica Cotta Lobo Leite
Carneiro

Departamento de Nutrição/UFJF-GV



Prof. Leandro de Moraes Cardoso
Departamento de Nutrição/UFJF-GV
(Orientador)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por me capacitar todos os dias e me dá forças até mesmo nos momentos de fraqueza.

Aos meus pais, por ser meu exemplo de vida, por sempre me apoiar e me encorajar a nunca desistir dos meus sonhos.

A minha avó Neci, pelas palavras de motivação me fazendo acreditar que sou capaz de conquistar sucesso profissional.

Ao Fernando Augusto, por ter chegado na minha vida no momento certo, por acreditar e me fazer acreditar em meu potencial e me ajudar sempre que preciso.

A Universidade Federal de Juiz de Fora, por oferecer um curso de excelência com profissionais altamente qualificados a nos preparar para o exercício da profissão.

À banca por ter aceitado participar da banca examinadora e pelas contribuições neste trabalho.

Ao professor Leandro de Moraes, pela orientação, pela confiança, pela paciência e por sempre ter uma palavra motivadora: “Fica tranquila, vai dar certo.”

RESUMO

A sustentabilidade social busca valorizar o respeito com o ser humano evidenciando seus direitos e suas particularidades. Estudos sobre as práticas de sustentabilidade social em serviços de alimentação, incluindo, os restaurantes comerciais, são escassos. Diante do exposto, este estudo objetivou identificar as ações para promoção da sustentabilidade social realizadas por restaurantes comerciais do município de Governador Valadares, Minas Gerais. Tratou-se de um estudo transversal realizado em 15 restaurantes comerciais. Para coleta de dados utilizou-se um questionário composto por questões abrangendo 7 temas e 9 subtemas. Todos os estabelecimentos avaliados eram de pequeno porte e a maioria não possuía nutricionista (90%) ou técnico em nutrição (93%). De forma geral, os restaurantes promoviam um elevado percentual de ações relacionadas à saúde e segurança dos empregados (87,8%), remuneração e benefícios (80,0%), relacionamento com consumidor (89,1%) e promoção da diversidade e equidade (78,8%). Os eixos: relação com empregados (66,7%), condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho (61,8%), apoio ao desenvolvimento de fornecedores (60,5%), compromisso com desenvolvimento profissional (50,6%) e compromisso com desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais (44,0%); foi verificado menos ações. Conclui-se que os restaurantes comerciais analisados realizam ações que contribuem para a promoção da sustentabilidade social, porém, estes estabelecimentos possuem potencial para a promover novas ações relacionadas ao tema.

Palavras-chave: sustentabilidade, restaurante, colaboradores, consumidores, fornecedores, comunidade.

SUMÁRIO

1	Introdução.....	3
2	Metodologia	4
3	Resultados e Discussão	5
4	Conclusão	14
	Referências Bibliográficas.....	15

ARTIGO**Sustentabilidade Social em Restaurantes Comerciais do Município de Governador Valadares, Minas Gerais**

COSTA LS ¹, CARDOSO LM^{2*}

¹ Graduanda em Nutrição pelo Campus Governador Valadares, Universidade Federal de Juiz de Fora

² Departamento de Nutrição, Campus Governador Valadares, Universidade Federal de Juiz de Fora

*Autor correspondente: Universidade Federal de Juiz de Fora, Campus GV, Rua São Paulo, 745 - Centro, Governador. Valadares - MG, 35010-180. E-mail: leandro.cardoso@ufjf.edu.br

Título resumido: Sustentabilidade Social em Restaurantes Comerciais

Sustentabilidade Social em Restaurantes Comerciais do Município de Governador Valadares, Minas Gerais

Social Sustainability in Commercial Restaurants of the Municipality of Governador Valadares, Minas Gerais

RESUMO: A sustentabilidade social busca valorizar o respeito com o ser humano evidenciando seus direitos e suas particularidades. Estudos sobre as práticas de sustentabilidade social em serviços de alimentação, incluindo, os restaurantes comerciais, são escassos. Diante do exposto, este estudo objetivou identificar as ações para promoção da sustentabilidade social realizadas por restaurantes comerciais do município de Governador Valadares, Brasil. Tratou-se de um estudo transversal realizado em 15 restaurantes comerciais. Para coleta de dados utilizou-se um questionário composto por questões abrangendo 7 temas e 9 subtemas. Todos os estabelecimentos avaliados eram de pequeno porte e a maioria não possuía nutricionista (80%) ou técnico em nutrição (93,3%). De forma geral, os restaurantes promoviam um elevado percentual de ações relacionadas à saúde e segurança dos empregados (87,8%), remuneração e benefícios (80,0%), relacionamento com consumidor (89,1%) e promoção da diversidade e equidade (78,8%). As menores adesões foram verificadas nos eixos: relação com empregados (66,7%), condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho (61,8%), apoio ao desenvolvimento de fornecedores (60,5%), compromisso com desenvolvimento profissional (50,6%) e compromisso com desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais (44,0%). Conclui-se que os restaurantes comerciais analisados realizam ações que contribuem a promoção da sustentabilidade social, porém, estes estabelecimentos possuem potencial para a promover novas ações relacionadas ao tema.

