

TOP CIDADANIA 2024

CATEGORIA ORGANIZAÇÃO

Modalidade
Comunidade

VIAÇÃO OURO E PRATA

CASE
VOLUNTÁRIOS DE OURO NA CONSTRUÇÃO
DE UM MUNDO MELHOR



VOLUNTÁRIOS
DE OURO

Responsáveis pelo case

Thais Menegat Cansan
Vitória Caroline da Costa dos Santos



Índice

Sinopse.....	2
Introdução.....	3
Diagnóstico.....	4
Referencial teórico.....	5
Objetivo Geral.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Local onde foi desenvolvida a ação	8
Público alvo	9
Metodologia utilizada e forma de articulação e participação do público beneficiado	9
Avaliação e mensuração de resultados	13
Orçamento.....	13
Resultados.....	13
Descrição de Estratégias e Futuras Ações	18
Conclusão.....	18
Bibliografia.....	19
Informação das autoras	20

Sinopse

O Projeto Voluntários de Ouro, da Viação Ouro e Prata, foi motivado pelo desejo de fortalecer os laços com a comunidade e atender ao crescente interesse dos colaboradores em participar de atividades sociais. A iniciativa, lançada em 2021, organiza ações voluntárias em diversas áreas, alinhando-se aos valores de responsabilidade socioambiental da empresa. O projeto é realizado principalmente em Porto Alegre, sede da empresa, e envolve ações em bancos de sangue, instituições para crianças e idosos, e comunidades carentes. O público-alvo são os colaboradores e a comunidade local, beneficiando crianças, adolescentes, idosos e famílias em situação de vulnerabilidade. Desde 2021, foram mobilizadas 33 ações, beneficiando mais de 2.800 pessoas. Entre os resultados qualitativos, destaca-se o fortalecimento do sentimento de pertencimento e orgulho dos colaboradores. A avaliação dos colaboradores sobre a contribuição da empresa para a comunidade melhorou, passando de 83,1 em 2019 para 86,5 em 2023. Quantitativamente, o projeto contou com a participação de 274 colaboradores e um investimento médio de R\$ 2.000 por ação. O grupo Voluntários de Ouro demonstra ser uma poderosa ferramenta de transformação social, promovendo um ambiente de trabalho mais solidário e colaborativo, e gerando impactos positivos significativos nas comunidades atendidas. Contato: thais.cansan@ouroeprata.com

Introdução

O voluntariado corporativo tem emergido como uma poderosa força para o bem social, ampliando o impacto positivo das empresas além dos limites comerciais. No Brasil, essa prática ganha cada vez mais destaque, refletindo o compromisso crescente das organizações em contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades onde operam. O engajamento de grupos de funcionários em atividades voluntárias não apenas fortalece os laços internos da empresa, mas também promove um profundo sentido de responsabilidade social e o desenvolvimento da cidadania entre seus membros.

Neste contexto, destacamos a relevância e o impacto do trabalho voluntário realizado pelos grupos de colaboradores em empresas brasileiras. Esses esforços coletivos não só abordam desafios sociais urgentes, como também promovem uma cultura de solidariedade e colaboração nas organizações. Ao dedicar tempo e recursos para causas que vão desde educação e saúde até sustentabilidade ambiental e inclusão social, esses grupos demonstram um compromisso tangível com o bem-estar das comunidades onde vivem e trabalham.

No entanto, o panorama do voluntariado corporativo no Brasil também enfrenta desafios significativos, como a falta de recursos financeiros e a escassez de tempo disponível dos colaboradores. Superar essas barreiras requer não apenas o apoio contínuo da gestão das empresas, mas também parcerias estratégicas com organizações da sociedade civil e o governo. Através de uma abordagem colaborativa e orientada para o impacto é possível maximizar os benefícios do voluntariado corporativo e criar mudanças positivas e sustentáveis em nossa sociedade.

Prestes a completar 85 anos, a Viação Ouro e Prata, empresa de transporte de ônibus rodoviário que opera em âmbito intermunicipal no Rio Grande do Sul, no Pará e Maranhão, interestadual em 10 estados brasileiros e internacional, com uma operação na Argentina - possui seis valores em sua estratégia organizacional: segurança na operação; encantamento dos clientes; foco nos resultados; valorização das pessoas; melhoria contínua e responsabilidade socioambiental. Sua trajetória sempre foi marcada por esse último ponto ao implementar práticas que beneficiam tanto o meio ambiente quanto as comunidades, preservando recursos naturais e promovendo o bem-estar social.

