

PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL DE UMA PRESTADORA DE SERVIÇOS EM PLANOS DE SAÚDE

RESUMO

Com a crescente busca por consciência socioambiental nas organizações, esta pesquisa visou evidenciar as práticas de sustentabilidade socioambientais desenvolvidas por uma prestadora de serviços em planos de saúde na cidade de Porto Alegre, também verificou o engajamento dos colaboradores e a percepção desse público e da gestora socioambiental quanto ao valor atribuído à imagem corporativa em relação a essas práticas. A pesquisa, quali-quantitativa, utilizou dois instrumentos: uma entrevista com roteiro estruturado, com a gestora da área; e um questionário, com perguntas fechadas, dirigida a 237 colaboradores, amostra com um nível de confiança de 90% e um erro amostral de 5%. Foi utilizada a análise documental, baseada no relatório de sustentabilidade de 2018 da empresa. Quanto aos procedimentos, consistiu em um estudo de caso. A empresa pesquisada é líder no mercado de assistência à saúde na capital, com destaque no ranking das 100 maiores do estado. Tamanha estrutura da empresa despertou o interesse da pesquisadora quanto aos impactos dessas ações. Através da pesquisa foram identificadas as práticas de responsabilidade socioambientais desenvolvidas, quais dessas ações os colaboradores mais se engajam e conclui que essas ações e práticas trazem retorno positivo ao reconhecimento da marca e da imagem institucional.

Palavras-Chave: Sustentabilidade; Socioambiental; Colaboradores; Engajamento; Valor atribuído à marca.

SOCIAL AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY PRACTICES OF A HEALTH PLAN SERVICE PROVIDER

ABSTRACT

With the growing search for socio-environmental awareness in organizations, this research aimed to highlight the socio-environmental sustainability practices developed by a service provider in health plans in the city of Porto Alegre, it also sought to verify the engagement of employees and the perception of this public and the manager socio-environmental aspects regarding the value attributed to the corporate image in relation to these practices. The research, quali-quantitative, used two instruments: an interview with a structured script, with the area manager; and a questionnaire, with closed questions, addressed to 237 employees, a sample with a confidence level of 90% and a sampling error of 5%. Document analysis was used, based on the company's 2018 sustainability report. As for the procedures, it consisted of a case study. The analyzed company is a leader in the health care market in the capital, standing out in the ranking of the 100 largest in the state. The company's structure aroused the researcher's interest in the impacts of these actions. Through the research, the developed socio-environmental responsibility practices were identified, which of these actions the employees are most engaged with and concludes that these actions and practices bring positive return to the recognition of the brand and the institutional image.

Keywords: Sustainability; Environmental partner; Contributors; Engagement; Value assigned to a brand.

INTRODUÇÃO

A responsabilidade social e o respeito ao meio ambiente têm ganhado visibilidade, assim é crescente o interesse das organizações sobre a necessidade de contribuir com ações para alcançar estes objetivos, havendo maior engajamento às iniciativas de sustentabilidade. A sociedade contemporânea busca desenvolvimento contínuo em consumo, o que requer a utilização expansiva de recursos naturais, a percepção que esses são escassos deve se tornar a preocupação para as empresas, que ao gerar resultados devem buscar a minimização dos impactos de suas atividades produtivas para que não se inviabilize o bem-estar dos descendentes. Bellen (2006, p. 25), complementa, explicando que “o desenvolvimento sustentável é o que atende às necessidades das gerações presentes sem comprometer a possibilidade das gerações futuras atenderem suas próprias necessidades.”

Branco (2002) expõe que o aumento do consumo e o crescimento populacional no planeta, levam ao esgotamento de recursos não renováveis, superando o limite que o meio ambiente pode dispor para a sobrevivência do homem. Diante dessa realidade, o âmbito empresarial sofre influência pela busca de soluções sustentáveis, inclusive por parte dos seus consumidores que estão cada vez mais conscientes e exigentes quanto às práticas ambientalmente responsáveis das empresas. Almeida (2007) aprofunda a discussão, esclarecendo que a transformação nos princípios e exigência da sociedade serão cada vez maiores, com isso as empresas perceberam as oportunidades para incorporação de sustentabilidade aos seus negócios.

Segundo Dias (2012), foi na década de 1980, período em que as empresas buscavam o máximo lucro, sem visar as consequências de suas ações, que surgiram campanhas em defesa dos direitos humanos e do meio ambiente. Em decorrência disto, surgiram denúncias contra empresas que não agiam de forma sustentável e a sociedade passou a cobrar das organizações atitudes socialmente responsáveis, pressionando-as a incorporarem boas práticas de sustentabilidade, associando o crescimento da organização à preservação ambiental e o desenvolvimento social.

A organização analisada nesta pesquisa é uma prestadora de serviços em planos de saúde, setor em crescimento no Brasil. Segundo dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), em um levantamento realizado em dezembro de 2017, mostrou que existiam na época 47,3 milhões de beneficiários de planos médico-hospitalares no país, um aumento de 108.551 em comparação com o mês de novembro de 2017. Esses números expressivos decorrem das deficiências encontradas no sistema público de saúde, como o atendimento precário e a falta de recursos, resultado da gestão ineficiente do Estado. A empresa apresenta em seus norteadores estratégicos o esforço em oferecer excelentes soluções em saúde, crescer de forma sustentável, e contribuir com o bem-estar da sociedade através de suas relações empresariais. Conforme o relatório de sustentabilidade do ano de 2018, a empresa em Porto Alegre contava, em dezembro de 2017, com 1.900 colaboradores, 6.805 médicos associados, sendo líder no mercado de assistência à saúde na capital, contando na data com 710.518 beneficiários, destacando-se no ranking das 100 maiores empresas do estado.

A empresa pesquisada desenvolve ações de conscientização socioambiental para seus públicos interno e externo, mediante ao exposto, serão analisadas as práticas de sustentabilidade socioambientais desta corporação, reconhecida no setor de prestação de

serviços em planos de saúde, que desde o ano de 2007 divulga de forma virtual o relatório com o impacto de suas atividades no que diz respeito à sustentabilidade. Frente ao exposto e considerando este novo cenário de busca por consciência socioambiental nas organizações, o problema de pesquisa é: Quais são as práticas de sustentabilidade sócio ambiental de uma prestadora de serviços de planos de saúde em Porto Alegre?

Para alcançar o objetivo geral da pesquisa de investigar as práticas de sustentabilidade socioambiental de uma prestadora de serviço de planos de saúde da cidade de Porto Alegre, foram traçados três objetivos específicos que auxiliaram a autora. O primeiro foi identificar as ações de sustentabilidade socioambiental desenvolvidas na organização, na percepção do gestor da área e dos colaboradores; na sequência buscou-se averiguar o engajamento dos colaboradores nas ações socioambientais desenvolvidas pela empresa na visão do gestor da área e dos colaboradores e por fim verificou-se a percepção dos colaboradores e da gestora da área socioambiental sobre essas práticas de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pela empresa em relação à imagem institucional. A pesquisa se justifica, pois a sustentabilidade é uma temática atual, relevante e a preocupação com as questões socioambientais tem evoluído e está presente nas discussões em quaisquer esferas sociais. Neste sentido se observa que se tornou comum o surgimento de ações governamentais para o estabelecimento de diretrizes e incentivos para estimular o desenvolvimento sustentável. Existem estudos sobre o assunto, porém as possibilidades para pesquisa são abundantes.

Devido às preocupações com a mudança climática global, poluição excessiva, aumento do consumo nos últimos anos, as notícias e pesquisas em relação às questões ambientais e seus impactos na vida das pessoas se intensificaram no Brasil e no mundo.

Frente a este contexto, se ressalta que a pesquisa tem relevância social, pois práticas sustentáveis impactam diretamente na qualidade de vida das pessoas e das próximas gerações.

A organização analisada é líder de mercado na capital gaúcha, Região Metropolitana, Centro-Sul e Litoral Norte do Rio Grande do Sul, possuindo a maior estrutura em prestação de serviços em saúde e com este estudo científico, a mesma se beneficiará com o levantamento de informações, pois estas servirão de auxílio para a compreensão do nível de engajamento dos colaboradores com suas atividades de cuidado em relação ao desenvolvimento social e a preservação do meio ambiente em seu entorno e o quanto essas ações influenciam no valor da marca na percepção dos seus colaboradores e gestora da área socioambiental. Adicionalmente o estudo sobre o assunto é relevante aos administradores, pois esse profissional precisa enfrentar o desafio de desenvolver suas atividades, visando uma atuação mediante as novas necessidades sociais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Sustentabilidade

Segundo Boff (2016), a sustentabilidade corresponde às medidas tomadas para possibilitar que o planeta e seus ecossistemas se mantenham e sejam protegidos, de forma que estejam preservados e que suportem os riscos que podem sofrer. O autor complementa que a sustentabilidade em sociedade é medida por sua possibilidade de inclusão social e de forma que venha garantir a todos, recursos para uma vida satisfatória e digna.

Na percepção de Sikdar (2003, p. 2, tradução nossa), a sustentabilidade foi retratada pelo grupo de profissionais de diversas áreas científicas como engenharia, economia e ecologia no Laboratório Nacional de Pesquisa e desenvolvimento na Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos (EPA) da seguinte forma: “a sustentabilidade ocorre quando mantemos ou melhoramos as condições materiais e sociais para a saúde humana e o meio ambiente ao longo do tempo sem exceder as capacidades ecológicas que o apoiam”. Clift

(2000) complementa, expondo que a sustentabilidade pode ser vista como a meta para o desenvolvimento sustentável e os processos para alcançá-lo.

O conceito de desenvolvimento sustentável decorre de um longo processo histórico de análise crítica existente entre a sociedade e o meio ambiente (BELLEN, 2006). Sobre o conceito de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, Amato Neto (2015) descreve que o termo sustentabilidade se refere a um conceito que abrange e relaciona a conservação de aspectos para a sociedade humana como fatores econômicos, sociais, culturais e ambientais. Dessa forma, um modelo de desenvolvimento sustentável tem o propósito de atender as necessidades presentes em sociedade, sem interferir na perspectiva de gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades.