Palavras-chave: sustentabilidade, restaurante, colaboradores, consumidores, fornecedores, comunidade, comunicação, respeito.

ABSTRACT: Social sustainability aims to value human beings by showing their rights and their particularities. Studies on social sustainability practices in food services, including, restaurants, are scarce. In view of the above, this study aimed to identify actions to promote social sustainability carried out by commercial restaurants in the city of Governador Valadares, Brazil. It was a cross-sectional study carried out in 15 commercial restaurants. For data collection, a questionnaire composed of 7 themes and 9 sub-themes was used. All the results were small and a large amount of nutritional food (80%) or technical nutrition (93.3%). In general terms, gains promoted by a percentage of actions related to health and safety of employees (87.8%), remuneration and benefits (80.0%), consumer relations (89.1%) and equity (78.8%). The lowest accessions were verified in the axes: support to the development of suppliers (60.5%), commitment to professional development (50.6%), working conditions, quality of life and work hours (61.8%); and commitment to community development and management of partner actions (44.0%). It is concluded that the commercial restaurants analyzed carry out actions that contribute to the promotion of social sustainability, however, these establishments have the potential to promote new actions related to the theme.

Keywords: sustainability, restaurant, employees, consumers, suppliers, community, communication, respect.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, os recursos naturais não renováveis, econômicos e humanos tem sido utilizados sem preocupação com as gerações futuras (1). Contrapondo-se a este movimento, o desenvolvimento sustentável contribui para a promoção da sustentabilidade ao preconizar que o desenvolvimento da sociedade deve atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades (2).

A sustentabilidade é suportada pela interrelação de três dimensões primárias: a ambiental, a econômica e a social (3). A sustentabilidade ambiental corresponde à conservação e à preservação da integridade da natureza, sem modificações aparentes pelo homem. A sustentabilidade econômica objetiva a correção dos processos produtivos para obter desenvolvimento, sem limitar a dinâmica capitalista. A sustentabilidade social tem como propósito melhorar a qualidade de vida da população através da diminuição da desigualdade social e da garantia do acesso a direitos básicos individuais (3-5).

Embora as dimensões primárias da sustentabilidade sejam igualmente importantes, ainda são incipientes a abordagem e a realização de ações para a promoção da dimensão social da sustentabilidade. No ramo empresarial, por exemplo, a sustentabilidade social é promovida, principalmente, através de ações relacionadas aos direitos humanos, sendo estes divididos em direitos civis e políticos (vida e liberdade, igualdade perante a lei e liberdade de expressão) e direitos econômicos, sociais e culturais (trabalho, alimentação, saúde, educação e seguridade social) (6).

Os restaurantes comerciais são empresas que destinam-se, exclusivamente, a produção e a comercialização de refeições ao consumidor não cativo (7). Enquanto empresas, os restaurantes comerciais são importantes instrumentos para a promoção da sustentabilidade social (8). Destaca-se ainda o seu potencial para promover a saúde e a melhoria da qualidade de vida de seus colaboradores e consumidores através da promoção da Direito Humano a Alimentação Adequada e da Segurança Alimentar e Nutricional.

Até o momento, são desconhecidas as práticas socialmente sustentáveis adotadas em restaurantes comerciais, apesar das diversas possibilidades serem realizadas nestes estabelecimentos. Em estudos científicos em estabelecimentos de diferentes segmentos, verificou-se que as práticas socialmente sustentáveis realizadas objetivam o manejo sustentável dos sistemas agrícolas, a melhor distribuição de renda, a garantia da satisfação dos empregados, a retenção dos principais talentos da empresa, o aumento da

produtividade dos funcionários, a redução do riscos de acidentes, o bom relacionamento com os sindicatos, o respeito aos direitos humanos e as normas trabalhistas (9-11).

Diante do exposto, este estudo objetivou identificar as ações para promoção da sustentabilidade social realizadas em restaurantes comerciais do município de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil.

