

#### 4.1.2 Alta performance + responsabilidade socioambiental: um encontro inevitável

Osmarina Pereira da Silva Massuia e Rosilene Andréa Santos Alvarenga

Alta performance + responsabilidade socioambiental: um encontro inevitável

**O. P. da S. MASSUIA** – marina.massuia@gmail.com – Aluna MBA em Gestão Estratégica de Negócios no Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU

**R. A. S. ALVARENGA** – rosileneandrea@gmail.com – Profa. Ms. Orientadora da Pós Graduação em Pedagogia Empresarial – Faculdades Metropolitanas Unidas FMU.

COMO CITAR O ARTIGO:

MASSUIA, O. P. da S. e ALVARENGA, R. A. S., **Alta performance + responsabilidade socioambiental: um encontro inevitável.** URL: [www.italo.com.br/portal/cepep/revista eletrônica.html](http://www.italo.com.br/portal/cepep/revista_eletronica.html). São Paulo SP, v.11, n.3, p. 225-249, jul/2021.

## RESUMO

O presente artigo visa revelar a importância de concatenar os temas produtividade e responsabilidade socioambiental. O objetivo é de inspirar a formação de times de alta performance que focam os resultados financeiros sem deixar de lado a preocupação com o futuro. O método utilizado para elaboração do estudo é o de revisão de literatura em livros, periódicos, artigos, jornais e revistas e pesquisa não supervisionada. O mercado é cada vez mais competitivo, mas também começa a enxergar a necessidade de ser mais sustentável, desta maneira é fundamental estudar como um time de alto desempenho sensível as questões socioambientais pode proporcionar vantagem competitiva para as organizações gerando benefícios para toda a sociedade e meio ambiente. Entre outros aspectos a pesquisa revela quais ações são essenciais nesta transição e quais práticas socioambientais são mais facilmente associadas a lucratividade.

**Palavras-Chave:** Produtividade, Lucro, Socioambiental, Vida, Futuro.

## INTRODUÇÃO

Alta performance e responsabilidade socioambiental na grande maioria das vezes não são tratadas pelas organizações como fatores que se correlacionam, entretanto, as urgências sociais e ambientais, a mudança no comportamento do consumidor, que cada vez mais valoriza empresas com responsabilidade socioambiental, e os impactos do modelo econômico atual sobre esses problemas sugerem uma revisão no modelo de negócio focado na produtividade.

Como incluir a responsabilidade socioambiental em times de alta performance sem que isso represente perda de produtividade?

Neste sentido, se faz necessário o aprofundamento acadêmico sobre os dois pontos, produtividade e necessidades socioambientais, sobre tudo de forma unificada e como estratégia de negócio, e identificar a melhor maneira de viabilizar a aplicação do novo modelo.

Desta forma, o presente artigo visa revelar a importância de concatenar os temas produtividade e responsabilidade socioambiental com o objetivo de inspirar a formação de times de alta performance que focam os resultados financeiros sem deixar de lado a preocupação com o futuro das pessoas e do meio ambiente vislumbrando a continuidade das atividades humanas.

Para compreensão do objetivo proposto:

- Revisou-se dois dos principais aspectos na formação de times de alta performance focado na produtividade e as práticas voltadas para a responsabilidade socioambiental atuais de forma isolada.

- Cotejou-se os dois pontos, alta performance e responsabilidade socioambiental, com base em literatura e no resultado de pesquisa não supervisionada respondida por 104 pessoas sendo 76% ocupantes de gestão e 29% com formação além da graduação.

Este artigo sugere a junção dos temas de forma harmoniosa, ou seja, revela que preservando a essência produtiva de uma equipe de alta performance e agregando a sensibilidade as questões socioambientais, tem de se em elevar ainda mais o nível de satisfação da equipe que é fator determinante na entrega de resultados.

## **1. Equipe de Alta Performance**

Existem numerosas definições para equipe de alta performance, mas sob alguns aspectos elas convergem. Os autores são consensuais no que diz respeito a capacidade de entrega de maneira ágil e eficaz, por meio de objetivo audacioso e bem definido conduzido por times conscientes da importância do bom relacionamento, capazes de administrar conflitos sendo flexíveis, mas firmes e responsáveis na tomada de decisão. Dyer et al. (2011, p. 23) conceituam equipes de alto desempenho como sendo:

As equipes de alto desempenho são aquelas compostas de membros cujas habilidades, atitudes e competências lhes permitem atingir as metas da equipe. Em equipes de alto desempenho, os membros definem as metas, tomam decisões, comunicam-se, administram os conflitos e solucionam problemas em uma atmosfera de incentivo e confiança para atingir seus próprios objetivos. Além disso, os membros desta equipe estão cientes de suas próprias

forças e fraquezas e tem a capacidade de mudar quando necessário para melhorar o desempenho do grupo.

A busca pelo mais eficiente conceito de produtividade passa pelas particularidades de cada organização e pelas transformações do mundo de forma geral, assim o que traz resultado hoje provavelmente não trará amanhã ou a prática que traz um bom resultado para uma determinada organização pode não trazer para outra. Em função disso, é preciso estar atento e trabalhar com um conceito adaptável aos valores de cada organização e as transformações do mercado.

DRUCKER (1997, p. 42) entende que

Toda empresa tem uma linguagem própria, a própria versão de sua história (seus mitos), e seus próprios heróis e vilões (suas lendas), não apenas os tradicionais e contemporâneos. Apesar das muitas diferenças, a maioria das culturas organizacionais contemporâneas apresenta grandes semelhanças. Afinal de contas, a maioria das organizações nasceu e desenvolveu no mesmo ambiente de negócios, sujeita às mesmas pressões e questões.