Neste sentido, Almeida (2002) aponta que para uma empresa ser considerada sustentável é imprescindível que busque em suas práticas ações e tomadas de decisões que visem a ecoeficiência, produzindo com qualidade superior, de forma a gerar menor poluição e utilizar menos recursos naturais. A empresa que respeita os princípios da sustentabilidade tem que ser socialmente responsável e compreender seus impactos no ambiente social. Os líderes das organizações precisam perseguir uma visão de longo prazo, onde os resultados gerados pelas organizações levem em conta os custos ambientais e sociais futuros, e não somente os custos que estão gerando no presente. De forma concordante, Barbieri e Cajazeira (2009) apontam a empresa sustentável como aquela que engloba os conhecimentos e propósitos do desenvolvimento sustentável em suas ações, políticas e práticas de forma sólida. Ao atender essas novas estratégias em seus negócios, as organizações passam a contemplar as demandas de uma sociedade atual, de forma que a gestão dos negócios passa a proteger, equilibrar e contribuir para o aumento dos recursos, sejam eles naturais ou humanos, que serão primordiais no futuro.

Segundo Barbosa (2007), os aspectos fundamentais para que o desenvolvimento sustentável ocorra são: o crescimento econômico, a proteção com o meio ambiente e o direito de igualdade social. A busca por esses objetivos juntamente com a mudança comportamental das empresas, que antes visavam só o lucro, fizeram com que surgisse o conceito de *Triple Bottom Line* da sustentabilidade (FIGURA 1).

Figura 1 - Triple Bottom Line



Fonte: Bioseta (2018, paginação irregular.)

A sustentabilidade resulta de um contexto histórico que questionou a sociedade enquanto modo de desenvolvimento, sendo um conceito importante para a ecologia, mas sua efetividade ainda precisa ser provada na sociedade (ROSA, 2007). Diante da interferência humana sobre a sustentabilidade, é importante a análise da responsabilidade ambiental em sociedade.

Responsabilidade Ambiental

O meio ambiente vem sofrendo impactos devido ao crescimento das cidades e do aumento do consumo, o que gera degradação ambiental. Dias (2009) expõe que a atenção com problemas ambientais, como desmatamento, poluição atmosférica e da água, surgiu na

segunda metade do século XX, quando estes impactos passaram a ser abordados em fóruns mundiais, se transformando em denúncias de empresas e da sociedade.

Moura (2004) afirma que a questão ambiental tem conquistado relevância, principalmente devido ao crescimento dos meios de comunicação, o que aproxima o assunto das pessoas e as motiva a refletir sobre a temática, e os gestores das empresas passam a ter conhecimento que a qualidade ambiental é um fator considerado pelos consumidores.

No Brasil e em todo mundo, a temática ambiental se tornou pauta constante nas empresas, nos governos e no diálogo das pessoas, Silva e Przybysz (2014) destacam esse novo comportamento em sociedade e alegam que apesar da condição ambiental do século XXI ser preocupante, o interesse em buscar novos modelos de gestão que optem por uma cadeia produtiva sem ou com menor agressão ambiental é crescente nos segmentos econômicos.

Assim como a sociedade, as organizações passam por um processo de evolução da implementação de valores de responsabilidade ambiental. As legislações ambientais passaram a exercer maior pressão sobre as empresas, essa legislação vem se tornando mais rígida e com crescente fiscalização, mas não somente devido às pressões, muitas empresas de forma instintiva buscaram a inserção de propostas de responsabilidade e gestão ambiental, de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009).

As empresas em seu novo contexto precisam compreender a existência de um objetivo comum, entre o desenvolvimento econômico e conservação ambiental, tanto para os dias atuais, quanto para as próximas gerações (TACHIZAWA; ANDRADE, 2008). Adicionalmente, Boff (2006) alerta que além das organizações, segmentos da sociedade já percebem que o planeta não suporta os impactos de modo de produção e consumo do mundo contemporâneo. Dessa forma, a responsabilidade ambiental pode auxiliar as práticas que levam à atual e a futura geração serem mais conscientes, exercendo assim além de responsabilidade ambiental, zelo pelas futuras gerações. Porém, Zarpelon (2010) retrata que a responsabilidade ambiental não pode ser confundida com a responsabilidade social, pois o foco da responsabilidade ambiental é o meio ambiente, já o principal propósito da responsabilidade social são as pessoas.

Responsabilidade social

O início das tentativas de definição da responsabilidade social foram desenvolvidas nos Estados Unidos, por volta de 1950, ganhando espaço com a propagação do conceito na Europa, entre as décadas de 1960 e 1970. Porém, no meio empresarial mundial, passou a ser praticada no início da década de 90, quando as empresas passaram a avaliar o seu exercício na área social (PARENTE; GELMAN, 2006). No Brasil, a difusão do conceito de responsabilidade social é recente, onde as primeiras discussões sobre o tema ocorrem na década de 60, quando um grupo de empresários fundou em São Paulo a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), para promover o debate sobre o balanço social (ARAÚJO, 2005).

Melo Neto e Froes (2001, p. 26) expõem que “a responsabilidade social é um estágio mais avançado do exercício da cidadania corporativa”. Os autores ainda afirmam que essa serve como estímulo para que o cidadão se desenvolva, e para o fomento da cidadania. Zarpelon (2010, p.15) complementa a ideia, declarando que “pode-se concluir que a responsabilidade social está fora da esfera dos interesses individuais ou de uma minoria, sendo componente da esfera dos interesses coletivos.”. Com isso, as organizações devem medir seu sucesso não só com base nos seus próprios interesses de desempenho financeiro, mas também sob o ponto de vista de seus impactos sobre a economia, meio ambiente e sociedade na qual atuam;

A responsabilidade social passou a ser vista também como estratégia, de forma a representar a consciência e o compromisso das organizações em prestar contas à sociedade, expondo que não são somente geradoras de riquezas, mas também são responsáveis pelo processo de desenvolvimento das nações (PARENTE; GELMAN, 2006).

Melo Neto e Froes (2011) apontam que as ações de responsabilidade social nas empresas passaram por mudanças no decorrer dos anos, no início essas ações eram vistas como filantropia, com o tempo aumentaram sua atuação nas empresas, tornando-se estratégias, ganharam certificações e regulamentações, sendo agregadas pelas empresas como sistemas de gestão. Os autores ainda complementam que o principal fator para a evolução da responsabilidade social nas empresas são os *stakeholders*, devido às transformações ocorridas nos cenários político, demográfico, econômico e social, que fez com que esses públicos envolvidos voltem suas atenções sobre a direção das empresas, buscando uma nova postura baseada em estratégias e ações sociais.

Desta forma, as organizações que adotam um modelo de gestão baseado na responsabilidade social estão sintonizadas com um mundo globalizado, cada vez mais exigente e dinâmico. Por isso, se faz importante a compreensão deste conceito sob as diversas perspectivas e a busca de estabelecimento quanto às práticas realizadas nas empresas, sendo que essas ações podem ser avaliadas para que se busque a melhoria contínua e quantificadas através de indicadores.

Indicadores de Responsabilidade socioambiental

As organizações operam como grandes sistemas e exercem suas atividades através do desenvolvimento de processos. Estes processos podem atingir níveis ótimos ou péssimos em efetividade de resultados. Exatamente para compreender o nível de desempenho dos processos que se geram indicadores. Zarpelon (2010, p. 22) afirma que “um indicador é o estabelecimento de uma medida de desempenho, através de métricas mensuráveis”. Por esse raciocínio, medir o desempenho envolve a conferência dos resultados das ações na empresa, bem como o controle dos processos, fatores estes que oportunizam ao gestor a tomada de decisões (ZARPELON, 2010).

Tachizawa e Andrade (2012) apontam que os indicadores ambientais têm o propósito de mensurar o impacto das instituições sobre o meio ambiente, ao correlacionar as ações impactantes e o meio afetado, através da coleta de dados, análise e interpretação dos resultados. Quanto aos indicadores de desenvolvimento social, Zarpelon (2010) complementa que estes buscam refletir sobre as práticas com intuito de desenvolvimento e responsabilidade social que garanta qualidade de vida a sociedade, seja de forma regional ou globalizada e dentro das organizações. Já Mazzali, Schleder e Pedreira (2013) afirmam que os indicadores são necessários às organizações, para analisar a atual situação empresarial e a partir dessa resposta, se desenvolver estratégias para a obtenção de metas audaciosas e que se equiparem as expectativas sociais. Os indicadores dispostos no relatório de sustentabilidade da empresa seguem as diretrizes e princípios da *Global Reporting Initiative (GRI)*, organização internacional que desenvolve e dissemina os critérios para a criação de relatórios de sustentabilidade, utilizadas de forma voluntária pelas organizações a nível global.

Contextualizando as teorias, é percebida a importância do estabelecimento de indicadores, no auxílio da formação de estratégias e de projetos que viabilizem e exerçam melhoria contínua nas práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas.

Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas

As empresas do setor privado e público têm incorporado práticas ambientais e sociais que em um passado não muito distante, não eram reconhecidas como responsabilidades das empresas (OLIVEIRA, 2013). A qualidade de atendimento ao cliente, bons produtos e serviços de qualidade, junto a preços acessíveis já não são suficientes para garantir a existência de qualquer organização, diante da atual competitividade empresarial. Atender a essas condições é necessário, mas somente elas são insuficientes. O novo desafio das empresas é de adequação à responsabilidade em relação à sociedade e ao meio ambiente, difundindo novos valores (MELO NETO; FROES, 2001). Ainda segundo Melo Neto e Froes (2011), na percepção destes autores as práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas ocorriam de forma esporádica e não faziam parte do planejamento estratégico organizacional. Com o tempo, foram ganhando visibilidade e propósito, e assim passaram a ser praticadas pela gestão das empresas. Devido ao crescimento em quantidade, volume e dificuldade, tornaram-se certificáveis, e ao serem certificadas, passaram a constituir modelos de gestão. Na atualidade, essas ações são reconhecidas pelas empresas como práticas, sistemas e novos modelos de gestão passaram a ser incorporados pelas estratégias organizacionais.