2 METODOLOGIA

Tratou-se de um estudo transversal realizado em uma amostra de conveniência de restaurantes comerciais situados no município de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil. A lista de restaurantes comerciais do município foi obtida via plataforma *Google Maps* (n=168). Desta lista, quarenta e cinco estabelecimentos foram excluídos por não se caracterizarem como restaurante comercial ou por não possuírem endereço completo e telefone para contato. Dos estabelecimentos elegíveis, 25 foram sorteados aleatoriamente e contatados por telefone. Destes, 15 restaurantes comerciais aceitaram participar do estudo.

Os proprietários ou gerentes dos estabelecimentos foram entrevistados em visitas previamente agendadas. Para a entrevista, utilizou-se uma adaptação online de um questionário para avaliação da sustentabilidade social em estabelecimentos de diferentes segmentos (12). Devido a extensão do questionário original e a falta de adesão de algumas questões à realidade de restaurantes comerciais de pequeno porte, apenas as questões classificadas como essenciais ou básicas foram selecionadas.

O questionário adaptado foi composto por 52 questões distribuídas em 6 temas (9 subtemas): 1) saúde e segurança no trabalho e qualidade de vida (saúde e segurança dos empregados, condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho); 2) relações de trabalho (relações com empregados); 3) desenvolvimento humano, benefícios e treinamentos (compromisso com desenvolvimento profissional, remuneração e benefícios), 4) ações afirmativas (promoção da diversidade e equidade), 5) respeito ao direito do consumidor (relacionamento com consumidor) e 6) gestão de impactos na comunidade e desenvolvimento (apoio ao desenvolvimento de fornecedores, compromisso com desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais). Além disso, foi incluído no questionário uma sessão com questões para identificação e caracterização dos restaurantes comerciais.

Os dados foram tabulados automaticamente pelo *Google Forms* em planilha do *Excel*. Os resultados foram apresentados em frequência absoluta e percentual calculadas utilizando o software *Microsoft Office Excel*, versão 2016. A pesquisa foi aprovada pelo

Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Juiz de Fora (CAAE nº 77985117.1.0000.5147) e cumpriu as diretrizes e normas que regem as pesquisas envolvendo seres humanos (Resolução nº 196/96).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Todos os restaurantes comerciais analisados eram de pequeno porte e produziam menos de 500 refeições por dia. A maioria dos estabelecimentos existia há menos de dez anos e empregavam de cinco a dez funcionários que trabalhavam em jornada diária de oito horas (Tabela 1).

Apesar de 26,7% dos estabelecimentos possuírem nutricionista ou técnico em nutrição, a jornada diária de trabalho destes profissionais era de, em média, 5 horas e 45 minutos. Menos de 20% dos restaurantes comerciais possuíam algum profissional de nutrição capacitado quanto à sustentabilidade social ou capacitavam os seus funcionários sobre este tema. O nível de conhecimento sobre a sustentabilidade social de profissionais de nutrição e de funcionários que atuam em restaurantes comerciais ainda é desconhecido. Ressalta-se que a presença de profissionais capacitados constitui uma importante etapa para a promoção da sustentabilidade social nestes estabelecimentos sendo o nutricionista, bem como, o técnico em nutrição, fundamentais para desenvolver estratégias para capacitar a equipe (13).

Em média, 87,8% dos restaurantes comerciais realizavam as ações voltadas para a saúde e a segurança dos empregados (Tabela 2). Entre estas, as mais prevalentes (<90%) foram a manutenção de documentos atualizados e completos referentes à saúde e a segurança dos empregados e o atendimento às normas regulatórias sobre estes temas. Além disso, 80% dos restaurantes dispunham de um responsável pela saúde e segurança dos empregados e 86,7% realizavam treinamentos regulares ou campanhas de sensibilização.

Os restaurantes comerciais possuem inúmeros agentes ambientais que podem representar riscos ocupacionais aos seus funcionários. Entre estes, os principais identificados são falhas na iluminação, na ventilação, no sistema elétrico, no piso e no escoamento; a falta de manutenção de equipamentos e ferramentas, de equipamentos de proteção individual; a falta de capacitação em saúde e segurança e de supervisão (14). Desta forma, a atenção com a saúde e a segurança do trabalhador em restaurantes comerciais é necessária, bem como, como uma estratégia para a promoção da sustentabilidade social através cuidado e respeito ao funcionário.

Tabela 1: Caracterização de restaurantes comerciais de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil (n=15).

