

# A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES ACERCA DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DE UM HOSPITAL EM FORTALEZA/CE

## 1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) acontece quando as organizações decidem contribuir para uma sociedade mais justa e igualitária, como também para com um ambiente sustentável, através de suas ações na comunidade interna e externa. Ainda diz respeito à uma ação estratégica da empresa que busca retorno institucional, econômico social, tributário fiscal. A Responsabilidade Social é uma evolução da Filantropia, e as duas são ainda muitas vezes confundidas.

Acercas dessa diferença, escreveu Costa (2011, p. 131).

Enquanto a filantropia limitava-se à doação de recursos à comunidade dos trabalhadores e estava relacionada à caridade de doações efetuadas por empresários ou por fundações criadas por eles, a atual responsabilidade social empresarial prevê processos de avaliação e monitoramento de ações e investimentos sociais na comunidade e na empresa.

As ações de filantropia são isoladas, e tratam-se da relação social da organização para com a comunidade. Por sua vez, a empresa, quando assume uma política de Responsabilidade Social, age pensando no todo, ou seja, na cadeia de negócios a qual está inserida, considerando seus stakeholders - acionistas, colaboradores, fornecedores, prestadores de serviço, clientes, comunidade e meio ambiente.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) compreende os níveis interno - funcionários e as partes afetadas pela empresa, e o nível externo que são ações da organização que refletem na comunidade, no meio ambiente e os demais meios em que estão inseridos.

Segundo Ashley (2012), Responsabilidade Social é o compromisso que a organização deve ter em relação à sociedade, sendo expresso por meio de atos que transparecem os impactos positivos na mesma.

A Responsabilidade Social é também uma estratégia empresarial, uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa capaz de superar as crises sociais e econômicas, além de construir decisões que gerem soluções de benefícios mútuos; gerar valor à companhia, com retorno dos seus investimentos em forma de benefícios sociais e financeiros. Promover melhorias contínuas em sua imagem e criar um senso de pertencimento junto aos seus colaboradores e stakeholders, gerando assim um espírito coletivo.

Devido ao Estado não conseguir prover sozinho as necessidades sociais da população, essa tendência soma-se ao aumento da consciência crítica do consumidor que procura por produtos e serviços de empresas que gerem melhoria para a sociedade ou meio ambiente, aumentando assim a vantagem competitiva das mesmas e fazendo frente ao mercado que está cada vez mais exigente.

No tocante à Responsabilidade Social, em sua dimensão interna, Dias (2012) explana que inicia a partir da capacidade de se administrar o relacionamento com os colaboradores e trilhar um caminho para fortalecer e otimizar essa relação. As organizações que almejam ser socialmente responsáveis devem utilizar como estratégia inicial o seu público interno, uma vez que favorece a motivação, fidelidade, comprometimento e participação ativa destes, o que contribui para criar uma cultura voltada à RSE.

A motivação em torno desta temática deu-se em função da atividade de acadêmicas de administração, e o curso estar muito voltado para estimular a consciência crítica de seus alunos.

O problema que norteia este trabalho é: como as ações de RSE são percebidas pelos colaboradores de um hospital situado em Fortaleza - CE? E tem como objetivo geral analisar tais ações, e como são percebidas por seus colaboradores no contexto que antecedeu a pandemia do coronavírus<sup>1</sup>.

Quanto aos objetivos específicos, elencam-se: i) Estudar a evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, com base nos estudos de diferentes autores, nomeadamente, do conceito de ética à responsabilidade social e às diferentes abordagens do conceito de responsabilidade social empresarial; ii) Pesquisar acerca das práticas utilizadas atualmente para aplicação da responsabilidade social, utilizando os estudos do Instituto Ethos; iii) Identificar a percepção dos colaboradores acerca das ações de RS da organização pesquisada; e iv) Identificar ainda os benefícios obtidos pela organização com a adoção de uma política de RS implementada.

Quanto aos procedimentos metodológicos, este estudo utilizou a classificação de Gil (2010), Oliveira (2011), Roesch (2012), Prodanov e Freitas (2013), Flick (2013) e Yin (2015). Caracteriza-se quanto aos fins como descritiva e quanto aos meios, o estudo é bibliográfico, estudo de caso e pesquisa de campo. A natureza da pesquisa é quantitativa. A unidade de análise deu-se em um Hospital de pequeno porte situado em Fortaleza - CE, por ter práticas voltadas à Responsabilidade Social, com um efetivo de 150 funcionários, tendo como amostra 40 destes, divididos em cinco setores: Recepção; Assistência de Enfermagem; Administração; Higienização e Nutrição.

O estudo está organizado em cinco capítulos. Inicia-se por esta introdução; seguido do referencial teórico, dividido em duas etapas: na primeira delas busca-se fazer uma análise contextual do surgimento a responsabilidade social e o modo com que a mesma passou gradativamente a incorporar as estratégias e objetivos organizacionais, assim como as razões que levaram as empresas a adotarem este papel; na segunda etapa contemplam as práticas utilizadas atualmente para aplicação da responsabilidade social, utilizando estudos do Instituto Ethos. O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos; seguido da apresentação e análise dos resultados; e das conclusões.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Este capítulo aborda os conceitos e definições de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), assim como o surgimento no Brasil e no mundo, seus objetivos, benefícios e dimensões, além de um estudo sobre as práticas utilizadas atualmente para aplicação da responsabilidade social, utilizando como referência o Instituto Ethos.

### **2.1 Definições da RSE**

Revisando a literatura relacionada ao tema, encontram-se orientações que dizem respeito à contextualização histórica do conceito de Responsabilidade Social no meio acadêmico e empresarial. A RSE surgiu a partir de um questionamento às práticas e à postura ética no mundo corporativo, onde para se alcançar o lucro, muitas vezes as

---

<sup>1</sup> Coronavírus é uma família de vírus que causam infecções respiratórias. O novo agente do coronavírus foi descoberto em 31/12/19 após casos registrados na China. Provoca a doença chamada de coronavírus (COVID-19). Disponível em: <<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca#o-que-e-covid>>

organizações não agem de forma ética, ultrapassando os seus limites, com o pensamento de que os fins justificam os meios (BORGER, 2013).