Amado Neto (2015, p. 90) retrata que é papel das empresas, não somente se responsabilizar pela produção para atendimento das necessidades de consumo por parte dos clientes, mas, sobretudo atentar para a redução do impacto de suas ações negativas sobre a vida dos cidadãos. Com isso, se percebe que é crescente nas empresas o estabelecimento destas práticas, porém para que essas ações tenham resultados efetivos, Nascimento, Lemos e Mello (2008) apontam a importância do envolvimento dos *stakeholders* internos no desenvolvimento da gestão socioambiental, abordando que, para a obtenção de eficácia nos resultados dessas ações, a gestão deve envolver públicos de interesse como colaboradores, fornecedores, prestadores de serviços, clientes e concorrentes, sendo imprescindível planejar ações em conjunto com estes. Desta forma, chamando a atenção aos gestores sobre a importância de engajamento dos públicos envolvidos, principalmente colaboradores com as práticas de sustentabilidade desenvolvidas pelas empresas.

A importância do engajamento dos colaboradores com as ações desenvolvidas pela empresa

As organizações precisam compreender que para alcançar seus objetivos não devem buscar apenas satisfazer seus clientes, também devem investir na gestão de pessoas, pois o colaborador exerce papel fundamental nas organizações e seu desempenho interfere nos resultados empresariais. Dessa forma, os gestores devem compreender a imprescindibilidade de liderar seus funcionários garantindo sua satisfação e engajamento com os propósitos da empresa. É visível na gestão contemporânea a inclinação para o reconhecimento do empregado como parceiro, pois o colaborador é o parceiro mais íntimo da organização (GIL, 2001).

O mercado demanda por profissionais qualificados, a concorrência por capital intelectual é crescente, o que encarrega às empresas de despertar nas pessoas o desejo de trabalhar nelas (BERNARDI, 2003). Sobre a importância do engajamento dos *stakeholders*, incluindo os colaboradores na implantação da gestão socioambiental estratégica, Nascimento, Lemos e Mello (2008) descrevem que é crescente a intervenção dos grupos de interesse sobre as empresas, na criação de opinião pública, sobre órgãos e agências reguladoras, no que se divulga na mídia e principalmente no poder judiciário. Por isso, progressivamente os interesses dos *stakeholders* devem ser reconhecidos, analisados e ponderados no

desenvolvimento do planejamento estratégico das organizações e ao se implantar a gestão socioambiental estratégica.

Werbach (2010) correlaciona o engajamento dos colaboradores com o encantamento e sentimento das pessoas em relação ao seu trabalho. O autor ressalta que, ao desenvolver uma meta de sustentabilidade para a organização, a gestão possibilita um meio para a busca de envolvimento aos colaboradores, proporcionando um sentido para o indivíduo no momento em que esse estiver prestando seu serviço. Dessa forma, engajar o colaborador nas práticas socioambientais desenvolve sua criatividade, provoca que sejam expostos os talentos para liderar equipes e desenvolver inovação, e conseqüentemente estimula o engajamento do pessoal. O autor destaca o engajamento dos colaboradores com a sustentabilidade como fator de renovação nas empresas, pois segundo ele: “engajar a força de trabalho numa estratégia para a sustentabilidade é uma estratégia de inovação” (WERBACH, 2010, p.123).

Na concepção de Melo Neto e Froes (2001) as ações de responsabilidade socioambiental tornam os funcionários mais cooperativos, participativos, sociáveis e tolerantes. Ou seja, a empresa disponibiliza os recursos (valor financeiro), e os colaboradores disponibilizam de seu trabalho para a comunidade. Para que ocorra um desenvolvimento sustentável, tanto de forma econômica, social e ecológica nas organizações, essas necessitam do engajamento de profissionais e executivos, que agreguem avanços no sistema produtivo e tomadas de decisão pautadas sobre os princípios socioambientais pretendidos no ambiente em que se encontram. (TACHIZAWA; ANDRADE, 2012). Assim ao se verificar a necessidade do engajamento dos colaboradores no desenvolvimento de práticas na organização, é de grande importância atrair a percepção de demais públicos de relacionamento da organização para estas ações, de forma a gerar valor aos *stakeholders*, tendo em vista uma melhor visão destes sobre a empresa.

A percepção de valor para o colaborador mediante as práticas de sustentabilidade sócio ambientais nas empresas

O impacto da responsabilidade socioambiental corporativa pode ser observado no valor econômico da organização, pois o cuidado com as questões ambientais e sociais exercem influência no valor da marca das empresas. O estado pode vir a sujeitar a empresa com problemas em responsabilidade socioambiental a maiores regulações e os projetos dessa organização podem sofrer maior reprovação por parte de governantes ou da própria sociedade (OLIVEIRA, 2013).

Oliveira (2013) afirma que as informações sobre a qualidade socioambiental dos produtos e serviços são atestadas muitas vezes por órgãos certificadores, que auxiliam no processo de escolha por parte dos consumidores. Com essa maior atenção por parte dos *stakeholders* em relação aos aspectos socioambientais, essas questões passam a ser incorporadas nas estratégias das empresas, seja na formulação de um produto ou na construção e aperfeiçoamento da marca. Esse movimento tem feito com que muitas empresas, voltem seu marketing institucional às práticas de responsabilidade socioambiental. Atualmente, esses fatores vêm se tornando critério para investidores, além disso, algumas instituições investidoras exigem um padrão socioambiental mínimo das empresas que irão destinar seus recursos. (OLIVEIRA, 2013).

Esses conceitos viabilizam o pensamento de que a gestão voltada às práticas de sustentabilidade socioambientais agrega valor às organizações. Empresas que investem em ações socioambientais obtêm retorno social, adquirem posição responsável socialmente, fortalecem sua imagem, reforçam o valor de sua marca, possibilitam maior propagação na mídia, ganham reconhecimento público e maior engajamento de seus empregados e parceiros.

METODOLOGIA

A presente pesquisa, quanto aos objetivos, é descritiva, abordando o problema de forma quali-quantitativa através de dois instrumentos de pesquisa: uma entrevista baseada em roteiro estruturado com seis perguntas abertas, dirigida a gestora de responsabilidade socioambiental; e um questionário, com 17 perguntas fechadas, destas 15 com escala de Lickert e duas de múltipla escolha, dirigida a uma amostra de colaboradores.

A pesquisa descritiva na concepção de Vergara (2000, p. 47) é aquela que "não têm o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação." A mesma serve para salientar as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza. Já abordagem mista, quali-quantitativa, para Creswell (2010), possibilita um melhor entendimento dos problemas da pesquisa. A pesquisa ocorreu em uma prestadora de serviços em planos de saúde da cidade de Porto Alegre, no período de janeiro a abril de 2019, sendo entrevistada a gestora de responsabilidade socioambiental, considerada o sujeito da pesquisa. A pesquisa qualitativa foi complementada com a análise documental, que teve por base o relatório de sustentabilidade de 2018 da empresa.

Foi também pesquisada uma amostra de 237 colaboradores, na pesquisa quantitativa. A amostra partiu de uma população de 1900 colaboradores, com um nível de confiança de 90% e um erro amostral de 5%. A coleta ocorreu através do envio do questionário para o e-mail e *Skype* corporativos destes. Sobre a amostra Diehl e Tatim (2004, p. 63) afirmam que "amostra é uma porção ou parcela da população convenientemente selecionada".

Em relação aos procedimentos, a pesquisa consistiu em um estudo de caso, que de acordo com Yin (2005, p. 32) é "uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real". Yin (2005) destaca que o estudo de caso é o método mais apropriado para explorar com profundidade todas as variantes de um determinado aspecto organizacional.

Conforme Diehl e Tatim (2004) nas pesquisas, tanto de caráter qualitativo; quanto de caráter quantitativo, há a indispensabilidade de ordenação dos dados coletados, para que ocorra a interpretação por parte do pesquisador. Os autores afirmam que "na pesquisa de caráter qualitativo, o pesquisador, ao encerrar sua coleta de dados, depara-se com uma quantidade imensa de notas de pesquisa ou de depoimentos, materializados na forma de textos." (DIEHL; TATIM, 2004, p.82). Assim os dados quantitativos receberam um tratamento estatístico descritivo, como expressa Pádua (2000), onde na análise estatística são utilizadas ferramentas como gráficos, tabelas e diagramas, que auxiliam na compreensão dos dados coletados e ampliam as possibilidades de compará-los e avaliar a relação entre eles. Silvestre (2007) aponta que sobre a análise estatística descritiva busca mensurar e caracterizar os elementos da população amostra, sendo as grandezas dessa população denominadas de parâmetros.

Já os dados qualitativos passaram por análise descritiva, com posterior comparação com os resultados quantitativos e com referencial teórico. Marconi e Lakatos (2010) complementam ao abordar a importância da análise de dados como auxílio ao pesquisador, mediante os detalhes da pesquisa levantada, de forma que responda aos questionamentos do que se investiga, e ao estabelecer encadeamento nos dados adquiridos e o parecer formulado. Assim, esses são confirmados ou contestados. Para o aperfeiçoamento dos dados gerados, conforme exposto esses foram comparados com o referencial teórico, de forma que possibilite a melhor compreensão sobre o objeto de estudo da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

Ações de sustentabilidade socioambiental identificadas como desenvolvidas na organização

Para identificar as ações de sustentabilidade socioambiental desenvolvidas na organização, na percepção dos colaboradores, foram realizadas cinco perguntas fechadas dirigidas a estes, quatro delas utilizando-se da escala de Likert e uma delas com alternativas. Perguntas semelhantes foram realizadas à gestora da área socioambiental, objetivando o cruzamento de dados.

Conforme a entrevistada “a responsabilidade social é o pilar primordial para a empresa, sendo essa uma das maiores práticas da organização” (GESTORA, 2019). A gestora relatou que a atuação social da organização é muito maior do que a ambiental, não ficando limitada à legislação, envolvendo a comunidade e os colaboradores. Esse olhar da gestora está em concordância com Melo Neto e Froes (2001) que abordam que as ações de responsabilidade social são contempladas por todos os que vivem em sociedade, desde os indivíduos, organizações, grupos sociais, governo, igreja, grupos políticos, entre outros, abrangendo e impactando todos esses públicos. Sendo uma conduta advinda da ética nos negócios, as ações dirigidas à comunidade, visam desde o tratamento dos funcionários e relações com os demais públicos, sejam estes fornecedores, clientes ou acionistas.