Características dos restaurantes	Frequência	
	Relativa (%)	Absoluta (n)
Tempo de existência		
1 – 10 anos	46,7	7
10 – 20 anos	26,7	4
20 – 35 anos	20,0	3
35 anos ou mais	6,7	1
Número de funcionários		
1 – 5 funcionários	13,3	2
5 – 10 funcionários	60,0	9
10 – 20 funcionários	20,0	3
20 funcionários ou mais	6,7	1
Jornada de trabalho dos funcionários		
6,5 horas	6,7	1
7 horas	20,0	3
8 horas	66,7	10
12 horas	6,7	1
Número de profissionais de nutrição		
Técnico em nutrição	6,7	1
Nutricionista	20,0	3
Jornada de trabalho dos profissionais de nutrição		
2 horas/dia	6,7	1
5 horas/dia	6,7	1
8 horas/dia	13,3	2
Possuiu profissional capacitado quanto a sustentabilidade social?		
Responsável pelas atividades de manipulação de alimentos / responsável técnico	20,0	3
Promove capacitação sobre sustentabilidade social?		
Dos colaboradores	13,3	2
Dos fornecedores	0	0

Tabela 2: Condições de trabalho dos restaurantes comerciais de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil.

Ações desenvolvidas pelos restaurantes	Frequência (%)		n
	Sim	Não	
Saúde e segurança dos empregados			
Possui e mantém os documentos legais relativos a Saúde e Segurança do Trabalho atualizados e completos	100	0	15
Atende às exigências das Normas Regulatórias ou tem um plano de ação para garantir o seu cumprimento	93,3	6,7	15
Possui um responsável pela saúde e segurança dos empregados	80,0	20,0	15
Possui um compromisso ou uma política de saúde e segurança	80,0	20,0	15
Realiza regularmente treinamentos em saúde e segurança com empregados	86,7	13,7	15
Realiza campanhas regulares de sensibilização de Saúde e Segurança, que visam o bem-estar dos empregados	86,7	13,7	15
Média ponderada	87,8	12,2	-
Condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho			
Respeita as horas da jornada de trabalho dos empregados	100	0	15
Compensa as horas extra de todos os empregados, de forma regular e registrada	100	0	8
Realiza um planejamento, evitando horas extras frequentes	100	0	15
Possui iniciativas de combate ao estresse dos empregados	20,0	80,0	15
Promove exercícios físicos em horário de trabalho	6,7	93,3	15
Média ponderada	61,8	38,2	-
Relação com empregados (efetivos, temporários ou parciais)			
Caso tenha alguma pendência em relação à legislação trabalhista, toma medidas necessárias para saná-la	100	0	15
Há um canal de fácil acesso para sugestões, opiniões e reclamações relativas a condições de trabalho	100	0	15
Média ponderada	66,7	33,3	-

No que se refere às condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho, 80% dos restaurantes comerciais não possuíam iniciativas para combater o estresse dos funcionários e em 93,3% dos estabelecimentos os funcionários não realizavam exercícios físicos em horário de trabalho. Os locais destinados a produção de refeições possuem características que podem aumentar o estresse dos colaboradores (14). O estresse contribui para o desequilíbrio emocional, o constrangimento social, o afastamento do trabalho, a necessidade intervenção hospitalar, a queda de produtividade, a perda de oportunidades, o absenteísmo dos funcionários e para prejuízos financeiros para a empresa (15).

Intervenções no local de trabalho relativas ao incentivo a atividades físicas e aos cuidados com a saúde tais como exercícios posturais, caminhadas, Hatha Yoga, ginástica laboral e programas visando a redução de peso melhoram a saúde, a autoestima e a produtividade do trabalhador (16). Em um estudo recente (17), demonstrou-se que em um restaurante universitário eram aplicadas técnicas de ergonomia e promovidas ginásticas laborais preparatórias, compensatórias e de relaxamento visando melhorar as condições de trabalho e a qualidade de vida de seus funcionários.

Todos os estabelecimentos procuravam sanar possíveis pendências em relação a legislação trabalhista. Deve-se ressaltar que esta ação constitui uma exigência legal e, desta forma, a sua ocorrência nos restaurantes comerciais participantes pode não objetivar a promoção da sustentabilidade social mas, sim, o cumprimento de obrigações legais. Além de sanar as pendências trabalhistas, os restaurantes comerciais mantinham algum canal informal de comunicação de fácil acesso para opiniões dos funcionários quanto às condições de trabalho. Em todo o processo organizacional, desenvolver a comunicação interpessoal e intersetorial é imprescindível para o crescimento da empresa. Além disso, a presença de canais de comunicação eficazes viabiliza as aspirações dos funcionários, facilitando a criação de mecanismos capazes de avaliar sua satisfação e fomentar a sua motivação. Assim, estes canais proporcionam um alinhamento entre as diretrizes e estratégias da empresa com o pensamento dos colaboradores (18, 19).