Em 1953 Howard Bowen, nos primórdios da literatura sobre RSE publicou o livro *Responsibilities of the businessman 3*, ou 3 Responsabilidades sociais do homem de negócios - tradução para o português, teorizando a relação entre sociedade e corporações, conforme Carroll e Shabana (2010, pág. 86), “o livro de Bowen era visivelmente à frente de seu tempo, por pelo menos uma década, mas veio a moldar o pensamento significativamente futuro sobre o assunto”. Bowen (1953) considerava que as empresas deveriam assumir posturas éticas aliadas aos valores morais e expectativas da sociedade, visto que são centro de poder e influência no meio que estão inseridas.

A expressão Responsabilidade Social fomenta uma série de interpretações, para alguns, representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal, para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas uma posição de comportamento exemplar perante a sociedade. Há os que a interpretam como prática social ou papel social, e outros a veem como uma contribuição caridosa.

Na percepção de Dias (2012), alguns dos principais autores que contribuíram para o amadurecimento do conceito de RSE, no campo teórico foram Davis (1960) e McGuire (1963). McGuire (1963) apud Carroll; Shabana, (2010) afirmam que a Responsabilidade Social persuade as empresas a assumirem algumas responsabilidades para a sociedade que se estendem para além de suas obrigações legais e econômicas.

Por sua vez, Davis (1960) apud Dias (2012), ponderam que as empresas acarretam para a sociedade, alguns custos decorrentes de suas atividades, por isso têm responsabilidade direta e condições de abordar muitos problemas que atingem a mesma. Defendem ainda que as empresas são portadoras de poder econômico e político, e que ambos são dependentes de uma Responsabilidade Social efetiva: o uso irresponsável deste poder pode levar ao risco de perdê-lo.

Os autores supracitados dividiram o campo de discussão sobre RSE em duas correntes distintas: aqueles que eram a favor da primazia dos interesses dos acionistas e, os que defendiam que as empresas deveriam abranger as necessidades e expectativas de todos os grupos envolvidos na organização.

## **2.2 O Surgimento da RSE no mundo e no Brasil**

A Responsabilidade Social foi mencionada pela primeira vez em um manifesto de 120 industriais inglesas. De acordo com Rodrigues e Duarte (2012 pág. 63) o documento informa que a "responsabilidade dos que dirigem a indústria é manter um equilíbrio justo entre os vários interesses dos públicos, dos consumidores, dos funcionários, dos acionistas".

No Brasil, há registros de ações sociais desde o século XX. Foi a Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas publicada em 1965 pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil) um dos marcos iniciais. Esse documento destaca os aberrantes desníveis econômicos, o enorme atraso de certas áreas do país decorre, em parte, de não ter o setor empresarial tomado consciência plena de suas responsabilidades sociais (ADCE, 1965).

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), em 2002, formou um grupo de trabalho para o desenvolvimento de uma Norma Brasileira de Requisitos em Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social. No final do ano de 2004, foi publicada a norma ABNT NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistema e Gestão – Requisitos. O objetivo dessa norma é estabelecer os requisitos mínimos relativos a um sistema de gestão da responsabilidade social, permitindo à organização, formular e

implementar uma política e objetivos que levem em conta os requisitos legais e outros, como compromissos éticos, sua preocupação com promoção da cidadania e do desenvolvimento sustentável, incluindo a transparência das suas atividades (ABNT,2004).

A NBR 16001 é uma norma de sistema de gestão, passível de auditoria, estruturada em requisitos verificáveis, permitindo que a organização busque a certificação por uma terceira parte, o que não ocorre com a ISO 26000 que é uma norma de diretrizes (ABNT, 2004). O Inmetro desenvolveu o Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social de acordo com a NBR 16001.

### **2.3 Objetivos e vantagens da RSE**

Para Battagello (2013), a RSE é compreendida como um relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que influenciam ou que são impactados pela atuação dela, assim como, o gerenciamento do relacionamento interno, o respeito ao meio ambiente e aos investimentos feitos em ações sociais. No domínio externo esta responsabilidade se traduz na prática de ações que tragam benefícios à sociedade, que criem e recriem as condições necessárias para o desenvolvimento crescente da cidadania e devolvam benefícios estratégicos à empresa.

Já internamente, as empresas ganham em produtividade, motivação dos colaboradores, gestão de talentos, credibilidade e bom relacionamento com os stakeholders, assim sendo, muitas empresas têm adotado a gestão RSE para superar a concorrência, realocando a prática no campo das estratégias de marketing.

Desse modo, a responsabilidade social empresarial é vantajosa para todos, desde os trabalhadores e comunidade local até investidores do outro lado do mundo.

Para Argenti (2014):

Embora a responsabilidade social empresarial esteja assumindo um papel central graças a um ambiente de negócios que enfrenta riscos cada vez maiores, adotar uma estratégia socialmente responsável pode oferecer uma vantagem atraente para grandes empresas. Práticas responsáveis de negócios não minam necessariamente os lucros de uma empresa (ARGENTI, 2014, p. 145).

Desde a revolução industrial, o mercado tem-se preocupado em obter lucro mediante o estímulo ao consumo. Essa postura é resultado da constante cobrança de investidores e consumidores, mas visa também o próprio benefício. E na visão de Higuchi e Vieira (2012), tanto a Responsabilidade Social quanto o marketing social têm como principais objetivos promover melhorias na sociedade, fortalecer a imagem, fidelizar a marca da empresa e, conseqüentemente, obter mais ganhos financeiros.

Esse tipo de gestão também representa uma grande vantagem competitiva para a empresa, que fortalece sua imagem corporativa e aumenta sua participação no mercado. Além disso, a empresa que adota a RSE tem mais chances de fidelizar seus consumidores e conseguir opiniões favoráveis da imprensa. Tem-se como vantagens e objetivos de se adotar a RSE.