Neste case compartilhamos o trabalho realizado pelo Grupo Voluntários de Ouro, destacando não apenas os resultados alcançados, mas também as lições aprendidas e os desafios ao longo do caminho de impactar a sociedade no seu entorno.

Diagnóstico

A Viação Ouro e Prata entende que suas ações têm um impacto significativo na sociedade em que está inserida. No entanto, era preciso ampliar e fortalecer os laços com a comunidade de forma estruturada, ao mesmo tempo que havia crescente interesse por parte dos colaboradores em se envolver em atividades sociais e voluntárias.

Considerando o compromisso da empresa com a responsabilidade socioambiental e o potencial impacto positivo das ações voluntárias, identificou-se a oportunidade única de criar, em 2021, o grupo **Voluntários de Ouro**, que estruturou e organizou as ações sociais da empresa. Esse grupo é uma extensão dos valores e princípios da Viação Ouro

e Prata, reunindo colaboradores dispostos a dedicar seu tempo e energia para causas sociais significativas.

Sua implantação está alinhada às necessidades identificadas na sociedade e aos valores da empresa e, não apenas, permitiu uma abordagem mais organizada e coordenada para as atividades voluntárias, mas também fortaleceu o vínculo entre a empresa e as comunidades que ela serve. Além disso, proporciona aos colaboradores uma oportunidade única de se engajarem ativamente em iniciativas sociais significativas, promovendo um ambiente de trabalho mais solidário, colaborativo e gratificante.

Referencial teórico

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é um conceito que se refere ao compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento sustentável, colaborando com seus empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a qualidade de vida no seu entorno. A RSC envolve um conjunto de práticas que vão além do cumprimento das leis e regulamentos, englobando ações voluntárias e filantrópicas que visam o bem-estar da sociedade.

No contexto do voluntariado empresarial, a RSC é um elemento fundamental, pois as empresas que incentivam seus colaboradores a participar de atividades voluntárias estão, de fato, incorporando práticas de responsabilidade social em sua cultura organizacional. Essas iniciativas demonstram o compromisso da empresa com a comunidade e reforçam a imagem de uma organização ética e responsável (Garrido, 2017).

Sua implementação é uma estratégia essencial para as empresas que desejam se manter relevantes e competitivas no mercado. Pela RSC, as empresas podem fortalecer sua reputação, atrair e reter talentos, além de construir relacionamentos sólidos com stakeholders.

Reputação e imagem corporativa

A implementação de práticas de responsabilidade social pode melhorar significativamente a imagem e a reputação de uma empresa. Consumidores e investidores estão cada vez mais atentos às práticas sociais e ambientais das empresas, e aquelas que demonstram um compromisso genuíno com a responsabilidade social tendem a ser mais valorizadas (Pereira, 2019). A transparência e a ética nas operações empresariais são fatores cruciais para a construção de uma reputação sólida e duradoura.

Atração e retenção de talentos

Empresas que investem em RSC são frequentemente vistas como empregadoras de escolha, atraindo profissionais que buscam alinhar seus valores pessoais com os valores corporativos. A satisfação dos colaboradores também é impactada positivamente, pois eles percebem que trabalham para uma organização que se preocupa com o bem-estar social e ambiental (Freire & Freitas, 2016).

Relacionamento com Stakeholders

A RSC promove uma abordagem de gestão que considera os interesses de todos os stakeholders, incluindo empregados, clientes, fornecedores, comunidade e meio ambiente. Essa abordagem holística pode resultar em um melhor relacionamento com todos esses grupos, criando um ambiente de confiança e colaboração (Schwartz & Carroll, 2003).

Engajamento Comunitário

O engajamento comunitário é uma parte essencial da RSC, pois envolve a interação ativa das empresas com as comunidades onde operam. Este engajamento pode assumir várias formas, desde programas de voluntariado e parcerias com organizações locais até investimentos em projetos comunitários e iniciativas de desenvolvimento sustentável (Freire & Freitas, 2016).

Como benefícios deste movimento estão o fortalecimento das comunidades locais; a construção de relacionamentos positivos e de confiança; e o desenvolvimento de competências e habilidades dos colaboradores. Participar de atividades de engajamento comunitário pode ajudar os colaboradores a desenvolver novas habilidades e competências, como liderança, comunicação e trabalho em equipe. Além disso, essas atividades podem aumentar a moral e a satisfação no trabalho (Grant, 2012).