Inicialmente a Gestora expôs que são diversas as doações praticadas pela organização, desde alimentos, material escolar, equipamentos de saúde, materiais eletrônicos e de mobiliário. Essas doações ocorrem a partir de demandas por uma determinada área da organização ou por alguma instituição que peça apoio mensal. No site da empresa há um link, onde podem ser direcionados todos os tipos de solicitações de apoio, financeiros ou de recursos, o setor de responsabilidade socioambiental analisa essas demandas, verificando se há condição de apoiá-las, se a solicitação é factível e se vai ao encontro dos valores organizacionais, atendidos estes requisitos a solicitação é acatada.

Equipamentos eletrônicos, de saúde e mobiliário também são doados a partir de demanda sinalizada e não necessariamente para instituições apoiadas, podendo ser para outra instituição que não tenha recebido nenhum apoio anterior da organização, mas sempre haverá o respaldo do setor de responsabilidade socioambiental através de visita técnica sobre a real necessidade do beneficiado, de forma a garantir transparência nessa relação. O lado ético e a transparência são fundamentais, como apontam Mazzali, Schleder e Pedreira (2013), pois a sustentabilidade ocorre quando a gestão das empresas se apoia pelo contato ético com os diferentes públicos de seu convívio e pela formação de definição de metas organizacionais conciliáveis com o desenvolvimento sustentável da comunidade.

Em relação à doação de medicamentos, a demanda é identificada pela central farmacêutica da empresa, estes são doados geralmente por estarem próximos ao término do prazo de validade e quando o paciente descontinua o uso pelo *homecare*. Esses medicamentos são enviados para uma instituição apoiada pela organização, a Fundação São João, que é uma entidade sem fins lucrativos. O fornecimento de medicamentos é uma das áreas de maior tensão no serviço de saúde pública, Oliveira (2013) aponta a responsabilidade social nas empresas voltadas à insuficiência do estado em resolver a grande demanda advinda dos problemas socioeconômicos do país, acarretando a necessidade das empresas atuarem em projetos devido às demandas sociais locais.

As doações de equipamentos de saúde costumam ser esporádicas, ocorrendo quando a organização troca um equipamento por outro mais moderno, e a área disponibiliza o antigo para doação. Cabe ao setor de responsabilidade socioambiental determinar a condição de uso da máquina, identificar as instituições apoiadas que a utilizam, fazer o processo de registro e

controle da doação e o encaminhamento do equipamento para o beneficiado para que este faça uso. Conforme a Gestora a instituição participa da campanha do agasalho, assim todos os anos entre maio e agosto, se arrecada um número superior a 10.000 peças de agasalho que são entregues à Prefeitura de Porto Alegre. A empresa também desenvolve capacitações que acontecem de duas formas: através da Unidade do Projeto Pescar, sendo mantenedora da Fundação Projeto Pescar desde 2006. Em 2015 foi aberta uma unidade dentro da sede da organização, conta atualmente com uma turma com vinte jovens em situação de vulnerabilidade social, a Gestora aponta que o projeto é importante, pois com ele os jovens aprendem competências técnicas das rotinas administrativas, mas também aprendizados sobre desenvolvimento pessoal e cidadania, sendo capacitados para o mercado de trabalho e preparados para a vida, pois a estes são oportunizadas experiências diversas em relação á acesso à cultura e ao autoconhecimento (GESTORA, 2019).

No ano de 2018 se iniciou outro projeto de capacitação desenvolvido em encontros em diferentes instituições, que foram desenvolvidos no Instituto Vida Solidária e na escola Frei Pacífico para surdos, propondo incluir e preparar os jovens para o mercado de trabalho, ensinando como desenvolver um currículo, apresentação pessoal e proporcionar reflexão de como este jovem está se preparando para os desafios do mercado de trabalho” (GESTORA, 2019).

É fornecido um espaço, Viver Bem na Comunidade, onde são dispostas oficinas de alimentação saudável, de exercício físico, voltadas ao público que não tem acesso a esses recursos, como instituições apoiadas e escolas do município. Este e outros projetos sociais se utilizam das leis de incentivos fiscais, sendo beneficiadas organizações vinculadas à lei Rouanet, Funcriança, Fundo do Idoso e Lei de incentivo ao esporte, no ano de 2018 foram revertidos R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) do imposto de renda da empresa.

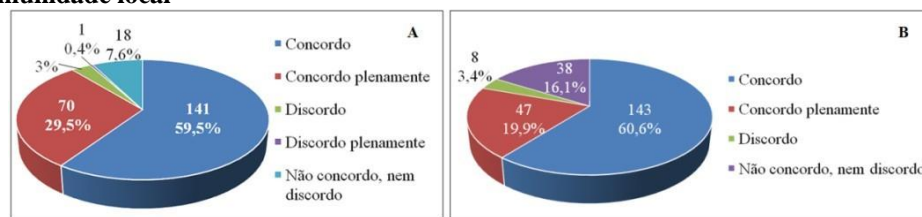
São desenvolvidos também programas de voluntariado pontuais e sistêmicos. Os pontuais atendem demandas das datas comemorativas como dia das mães, dos pais, das crianças e natal entre outros. Já o voluntariado sistêmico é um projeto ativo na organização. Destacam-se o coral que tem mais de 20 anos, os ensaios são semanais, onde as apresentações contemplam colaboradores, clientes e comunidade, levando cultura e bem-estar às pessoas; e o apoio mensal para a creche Santa Terezinha, que atende 80 crianças de famílias de baixa renda e filhos de trabalhadores do entorno do Bairro Bom Fim. A empresa também estimula a doação de sangue por parte dos colaboradores, a Gestora expõe o objetivo de tornar a doação sistemática, garantindo os estoques de sangue em níveis satisfatórios para o atendimento aos hospitais.

A descrição destas ações encontra apoio em Amato Neto (2015) que destaca que a sustentabilidade tem ocupado lugar de destaque nos diferentes meios de atuação do ser humano. Empresas voltadas à produção de bens e serviços estão gradativamente incorporando ações sustentáveis em seus planos de negócios e na gestão de seus processos. Como se pode observar, os dados da pesquisa qualitativa, visando identificar as ações desenvolvidas condizem com as informações da análise documental, disposta através do relatório de sustentabilidade 2018 da empresa.

Já em relação à pesquisa quantitativa, foram coletadas 237 respostas junto aos colaboradores, questionando-os se conhecem as práticas de responsabilidade social que foram expostas pela gestora da área, onde 89% destes concordam ou concordam plenamente que as conhecem; 7,6% não concordam nem discordam da afirmação; enquanto 3% dos pesquisados afirmam não conhecer essas práticas, conforme exposto no Gráfico 1A. Dessa mesma amostra, ao serem questionados se a organização em seu cotidiano desenvolve ações em cuidado e zelo em relação à comunidade local, 80,5% afirmam concordar ou concordam plenamente; 16,1% não concordam, nem discordam; e 3,4% discordam (GRÁFICO 1B).

Oliveira (2013) aponta que a responsabilidade social corporativa é um papel mais abrangente de que simplesmente realizar ação social. Uma empresa não será considerada responsável socialmente se desenvolver ação social, mas poluir o meio ambiente ou não respeitar seus colaboradores. Segundo o autor, a responsabilidade social ocorre na atuação das organizações, ao desenvolver bom desempenho na proteção ambiental, atenção às pessoas que sofrem impacto das atividades da empresa, o zelo pelos colaboradores e suas famílias e transparência em seu exercício. Dessa forma, a pesquisa visou identificar além de ações de responsabilidade social, também as ações de responsabilidade ambiental desenvolvidas pela organização.

Gráfico 1 - (A) Respostas a assertiva "Conheço as práticas de responsabilidade social que ocorrem na organização"; (B) Respostas a assertiva "Percebo no cotidiano na empresa, ações em cuidado e zelo em relação à comunidade local "



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Em relação às práticas de responsabilidade ambiental que ocorrem na organização, a gestora de responsabilidade socioambiental, abordou que as ações ambientais têm um enfoque educativo, de conscientização. Citou como práticas de responsabilidade ambiental a gestão de resíduos, trabalhando em parceria com uma enfermeira que é responsável técnica, e faz todo controle da gestão dos resíduos, destinando-os para o local adequado, atendendo às leis que regulamentam cada tipo de resíduos. O setor de responsabilidade socioambiental realiza suporte e apoio, etiquetando todas as lixeiras, auxiliando com o visual da identificação dos resíduos e em como fazer a sua gestão. Os coletores ecológicos são de uma empresa que presta serviço à organização pesquisada, esses coletores atendem não somente os colaboradores, mas também clientes e comunidade em geral, são 21 coletores em 21 unidades, onde podem descartar pilhas, medicamentos e cartões com tarja magnética. O site da empresa divulga ao público onde se localizam os mesmos. Nos centros de diagnóstico por imagem há um coletor adequado para as chapas de Raio-x e demais exames de imagem. Já os medicamentos vencidos e resíduos hospitalares de algum atendimento são recolhidos por uma empresa especializada, a Ambientuus, que os recolhe e transporta com segurança até uma unidade de tratamento, os resíduos são incinerados, esterilizando-os, e as cinzas geradas são destinadas a um aterro industrial licenciado. A organização pesquisada mensura o impacto pela disposição final correta dos resíduos, expondo os resultados em seus relatórios mensais e no relatório anual de sustentabilidade. Outros resíduos (orgânicos, não recicláveis) seguem o fluxo da coleta do Departamento Municipal de Limpeza Urbana de Porto Alegre.

Há um projeto organizacional voltado à redução de desperdício, o desafio proposto aos colaboradores é a redução de consumo desnecessário de água, energia elétrica, papel toalha, copos plásticos e viagens corporativas. Outra prática da organização é o reaproveitamento de materiais, como uniformes que são destinados à confecção de necessários, produzidas por artesãs em situação de vulnerabilidade social, vítimas de violência doméstica, contratadas através do Banco Social do Vestuário por uma cooperativa. Essas mulheres descaracterizam a marca da organização dos materiais reaproveitados, produzem *nécessaires* e recebem um valor unitário por produto devido sua mão de obra. Estas *nécessaires* integram um kit ecológico montados e distribuídos pela empresa pesquisada, com uma xícara de porcelana, um copo de plástico (para evitar o uso de copos descartáveis) e um papel semente, de forma a incentivar os colaboradores a plantar. Essas ações da empresa são apontadas pela gestora da

área socioambiental como maneiras de incentivar a redução de consumo sem necessidade, todos colaboradores sejam eles aprendizes, estagiários, efetivos ou temporários tem acesso a esse *kit*. Os *banners* utilizados pela organização são reaproveitados na confecção de sacolas, utilizadas nas áreas de assistência à saúde, onde são dispensados os medicamentos ou pelas colaboradoras da copa.

