

CULTURA ORGANIZACIONAL COMO AGENTE INFLUENCIADOR EM AÇÕES VOLUNTÁRIAS E EM PROJETOS SOCIAIS E DE SUSTENTABILIDADE

Flávia Cibelle dos Santos Baptista¹
César Fernandes Ribeiro Filho²

RESUMO

Este artigo tem como objetivo verificar em que medida a cultura de uma organização pode influenciar e motivar pessoas a participarem efetivamente em trabalhos voluntários e em projetos sociais e de sustentabilidade. A questão norteadora da pesquisa é a de que empresas ativas socialmente em trabalhos voluntários e de responsabilidade social e de sustentabilidade, tendo essas ações como parte integrante de sua cultura organizacional vem a ser uma agente motivadora e influenciadora nas atitudes de seus colaboradores, ajudando a formar pessoas socialmente mais solidárias e responsáveis. O levantamento teórico contribuiu para melhor compreensão do que vem a ser cultura organizacional e a importância da responsabilidade social empresarial. A pesquisa de campo realizada em uma empresa de plano de saúde da cidade de Varginha, com uma amostragem de 69 pessoas que trabalham na empresa por mais de 06 meses, demonstrou que os funcionários possuem uma visão melhor da empresa quando essa é socialmente responsável, e que esses se sentem mais motivados e incentivados a participar de projetos sociais quando trabalham em empresas socialmente ativas. Concluiu-se, portanto, que a cultura organizacional influencia de fato no comportamento das pessoas, tornando-as pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis.

Palavras-chave: Cultura Organizacional. Influência. Ações Voluntárias. Responsabilidade Social. Sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

O mundo sofreu várias mudanças na forma de agir dos indivíduos e das empresas, conduzindo a sociedade a uma revisão de seus paradigmas. Neste sentido podemos citar a globalização e seus efeitos perversos, que amplia as disparidades econômicas e sociais, e leva também à ampliação dos mercados consumidores, isto força as empresas a gerarem um nível

¹ Graduada em Administração de Empresas pela Faculdade Cenecista de Varginha e Pós Graduada em MBA em Gestão Estratégica do Capital Humano pelo Grupo Educacional UNIS. E-mail: flaviacibelle@hotmail.com

² Graduado em Ciências da Computação, Especialista em Design Instrucional para EaD Virtual e Docente no Ensino Superior.

acirrado de competição, que em muitos casos força a adoção de um modelo padronizado de operacionalização, que possa atender as exigências da sociedade.

A sociedade atualmente vem valorizando atitudes mais ativas das empresas no quesito de responsabilidade social e sustentabilidade.

Existe hoje a necessidade de que todos os atores sociais participem ativamente na criação de um novo conjunto de valores e conceitos. Neste sentido, o grande desafio para a administração moderna é criar relacionamentos sustentáveis com as partes interessadas, ligadas à empresa (*stakeholders*), para desenvolver um sentido de Responsabilidade Social Empresarial profundo e completo. Esse desafio se torna ainda maior porque a empresa necessita da inserção e participação ativa de seus trabalhadores em seus projetos sociais, para obtenção de maior sucesso, engajamento e assertividade em suas ações sociais e de sustentabilidade.

Portanto, a Cultura Organizacional de uma empresa pode ser fator fundamental para alcançar o desafio de fazer com que seus funcionários sejam parte integrante e constante em suas ações voluntárias, sociais e de sustentabilidade, já que, segundo Freitas (1999) a cultura organizacional é importante porque, através dela é que se define e se transmite o que de fato é importante, ela define a maneira adequada de pensar e agir em relação aos ambientes internos e externos, define também quais são as condutas e comportamentos aceitáveis e o que é a realização pessoal.

Esse trabalho tem como objetivo geral investigar se a cultura organizacional de empresas que atuam em ações voluntárias e em projetos sociais e de sustentabilidade pode influenciar o comportamento de seus funcionários tornando-os pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis. Tem como objetivos específicos primeiramente, descrever a Cultura Organizacional de uma empresa que atua ativamente em ações voluntárias e em projetos sociais e de sustentabilidade, e os benefícios e importância que este modelo de cultura pode trazer para a própria empresa, para os funcionários e para a sociedade.