Objetivo Geral

Promover a responsabilidade social por meio do engajamento dos colaboradores em atividades voluntárias que beneficiem a comunidade e reforcem os valores da Ouro e Prata.

Objetivos Específicos

- Identificar as principais áreas de atuação do programa Voluntários de Ouro e os tipos de atividades realizadas pelos colaboradores.
- Analisar o impacto das atividades de voluntariado corporativo nas comunidades atendidas pela Viação Ouro e Prata.
- Examinar os benefícios internos do programa Voluntários de Ouro para os colaboradores da empresa.

Local onde foi desenvolvida a ação

As ações são realizadas em diversos locais, incluindo bancos de sangue, instituições da sociedade civil que atendem crianças e idosos em situação de vulnerabilidade, comunidades carentes e nas instalações da Viação Ouro e Prata, em sua maioria na cidade de Porto Alegre, local em que está localizada a sede administrativa da empresa. Desde sua formalização, em 2021, o grupo já mobilizou 33 ações de voluntariado.

Público alvo

- Colaboradores da Viação Ouro e Prata: participantes ativos nas ações de voluntariado.
- Comunidade local: crianças, adolescentes, idosos e famílias em situação de vulnerabilidade social.

Metodologia utilizada e forma de articulação e participação do público beneficiado

O projeto foi conduzido através das seguintes etapas:

1. **Planejamento anual:** desenvolvimento de um calendário de ações sociais alinhado aos valores e objetivos da empresa.
2. **Divulgação interna:** utilização do Workplace (plataforma de comunicação interna) para divulgar e coordenar as ações.
3. **Formação de grupos de trabalho:** criação de equipes dedicadas para cada ação, garantindo uma execução eficiente.
4. **Avaliação e melhoria contínua:** coleta de feedback dos participantes e avaliação dos resultados para aprimorar futuras iniciativas.

Desde o planejamento até a avaliação das ações de voluntariado, os colaboradores e líderes da Viação Ouro e Prata são envolvidos, promovendo uma abordagem colaborativa e inclusiva. O processo inicia-se com o planejamento anual das ações sociais pelo time de comunicação interna da empresa. Essas iniciativas são cuidadosamente planejadas e alinhadas com os valores e objetivos da empresa, visando atender às necessidades identificadas na comunidade. Este planejamento é

compartilhado com a diretoria, o time de Recursos Humanos e os gestores, garantindo seu apoio e engajamento.

Um mês antes de cada ação, a divulgação é realizada no Workplace, a rede interna de comunicação da empresa. Os colaboradores são incentivados a se inscrever e se programarem para participar das atividades voluntárias. Através dessa plataforma, um ambiente interativo é criado onde os interessados podem se conectar, trocar ideias e se organizar para a ação.

Aqueles que se inscrevem são incluídos em um grupo dedicado dentro do Workplace, onde são compartilhadas informações relevantes sobre a ação, como horários, locais e atividades planejadas. Esta comunidade virtual serve como um espaço de colaboração e cooperação, permitindo que os participantes se envolvam ativamente na preparação e organização da atividade.

Após a realização da ação, os colaboradores são convidados a compartilhar suas percepções, experiências e sugestões de melhorias no grupo do Workplace. Esta fase de avaliação e feedback é essencial para garantir a eficácia contínua do projeto, permitindo aprendizado com as experiências e aprimoramento de práticas para futuras edições.

Frentes de voluntariado

- **Doação de sangue** – voluntários se mobilizam para realizar doação de sangue, gesto para salvar vidas e contribuir com os estoques dos bancos de sangue locais. Esse ato altruísta é essencial para emergências médicas, cirurgias e tratamentos contínuos, podendo salvar até quatro vidas por doação. Além de beneficiar os

pacientes, doar sangue proporciona aos voluntários uma sensação de realização pessoal e benefícios à saúde, como a manutenção de níveis equilibrados de ferro.