### **2.4 Dimensões da RSE**

Segundo Dias (2012), a responsabilidade social das empresas abrange duas dimensões: a interna e a externa. Na sua dimensão interna, as práticas socialmente responsáveis dizem respeito à gestão dos recursos humanos, a saúde e segurança no trabalho, a adaptação à mudança e a gestão do impacto ambiental e dos recursos naturais. No que diz respeito a sua dimensão externa, a responsabilidade social das empresas materializa-se na rede de relações com as comunidades locais, com os

clientes e fornecedores, com os acionistas e investidores, na observância dos direitos humanos consagrados universalmente, bem como, na gestão global do meio ambiente.

De acordo com o Instituto Ethos (2010), no tocante a dimensão interna da RSE, a organização socialmente responsável, não se limita a respeitar os direitos dos funcionários consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), mesmo que esse seja um requisito fundamental. A organização deve extrapolar e investir no desenvolvimento profissional e pessoal de seus trabalhadores, como também no aprimoramento das condições laborais e no melhoramento de seus relacionamentos com os empregados.

Deve ainda, de acordo com Dias (2012), no que tange o âmbito externo, estar preocupada com o respeito às culturas locais, demonstrado por uma relação responsável e ética com as minorias discriminadas e entidades que representam seus interesses, incluindo ações políticas e programas dirigidos a qualquer grupo ou problema que não seja diretamente relacionado com a empresa através de uma relação contratual ou econômica. Traduz-se também na integração na comunidade onde estão inseridas e com a qual estabelecem um conjunto de relações, fornecendo não só oportunidades de emprego, mas proporcionando a existência de uma comunidade próspera e estável

Com isso, tanto a responsabilidade social externa como interna tem a mesma importância, devendo se apresentar sempre interconectadas. O desenvolvimento de um programa de RSE deve ser respaldado por um amplo apoio de toda organização às iniciativas ambientais desta. O envolvimento do quadro de funcionários num programa de RSE externa demonstra compromisso social e fortalece o vínculo do empregado com a organização, pois o processo intensifica uma maior identificação do indivíduo com a empresa, não a vendo somente como empregadora, mas também como um agente social ativo que contribui para a sociedade a qual faz parte.

## **2.5 O Instituto Ethos**

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma Organização da sociedade civil de interesse público (OSICIP), criada em 1998 por um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada, dentre eles Oded Grajew, com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa (INSTITUTO ETHOS, 2011).

O Instituto Ethos é um polo de organização de conhecimento, troca de experiências e desenvolvimento de ferramentas para auxiliar as empresas a analisar suas práticas de gestão e, aprofundar seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável (INSTITUTO ETHOS, 2011). Defendem que a empresa deve manter uma relação ética e, transparente com todos os públicos com os quais ela se relaciona, o estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Na ótica do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a responsabilidade social empresarial é conceituada como sendo a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionam o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e

culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (ETHOS, 2010).

No início da década de 2000, muitas empresas começaram a buscar capacitações customizadas em temas ligados à responsabilidade social empresarial (RSE). O Instituto Ethos, em razão de uma diretriz estratégica, não poderia mobilizar recursos para atender organizações privadas e, se o fizesse, não poderia cobrar pelo serviço. Surgia assim, o Uniethos, uma associação independente, sem fins lucrativos, dedicada integralmente à educação por meio do desenvolvimento de estudos, pesquisas e capacitação em RSE.

O Uniethos atua de forma integrada com o Instituto Ethos, numa estratégia conjunta de promoção de mudanças na economia e nas práticas empresariais, reforçando seu papel de ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente sustentável.

Para isso, sua metodologia de trabalho segue as seguintes etapas:

- Contextualização dos dilemas e dos principais públicos relacionados à sustentabilidade nas empresas, nos mercados e na sociedade e identificação de oportunidades, tendências e práticas inovadoras;
- Análise da gestão, do modelo de negócio e da cadeia de valor das empresas, identificando-se riscos e oportunidades diante dos dilemas da sustentabilidade, com a participação de públicos de interesse;
- Construção de soluções para os dilemas da sustentabilidade em parcerias com empresas e com o envolvimento de públicos de interesse.

Uma vez que o Instituto Ethos é uma entidade criada e mantida por um grupo de empresas interessadas em promover o desenvolvimento sustentável, sua missão somente se realiza numa ótica de conjunto e de corresponsabilidades.

### **2.5.1 Os Indicadores Ethos de RSE voltado ao público interno**

Os Indicadores Ethos são uma ferramenta de gestão que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE), garantir continuidade do negócio produzindo valor para a empresa e para a sociedade em suas estratégias de negócio, de modo que esse venha a ser sustentável e responsável.

No tocante a dimensão interna, os indicadores Ethos são:

- Relação com empregados (efetivos, terceirizados, temporários ou parciais);
- Relação com os sindicatos;
- Remuneração e benefícios;
- Compromisso com o desenvolvimento profissional;
- Comportamento frente a Demissões e Empregabilidade;
- Saúde e Segurança dos Trabalhadores;
- Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho;

Cada indicador proposto pelo Instituto Ethos tem como finalidade específica avaliar como as empresas se comportam em tais situações possibilitando o desenvolvimento de um método de avaliação crítico e construtivo.

## **3 METODOLOGIA**

Este trabalho, tem como objetivo conhecer a percepção dos colaboradores de um Hospital situado em Fortaleza - CE, e como avaliam as suas ações de RSE em um contexto que antecedeu à pandemia do coronavírus. E aborda neste capítulo os procedimentos metodológicos.

Quanto aos fins, a pesquisa caracteriza-se como descritiva, pois procura explicar e interpretar fatos que ocorrem. Quanto aos meios, a pesquisa caracteriza-se como bibliográfica e de campo, por meio de estudo de caso. É bibliográfica por pesquisar a fundamentação teórica do tema escolhido.