É propósito entender se as pessoas estão sempre buscando meios de ajudar e contribuir voluntariamente para nossa sociedade, ou se essa é uma ação que as pessoas fazem apenas em ambientes nos quais elas são influenciadas, motivadas e incentivadas. Compreender se as pessoas que ajudam e contribuem voluntariamente em prol de nossa sociedade, no ambiente de trabalho, agem por um sentimento pessoal ou por influência da cultura organizacional e analisar a visão e percepção que funcionários têm de sua empresa, quando esta é uma organização que atua frequentemente em ações voluntárias e em projetos sociais e de sustentabilidade.

A metodologia de pesquisa desse trabalho reúne elementos teóricos e pesquisa de campo realizada em uma empresa de plano de saúde da cidade de Varginha. A empresa possui 117

funcionários, porém a pesquisa de campo será realizada apenas com os funcionários que trabalham na sede da empresa há mais de 06 meses, sendo essas 77 pessoas no total.

A pesquisa tentará esclarecer a importância que as empresas podem representar para a sociedade, para os funcionários e para si quando a organização vem a ser um agente influenciador de pessoas na participação de ações voluntárias e em projetos sociais e de sustentabilidade.

O estudo aqui apresentado poderá ser importante não apenas para as organizações empresariais, mas também para a sociedade que perceberá que as empresas atuais possuem um papel de fundamental importância quando se trata em melhorar o nosso cenário atual, cenário este que necessita reduzir as desigualdades sociais, a degradação ambiental, a miséria e crises econômicas. Pois, se for comprovado que há influência da cultura organizacional no comportamento de seus funcionários, tornando-os pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis, ficará entendido o papel de multiplicador das empresas em ações de melhorias e ajuda para nossa sociedade.

2 CULTURA ORGANIZACIONAL

Cultura organizacional é um conceito que se refere ao sistema de valores, compartilhados pelos membros de uma organização e que se difere de outra (BECKER, 1982).

Cultura Organizacional significa um modo de vida, um sistema de crenças, expectativas e valores, uma forma de interação e relacionamento típicos de determinada organização (CHIAVENATO, 2009, p.423)

Ao tratar dos indivíduos cada pessoa tem a sua própria cultura e a sua própria personalidade, características que os diferenciam dos demais. Nas organizações é possível traçar uma analogia com os indivíduos, já que cada empresa tem a sua própria cultura e a sua própria sintalidade, que as torna igualmente diferenciadas das demais (MARRAS, 2002, p. 289)

Portanto é importante estudar a cultura de uma empresa, pois ela define fronteiras para todos os membros da empresa: demonstrando o lado formal da cultura de uma organização, nas quais normas e regulamentos delimitam as atitudes das pessoas no âmbito organizacional.

É pela sua cultura que uma empresa fixa a marca do seu perfil e também orienta e controla o comportamento daqueles que a formam (MARRAS, 2002, p. 289).

E ela ajuda a unir as pessoas, garantindo um padrão conhecido de sucesso: pois as pessoas tendem a buscar organizações que apresentem uma identidade na qual acreditam.

2.1 - Responsabilidade Social Empresarial e Sustentabilidade

O conceito da RSE (Responsabilidade Social Empresarial) está relacionado com a ética e a transparência na gestão dos negócios e deve refletir-se nas decisões cotidianas que podem causar impactos na sociedade, no meio ambiente e no futuro dos próprios negócios.

A responsabilidade social é uma postura ética permanente das empresas no mercado de consumo e na sociedade. Muito mais que ações sociais e de filantropia, a responsabilidade social, deve ser o pressuposto e a base da atividade empresarial e do consumo. Engloba a preocupação e o compromisso com os impactos causados aos consumidores, meio ambiente e trabalhadores; os valores professados na ação prática cotidiana no mercado de consumo – refletida na publicidade e nos produtos e serviços oferecidos – a postura da empresa em busca de soluções para eventuais problemas; e, ainda, a transparência nas relações com os envolvidos nas suas atividades.

A organização é bem sucedida e alcança eficácia quando consegue alcançar seus objetivos e ser capaz de atender às necessidades do seu meio ambiente e dos parceiros envolvidos. Sob essa ótica, a responsabilidade social da organização se dá quando cumpridas as prescrições de leis e de contratos, constituindo uma resposta da empresa às necessidades da sociedade, isto é, internalizando o que é bom para a sociedade e respondendo ao que a sociedade espera da organização (CHIAVENATO, 2009, p 472)

O uso sustentável dos recursos naturais deve suprir as necessidades da geração presente sem afetar a possibilidade das gerações futuras de suprir as suas.

“crescimento econômico mundial, o crescimento da população e os recursos naturais limitados do planeta alertam para duas questões-chave: como se pode prover vida adequada para todos – desenvolvimento? Como desenvolver, respeitando os limites e as regras do meio biofísico – sustentabilidade?”(PHILIPP Jr, 2005).