No que se refere a remuneração e aos benefícios concedidos aos empregados (Tabela 3), os restaurantes possuíam mais ações de cumprimento legal e tratativas iniciais em detrimento de iniciativas e ações práticas. Todos cumpriam com suas obrigações referentes a remuneração respeitando e cumprindo as convenções coletivas e aumentando os vencimentos de acordo com o salário mínimo. Ao analisar o cenário macro e microeconômico é possível perceber a importância dos estabelecimentos comerciais na

geração de empregos, impulsionando o crescimento econômico (20). Quando, além da contratação de pessoal, o empregador cumpre as exigências dos direitos trabalhistas, tais como, o pagamento de salários conforme as convenções coletivas, ele promove o desenvolvimento pessoal de seus funcionários, garantindo oportunidade de uma melhor qualidade de vida (21).

Tabela 3: Gestão financeira e benefícios dos restaurantes comerciais de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil.

Ações desenvolvidas pelos restaurantes	Frequência (%)		n
	Sim	Não	
Remuneração e benefícios			
Cumprir com todas as obrigações legais trabalhistas referentes ao pagamento de salários e benefícios	100	0	15
Respeita e cumpre as convenções coletivas em que seus empregados estão enquadrados	100	0	15
O menor salário da empresa aumentou em relação ao salário mínimo vigente	100	0	15
Oferece seguro de vida, plano de saúde ou outros benefícios securitários aos seus empregados	53,3	46,7	15
Oferece benefícios que abrangem os familiares, como participação em plano odontológico, bolsas de estudo, opções de lazer, etc.	46,7	53,3	15
Média ponderada	80,0	20,0	-
Compromisso com desenvolvimento profissional			
Oferece aos empregados treinamentos básicos para a realização de suas operações	86,7	13,3	15
Capacita seus empregados para o exercício da função designada	53,3	46,7	15
Tem treinamentos regulares visando o aprimoramento dos empregados nas funções atuais	73,3	26,7	15
Fornecer incentivos a cursos externos por meio de concessão de bolsas ou de tempo de trabalho	26,7	73,3	15
Oferece programas que contribuem para a erradicação do analfabetismo	13,3	86,7	15
Média ponderada	50,6	49,4	-
Apoio ao desenvolvimento de fornecedores			
Ao negociar com fornecedores locais, a empresa tem como base apenas critérios comerciais	57,1	42,9	14
Prioriza a relação de compra com fornecedores locais	64,3	35,7	14
Promove ações conjuntas com os fornecedores visando ao seu desenvolvimento técnico e gerencial	15,4	84,6	13
Respeita à sazonalidade e a capacidade de produção	100	0	15
Média ponderada	60,5	39,5	-

Em 53,3% dos restaurantes, os empregados possuíam seguro de vida, plano de saúde ou outro benefício securitário. Além disso, em 46,7% dos estabelecimentos os familiares possuíam participação em plano odontológico ou recebiam bolsas de estudo. Destaca-se que investir em gestão de recursos humanos, especialmente, no desenvolvimento de políticas de remuneração e benefícios securitários aumentam a motivação dos colaboradores da empresa (20), promovendo benefícios mútuos aos envolvidos.

As ações relacionadas ao compromisso com o desenvolvimento profissional tiveram adesão de pouco mais de 50% dos estabelecimentos. Aproximadamente 87% dos restaurantes comerciais ofereciam treinamento básico aos seus empregados para realização de suas operações e 53,3% os capacitavam para exercer a função designada. O treinamento tem como função, gerar crescimento e mudança de comportamento através de um processo educacional que garanta um melhor desenvolvimento pessoal e de habilidades no ambiente de trabalho (22). Assim, é imprescindível que a empresa inclua em seu planejamento, programas de treinamento de acordo com a demanda um vez que cada funcionário necessita de informações específicas para execução de seu trabalho. Desta dessa forma, pode-se obter mudanças comportamentais com melhoria no desempenho das tarefas designadas (23). Nenhuma das empresas contratava Jovens Aprendizizes, por não se enquadrar dentro do previsto na lei.