- **Ação com crianças em situação de vulnerabilidade social** – são organizados eventos de recreação e contação de histórias, proporcionando momentos de alegria e aprendizado para essas crianças, reforçando sua autoestima e oferecendo um mundo cheio de possibilidades através da literatura.
- **Arrecadação de alimentos e roupas** – atentos às necessidades básicas da comunidade, a equipe de voluntários realiza regularmente campanhas de arrecadação de alimentos e roupas. Esses recursos são distribuídos de forma justa e eficaz, garantindo que aqueles que mais precisam recebam suporte essencial. A ação fortalece a coesão social e incentiva uma cultura de empatia e cuidado mútuo.
- **Ação com idosos** - reconhecendo a importância de honrar e valorizar idosos, o grupo de voluntários, dedica tempo para realizar atividades lúdicas como bingo, chá da tarde e doações de itens de higiene pessoal, proporcionando momentos de alegria, companheirismo e conforto para aqueles que tanto contribuíram ao longo de suas vidas. Essas ações não só melhoram a qualidade de vida dos idosos, mas também fortalecem os laços comunitários e promovem o respeito e a dignidade que os idosos merecem.
- **Tampinha solidária** - campanha fixa de arrecadação de tampinhas plásticas, que são coletadas e entregues a organizações de proteção animal. Esses itens recicláveis são trocados por recursos que ajudam a custear a manutenção do abrigo e a alimentação dos animais resgatados. A campanha promove a

consciência ambiental ao incentivar a reciclagem e o reaproveitamento de materiais, ao mesmo tempo que apoia a causa animal, garantindo mais conforto e cuidados para os pets em situação de vulnerabilidade.

- **Caminhada ecológica** - com objetivo de conscientizar sobre a importância da preservação ambiental, nossos voluntários realizaram uma caminhada com recolhimento de resíduos durante o percurso. Combinando exercício físico com uma ação de impacto positivo no meio ambiente, a caminhada reforça as práticas de respeito ao meio ambiente e a redução da poluição, engajando os participantes em ações que beneficiam tanto o meio ambiente, quanto a saúde pública.
- **Arrecadação de livros** - ação de recolhimento de livros entre colaboradores para doação para o Banco de Livros. Essa iniciativa contribui para a promoção da leitura e acesso à cultura, ajudando a enriquecer as vidas daqueles que têm menos acesso a recursos educacionais. A doação de livros ajuda a criar oportunidade de aprendizado e a inspirar novos leitores, fortalecendo o papel da leitura como um pilar fundamental para o crescimento pessoal e comunitário.
- **Semana do autista** - semana dedicada à conscientização e sensibilização sobre autismo.
- **Fretamento solidário da frota** - fretamento de ônibus da empresa para proporcionar transporte solidário de pessoas ou instituições carentes e de donativos. Essa iniciativa facilita o deslocamento de quem necessita de apoio, bem como faz o transporte de doações que vão beneficiar as comunidades. Ao utilizar nossa frota para essas ações, contribuímos significativamente para melhorar a logística de apoio humanitário e social.

Avaliação e mensuração de resultados

Indicadores de impacto

A avaliação das ações utiliza indicadores de impacto que medem tanto os benefícios tangíveis para a comunidade quanto o impacto na satisfação dos colaboradores. Os principais indicadores incluem:

1. **Número de beneficiados:** pessoas atendidas por cada ação.
2. **Qualidade do impacto:** feedback qualitativo sobre como as ações afetaram a vida dos beneficiados.
3. **Engajamento dos colaboradores:** colaboradores participando e sua satisfação com as ações realizadas.

Orçamento

Para a realização de cada frente de voluntariado, em média, 15 colaboradores são envolvidos. Existem pessoas que participam de todas as frentes e também as que se engajam conforme sua identificação com a frente de voluntariado. No total, 274 diferentes funcionários já participaram do grupo Voluntários de Ouro. Em média de investimento da Viação Ouro e Prata em cada ação é de R\$ 2.000

Resultados

1. Fortalecimento do sentimento de pertencimento e orgulho em fazer parte

Uma das consequências mais notáveis e gratificantes das iniciativas sociais é o profundo impacto que elas têm no reconhecimento e orgulho dos colaboradores em fazerem parte da empresa e dos projetos. Ao longo dos anos, houve um aumento significativo no

sentimento de pertencimento e satisfação na equipe, refletido em inúmeros depoimentos publicados no Workplace. Os colaboradores expressam abertamente como se sentem honrados em trabalhar em uma empresa que não apenas busca o sucesso financeiro, mas também se dedica de forma genuína a causas sociais que fazem a diferença nas vidas das pessoas. Esses depoimentos são testemunhos eloquentes do impacto transformador que as iniciativas sociais têm na cultura organizacional da Viação Ouro e Prata, fortalecendo o senso de propósito e o comprometimento dos colaboradores com a missão e os valores da empresa.