O termo "sustentável" provém do latim *sustentare* (sustentar; defender; favorecer, apoiar; conservar, cuidar).

Esse termo “sustentabilidade” entrou no nosso vocabulário associado à necessidade de encontrar soluções para os problemas ligados ao desenvolvimento, na seqüência das assimetrias cada vez mais profundas entre pessoas, povos, países e regiões originadas pelo processo da globalização que nos afeta a todos à escala planetária. Surge assim o conceito de desenvolvimento sustentável.

2.2 – Sobre a Empresa Pesquisada

Essa empresa é a maior cooperativa médica do mundo. Ela trabalha para ser acessível a diversas classes sociais.

Foi fundada em 1972, com a vinda dos fundadores da empresa de Santos - Edmundo Castilho e Eduardo Castilho. Atualmente, ela abrange mais seis cidades em sua área de ação: Boa Esperança, Campanha, Cordislândia, Elói Mendes, Monsenhor Paulo e São Gonçalo do Sapucaí.

A empresa atuante no seguimento de saúde, conta com 117 funcionários, sendo 3 aprendizes. Possui aproximadamente 65.000 clientes, 285 médicos cooperados, 65 clínicas e laboratórios, sete hospitais credenciados e um hospital próprio, o Hospital Humanitas da cidade de Varginha, que atende beneficiários de toda região.

A estrutura organizacional da organização está definida da seguinte forma:

Valores: Ética: Princípio fundamental de todas as ações. Competência e Organização: Eficiência para gerar resultados. União: Coletivo com prioridade no individual. Comunicação: Informação com garantia de compreensão. Motivação: Comprometimento baseado no querer e na obrigação. Educação: Transformação permanente das pessoas. Negociação: Parceria com o equilíbrio. Responsabilidade Social: Ação para uma sociedade mais digna, justa e solidária.

Missão: Ser referência de qualidade na promoção de saúde, valorizando clientes, médicos e colaboradores, com responsabilidade social.

Visão: Ser modelo de gestão na promoção de saúde e uma das operadoras que melhor remuneram seus cooperados no Brasil até 2012.

Cultura organizacional: Voltada para pessoas, pois trabalha diretamente com clientes, prestadores de serviços e cooperados e tem como foco o tema saúde.

2.3 - Projetos Sociais

Um dos maiores destaques desta empresa são os Projetos Sociais que ela desenvolve. Ela atua em diversos tipos de projetos sociais, alguns com a participação de médicos, outros com participação de poucos funcionários e médicos e outros voltados mais para os trabalhadores da empresa.

Ao longo dos seus 38 anos de história, consolidou um importante trabalho social na região, com vários projetos como: Fraldão Solidário, Lápis na Mão, Maturidade, Ginástica Artística, Informática Solidária. Atualmente, os projetos em destaque são: Bebêmed, Saúde nas empresas, Amiga do Peito, Curso para a formação de cuidadores de idosos, ações na praça no

dia Mundial da Saúde. Todos realizados através de cooperados, colaboradores voluntários e empresas parceiras.

Estes projetos levaram a empresa a ser destaque com sua atuação social e receber vários prêmios como Assis Chateaubriand, vencido em 2004 com o projeto Fraldão solidário, além de classificar por várias vezes o projeto Bebemêd entre os 20 melhores do Estado de Minas Gerais e por nove vezes consecutivas, ela recebeu o Selo de Responsabilidade Social (selo que certifica as cooperativas que desenvolvem programas por uma sociedade mais justa, ética e comprometida com o desenvolvimento sustentável).

Os maiores projetos desenvolvidos atualmente pela empresa são:

- **Amiga do Peito:** Este projeto conta com a coordenação dos mastologistas da cooperativa que tem o intuito de mobilizar a população no combate ao câncer de mama.
- **BebêMed;** Promove um curso de orientação ao casal grávido. O objetivo é promover a amamentação e o parto natural/normal, além de capacitar gestantes com informações que as auxiliem durante a gravidez, o parto e os primeiros dias do bebê.
- **Saúde nas empresas;** O projeto consiste na organização das SIPATs (Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho) de empresas. A cooperativa, além de disponibilizar palestras voltadas para diversos temas, ainda oferece brindes para sorteio.
- **Esporte e Lazer:** O projeto acontece em parceria com a SEMEL – Secretaria Municipal de Esporte e Lazer, onde os atletas, que na maioria são carentes, contam com o apoio da empresa na realização de consultas e exames laboratoriais, exclusivamente para a avaliação física dos mesmos. O objetivo do projeto é incentivar a prática de esportes e melhorar as condições físicas e de saúde dos atletas carentes.