É ainda uma pesquisa de campo, pois realiza uma atividade no local pesquisado. A pesquisa de campo, “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e, no registro de variáveis que presumimos relevantes, para analisá-los.” Prodanov e Freitas (2013, pág 59).

A estratégia adotada é a do estudo de caso, por meio do qual se busca analisar a percepção dos colaboradores de um Hospital situado em Fortaleza - CE sobre as ações de RSE da empresa. O estudo de caso é um tipo de pesquisa, que tem como objeto investigativo, o estudo de uma unidade de forma aprofundada. Gil (2010, pág. 37), afirma que o estudo de caso “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou mais objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.”

Yin (2015 pág. 30) define estudo de caso como “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Nesse sentido, o estudo de caso não é nem somente uma tática para a coleta de dados, nem uma característica do planejamento em si, mas uma estratégia de pesquisa abrangente.

No que diz respeito à natureza dos dados, a pesquisa configura-se quantitativa. Roesch (2012), explica que se um projeto tiver como propósito medir as relações entre as variáveis ou avaliar o resultado de algum sistema ou projeto, recomenda-se utilizar preferencialmente o enfoque da pesquisa quantitativa, ou seja, quando se deseja avaliar algum resultado é recomendado realizar uma pesquisa com abordagem quantitativa.

Corroborando com essa interpretação, Gil (2008) apud Prodanov e Freitas (2013), explicam que esses métodos têm por objetivo proporcionar ao investigador os meios técnicos, para garantir a objetividade e a precisão no estudo dos fatos sociais.

Para Prodanov e Freitas (2013), o universo da pesquisa é o conjunto de seres que apresentam pelo menos uma característica em comum e a amostra refere-se ao subconjunto do universo, por meio do qual estabelecemos ou estimamos as características desse universo. A escolha da empresa deu-se em função de promover ações de RSE e pelas possibilidades. Esta possui 150 funcionários correspondente ao universo da pesquisa.

A amostra da pesquisa foi de 40 colaboradores, representativos de todos os setores e correspondentes a 30% do universo pesquisado composto de 150 funcionários. A pesquisa foi aplicada de forma aleatória, pois uma pesquisa aleatória dá a mesma chance a todos os membros, que significa a casualidade na pesquisa. No estudo foi contemplado o efetivo dos setores administrativo, enfermagem, recepção, nutrição e de serviços gerais para compor a amostra. O que significa que qualquer um dos colaboradores teve a chance de responder ao questionário aplicado.

O Hospital MedLife (nome fictício), de pequeno porte, atuante no segmento de saúde, oferece atendimento de urgência e emergência nas especialidades clínica geral e traumatologia, além de oferecer internação adulto clínica e cirúrgica em diversas especialidades. Está há 35 anos no mercado de Fortaleza, onde possui uma única unidade, constituída de 150 colaboradores, o qual foi realizada a pesquisa.

O setor de Recursos Humanos da empresa foi criado há apenas oito anos e abrange uma analista e uma estagiária. O setor é responsável pela gestão do clima

organizacional, do Recrutamento & Seleção, e da Responsabilidade Social, este, em parceria com a Gerência de Enfermagem. Tem como práticas de RSE:

- Programas de Prevenção com Palestras;
- Programa de Gerenciamento de Resíduos de Serviço de Saúde;
- Ginástica laboral;
- Massoterapia;
- Treinamentos;
- Programa de estágio.

Na coleta de dados da pesquisa foi elaborado um questionário, composto de duas seções. A primeira parte, do perfil respondente, contemplou as variáveis sexo, idade, escolaridade, estado civil e tempo de empresa. E a segunda seção constou de onze questões fechadas, pertinentes aos objetivos propostos e a serem investigados, conforme ilustrado no quadro 1.

**QUADRO 1 – VARIÁVEIS DA PESQUISA**

OBJETIVOS PROPOSTOS	QUESTÕES
<p>Identificar se as ações de RS da organização pesquisada são percebidas pelos seus colaboradores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ A empresa escuta reclamações e sugestões dos empregados.</li> <li>➤ Os funcionários são informados das mudanças que o envolve.</li> <li>➤ Os funcionários se sentem satisfeitos realizando suas tarefas.</li> <li>➤ Os funcionários são orientados e sabem por que estão utilizando a Responsabilidade Social.</li> <li>➤ A empresa oferta atividades de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento de todo o seu pessoal.</li> <li>➤ A empresa cumpre as obrigações legais relacionadas à saúde, segurança e condições de trabalho.</li> <li>➤ Os equipamentos de proteção individual são adequados para garantir a saúde do empregado no trabalho.</li> </ul>
<p>Identificar ainda os benefícios obtidos pela organização com a adoção de uma política de RS implementada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ A empresa possui programa de incentivo aos empregados para melhorias internas.</li> <li>➤ A empresa aplica algum programa de sustentabilidade.</li> <li>➤ A empresa possui e realiza programas de combate ao stress decorrente das condições de trabalho.</li> <li>➤ A empresa promove e realiza a prática de exercícios físicos nos horários de expediente normais.</li> </ul>



## **FONTE: Elaborado pelos autores (2020).**

As questões contemplaram alguns dos Indicadores Ethos, já relatados e, que fazem referência às ações responsáveis praticadas pela empresa citados acima no capítulo 3.2. O instrumento teve como escala de avaliação, a Escala Likert, como se segue:

1. Discordo totalmente;
2. Discordo Parcialmente;
3. Não concordo e não discordo;
4. Concordo parcialmente;
5. Concordo Totalmente.

A Escala Likert é uma das metodologias mais populares, e é recomendada para realizar pesquisas de opinião, e que apresentam questões afirmativas para, em seguida oferecer como opção de resposta uma escala que contemplam extremos como “concordo totalmente” e “discordo totalmente”, uma espécie de tabela de classificação (FRANKENTHAL, 2017).