A organização doa mensalmente papéis que não podem mais ser utilizados à Associação dos Trabalhadores da Unidade de Triagem do Hospital São Pedro (ATUT), lá os beneficiados descaracterizam o papel, sendo este resíduo destinado à reciclagem, gerando renda para a instituição sustentando as pessoas acolhidas pela ATUT que não tem renda nem condições de desempenhar trabalho formal, sendo essa também uma ação de responsabilidade social. Em 2018, a ATUT recebeu 4.925 kg de papel da organização pesquisada.

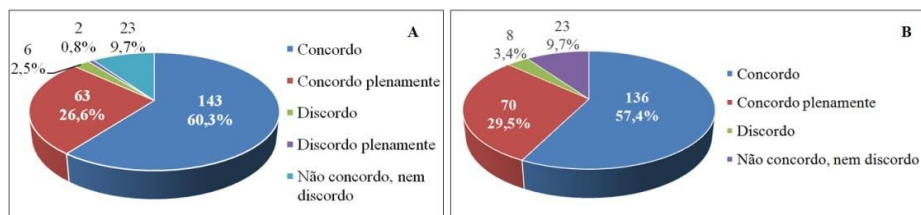
A organização faz captação da água da chuva desde 2015 e esta é utilizada nas descargas dos banheiros e para lavar as ambulâncias. As unidades de Gravataí, Cachoeirinha e Guaíba também fazem a captação. Com essa prática, só na sede de Porto Alegre, foi estimada a economia de 135.000 litros de água em 2018, esses dados constam no balanço social da empresa, no relatório de gestão de sustentabilidade e na intranet.

A organização analisada controla a emissão de gás carbônico, através de um *software* que soma as emissões de CO₂ resultantes de diversas atividades, esse cálculo envolve várias áreas, principalmente o administrativo que levanta as informações de quantos carros, ambulâncias e veículos a empresa tem na frota, os carros que prestam serviços das entregas à organização, têm todas as corridas mensuradas; são também contabilizadas as emissões do ar condicionado, fogões, energia elétrica e das viagens corporativas. A Gestora destaca que a ferramenta permite uma análise sobre o que foi gerado deste gás estufa, todo esse consumo é incluído no cálculo, gerando indicadores, “trata-se de uma ferramenta complexa, porém que fornece recorte da quantidade de impacto ambiental mediante o fornecimento de informações” (GESTORA, 2019). A preocupação da empresa em mensurar seus indicadores de responsabilidade socioambiental encontra apoio em Tachizawa e Andrade (2012) que apontam a necessidade de medir, buscar informações e de análise nos modelos de gestão de responsabilidade ambiental e social. E que essas medições precisam ser consequência das estratégias organizacionais, abrangendo os processos da instituição e seus resultados.

A empresa também incentiva a reciclagem, por isso lançou uma campanha com o propósito de arrecadar o maior número possível de lacres de lata de alumínio e levantar fundos para a compra de cadeiras de rodas ou itens que proporcionem acessibilidade às pessoas com deficiência. No ano de 2018, a ação reverteu os lacres em 10 cadeiras de banho, doadas a dois asilos na cidade de Porto Alegre.

Os dados da entrevista com a Gestora foram confrontados com os da pesquisa quantitativa, em uma amostra de 237 colaboradores, ao serem questionados se conhecem essas práticas de responsabilidade ambiental relatadas pela Gestora entrevistada, 86,9% concordam ou concordam plenamente que as conhecem; 9,7% não concordam, nem discordam com a afirmação; 2,5% discordam; e apenas 0,8% dos pesquisados discorda plenamente que tenha conhecimento sobre essas práticas (GRÁFICO 2A). De forma a complementar a pergunta anterior, a autora questionou se os funcionários percebem as ações em cuidado e zelo ao meio ambiente descritas pela entrevistada no cotidiano da empresa, onde 86,9% concordam ou concordam plenamente; 9,7% não concordam, nem discordam; e 3,4% discordam da afirmativa, como mostra o Gráfico 2B.

Gráfico 2 - (A) Respostas a assertiva "Conheço as práticas de responsabilidade ambiental que ocorrem na organização"; (B) Respostas a assertiva "Percebo no cotidiano na empresa, ações em cuidado e zelo ao meio ambiente "



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

As questões de múltipla escolha buscaram verificar se colaboradores reconhecem as ações de sustentabilidade socioambiental praticadas pela organização, se dividindo em quatro áreas: as ações de assistência, as ações de educação, as ações de voluntariado e as ações ambientais, apresentadas a seguir. Em relação às **ações de assistência**, dos 237 respondentes, 235 sinalizaram conhecer pelo menos uma delas. Do total da amostra, 87,2% colaboradores citaram a Campanha do Agasalho como uma prática ativa na organização; 83% apontaram a arrecadação de lacres revertidos em cadeiras de rodas; 86,8% citaram a doação de alimentos em contrapartida aos sorteios que ocorrem na intranet para jogos da dupla Grenal e palestras; 83% reconhecem as doações de material escolar; as ações de assistência com menor reconhecimento pelos colaboradores foram a vacinação gratuita para instituições sociais (17%); doação de equipamentos eletrônicos (14,5%) e doação de equipamentos de saúde e medicamentos (13,2% dos funcionários afirmam reconhecer).

Quanto às **ações de educação**, dos 237 respondentes do questionário, 235 deles sinalizaram conhecer pelo menos uma delas. Do total dos pesquisados, 94,9% afirmam conhecer a Unidade Projeto Pescar; 61,3% identificaram o Espaço Viver; 73,2% citaram a capacitação de jovens para o mercado de trabalho; e 32,2% têm conhecimento que a empresa fornece apoio mensal para a creche comunitária Santa Therezinha.

Em relação às **ações de voluntariado**, dos 237 respondentes do questionário, 229 sinalizaram conhecer pelo menos uma delas. Do total da amostra, 72,1% afirmaram reconhecer as ações pontuais de voluntariado da organização: as que ocorrem em datas comemorativas como dia das mães, pais e das crianças; 87,3% dos respondentes citaram a doação de sangue que ocorre no cotidiano da empresa; 66,8% apontaram o programa de voluntariado desenvolvido de forma sistêmica; e 67,7% reportaram o coral.

Sobre as **ações ambientais**, dos 237 pesquisados, 230 sinalizaram conhecer pelo menos uma delas. Do total da amostra, 47,4% afirmaram conhecer a captação da água da chuva como uma prática da organização; 56,5% apontaram os coletores ecológicos; 13,5% tinham conhecimento do controle de emissões de CO₂; 53% reconheceram a gestão de resíduos desenvolvida na gestão da empresa; 65,2% citaram a distribuição de *kits* ecológicos aos colaboradores; 80% perceberam no cotidiano empresarial o programa de redução de desperdícios; e 54,3% reconheceram que a organização reaproveita materiais como *banners* e uniformes para a confecção de outros itens.

A prática de todas essas ações de sustentabilidade socioambientais desenvolvidas pela organização, podem ser contextualizadas com o novo desafio das empresas de adequação à responsabilidade em relação à sociedade e ao meio ambiente, difundindo novos valores conforme abordado pelos autores Melo Neto e Froes (2001). As ações pontuadas pela gestora da área socioambiental e reconhecidas pelos colaboradores estão entre as principais estratégias de gestão de responsabilidade socioambiental, nas empresas de serviços, de forma generalizada por serem empresas de baixo impacto ambiental: projetos sociais com enfoque em meio ambiente, educação, cultura, saúde, apoio à criança e ao adolescente, voluntariado e imagem social e ambiental para fins de marketing, conforme abordado por Tachizawa e Andrade (2012) em seus estudos.

O engajamento dos colaboradores nas ações socioambientais desenvolvidas pela empresa na visão do gestor da área e dos colaboradores

Para averiguar o engajamento dos colaboradores nas ações socioambientais desenvolvidas na Cidade de Porto Alegre, foram realizadas cinco perguntas fechadas dirigidas a estes, quatro delas utilizando-se da escala de Likert e uma delas com alternativas. Perguntas semelhantes foram realizadas na entrevista a gestora da área socioambiental, com o objetivo de gerar cruzamento de dados.

Foi questionado a Gestora se a organização informa as suas práticas de responsabilidade socioambientais aos colaboradores e, em caso positivo, foi solicitado que a mesma explique como ocorre esta comunicação. Esta abordou que a empresa informa as práticas anualmente em seus relatórios de gestão e sustentabilidade, dispõe também na intranet, no site corporativo, no canal via e-mail da comunicação interna e utiliza-se de mídia externa como jornal, porém ao público externo não são todos projetos que são pautados” (GESTORA, 2019).

Ainda de acordo com a entrevistada o público externo recebe informações sobre algumas das ações, como o Projeto Pescar, mas destaca que “algumas ações não são divulgadas ao público externo, por um entendimento da organização, que se tratam de ações internas e restritas ao ambiente empresarial” (GESTORA, 2019), citando como exemplo a calculadora de CO₂. A empresa conta com um POP (procedimento operacional padrão) da gestão da responsabilidade socioambiental onde estão descritos os projetos e suas metodologias. Essa comunicação, além de ter como objetivo engajar os colaboradores, expressa o impacto das ações na vida das pessoas e no meio ambiente nos últimos anos.