Existem também os projetos abaixo, que tem o envolvimento direto dos colaboradores da empresa.

- **Projeto Eco Vida** - Tem como objetivo despertar a importância de uma postura comprometida de sustentabilidade e consumo consciente. Funciona através de gincana, ao qual foi dividido seis equipes. As equipes têm focos diferenciados, mas com o objetivo principal voltado para o tema Sustentabilidade, e tem como meta apoiar e incentivar as ações de preservação ao meio ambiente e responsabilidade social, dentro do ambiente de trabalho. Os temas trabalhados são: Sustentabilidade, Lixo hospitalar, Consumo de Energia, Preservação do meio ambiente, uso do plástico e reciclagem. A cada dois meses, uma equipe apresenta uma proposta e projeto de melhoria, e no final as equipes serão avaliadas por um comitê de julgamento.
- **Projeto Renovação:** Diante da preocupação com o futuro de nosso planeta e visando a preservação de seus recursos naturais, a empresa se engaja no trabalho voltado para o meio-

ambiente, através da criação de uma gestão sustentável de seus recursos. Tem como objetivo ajudar o meio ambiente, de forma que haja um consumo menor do uso de copos descartáveis. Todos os funcionários que entram na organização ganham uma xícara de vidro para usar na hora de tomar o café da manhã e no lanche da tarde e também ganham uma garrafa plástica personalizada para deixar na mesa durante o horário de trabalho para tomar água, evitando assim o uso inconsciente e demorado de copos descartáveis.

- **Campanhas de Fraldas:** Todas as futuras mães da empresa recebem de presente uma campanha de arrecadação de fraldas descartáveis para seu futuro bebê. Durante dois meses antes de o bebê nascer, os funcionários fazem suas doações ajudando de forma carinhosa as futuras mães.

- **Dia de Cooperar:** Visa despertar o interesse dos colaboradores no trabalho Voluntário e ajudar e dar conforto a pessoas necessitadas. Para participar do Dia C, a empresa faz antes desse dia, alguns eventos para arrecadar verbas, alimentos e material de higiene e limpeza para doação. São realizados eventos como venda de cachorro quente dentro da Sede, rifas e festa (junina), além de durante certo período deixar um local específico para arrecadação dos materiais que serão doados dentro da empresa a ser ajudada.

- **Ação dia V, Cartas Papai Noel:** Comemorado oficialmente todo dia 05/12, o dia V (Dia Internacional do Voluntariado) tem como objetivo mobilizar os colaboradores para ações sociais solidárias. Também um evento que teve alto índice de participação dos funcionários. Cada funcionário escolhe uma cartinha com pedido de presente de uma criança carente e faz a doação para ela.

3 PESQUISA DE CAMPO

3.1 - Problema de Pesquisa

A indagação é: A Cultura Organizacional de uma empresa que atua constantemente em ações voluntárias e em projetos sociais e de sustentabilidade é um agente influenciador, tornando seus funcionários pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis?

3.2 – Metodologia

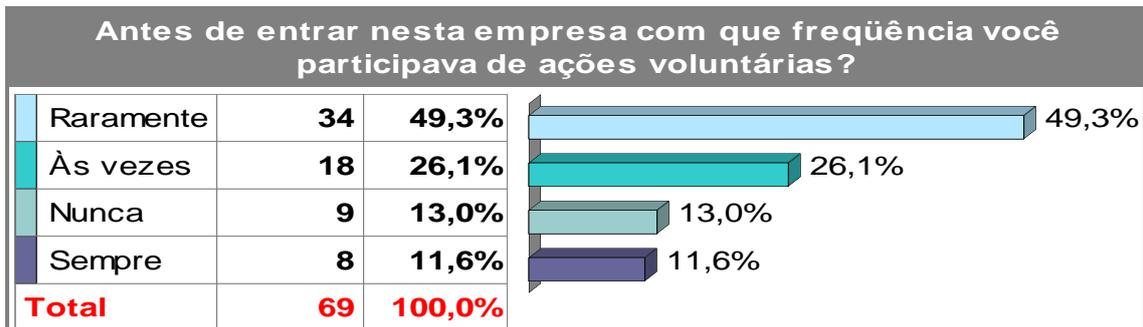
A metodologia de pesquisa desse trabalho reúne elementos teóricos e pesquisa de campo realizada na maior empresa de plano de saúde da cidade Varginha. A empresa possui 117 funcionários, porém a pesquisa de campo foi realizada apenas com os funcionários que trabalham na empresa há mais de 06 meses, e aplicada apenas aos que trabalham na Sede. A