Apenas 12,7% dos restaurantes comerciais possuíam algum programa para erradicar o analfabetismo entre os seus funcionários. De forma geral, os manipuladores de unidades de alimentação e nutrição, que incluem os restaurantes comerciais, possuem baixo nível de escolaridade, em partes, devido a necessidade de mão-de-obra para serviços que exigem maior esforço físico do que intelectual (24). A educação é fundamental para o processo de formação crítica do ser humano o que contribui para o seu crescimento e aumenta a possibilidade de desenvolver sua capacidade cognitiva e, assim, de melhor se adaptar ao mercado de trabalho (25). Promover o desenvolvimento pessoal é um ato de grande relevância para promoção da sustentabilidade social, pois, estimula o desenvolvimento intelectual do funcionário o tornando apto a compreender melhor os treinamentos e as capacitações realizadas (23).

Em relação ao apoio ao desenvolvimento dos trabalhadores, 57,1% dos estabelecimentos negociavam com os fornecedores utilizando apenas critérios comerciais, ou seja, deixavam de considerar os aspectos sociais. Um dos fatores

determinantes da competitividade das empresas é a escolha do fornecedor. Conhecer as fontes de suprimento permite à empresa oferecer aos seus clientes os melhores produtos, com maior rapidez, eficácia no atendimento e flexibilidade e com o menor custo. Diante dos impactos diretos e indiretos gerados, percebe-se a importância de considerar mais critérios durante a seleção de fornecedores, dentre elas ações de sustentabilidade social, ambiental e financeira (26).

A maioria dos restaurantes comerciais priorizava a aquisição de insumos com fornecedores locais, porém, 84,6% das empresas não promoviam ações visando desenvolvimento de seus fornecedores. Todos os restaurantes respeitavam os seus fornecedores quanto a sua capacidade de produção e à sazonalidade dos produtos comercializados. O respeito a estes quesitos é indispensável para permitir a priorização de fornecedores locais, principalmente, os da agricultura familiar que, muitas vezes, não possuem a mesma capacidade de produção e de atendimento dos grandes fornecedores. Desta forma, ações como esta contribuem tanto para a sustentabilidade social, preservando a cultura local, quanto para a sustentabilidade econômica, auxiliando no crescimento econômico local (27).

Quanto a promoção da diversidade e equidade entre os funcionários (Tabela 4), 80% dos restaurantes possuíam canais informais ou não tratavam de forma pontual os casos de desrespeito aos direitos humanos. Na última década, práticas de trabalho degradantes têm sido evidenciadas em diversos segmentos empresariais. Desta forma, é de suma importância que os responsáveis pelos estabelecimentos promovam o respeito à diversidade visando propiciar um espaço que preserve a cultura de cada colaborador e que promova discussões saudáveis (28). Todos os restaurantes conheciam os impactos e os riscos aos direitos humanos, asseguravam-se de não praticar atos de desrespeito aos direitos humanos e atuavam para coibi-los, preveni-los, respeitá-los e remediá-los.

Tabela 4: Relação dos restaurantes comerciais de Governador Valadares, Minas Gerais, Brasil, com os consumidores e a comunidade.

Ações desenvolvidas pelos restaurantes	Frequência (%)		n
	Sim	Não	
Promoção da diversidade e equidade			
Possui canais informais e trata de forma pontual os casos de desrespeito aos direitos humanos	80,0	20,0	15
Assegura-se de não praticar discriminação contra qualquer parte interessada com a qual a empresa possua relacionamento	100	0	15
Analisa seus impactos potenciais e reais em direitos humanos	93,3	6,7	15
Conhece os potenciais riscos e impactos aos direitos humanos	100	0	15
Trata das questões dos direitos humanos sob as dimensões: prevenir, respeitar e remediar	100	0	15
Coíbe a cumplicidade direta ou indireta, vantajosa e silenciosa com atos de desrespeito aos direitos humanos	0	100	15
Média ponderada	78,8	21,2	-
Relacionamento com consumidor			
Possui canal de relacionamento para resolução de demandas de clientes/ consumidores	93,3	6,7	15
Monitora se as respostas às demandas de consumidores são dadas em tempo hábil e solucionadas	100	0	14
Disponibiliza aos seus clientes orientações sobre os direitos e deveres	80,0	20,0	15
Possui um ouvidor do cliente ou função similar	73,3	26,7	15
Treina seus profissionais de atendimento para garantir um atendimento ágil e uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor/ cliente	100	0	15
Média ponderada	89,1	10,9	-
Compromisso com desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais			
Realiza ações sociais de forma pontual	87,3	12,7	15
Usa recursos dos incentivos fiscais em projetos sociais ou culturais	0	100	15
Definiu uma área ou um responsável para Ações Sociais	67,3	32,7	15
Realiza diagnósticos para identificar possíveis áreas de atuação na comunidade.	47,3	52,7	15
Divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, estimulando a participação dos empregados	60,0	40,0	15
Mantém um plano anual de investimentos sociais	40,0	60,0	15
Divulga seus projetos em seus meios de comunicação, relatando os resultados atingidos	6,7	93,3	15
Média ponderada	44,0	56,0	-