Se questionou a Gestora se os colaboradores estão engajados com as práticas de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pela organização e como isto ocorre, a entrevistada expôs que os projetos mais procurados são os de voluntariado, com o Projeto pescar, o Coral e as doações. As doações de alimentos e material escolar vêm dos colaboradores em contrapartida a sorteios de ingressos para o Grenal, ciclos de palestras pagas e externas e cursos dispostos pela organização. Sobre a importância de engajar os colaboradores, a entrevistada afirmou que “a adesão dos colaboradores foi de grande impacto, onde podemos gerar um comparativo, no ano de 2018 foram recolhidos 300 itens de material escolar, em 2019 em apenas um mês foram recolhidos 800 itens” (GESTORA, 2019).

Para a campanha do agasalho, é proposto o envolvimento de todos colaboradores, para aumentar o engajamento são criadas equipes, onde cada uma tem um responsável pela arrecadação e contagem das peças. Já em relação ao Projeto Pescar, a empresa conta com a cooperação dos colaboradores, pois as aulas têm uma grade curricular dividida em dois eixos: desenvolvimento pessoal e cidadania; e conhecimento técnico, então é proposto aos colaboradores interessados os temas que estes podem abordar, sendo uma média de 60 a 70 voluntários ao ano.

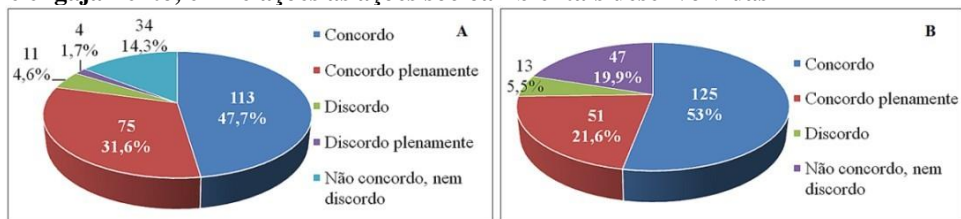
O voluntariado envolve os colaboradores que manifestem interesse com a participação de duas horas mensais em uma instituição apoiada, em 2018 foram cinco instituições atendidas pelo trabalho voluntário. As horas de voluntariado são registradas, com lista de presença. A entrevistada aborda sobre o movimento de engajamento dos colaboradores em ações de voluntariado “poderia ser muito maior, porém compreendo que há outras demandas a serem atendidas dentro da organização e dessa forma nem todas as áreas podem estar envolvidas nas ações” (GESTORA, 2019).

A Gestora citou a participação dos colaboradores no coral com ensaios semanais, sendo que atualmente o coral conta com 12 colaboradores voluntários; e as doações de sangue que ocorrem através do engajamento dos colaboradores, no ano de 2018 foram doadas 188 bolsas de sangue em nove bancos de sangue diferentes da cidade.

A entrevistada abordou o desafio da organização em relação ao envolvimento dos colaboradores com as práticas: “é conciliar as agendas, de forma que o engajamento dos colaboradores não venha interferir nas atividades operacionais” (GESTORA, 2019). Dessa forma, são propostas ações diferentes com horários diversos para que um maior número de colaboradores participem. A Gestora citou as reuniões de equipe, conhecidas como reuniões de multiplicação, onde o setor de responsabilidade socioambiental participa a fim de expor as práticas e propor engajamento dos colaboradores.

Já na pesquisa quantitativa se buscou identificar o engajamento nas ações socioambientais desenvolvidas, iniciando com a percepção dos colaboradores sobre a informação e convite para participar das ações sociais da empresa, destes os que concordam ou concordam plenamente somaram 79,3%; da amostra 3% não concordam, nem discordam; 4,6% discordam; e 1,7% discorda plenamente, afirmando não ser informado e convidado a participar das ações (GRÁFICO 3A). Diante da maioria da amostra apontar que a organização informa e convida os colaboradores a participar das ações sociais, foi questionado se a comunicação interna proposta pela empresa, gera entusiasmo e engajamento em relação às ações socioambientais desenvolvidas, os que concordam e concordam plenamente somaram 74,6%; um total de 19,9% permaneceu neutro; e 5,5% discordaram sobre sentir entusiasmo diante da comunicação interna (GRÁFICO 3B).

Gráfico 3 - (A) Respostas a assertiva "Sou informado e convidado a participar das ações sociais em que ocorrem na empresa"; (B) Respostas a assertiva "A comunicação interna proposta pela organização gera entusiasmo e engajamento, em relações as ações socioambientais desenvolvidas"



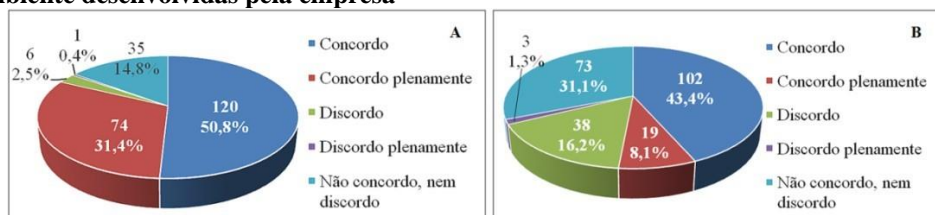
Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Nascimento; Lemos e Mello (2008) recomendam o planejamento da comunicação adequada aos públicos envolvidos na gestão socioambiental estratégica, para que essa participação gere um retorno favorável por parte da população, como entusiasmo, avaliações favoráveis ou contribuições de tempo e dinheiro, de forma a unificar o esclarecimento e comportamento dos envolvidos.

Ao questionar sobre o interesse dos colaboradores em participar das ações sociais e ambientais desenvolvidas pela empresa, um somatório de 82,2% afirmaram concordar ou concordar plenamente em possuir esse interesse; 14,8% permaneceram neutros; e 2,5% apontam não se interessarem em se engajar nestas práticas, como exposto no Gráfico 4A.

Ao serem questionados se participam das ações sociais e de cuidado ao meio ambiente desenvolvidas pela empresa, 51,5% dos pesquisados concordou ou concordou plenamente com sua participação ativa nessas ações; 31,1% permaneceram neutros; 16,2% discordaram e 1,3% discordaram plenamente, conforme o Gráfico 4B.

Gráfico 4 - (A) Respostas a assertiva "Tenho interesse em participar das ações sociais e ambientais desenvolvidas pela empresa"; (B) Respostas a assertiva "Sempre participo das ações sociais e de cuidado ao meio ambiente desenvolvidas pela empresa"



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Assim como se pediu aos colaboradores que sinalizassem as práticas de sustentabilidade socioambiental praticadas pela organização, foi solicitado que os mesmos enumerassem quais dessas ações citadas pela Gestora e pelo relatório de sustentabilidade da empresa, que eles participam e se engajam. Em relação às ações assistenciais, 204 dos 237 respondentes sinalizaram participar de pelo menos uma das ações de assistência, sendo distribuídos da seguinte forma: 71,1% afirmaram se engajar com a campanha do agasalho; 50,5% arrecadaram lacres para reverter em cadeiras de rodas; 62,3% doaram alimentos; e 40,7% doaram material escolar.

Quanto às ações de educação desenvolvidas pela empresa, 85 colaboradores afirmaram já ter participado dessas ações. Dos 85 respondentes, 81,2% participaram do projeto da Unidade Projeto Pescar; e 27,1% frequentaram o espaço Viver Bem voltado à comunidade.

Quando questionados em relação ao engajamento com as ações de voluntariado, 124 de um total de 237 pesquisados, responderam positivamente a proposição. Destes, 54,8% afirmaram participar de ações pontuais de voluntariado; 55,6% doaram sangue; 18,5% participaram do programa de voluntariado sistêmico da organização, dispondo de duas horas mensais para desenvolver voluntariado; e 6,5% participaram do Coral da empresa.

Em relação ao envolvimento com as ações ambientais e de conscientização 223 colaboradores se engajam com pelo menos uma dessas práticas. Como exposto no Gráfico 8, dos 223 colaboradores engajados, 64,6% afirmaram utilizar os coletores ecológicos de pilhas, medicamentos vencidos e cartões magnéticos; 82,5% descartaram adequadamente os resíduos na separação entre recicláveis e orgânicos; 56,1% tiveram acesso ao *kit* ecológico; e 74,4% relataram contribuir para o programa de redução de desperdícios de copos plásticos, papel toalha, energia elétrica, água e viagens corporativas.

As respostas sobre participação dos pesquisados, convergem com Melo Neto e Froes (2001) ao pontuarem que, com o paradigma de responsabilidade socioambiental nas empresas, os colaboradores passam a ser agentes sociais e o comportamento destes tem impacto não somente na empresa, como também na comunidade. Os colaboradores exercem dessa forma um papel social dentro e fora da organização, exercendo voluntariado ou assumindo responsabilidade socioambiental diariamente em seu convívio no trabalho ou pessoal.

A percepção dos colaboradores e da gestora da área socioambiental sobre essas práticas de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pela empresa na Cidade de Porto Alegre em relação à imagem institucional

Para averiguar a percepção dos colaboradores sobre as práticas de responsabilidade socioambiental desenvolvidas pela empresa foram realizadas sete perguntas fechadas, utilizando-se da escala de Likert e perguntas semelhantes foram realizadas na entrevista à Gestora com o objetivo de obter a percepção desta sobre os *feedbacks* ao setor socioambiental, advindos dos demais *stakeholders* como clientes, prestadores e fornecedores que constituem os variados grupos de interesse da organização.

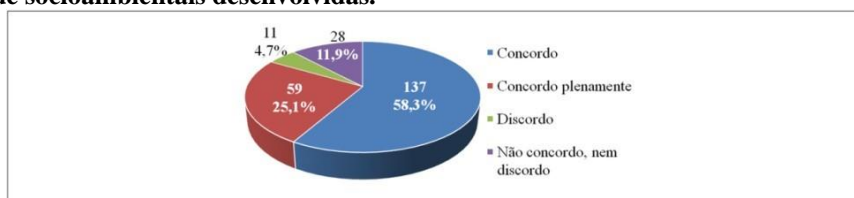
Foi questionado à Gestora se a organização informa as práticas de sustentabilidade socioambientais para dos *stakeholders* internos, externos e comunidade, e em caso positivo, que a mesma discorresse como ocorre esta comunicação, ao que a entrevistada relatou que essa divulgação ocorre através dos relatórios de gestão e sustentabilidade, das premiações da marca como o Top Cidadania, adquirido através do Projeto Pescar, com a participação da pesquisa das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil, onde há perguntas quanto ao índice de satisfação dos colaboradores em relação às práticas de responsabilidade socioambiental, atualmente 93% apresentam satisfação em relação a esse índice e no site da empresa (GESTORA, 2019).