escolha de funcionários com mais tempo de casa se deu por que estes estão mais envolvidos com a Cultura Organizacional dela. A pesquisa aplicada foi padronizada e de forma anônima, e foi possível atingir todos os setores da Sede da organização. Participaram da pesquisa 69 colaboradores de um total de 77 que trabalham na Sede da organização há mais de 06 meses. A tabulação da pesquisa foi realizada pelo software francês SPHINX (www.sphinxbrasil.com). Antes de a pesquisa ser aplicada, ela passou pelo comitê de ética da UNIS - MG e teve aprovação para realização da pesquisa sob protocolo nº 99/2011.

3.3 – Questões x Resultados da Pesquisa

1 - Acredita-se que o funcionário torna-se mais solidário e socialmente responsável dentro de uma organização em que é incentivado e motivado a participar de ações voluntárias e projetos sociais e de sustentabilidade, comparado à outra organização que não tenha essa cultura organizacional.

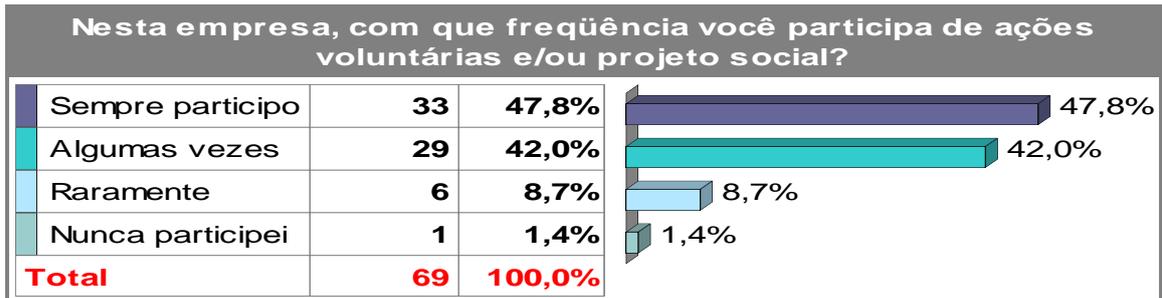
1



2

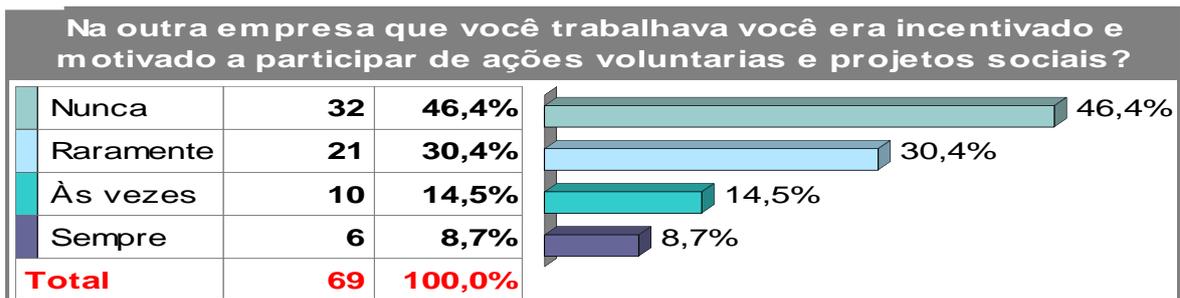


3

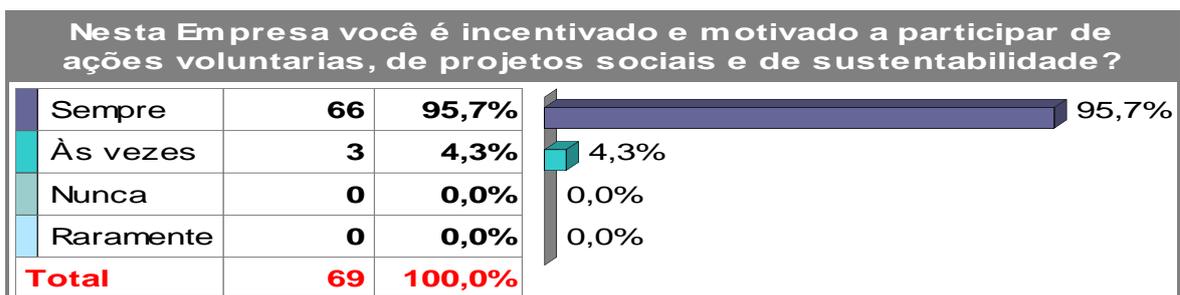


Dos 69 entrevistados, verificou-se que apenas 11,6% deles sempre participavam de ações voluntárias e projetos sociais antes de trabalhar na empresa pesquisada e 26,1% participavam algumas vezes, contra 47,8% participam atualmente e 42% algumas vezes. Sendo que 94,2% já