2. Melhora na satisfação dos colaboradores, refletida na pesquisa de clima

A melhoria na satisfação dos colaboradores é um dos resultados mais notáveis do projeto. Isso se reflete de forma clara na pesquisa de clima realizada pela empresa. Em 2019, a nota atribuída à Viação Ouro e Prata pelos colaboradores era de 81,2. No entanto, ao longo dos últimos anos, houve um aumento consistente nesse índice. Em 2023, a nota subiu para 82,7, indicando uma crescente satisfação e engajamento por parte das equipes. Esse aumento demonstra o impacto positivo das iniciativas sociais não apenas na comunidade, mas também no ambiente de trabalho, contribuindo para um clima organizacional mais positivo e motivador.

3. Reconhecimento do colaborador na contribuição da Viação Ouro e Prata para a comunidade

Na pesquisa de clima mencionada anteriormente, onde os colaboradores têm a oportunidade de expressar sua opinião sobre diversos aspectos do ambiente de trabalho,

um dos itens avaliados é a *contribuição da empresa para a comunidade e o meio ambiente*.

Em 2019, a nota atribuída pelos colaboradores a este aspecto foi de 83,1. Esta pontuação, por si só, já refletia o reconhecimento e valorização das iniciativas sociais e ambientais da empresa. Em 2023, a nota referente à contribuição da empresa para a comunidade e meio ambiente aumentou para 86,5, representando um ganho de 3,4 pontos em relação ao ano de 2019. Esse aumento significativo não é apenas um reflexo do sucesso das iniciativas, mas também do comprometimento e engajamento contínuos dos colaboradores em participar ativamente dessas ações.

Desde a criação das iniciativas sociais e ambientais é notório o crescente envolvimento por parte da equipe, resultando em uma ampliação do impacto positivo que a empresa causa nas comunidades em que está inserida.

4. Reconhecimento da Viação Ouro e Prata como agente de transformação social na comunidade

Através das iniciativas sociais, a Viação Ouro e Prata tem sido reconhecida e valorizada como um agente de transformação social na comunidade. O compromisso em melhorar a qualidade de vida das comunidades atendidas vai além da oferta de alimentos, roupas e cuidados com a saúde. Também proporciona momentos de interação e lazer que fortalecem os laços comunitários e promovem um senso de pertencimento. A presença ativa e visível nas comunidades tem gerado reconhecimento e visibilidade para a empresa, destacando-a como um parceiro confiável e comprometido com o bem-estar coletivo. Ao oferecer recursos essenciais e promover atividades que promovem o bem-

estar físico, emocional e social, se contribui para uma melhoria significativa na qualidade de vida das pessoas que vivem nessas áreas.

Os resultados medidos durante o ano são significativos.

Número de ações realizadas: até o momento foram realizadas 33 atividades com o grupo Voluntários de Ouro.

Número de beneficiados: mais de 2.800 pessoas beneficiadas desde 2021 quando o grupo foi formalizado.

Qualidade do impacto: feedback qualitativo sobre como as ações afetaram a vida dos beneficiados.

Engajamento dos colaboradores: 274 colaboradores participando e sua satisfação com as ações realizadas.

Impacto na Comunidade

- **Suporte vital para bancos de sangue:** as doações de sangue ajudam a manter os estoques e salvar vidas em situações críticas, de emergência, cirurgias e tratamentos.
- **Melhoria na qualidade de vida de crianças e idosos:** as atividades recreativas e educacionais proporcionaram momentos de alegria e aprendizado para crianças, enquanto os idosos desfrutam de companheirismo e cuidados, que melhoraram significativamente sua qualidade de vida e promovem inclusão social.
- **Apoio às necessidades básicas da comunidade:** a arrecadação e distribuição de alimentos e roupas assegura que famílias em situação de vulnerabilidade

recebam o suporte essencial, reduzindo a insegurança alimentar e garantindo que mais pessoas tenham acesso a itens básicos de vestuário.

- **Proteção e cuidado com os animais:** a campanha de arrecadação de tampinhas não só promove a reciclagem e a consciência ambiental, mas também fornece recursos financeiros importantes para a manutenção de abrigos e alimentação de animais em situação de risco.
- **Preservação ambiental:** a caminhada ecológica incentiva a comunidade a refletir sobre a importância da preservação ambiental, além de limpar áreas públicas de resíduos, promovendo práticas sustentáveis e o proporcionando um ambiente mais limpo e saudável.
- **Promoção da leitura e acesso à cultura:** a arrecadação de livros para o Banco de Livros amplia o acesso à educação e cultura, enriquecendo a vida de pessoas com menos recursos e incentivando o hábito da leitura.
- **Conscientização sobre o autismo e a diversidade:** a Semana do Autista promove a inclusão e compreensão sobre o autismo, sensibilizando a comunidade e criando um ambiente mais acolhedor e inclusivo para pessoas com autismo e suas famílias.
- **Transporte solidário:** o fretamento solidário da frota da Ouro e Prata facilita o acesso ao transporte para pessoas e instituições carentes, além de auxiliar no transporte de donativos, ampliando o alcance das ações de solidariedade e suporte comunitário.