A maioria dos restaurantes se preocupava em escutar o cliente através de canais para o recebimento de *feedback* sobre o serviço prestado. Além disso, em todos os estabelecimentos, os profissionais eram treinados para garantir um atendimento ágil e uma relação ética com respeito aos direitos do consumidor/cliente. Apenas 6,7% dos estabelecimentos ainda não possuíam canal de relacionamento para resolução de demandas de clientes e, conseqüentemente, não monitoravam às demandas dos consumidores. O consumidor constitui um dos pilares de uma empresa e, portanto, é imprescindível estabelecer uma relação comunicativa bidirecional (29). Neste sentido, inúmeros recursos tecnológicos podem ser empregados para facilitar o acesso do consumidor ao estabelecimento, tais como, aplicativos, redes sociais, sites, seja para *feedback* positivo ou negativo (30).

Vinte por cento dos restaurantes comerciais não disponibilizavam aos seus clientes orientações sobre os seus direitos e deveres. Uma importante ação para demonstrar respeito e orientar o consumidor é a manutenção de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor (31) em local visível e acessível ao público. O atendimento a esta exigência legal (Lei 8.078/90) (32) contribui para o processo educativo dos consumidores ao informá-los sobre as leis que regem os direitos e deveres.

O compromisso com o desenvolvimento da comunidade e a gestão das ações sociais demonstravam o envolvimento dos restaurantes na solução de problemas sociais. Sobre isso, 86,7% das empresas realizavam ações sociais ou atuavam em resposta a solicitações externas, sendo que nenhuma delas utilizava recursos de incentivos fiscais em projetos. Além disso, sessenta por cento estimulavam a participação dos seus empregados nas ações realizadas e 40% mantinham plano anual de investimentos sociais. No entanto, nenhum dos restaurantes comerciais divulgava os resultados atingidos em seus projetos e ações sociais.

Ao se instalar em um determinado local, um estabelecimento impacta positivamente de diferentes maneiras o ambiente, incluindo através da geração de emprego para sociedade. Os restaurantes comerciais participantes da pesquisa, além de prover esses impactos positivos, se preocupavam em realizar ações sociais, tais como: doação de alimentos não perecíveis para associações e entidades que demandam. Além destas ações, os restaurantes comerciais podem contribuir para a promoção da sustentabilidade social através da realização de ações de educação alimentar e nutricional, levando conhecimento à comunidade sobre as escolhas alimentares saudáveis, as práticas

higienicossanitárias adequadas e outras abordagens que permitam a garantia do Direito Humano à Alimentação Adequada e da Segurança Alimentar e Nutricional.

4 CONCLUSÃO

De forma geral, os restaurantes comerciais de Governador Valadares (Minas Gerais) analisados adotam um elevado percentual de ações que contribuem para a sustentabilidade social. Porém, esforços devem ser direcionados para a promoção de ações relacionadas à relação com empregados, condições de trabalho, qualidade de vida e jornada de trabalho, apoio ao desenvolvimento de fornecedores, compromisso com desenvolvimento profissional e compromisso com desenvolvimento da comunidade e gestão das ações sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Pereira AOK, Calgaro C. O impacto ambiental do hiperconsumo na sociedade moderna: as políticas públicas de sustentabilidade local. *Revista Jurídica*. 2016;3(44):232-56.
2. Brundtland OR. *Nosso Futuro Comum*, 1987. Acesso em. 2014;19(10).
3. do Nascimento EP. Trajetória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Estudos avançados*. 2012;26(74):51-64.
4. Laasch O, Conaway C. *Fundamentos da gestão responsável: sustentabilidade, responsabilidade e ética*. São Paulo: Cengage Learning; 2015.
5. Dias R. *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. 3 ed. São Paulo: Atlas; 2017. 248 p.
6. Associação Brasileira de Normas Técnicas. *NBR ISO 26000 Diretrizes de Responsabilidade Social*. Rio de Janeiro. 2010.
7. Burity V, Franceschini T, Valente F, Recine E, Leão M, Carvalho MdF. *Direito humano à alimentação adequada no contexto da segurança alimentar e nutricional: Abrandh Brasília*; 2010.
8. Conselho Federal de Nutricionistas. *Resolução CNF nº600, de 25 de fevereiro de 2018*. Brasília: DOU - Diário Oficial da União; 2018.
9. Gomes I. Sustentabilidade social e ambiental na agricultura familiar. *Revista de biologia e ciências da terra*. 2005;5(1).
10. Ávila FAF, Pereira RCM, Boas AAV, editors. *Responsabilidade social como estratégia utilizada na busca da liderança de mercado: o caso de uma indústria multinacional do ramo de pneumáticos*. Simpósio de excelência em gestão e tecnologia; 2006.
11. Araújo GCd, Mendonça PSM. Análise do processo de implantação das normas de sustentabilidade empresarial: um estudo de caso em uma agroindústria frigorífica de bovinos. *Revista de Administração Mackenzie*. 2009;10(2):31-56.
12. Instituto Ethos. *Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis*. São Paulo: Instituto Ethos 2014.
13. Preuss K. Integrando Nutrição e desenvolvimento sustentável: atribuições e ações do nutricionista. *Nutrição em Pauta*. 2009 (99):50-3.