participaram de pelo menos uma ação realizada pela empresa atual. Com isso constata-se que grande parte dos entrevistados mudou seu comportamento, tornando-se pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis.

4



5

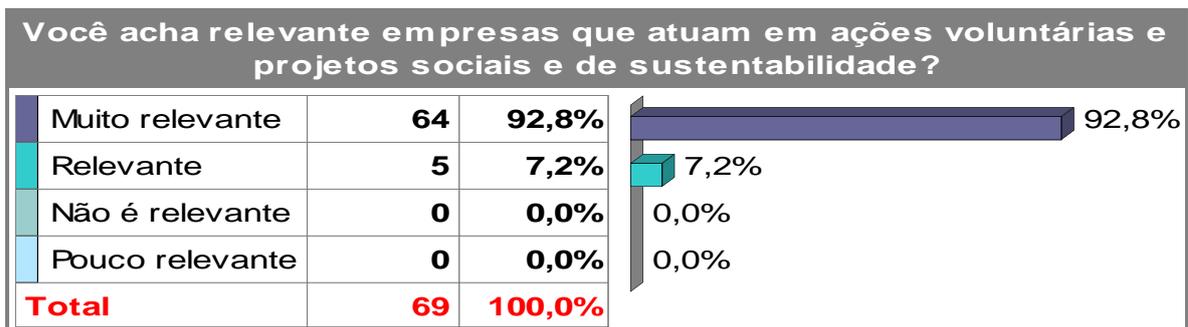


Verificou-se também que na empresa anteriormente trabalhada, apenas 8,7% dos entrevistados sentiam-se motivados a participar de ações voluntárias e sociais. Em contra partida 95,7% sentem motivações e incentivos dentro da empresa atual. E 85,5% ao ver um colega de trabalho participar das ações, se sentem motivados a participar também.

Portanto, a hipótese foi comprovada, indicando que a empresa quando motiva e incentiva seus funcionários a participarem de projetos sociais, o comportamento deles é de fato alterado, e essas pessoas se tornam mais solidárias e socialmente responsáveis.

2 - Acredita-se que funcionários dão mais credibilidade a organizações que promovem ações voluntárias e projetos sociais e de sustentabilidade, ao ponto de influenciar na escolha por esta empresa, bem como na indicação desta para outras pessoas.

6

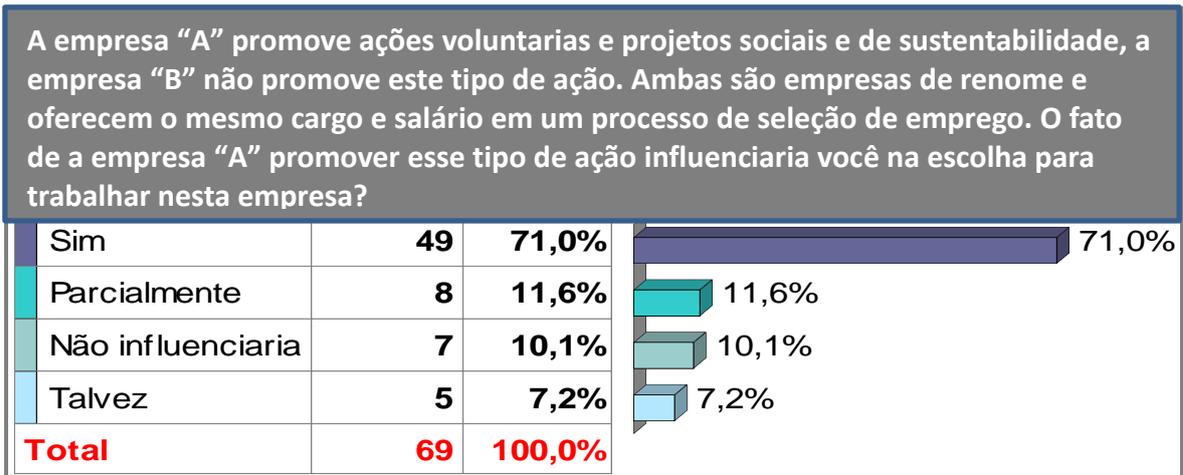


7



8





Constatou-se que 92,8% dos entrevistados acreditam ser muito relevante empresas socialmente responsáveis, sendo que 81,2% deles recomendariam à outra pessoa esse tipo de empresa.