Descrição de Estratégias e Futuras Ações

O importante trabalho de voluntariado acaba abrindo portas para novas modalidades de apoio à comunidade. Para dar mais projeção ao programa Voluntários de Ouro é possível pensar em estratégias de expansão e novas ações.

Estratégias para Expansão

1. **Diversificação das ações:** introdução de novas áreas de atuação, como apoio à educação ambiental e sustentabilidade.
2. **Capacitação continuada:** oferecimento de treinamentos regulares para os colaboradores sobre voluntariado e impacto social.
3. **Fortalecimento de parcerias:** expansão das parcerias com ONGs e instituições para aumentar a eficácia das ações.

Planejamento de Futuras Ações

- **Criação de programas educacionais:** desenvolvimento de programas educacionais para crianças e adolescentes focados em habilidades essenciais e desenvolvimento pessoal.
- **Ampliação das campanhas de arrecadação:** organização de campanhas de arrecadação mais abrangentes para incluir itens como materiais escolares e brinquedos.

Conclusão

O Grupo Voluntários de Ouro não apenas cumpre seu propósito de promover a responsabilidade social, mas também criou um impacto positivo profundo nas

comunidades atendidas e dentro da própria empresa. As iniciativas resultaram em melhorias tangíveis na vida de muitas pessoas e fortaleceram a cultura de solidariedade entre os colaboradores da Ouro e Prata. Ao se envolverem nas atividades voluntárias, eles desenvolvem um sentido de propósito e realização pessoal, percebendo que podem ser agentes de mudança. Essa conscientização não só enriquece a experiência profissional, mas também fortalece o engajamento e a motivação no ambiente de trabalho. O sucesso do projeto demonstra o poder do voluntariado corporativo como uma ferramenta para a transformação social e reforça o compromisso da Viação Ouro e Prata com o bem-estar da sociedade e com a promoção de um ambiente de trabalho solidário e comprometido com valores éticos e sociais.

Bibliografia

BANSAL, P., SONG, H.C. **Semelhantes, mas não iguais: diferenciando sustentabilidade corporativa de responsabilidade corporativa.** Academy of Management Annals, 11(1), 105- 149. 2017.

FREIRE, Ronaldo e FREITAS, Débora. **Voluntariado Empresarial: Ação Social Transformadora.** São Paulo: Pearson, 2016.

FRIZON, J.A.; EUGENIO, T.; FALCÃO, A.S. **Vale a pena as organizações terem práticas de gestão socialmente responsáveis?** Revista de Administração de Empresas, 62 (5), 2022.

GARRIDO, Isabel. **Responsabilidade Social Corporativa: Estratégia e Sustentabilidade.** Rio de Janeiro: LTC, 2017.

MENEZES, Ulisses, PIRES, Debora. **Governança Corporativa e Responsabilidade Social Corporativa: Análise da Relação Entre Práticas de Governança e Divulgação de Relatórios de Sustentabilidade.** *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 21(3), 648-663. 2019

PEREIRA, Renato. **Responsabilidade Social Corporativa: Um Guia para Empresas e Organizações.** São Paulo: Atlas, 2019.

PIMENTA, Ricardo. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa.** São Paulo: Senac, 2015.

SANTOS, Moacir e TENÓRIO, Guilherme. **Responsabilidade Social Corporativa: Teoria e Prática.** São Paulo: Saraiva, 2015.

SCHERER, Andreas e PALAZZO, Guido. **Responsabilidade Social Corporativa e Globalização.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

SILVA, Eliezer e FIGUEIREDO, Maria Flávia. **Responsabilidade Social Corporativa: O Papel das Empresas no Desenvolvimento Sustentável.** *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 14(3), 233-249. 2020

Informação das autoras

Thais Menegat Cansan – Publicitária pela ESPM, pós-graduada em Marketing e com especialização em Comportamento do Consumidor. Atualmente atua como Gerente de Marketing e Endomarketing na Viação Ouro e Prata.

Vitória Caroline da Costa dos Santos - Jornalista, pós-graduanda em Estratégias de Marketing Digital. Atua como Analista Pleno de Endomarketing na Viação Ouro e Prata.