O questionário foi elaborado através do googleforms, e aplicado aos colaboradores através da plataforma WhatsApp, um aplicativo popular de mensagens instantâneas e enviado também por e-mail. Assim, todos da amostra puderam participar, pois os contatos dos colaboradores foram repassados às pesquisadoras pela analista de RH. O instrumento de pesquisa, conforme anexo 1, foi enviado nos dias 29 e 30 de abril de 2020 a 5 colaboradores como pré-teste e, em seguida, ajustado e aplicado, através do Google Forms.

Todos os dados gerados a partir dos instrumentos de coleta de dados foram organizados com o auxílio do Microsoft Excel, ilustrados através de gráficos e comporão a apresentação e análise dos dados da pesquisa.

De acordo com Gil (2010), o processo de tratamento dos dados envolve codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos, e poderá também ocorrer a interpretação dos dados, que consiste, em estabelecer a ligação entre os resultados obtidos.

Os dados coletados a partir dos questionários foram tratados em função da categorização estabelecida “discordância” (discordo totalmente, e discordo parcialmente), “neutralidade” (não sei responder), e “concordância” (concordo totalmente, e concordo parcialmente).

O método utilizado neste estudo apresentou algumas limitações, destacando-se:

- Por ser um estudo de caso único, não existiu um comparativo que pudesse delimitar o objetivo central;
- O momento que ocorreu a aplicação da pesquisa – pandemia do coronavírus, e os pesquisados, estando sobrecarregados de trabalho, demoraram a responder o questionário;

Apesar dessas limitações, o método utilizado ainda é o que de melhor se aplica, para se atingir os objetivos pretendidos.

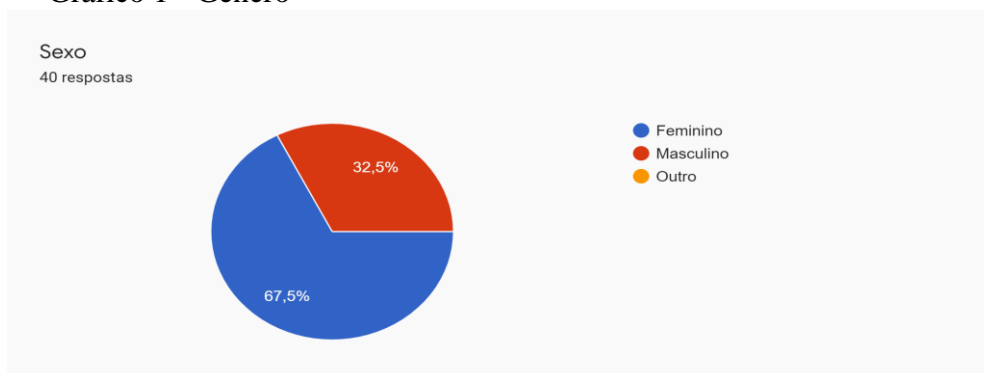
## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Este capítulo se propõe a apresentar e analisar as informações e dados obtidos a partir de um questionário aplicado aos colaboradores de um Hospital situado em Fortaleza / Ceará, a fim de cumprir os objetivos propostos.

### **4.1 Perfil dos respondentes**

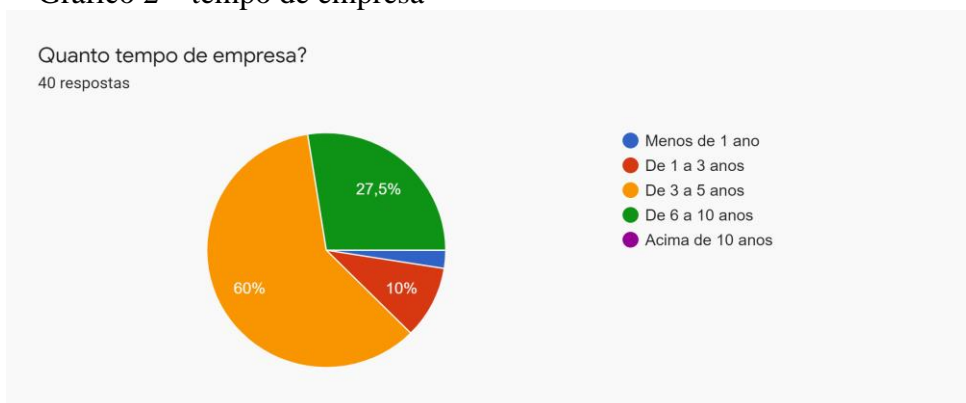
Nesta etapa buscou-se identificar o perfil dos respondentes, através das variáveis sexo, faixa etária, tempo de empresa, e estado civil. Na amostra de 40 respondentes, pode-se observar que a maioria, ou seja, 67% é do gênero feminino, e que 60% deles possui de 3 a 5 anos de empresa, seguido de 27,5% que têm de 6 a 10 anos. Importante destacar que apenas 10% da amostra tem entre 1 e 3 anos de empresa, conforme gráficos 1 e 2.

Gráfico 1 - Gênero



Fonte: elaborado pelos autores (2020)

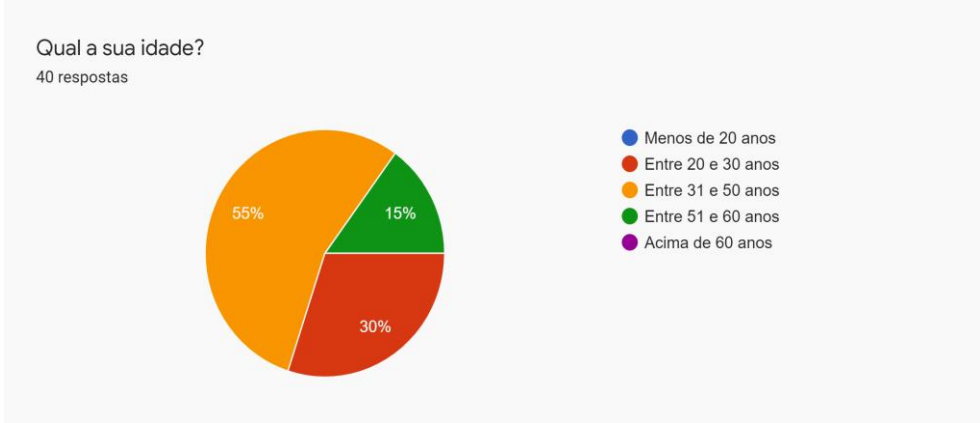
Gráfico 2 – tempo de empresa



Fonte: elaborado pelos autores (2020)