Verificou-se também que 94,2% deles sentem mais orgulhos de trabalhar em empresas socialmente responsáveis. E que 71,1% em um processo de seleção entre duas empresas uma atuante em trabalhos sociais e outra não, optariam por trabalhar na empresa que atua em projetos sociais e de sustentabilidade, sendo que este fator influenciaria em seu processo de escolha pela empresa.

Está de fato comprovada a questão de que as pessoas dão mais credibilidade à empresas socialmente ativas, optando por trabalhar nelas e indicando-a para outras pessoas.

3 - Acredita-se que as empresas que tem em sua cultura organizacional a participação efetiva de ações voluntárias e projetos sociais e de sustentabilidade podem obter benefícios não apenas para sociedade, mas também para própria organização e seus trabalhadores.



11

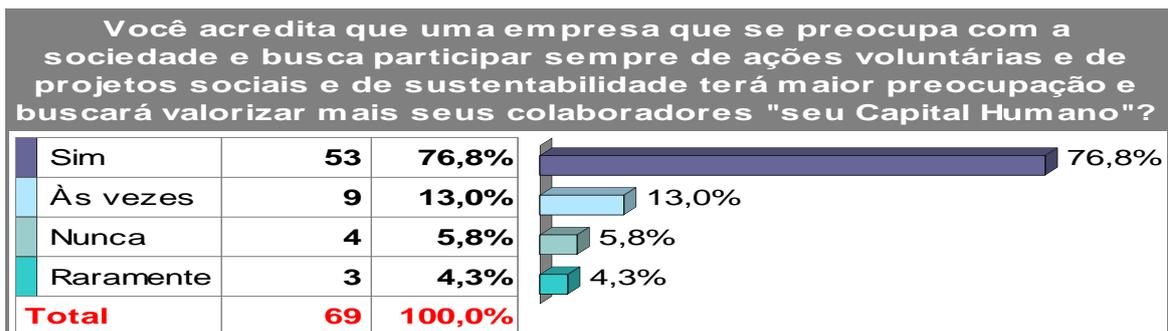


12

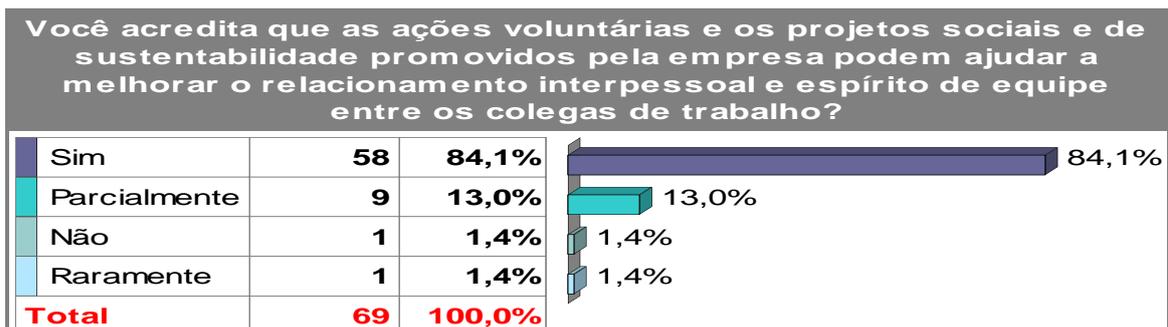


Constatou-se que 92,8% dos entrevistados acreditam que ações voluntárias e projetos sociais e de sustentabilidade praticados pelas empresas trazem benefícios tanto para a própria empresa, quanto para a sociedade. E que 88,4% acredita também trazer benefícios para os trabalhadores da organização.

13



14



Verificou-se também que empresas socialmente ativas valorizam mais seus funcionários e que 84,1% acreditam que os trabalhos voluntários e sociais praticados pela empresa pode melhorar o relacionamento interpessoal das organizações.

Mediante os dados apresentados, a questão foi comprovada. As empresas que praticam trabalhos voluntários, ações sociais e de sustentabilidade traz de fato benefícios para a sociedade, para os trabalhadores e para si.