Os clientes empresariais são contemplados por uma página específica de comunicação da empresa, recebendo *news*, onde o setor de relações empresariais se comunica com o cliente empresarial, reportando informações sobre as entregas socioambientais feitas pela organização, de forma a gerar valor à marca, incentivando a adesão de clientes empresariais nas campanhas. Com isso algumas empresas se tornaram parceiras em relação à sustentabilidade socioambiental, essa postura da organização encontra apoio em Werbach (2010) que expõe que engajar pessoas do cotidiano é essencial para a realização das estratégias empresariais de sustentabilidade.

Ao serem questionados se os canais de comunicação e publicidade da organização pesquisada divulgam as ações de responsabilidade socioambientais desenvolvidas aos públicos interno e externo; 83,4% dos colaboradores concordou ou concordou plenamente; 11,9% permaneceram neutros; e 4,7% discordaram da assertiva proposta. Amato Neto (2015) expõe que é dever do marketing, expor as práticas de sustentabilidade socioambiental implementadas na organização, incorporando os valores de zelo ao meio ambiente e a sociedade à marca, dessa forma despertando o interesse e retendo *stakeholders* conscientes.

Também foi questionado a entrevistada se há retorno, positivo ou negativo, por parte dos *stakeholders*, mediante as práticas de sustentabilidade socioambientais desenvolvidas pela empresa, esta esclareceu que o retorno ocorre em relação ao reconhecimento da marca. A Gestora expôs que consegue identificá-los principalmente pelos *feedbacks* que recebe, são realizadas pesquisas de satisfação com as instituições beneficiadas e os resultados são sempre positivos, o setor de responsabilidade socioambiental recebe devolutivas de gratidão dessas instituições “nos agradecem em relação ao trabalho voluntário e aos recursos financeiros dispostos pela organização, nos convidam para momentos de celebração, o que oportuniza aos colaboradores da empresa agregar valores com essa troca com a comunidade” (GESTORA, 2019).

Gráfico 5 - Respostas dos colaboradores a proposição "Considero que os canais de comunicação e publicidade, dispostos pela organização demonstram aos públicos interno e externo, as ações de responsabilidade socioambientais desenvolvidas."



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

A entrevistada considerou como reconhecimento os contatos de hospitais pedindo auxílio e engajamento dos colaboradores para maiores arrecadações de bolsas de sangue, validando o trabalho que a empresa realiza. Em reconhecimento ao impacto na vida dos jovens do Projeto Pescar, a empresa foi premiada no ano de 2018 com o Top Cidadania, esse prêmio reconhece as ações sociais e de sustentabilidade realizadas pelas organizações na comunidade gaúcha, contribuindo para o incentivo dos investimentos sociais nas empresas do Estado. Através destes reconhecimentos, a Associação Brasileira de Recursos Humanos do Rio Grande do Sul, estimula a realização de ações sociais e de sustentabilidade nas organizações, em sua cadeia produtiva ou na sociedade. Em relação aos clientes da organização, a entrevista retratou que "os clientes chancelam e reconhecem principalmente as ações nas quais eles mesmos se engajam, como campanha do agasalho e entrega de lacres de alumínio" (GESTORA, 2019). A entrevistada ainda destacou que o retorno positivo não é quantitativo, mas qualitativo.

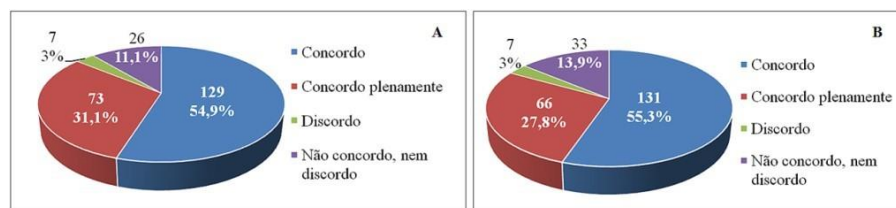
A Gestora afirmou que reconhecimento da marca não se dá apenas pela qualidade dos serviços prestados, mas pelo conjunto de ações assistenciais que a empresa realiza em relação à comunidade e ao meio ambiente, proporcionando bem-estar para o público. Assim como

retratado por Melo Neto e Froes (2001), ao abordarem que a responsabilidade social e ambiental retratam valores, fortalecem a imagem da marca e dos produtos, proporcionando à empresa reconhecimento e simpatia dos mais diversos públicos.

A percepção dos colaboradores em relação à imagem institucional também está presente nos resultados da pesquisa, pois ao serem questionados se consideram, que além de cuidar da saúde de seus clientes, cooperados, colaboradores e comunidade na qual está inserida, a organização também se preocupa com a saúde do planeta, 86% dos colaboradores concordou ou concordou plenamente com a afirmação; 11,1% permaneceram neutros; e 3% discordou, conforme o Gráfico 10A. Quando questionados se percebem que as ações de responsabilidade socioambientais desenvolvidas pela organização beneficiam a comunidade em seu entorno, 55,3% afirmou concordar; 27,8% afirmou concordar plenamente; 13,9% permaneceram neutros e 3% discordaram (GRÁFICO 10B).

Dentro da perspectiva de analisar a percepção dos colaboradores em relação à imagem institucional, foi questionado se estes consideram que as práticas sociais e ambientais da empresa fortalecem a imagem da marca, onde 93,2% dos pesquisados concordou ou concordou plenamente; 6,4% foram neutros; e 0,4% discordou da afirmativa (GRÁFICO 11A). Esses resultados estão alinhados com Oliveira (2013) ao abordar que a empresa com postura socioambientalmente responsável pode fortificar a marca ao longo dos anos. Essas práticas sociais e ambientais, juntamente com uma boa comunicação, acrescentam valor à empresa.

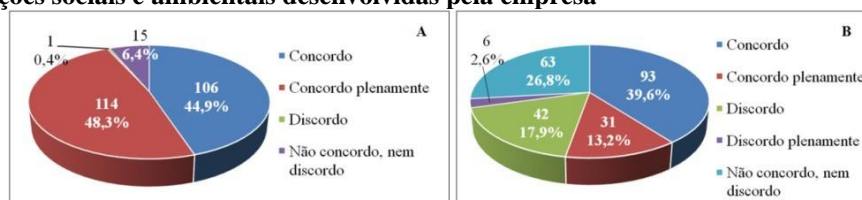
Gráfico 6 - (A) Respostas a assertiva "Considero que além de cuidar da saúde de seus clientes, cooperados, colaboradores e comunidade na qual está inserida, a organização também se preocupa com a saúde do planeta"; (B) Respostas a assertiva " Percebo que a organização desenvolve as ações de responsabilidade socioambientais que beneficiam a comunidade em seu entorno "



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Diante da competitividade por profissionais capacitados no mercado, Bernardi (2003) aponta a crescente responsabilidade das organizações em despertar o interesse das pessoas em exercer atividades nelas. Frente a esta realidade, foi avaliada a opção dos pesquisados por trabalhar na empresa objeto do estudo, se os colaboradores consideraram as ações sociais e ambientais desenvolvidas pela empresa no momento de buscar uma vaga na organização, ao que 52,8% concordaram ou concordaram plenamente; 26,8% não concordaram, nem discordaram; 17,9% discordaram e 2,6% discordaram plenamente (GRÁFICO 11B).

Gráfico 7 - (A) Respostas a assertiva "Considero que as práticas sociais e ambientais da organização, fortalecem a imagem da marca"; (B) Respostas a assertiva "Ao optar por trabalhar nessa organização, considerei as ações sociais e ambientais desenvolvidas pela empresa"



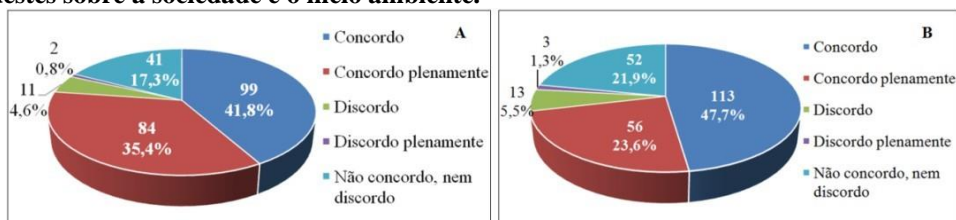
Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Com o exercer de suas atividades e o cotidiano empresarial, os colaboradores passam a desenvolver percepções sobre o serviço prestado e o impacto gerado na vida das pessoas pela

empresa, dessa forma, se perguntou aos colaboradores se estes indicam a empresa para amigos e familiares em função dos cuidados com o meio ambiente e as pessoas; 77,2% dos colaboradores pelo menos concordou com a assertiva; 17,3% permaneceram neutros; 4,6% discordou; e 0,8% discordou plenamente (GRÁFICO 12A). Melo Neto e Froes (2001) apontam que essa oportunidade de interação social e de cuidado com o meio ambiente através das ações socioambientais, desperta nos colaboradores o instinto de serem os próprios fomentadores do marketing social da organização em que trabalham, em consonância com os resultados da pesquisa.

A organização pesquisada apresenta em seus relatórios anuais de sustentabilidade como um dos seus valores ser socialmente responsável, assumindo o compromisso com o desenvolvimento social e a preservação do meio ambiente. Além de fomento para o estudo de caso apresentado, a pesquisa visou mensurar se, ao optar por um produto ou serviço, os respondentes avaliam o impacto desses sobre a sociedade e o meio ambiente. Frente à assertiva "Ao optar por um produto ou serviço, avalio o impacto destes sobre a sociedade e o meio ambiente." 71,3% dos pesquisados pelo menos concordou; 21,9% permaneceu neutro; 5,5% discordou; e 1,3% discordou plenamente, em relação a essas ações e práticas gerarem impacto sobre a tomada de decisões no ato da compra por parte dos consumidores (GRÁFICO 12B).

Gráfico 8 - (A) Respostas a assertiva "Indico a empresa para amigos e familiares, devido ao seu cuidado com o meio ambiente e as pessoas"; (B) Respostas a assertiva "Ao optar por um produto ou serviço, avalio o impacto destes sobre a sociedade e o meio ambiente."