Nas variáveis idade, estado civil e grau de escolaridade observa-se que a maioria, 55% dos pesquisados possui entre 31 a 50 anos, seguidos de 30% que têm entre 20 e 30 anos, e os demais 15% têm entre 51 e 60 anos. Portanto, 70% dos respondentes apresenta-se em uma faixa etária madura, como ilustra o gráfico 3.

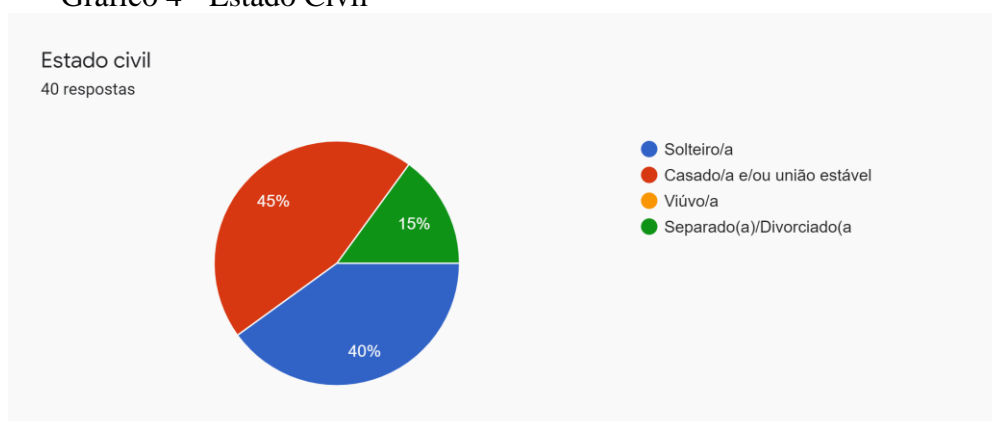
Gráfico 3 - Faixa Etária



Fonte: elaborado pelos autores, 2020.

O gráfico 4 mostra a variável estado civil, onde 45% dos respondentes é casado e/ou união estável, seguidos de 40%, solteiros, e por último, 15% de separado e/ou divorciado.

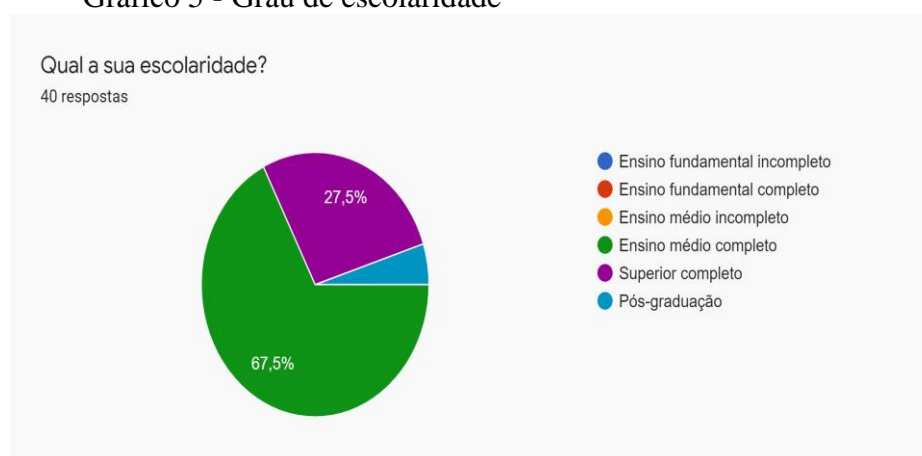
Gráfico 4 - Estado Civil



Fonte: elaborado pelos autores, 2020.

E por fim, quanto ao grau de escolaridade, 67,5% da amostra possui ensino médio completo, seguido de 27,5% com ensino superior, demonstrado no gráfico 5.

Gráfico 5 - Grau de escolaridade



Fonte: elaborado pelos autores, 2020.

#### 4.2 As ações de RSE são percebidas pelos colaboradores.

No tocante à percepção dos colaboradores acerca das ações de RSE praticadas pela empresa pesquisada, observa-se que as médias obtidas dos resultados das respostas foram 83,93% positivas, seguidas de 11,79% negativas e 4,29% neutras, ou seja a maioria das respostas obtidas foram de concordância às afirmativas aplicadas, conforme ilustrado no quadro 2 abaixo.

QUADRO 2 - RESULTADOS DA PESQUISA

AFIRMATIVAS	DISCORDÂNCIA	NEUTRALIDADE	CONCORDÂNCIA
1. A empresa escuta reclamações e sugestões dos empregados.	7,5%	7,5%	85%
2. Os funcionários são informados das mudanças que o envolve.	20%	7,5%	72,5%

3. Os funcionários se sentem satisfeitos realizando suas tarefas.	<b>10%</b>	<b>0%</b>	<b>90%</b>
4. Os funcionários são orientados e sabem por que estão utilizando a Responsabilidade Social.	<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>90%</b>
5. A empresa oferta atividades de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento de todo o seu pessoal.	<b>12,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>85%</b>
6. A empresa cumpre as obrigações legais relacionadas à saúde, segurança e condições de trabalho.	<b>15%</b>	<b>2,5%</b>	<b>82,5%</b>
7. Os equipamentos de proteção individual são adequados para garantir a saúde do empregado no trabalho.	<b>12,5%</b>	<b>5%</b>	<b>82,5%</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>11,79%</b>	<b>4,29%</b>	<b>83,93%</b>

**FONTE: elaborado pelos autores.**

Verifica-se de acordo com o quadro 3 acima, contendo as respostas da pesquisa, que a RSE interna é praticada de forma eficaz pela empresa pesquisada, contribuindo assim para que os colaboradores se sintam peças importantes dentro da organização. A partir dessas atitudes positivas por parte da empresa, os mesmos se sentem valorizados e motivados, e desempenham suas funções com satisfação. Essas variáveis os afetam para um estado de espírito positivo e ao desenvolvimento do potencial dos mesmos.