14. Christóffoli TF, Durante LC, Stiz WdO, Moreira JVR, Blumenschein RN. Saúde, segurança e meio ambiente: análise preliminar de riscos em atividades que fazem o uso da água em cozinha hospitalar. *Engineering and Science*. 2018;7(3):28-41.
15. Amaral MA, Rodrigues dSF, Brandão RKSB, Tiola FPdS, Ferreira LB. Estresse Ocupacional: Um Estudo das Relações de Trabalho do Centro Municipal de Saúde de Iúna/Es. Rio de Janeiro: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia; 2013.
16. Hipólito MCV, Masson VA, Monteiro MI, Gutierrez GL. Qualidade de vida no trabalho: avaliação de estudos de intervenção. *Revista Brasileira de Enfermagem*. 2017;70:189-97.
17. Soares LCC, Lafetá JC, Durães GM, Oliveira J, Maia M. Benefícios de um programa de treinamento lúdico empresarial para funcionários de um restaurante universitário. *Revista Eletrônica Acervo Saúde*. 2018;2178:2091.
18. Sarábia-Cavenaghi L, Seolin-Dias L, Marchiori M. A interação entre os sujeitos (comunicação) e o processo de construção da sustentabilidade nas organizações. *Gestão e Sociedade*. 2018;12(32):2232-56.
19. Meirinhos RC, Barreto AM, Jornalismo. A Comunicação Estratégica como Fator de Retenção de Recursos Humanos. *Media e Jornalismo*. 2018;18(33):75-90.
20. da Silva JAG. Remuneração como Fator Motivacional: tem razão a Teoria da Expectância? *Revista Foco*. 2013;6(1):94-108.
21. Cavalli SB, Salay E. Gestão de pessoas em unidades produtoras de refeições comerciais e a segurança alimentar. *Revista de Nutrição*. 2007.
22. Gobbo ACNB, Rios EMG, Almeida AG. Visão de manipuladores de alimentos sobre treinamentos ministrados na UAN. Brasília: Centro Universitário de Brasília; 2017.
23. Pernambuco. Treinamento e Desenvolvimento Pernambuco: Caderno de Recursos Humanos, Secretaria de Educação e Esporte; 2014.
24. Xavier CT, Brum JM, Geremia T, Kuhn CMS. Remuneração com Fator Motivacional. *Revista de Administração da Faculdade Novo Milênio* 2013;6(1).
25. Luz LS. Os determinantes do desempenho escolar: a estratificação educacional e o efeito valor adicionado. *Anais do XV Encontro Nacional de Estudos Populacionais* 2016. p. 1-20.
26. de Oliveira AA. Critérios Socioambientais para a Seleção de Fornecedores: Um caso para estudo. Limeira: Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas; 2015.

27. de Queiroz SG, Estender AC, Galvão M. Responsabilidade social: uma estratégia para as empresas se destacarem no mercado. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia; 2014.
28. Avelar BC. O Plano de Comunicação Interna: da formulação à implantação pela área de Recursos Humanos de uma Empresa Pública do Distrito Federal. Brasília: Universidade de Brasília (UnB) Faculdade de Comunicação (FAC); 2016.
29. Baptista DRA. A comunicação com clientes: Um estudo de caso. Coimbra: Universidade de Coimbra; 2015.
30. Drudi PH, Lopes MS, Gimenes-Minasse MHS. A economia da experiência aplicada a websites: uma análise dos restaurantes premiados pelo Guia Michelin na cidade de São Paulo (BRA). *Applied Tourism*. 2017;2(2):78-110.
31. Brasil. Ministério da Justiça. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº12.291, de 20 de julho de 2010. . Brasília: DOU - Diário Oficial da União; 2010.
32. Brasil. Ministério da Justiça. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília: DOU - Diário Oficial da União; 1990.