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Os dados encontrados podem ser confrontados com o pensamento de Oliveira (2013) que explica que a sociedade está cada vez mais exigente por produtos e serviços mais sustentáveis ambiental e socialmente. E que inclusive, os *stakeholders*, na atualidade têm utilizado as informações sobre o cuidado com o meio ambiente e com as questões sociais dos produtos e empresas antes de efetuarem a compra. A entrevista da gestora juntamente com as respostas dos colaboradores, retratam que a gestão sustentável das organizações possibilita a geração de valor aos mais diversos públicos de relacionamento empresarial, sejam esses acionistas, investidores, fornecedores, colaboradores, clientes, consumidores ou comunidades e meio ambiente, onde a empresa executa suas operações. Sendo, a geração de valor indispensável no planejamento estratégico nas empresas (MAZZALI; SCHLEDER; PEDREIRA, 2013).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O primeiro objetivo específico identificou as ações de sustentabilidade socioambiental desenvolvidas na organização, na percepção do gestor da área e dos colaboradores, em ambas as abordagens, se constatando que a empresa desenvolve as ações assistenciais como a campanha do Agasalho, programa de arrecadação de lacres de alumínio para reverter em cadeiras de rodas, doações de alimentos, materiais escolares, equipamentos eletrônicos, equipamentos de saúde e medicamentos, de exames e vacinação gratuita para instituições sociais. Desenvolve também ações de educação como mantenedora da Unidade do Projeto Pescar, o projeto do espaço Viver Bem voltado para a comunidade, desenvolvimento de

capacitação de jovens para o mercado de trabalho e apoio mensal para a creche comunitária Santa Therezinha. A empresa também dispõe de ações de voluntariado pontuais e sistêmicas, um projeto decorrente para doação de sangue e um coral que oportuniza bem-estar e lazer para os colaboradores. Já em relação às ações ambientais, a organização faz captação de água da chuva, possui coletores ecológicos, faz o controle de emissões de CO₂ através de uma ferramenta de cálculo (calculadora de CO₂), desenvolve gestão dos resíduos, distribui *kits* ecológicos aos colaboradores, tem um programa de redução de desperdícios de materiais como copos plásticos, papel-toalha, energia elétrica, água, impressões e viagens corporativas, além de desenvolver programa de reaproveitamento de materiais como uniformes e *banners* utilizados na organização.

O segundo objetivo específico averiguou o engajamento dos colaboradores nas ações socioambientais desenvolvidas pela empresa na visão do gestor da área e dos colaboradores, foi constatado que os colaboradores se engajam nas ações, principalmente com os projetos de voluntariado, com o Projeto Pescar, com o Coral e com as doações. Alimentos e materiais escolares são doados pelos próprios colaboradores, estes participam com a campanha do agasalho, de 60 a 70 voluntários ministram aulas de desenvolvimento pessoal, cidadania e conhecimentos técnicos no Projeto Pescar, participam do voluntariado sistêmico e ações pontuais de voluntariado, apesar de corresponderem a uma pequena fatia da amostra, 12 voluntários participam do Coral, se engajam com doações de bolsas de sangue em diferentes bancos de sangue na cidade de Porto Alegre. Além disso, os colaboradores desenvolvem dentro da organização conscientização ambiental, ao utilizar os coletores ecológicos de pilhas, medicamentos vencidos e cartões magnéticos, ao descartar adequadamente os resíduos na separação entre recicláveis e orgânicos, ao utilizarem o *kit* ecológico disposto pela empresa e ao contribuir para o programa de redução de desperdícios de copos plásticos, papel toalha, energia elétrica, água e viagens corporativas, conforme exposto nos resultados e indicadores.

O terceiro objetivo específico verificou a percepção dos colaboradores e da gestora da área socioambiental sobre as práticas de responsabilidade socioambiental desenvolvidas pela empresa na Cidade de Porto Alegre em relação à imagem institucional, onde se observou que a empresa obtém retorno positivo em relação ao reconhecimento da marca, especialmente pelos *feedbacks* recebidos pelo setor de responsabilidade socioambiental a partir das pesquisas de satisfação com as instituições beneficiadas. O reconhecimento e geração de valor para a marca podem ser identificados pelas devolutivas das instituições, pelo contato de hospitais pedindo auxílio e a partir do engajamento dos colaboradores para maiores arrecadações de bolsas de sangue, pela premiação no ano de 2018 com o Top Cidadania, e, além disso, pelos dados da pesquisa quantitativa com os colaboradores, 77,2% afirmam concordar ou concordar plenamente com a afirmação que indicam a empresa para amigos e familiares, devido a seu cuidado com o meio ambiente e as pessoas; 71,3% concordam ou concordam plenamente que ao optarem por um produto ou serviço, avaliam o impacto desses sobre a sociedade e o meio ambiente; e a grande maioria de 93,2% destes concordam ou concordam plenamente que as práticas sociais e ambientais da empresa fortalecem a imagem da marca, o que demonstra o envolvimento de colaboradores e resultados obtidos com o conjunto de práticas de sustentabilidade ambiental, como fomento ao reconhecimento da marca e da organização no mercado. Através dessa pesquisa foi possível identificar as práticas de sustentabilidade socioambiental da organização em questão, e que estão elas divididas em práticas voltadas a assistência à sociedade local, educação, voluntariado e voltadas a conscientização em relação ao meio ambiente. A barreira enfrentada pela pesquisadora ao realizar a pesquisa foram os recursos escassos em relação à comunicação com o público externo, limitando a coleta ao público interno, sendo esta a sugestão para próximas pesquisas, o alcance a pesquisados do ambiente externo da organização como clientes, prestadores e fornecedores.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.
- AMATO NETO, J. **A era do ecobusiness: criando negócios sustentáveis**. Barueri, SP: Manole, 2015.
- ARAÚJO, M. R.M. de. **O que é responsabilidade social de empresas para o consumidor: significado e influências**. In: Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2005.
- BARBIERI, J. C. CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- BARBOSA, P. R. A. **Índice de sustentabilidade empresarial da bolsa de valores de São Paulo (ISEBOVESPA): exame da adequação como referência para aperfeiçoamento da gestão sustentável das empresas e para formação de carteiras de investimento orientadas por princípios de sustentabilidade corporativa**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: https://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Paulo_Barbosa.pdf
- BELLEN, H. M.V. **Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BIOSETA. **Bioseta**. [S.l.]. 2018. Disponível em: < <http://www.bioseta.com.br/wp-content/uploads/2014/10/triple.jpg>>. Acesso em: 2 out. 2018
- BOFF, L. **Caderno de debate Agenda 21: Ética e Sustentabilidade**. Brasília: Ministério de Meio Ambiente, 2006.
- BOFF, L. **Sustentabilidade: o que é- o que não é**. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.
- BRANCO, S. M. **O meio ambiente em debate**. 26. ed. São Paulo: Moderna. Coleção Polêmica, 2002.
- CLIFT, R. et al. Forum on sustainability. **Clean products and processes**, v. 2, n. 1, p. 67, 2000. Disponível em: http://www.academia.edu/8415259/Sustainable_Development_and_Sustainability_Metrics. Acesso em: 17 out. 2018.
- CRESWELL, J.W.; Plano Clark, V. L. **Pesquisa de métodos mistos**. 2 ed. São Paulo: Penso, 2010.
- CUSTODIO, AL de M.; MOYA, R.. **Indicadores ETHOS de responsabilidade social empresarial 2007**. São Paulo: Instituto Ethos, 2007.
- DIAS, R. **Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios**. São Paulo: Atlas, 2009.
- DIAS, R. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.
- DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e Técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- GIL, A. C.; **Gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MAZZALI, R.; SCHLEDER, A.; PEDREIRA, E. R. **Gestão de negócios sustentáveis**. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

- MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **Gestão de responsabilidade social corporativa: Caso Brasileiro**. 2.ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MELO NETO, F. P. de; FROES, C. **O Bem-feito: Os novos desafios da gestão da responsabilidade socioambiental sustentável corporativa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2011.
- MOURA, L. A. A. de. **Qualidade e gestão ambiental**. 4. ed. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2004.
- NASCIMENTO, L. F.; LEMOS, A. D. da C.; MELLO, M. C. A. de. **Gestão socioambiental estratégica**. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- OLIVEIRA, J. A. P. de. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. 2. ed. São Paulo: Elsevier, 2013.
- PÁDUA, E. M. M de. **Metodologia da pesquisa: abordagem teórico-prática**. 6 ed. Campinas: Papyrus, 2000.
- PARENTE, J.; GELMAN, J. J. **Varejo e responsabilidade social: visão estratégica e práticas no Brasil**. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- ROSA, A. **Rede de governança ambiental na cidade de Curitiba e o papel das tecnologias de informação e comunicação**. 2007. 200f. Dissertação (Mestrado em Gestão Urbana). Programa de Pós Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2007. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp029091.pdf>. Acesso em: 09 jun. 2018.
- SIKDAR, S. K. Sustainable Development and Sustainability Metrics. **AIChE Journal**. v. 49, n. 8.p. 1928- 1932. United States: August 2003. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/aic.690490802>>. Acesso em: 16 out 2018.
- SILVA, C.; PRZYBYSZ, L. C. B. **Sistema de gestão ambiental**. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- SILVESTRE, A. L. **Análise de dados e estatística descritiva**. Forte da Casa, Portugal: Escolar, 2007.
- TACHIZAWA, T; ANDRADE, R. O. B. de. **Gestão socioambiental: Estratégias na nova era da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- UNIMED PORTO ALEGRE. **Relatório de Gestão e Sustentabilidade 2018**. Porto Alegre. Disponível em: http://www.unimed.coop.br/portalunimed/flipbook/porto_alegre/relatorio_de_gestao_e_sustentabilidade_2018/194-195/. Acesso em 09 de maio de 2019.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.
- WERBACH, A. **Estratégia para a sustentabilidade: uma nova forma de planejar sua estratégia empresarial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- ZARPELON, M. I. **Gestão e responsabilidade social: atualizado em ISO 26.000, Sustentabilidade, Modelo Ethos e MEG**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.