À luz do Instituto Ethos (2011), a empresa não deve limitar-se apenas ao cumprimento de questões legais. A mesma deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados. De acordo com os resultados obtidos, constata-se que os funcionários pesquisados em sua maioria, percebem que a empresa se preocupa com eles e com os processos que executam.

Os resultados de forma geral foram positivos, ou seja, 83,9% dos colaboradores sentem-se assistidos em vários âmbitos da RSE, desde os cumprimentos legais em relação às condições de trabalho, saúde e proteção individual, até os programas de desenvolvimento e capacitação, contribuindo assim para a qualidade das atividades exercidas pelos mesmos, na excelência dos serviços prestados e nos resultados financeiros da empresa. Com a competição de mercado cada vez maior, é importante investir na capacitação de seus funcionários para que os resultados da empresa sejam potencializados.

#### **4.3. Os benefícios obtidos pela organização com a adoção de uma política de RSE implementada são percebidos pelos colaboradores.**

A percepção dos colaboradores acerca dos benefícios obtidos com a RSE, praticada pela empresa pesquisada, observa-se que as médias obtidas dos resultados das respostas foram 86,87% positivas, seguidas de 8,7% negativas e 17,5% neutras, de acordo com o quadro 3.

**QUADRO 3 - RESULTADOS DA PESQUISA**

<b>AFIRMATIVAS</b>	<b>DISCORDÂNCIA</b>	<b>NEUTRALIDADE</b>	<b>CONCORDÂNCIA</b>
8. A empresa possui programa de incentivo aos empregados para melhorias internas.	<b>12,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>85%</b>
9. A empresa aplica algum programa de sustentabilidade.	<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>85%</b>
10. A empresa possui e realiza programas de combate ao stress decorrente das condições de trabalho..	<b>5%</b>	<b>7,5%</b>	<b>87,5%</b>
11. A empresa promove e realiza a prática de exercícios físicos nos horários de expediente normais.	<b>7,5%</b>	<b>2,5%</b>	<b>90%</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>8,7%</b>	<b>17,5%</b>	<b>86,87%</b>

**FONTE: elaborado pelps autores.**

Nota-se que as ações de RSE implantadas na empresa são percebidas de forma positiva pelos colaboradores, pois a partir dessas implementações, os mesmos podem ter uma visão mais ampla da empresa pesquisada, sendo posto em questão sua ética, responsabilidade social e ambiental. A ideia principal de se agir responsavelmente, é gerar valor para todos os envolvidos na empresa, o que inclui clientes, colaboradores e parceiros de negócio. Com os Programas de RSE adotados pela empresa, pode-se verificar a satisfação dos mesmos, mostrando ser uma empresa responsável.

Para Dias (2012), vários são os benefícios tidos pela organização na adoção de uma estratégia de Responsabilidade Social na dimensão interna, tal como: fidelidade do pessoal à empresa, melhoria na motivação e na produtividade do trabalho, aumento na qualificação e capacidade dos trabalhadores, maior envolvimento dos funcionários, maior potencial de inovação, incremento da eficiência dos processos produtivos e diminuição dos custos, maior capacidade de adaptação diante das mudanças e gestão de crises, melhoria da competitividade.

Em relação ao fator sustentabilidade, a empresa pesquisada aplica o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Saúde (PGRSS), que consiste em um conjunto de procedimentos que contempla desde a geração, manejo, segregação e até o tratamento final desses resíduos, sendo esse processo possível somente com a colaboração de seus funcionários. O PGRSS aplicado tem o objetivo de proteger a saúde pública e o meio ambiente, reduzir custos e combater desperdícios, para que isso seja possível, os funcionários concordaram que são orientados a agirem de forma consciente, pois os mesmos geram esses resíduos durante a execução de suas atividades.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A elaboração deste trabalho possibilitou o acesso a novas informações e ampliação do conhecimento acerca da temática Responsabilidade Social Empresarial. No desenvolvimento do mesmo, através de um estudo bibliográfico foi possível estudar

a evolução do conceito de RSE com base nos estudos de diferentes autores, sendo possível também pesquisar acerca das práticas utilizadas atualmente para aplicação da responsabilidade social, utilizando estudos do Instituto Ethos. Para atender os objetivos do presente trabalho, também foi realizada uma pesquisa de campo, por meio de um estudo de caso em um hospital situado em Fortaleza-CE, a fim de identificar a percepção dos colaboradores acerca das ações de RSE praticadas por essa empresa, e identificar ainda os benefícios de agir socialmente responsável para a empresa pesquisada.

A partir dos resultados da pesquisa realizada com 40 colaboradores, verificou-se que em sua maioria, apresentaram a visão de uma organização socialmente responsável, sendo as médias das respostas, 83,93% positivas, seguidas de 11,79% negativas e 4,29% neutras. Tendo como base os Indicadores Ethos de RSE interna, constata-se que a empresa pesquisada incentiva, protege e valoriza seus colaboradores, investindo neles para que tenham satisfação no seu trabalho, contribuindo assim também para a potencialização dos ganhos financeiros da organização.

Sendo assim, conclui-se a partir da percepção dos colaboradores pesquisados, que os mesmos enxergam a empresa pesquisada como socialmente responsável, pois a mesma investe em seus colaboradores, para que sejam capacitados, conscientes das suas ações, sustentáveis e íntegros.