4 - CONCLUSÃO

Para conhecermos uma organização, o primeiro passo é conhecer sua cultura. E compreender a cultura de uma organização pode melhorar a nossa capacidade de entender, explicar e prever o comportamento das pessoas no trabalho.

Ao analisarmos a cultura organizacional da empresa pesquisada, vimos que esta é uma empresa alinhada com os pilares cooperativista, que prevê, dentre outros valores, a responsabilidade social, e em sua missão empresarial está a base dos seus valores: “Ser referência de qualidade na promoção de saúde, valorizando clientes, médicos e colaboradores, com responsabilidade social”. Desta forma, percebemos que a empresa busca manter seus trabalhadores socialmente comprometidos.

A pesquisa foi importante para mostrar como empresas socialmente ativa trazem benefícios para a sociedade ajudando a solucionar problemas sociais. Trazem benefícios para os funcionários que tem uma visão melhor da empresa, sentem mais orgulho de trabalhar na organização, sentem que a empresa valoriza mais o funcionário e possuem uma interação maior com os colegas de trabalho. E a própria empresa obtém resultados além dos esperados, pois esta passa a ser mais bem vista não apenas pela sociedade, mas também por seus funcionários.

Concluiu-se, portanto, com a pesquisa que de fato a Cultura Organizacional de uma empresa socialmente ativa influencia o comportamento de seus funcionários tornando-as pessoas mais solidárias e socialmente responsáveis.

Com essa pesquisa podemos perceber o quanto é importante que empresas tenham responsabilidade social e desenvolvimento sustentável como parte integrante de sua cultura organizacional, pois desta forma esse é um ganho para todas as partes envolvidas, ganhando empresa, sociedade e os trabalhadores.

ORGANIZATIONAL CULTURE AS AN INFLUENCING AGENT IN VOLUNTEERS ACTIONS AND IN SOCIAL OR SUSTAINABLE PROJECTS

ABSTRACT

This paper aims to determine at to what extent the culture of an organization can influence and motivate people to participate effectively in volunteer social and sustainability projects. The question guiding the research is that socially active companies in volunteer work (social and/or sustainability) can be an motivated agent and influence by their attitudes their employees, helping them to become more caring and socially responsible. The theoretical approach has contributed to better understanding of what is to be organizational culture and the importance of corporate social responsibility. The field research was conducted in an insurance health plan company from Varginha/MG, considering a sample of 69 people working in business for over 06 months. The results showed that employees have a better view of the company when it is socially responsible and that they feel more motivated and encouraged to participate in social projects when working in socially active companies. It was concluded that the organizational culture actually influences the behavior of people, making then more caring and socially responsible.

Keywords: Organizational culture, influence, voluntary actions, Responsibility social, sustainability

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, H.S. Culture: a Sociologia view. Yale Review, p. 513,27, 1982.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações**. 5º Ed. Editora Campus. São Paulo, 2009.

Consumo Responsável em Rede. – Sustentabilidade. Disponível em: <http://www.consumoresponsavel.com/wpontent/rncr_fichas/RNCR_Ficha_C.pdf> Acesso em: 13 maio 2011.

FREITAS, Maria Ester de. *Cultura Organizacional: identidade, sedução e carisma?* 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social . **Responsabilidade Social para Micros e Pequenas Empresas.** São Paulo, 2003. Disponível em:

<[http://www.ethos.org.br/ Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf](http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf)
> Acesso em: 12 maio 2011.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos**. 6º Ed. Editora Futura. São Paulo, 2002.

MEDEIROS, Maria A. **Guia de Responsabilidade Social para o Consumidor**. São Paulo, 2001. Disponível em: <http://www.idec.org.br/arquivos/guia_RSE.pdf> Acesso em: 23 de abr. de 2011.

PHILIPP Jr, Arlindo. **Saneamento, Saúde e Ambiente** – Fundamentos para um desenvolvimento sustentável. Editora Manole Ltda. São Paulo, 2005.

QUILICI, Rosangela Bacemo. **O Papel das Empresas no Desenvolvimento Sustentável** – A Gestão da Responsabilidade Social Corporativa por Meio de Parcerias Sociais. Disponível em: <http://bdtd.ibict.br/> Acesso em: 15 jul. 2011.

UNIMED Varginha. **Responsabilidade Social**. Disponível em: 2011 <<http://www.unimed.com.br/pct/index.jsp?cdcanal=Responsabilidadesocial.html>> Acesso em: 29 ago. 2011.