A realização desta pesquisa foi possível alcançar os objetivos propostos pelo trabalho e evidenciar a importância da Responsabilidade Social Empresarial, embora a pesquisa evidencie resultados positivos, é necessário a empresa permanecer atenta às práticas de RSE, no sentido de promover um ambiente de trabalho cada vez melhor e buscar vantagem competitiva frente ao mercado. Recomenda-se que estudos sejam realizados posteriormente com outras organizações, para fins comparativos.

## REFERÊNCIAS

- Norma Nacional – ABNT NBR 16001. **INMETRO**, Brasília, Janeiro de 2006. Disponível em: <[http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade\\_social/norma\\_nacional.a.sp](http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/norma_nacional.a.sp)>. Acesso em 02 de abril de 2020.
- ABNT. **Associação brasileira de normas técnicas**. NBR 16001. Responsabilidade Social. Sistema Gestão. Requisitos. Rio de Janeiro. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2004.
- ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESAS. **Associação dos dirigentes cristãos de empresas**. Disponível em: <<https://www.adcemg.org.br/>>. Acesso em 24 de maio de 2020.
- ALBUQUERQUE, J. L. **Gestão ambiental e responsabilidade social: conceitos, ferramentas e aplicações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- AMBITO JURÍDICO. **As vantagens competitivas da responsabilidade social empresarial**. Disponível em: <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-78/as-vantagens-competitivas-da-responsabilidade-social-empresarial/>>. Acesso em 11 de abril de 2020.
- ARGENTI, P. **A comunicação empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação**. 6. ed. São Paulo: Campus, 2014.

As dimensões internas e externas da rse. **ARTIGOS.ETC.BR**. Disponível em: <<https://artigos.etc.br/as-dimensoes-interna-e-externa-da-rse.html>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. 2. ed. Atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2012.

BATTAGELLO, Ligia Antônio. **Responsabilidade social empresarial e parcerias sociais - Modelo Relacional e Estudo de Caso**. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Internacional), Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2013.

BOGO, Janice M.; SERAFIM, Mauricio C. **RSE: de Friedman à coprodução**. GV-Executivo, v. 9, n. 1, p. 26-29, 2010.

BOTTA, E. N. N; DONADONE, J. C. **Internacionalização, disputas sociais e ação dos intermediários na construção da responsabilidade social empresarial brasileira**. Estudios Sociales, Santa Fé, Argentina, n. 48, p. 175-204, jan/jun. 2015. Semestral.

A Responsabilidade social das empresas (RSE). **CADERNOS DA CMVM**. Disponível em: <<http://www.cmvm.pt/publicacoes/cadernos/caderno21.asp>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

CARMO, L.O.; Evolução da responsabilidade social empresarial e a introdução ao caso brasileiro. **Revista de Administração Geral**. v.1, n.2, p.118-137. 2015. Artigo recebido em 02/12/2015. Última versão recebida em 08/12/2015. Aprovada em 09/01/2016.

CARROLL, A. B., SHABANA, K. M. **The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice**. 2010.

COELHO, Helena Maria Queiroz. **Gestão do público interno em duas empresas filiadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial: visão dos trabalhadores, dos gestores de pessoas e dos sindicalistas**. 2004. 156f. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Administração.

COSTA, Maria Alice Nunes. **Teias e tramas da responsabilidade social - o investimento social empresarial na saúde**. 1a ed. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.

DECLARAÇÃO DE FILADELFIA 1944. **Declaração relativa aos fins e objetivos da organização internacional do trabalho**. DGERT, Portugal, 27 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://www.dgert.gov.pt/declaracao-de-filadelfia>>. Acesso em 01 de abril de 2020.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

FARIA, Lina. DA COSTA, Maria Conceição. **Cooperação científica internacional: estilos de atuação da Fundação Rockefeller e da Fundação Ford**. **Scientific electronic library online**, Rio de Janeiro, março de 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0011-52582006000100007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582006000100007)>. Acesso em 01 de abril de 2020.

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013.

FONSECA, J.; MORAES, A; **Metodologia da pesquisa científica**. Sobral: AIAMIS, 2017.



FRANKENTHAL, Rafaela. Entenda a escala likert e como aplicá-la em sua pesquisa. **MindMiners Blog**, 2017. Disponível em: <<https://mindminers.com/blog/entenda-o-que-e-escala-likert/>>. Acesso em: 19 de abril de 2020

FURTADO, Maria Tereza Mesquita. **Impacto da universidade corporativa no reposicionamento estratégico da função recursos humanos em uma empresa de telecomunicações** / Maria Tereza Mesquita Furtado. Fortaleza, 2005.191 p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRAJEW O. **O que é responsabilidade social?** In: Simpósio Nacional de empresas e responsabilidade social. Ribeirão Preto, novembro 1999. Disponível em:<<http://www.ethos.org.br>> Acesso em 01 de abril de 2020.

PRÊMIO ECO. Disponível em:<<http://www.premioeco.com.br/history>> Acesso em: 02 de abril de 2020.

INSTITUTO ETHOS. **Conceitos básicos e indicadores de responsabilidade social**. 5. ed. São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Indicadores Ethos**. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores/>>. Acesso em: 19 de abril de 2020

OLIVEIRA, F. R. M. **Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã**. São Paulo: UNESP, 2000 (Monografia).

OLIVEIRA, M. F. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Catalão: UFG, 2011.

ORCHIS, M. A.; YUNG, M. & MORALES, S. **Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresariais**. São Paulo: FAAP, 2000 (Monografia).

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. **Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresariais**. In: INSTITUTO ETHOS. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2002.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RODRIGUES, J. e DUARTE, M. **Responsabilidade social e ambiental das empresas**. Lisboa: Escolar Editora, 2012.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: Guia para Estágios, Trabalhos de conclusão, Dissertações e Estudos de Caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

YIN, R.K. **O estudo de caso**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.