Nessa perspectiva, pode-se concluir que existem particularidades a serem consideradas na formação de um time de alta performance, mas que também existem pontos comuns que viabilizam, ainda que parcialmente, a aplicabilidade de um determinado modelo em diversas organizações.

Como exemplo, expõe-se o conhecido CHA (Conhecimento, Habilidade e Atitude) que é utilizado a décadas por organizações de todo o mundo como um dos pilares da competência e se mantém até os dias atuais como ferramenta de desempenho, mas já é possível

encontrar, ainda que sejam informais, variações no conceito. Em breve pesquisa pela internet encontra-se os modelos:

CHAVE – Conhecimento, Habilidade, Atitude, Valores e Ética

CHAVE - Conhecimento, Habilidade, Atitude, Valores e Entorno

CHAMA – Conhecimento, Habilidade, Atitude, Motivação e Amor

CHARME - Conhecimento, Habilidade, Atitude, Relacionamento, Motivação e Ética.

Observa-se que os pilares do CHA continuam presentes em todas as variações e a parte anexada está relacionada com os Valores e Missão das organizações.

As variações apresentadas corroboram com a utilização de um modelo de administração misto composto por práticas estudadas e comprovadas somadas à cultura da organização preservando assim sua singularidade.

Neste contexto insinua-se que, para um grupo se transformar em uma equipe de alta performance capaz de se manter de pé diante das metamorfoses do mercado é preciso uma liderança progressista em relação ao mercado e ao posicionamento da organização.

### **1.1. A Liderança**

É unânime a visão de que equipes alcançam resultados muito melhores e maiores do que um indivíduo. Maxwell (2007, p. 18) diz que: “Nada significativo foi alcançado por um indivíduo agindo sozinho, em

outras palavras grandes feitos na história foram alcançados graças ao trabalho em equipe”.

Mas também é fundamentado que a influência do gestor é vital na formação de times capazes de entregar resultados extraordinários. O dicionário *Michaelis (2019)* define o papel do líder como: “Pessoa com capacidade de influenciar nas ideias e ações de outras pessoas”.

Sob esta ótica entende-se que por traz, ou melhor, ao lado de cada equipe de sucesso a um líder preparado para conduzir esse time sob diversos aspectos, como: definir a causa e os objetivos, formar um time divergente no que diz respeito a adversidade e às particularidades técnicas e de habilidade, mas homogêneo nas questões éticas, cuidar da comunicação, da organização e do clima, delegar sem ser omissos a responsabilidade, dar vazão a criatividade, negociar, ser flexível e firme, gerir pelo exemplo, ser humilde, manter-se sempre atualizado, ter inteligência emocional, buscar e mensurar os resultados, dividir os méritos, entre outros aspectos já conhecidos ou que possam surgir ocasionalmente.

Os diversos aspectos que norteiam uma liderança eficiente se resumem em quatro fatores essenciais para Bennis (2010):

- Capacidade de dar direção e significado ao que faz;
- Capacidade de inspirar confiança em seu pessoal;
- Otimismo;
- Busca pelo resultado.

Para Bock (2015) os princípios básicos, missão, transparência e voz ativa devem nortear a condução do time. Defende também a utilização dos melhores funcionários como motivação e ferramenta de treinamento e que a solução dos problemas deve sempre reafirmar seus princípios básicos.

Kotter (2002, P.50), acredita que:

A liderança, vista como processo, geralmente é associada à determinação da direção na qual a organização deve caminhar, à criação de uma visão do futuro, à capacidade de persuadir funcionários e outras pessoas importantes a aceitar ideias novas e implementá-las.

Partindo desse pressuposto pode-se concluir que olhar para o futuro há muito já é uma premissa da liderança, mas o que se recomenda atualmente é um olhar para o futuro ampliado para o mercado, governo e tecnologia e também para as pessoas e para o meio ambiente.

Diante do exposto percebe-se que o papel do líder está sendo ampliado de forma exponencial, desta maneira, o profissional que almeja um cargo de liderança precisa se preparar para frequência com que as metamorfoses estão ocorrendo.

Considerando o enredo e a importância das lideranças nos resultados das organizações, sugere-se que as empresas revisitem seus conceitos sobre este profissional e que os candidatos a cargos de

liderança estejam conscientes e preparados para os grandes desafios que os esperam.

Como ponto em comum, para as organizações e líderes, admite-se a tecnologia, que é fundamental na formação de times de alto desempenho em praticamente todos os segmentos.

## **1.2. A Relevância da Tecnologia**

A relevância da tecnologia hoje é amplamente atestada.

Bauer (2010), diz que:

As tecnologias nos tempos atuais nos causa grandes expectativas em relação ao futuro, grandes invenções vêm mudando a rotina das pessoas e como a evolução, caminha em ritmo acelerado, tanto que se não acompanhar este processo tecnológico, fica-se desatualizado e tudo começa a ficar mais difícil.

Dunne (2018), explica que: “No século 21, a quarta revolução industrial irá borrar as linhas entre o que é físico e digital. Tudo que pode ser conectado será conectado. Alguns chamam de era ciberfísica”.

Morais (2018), afirma que:

A quarta revolução industrial é algo além de máquinas conversarem. Desde o nascimento do produto, no ambiente virtual. É criar um produto e simular tudo que ele pode sofrer: calor, atrito. Depois, pensar como a produção vai trabalhar, se com robôs ou humanos. É pensar a criação de tudo no ambiente virtual, antes de construir na fábrica.

A simples comparação dos três pontos de vista, destacando-se as diferenças de datas, demonstra a rapidez da evolução tecnológica e, portanto, sua importância. O ritmo da evolução tecnológica tem sido tão frenético que já é intitulada como a 4ª revolução industrial por vários autores, eles consentem que esta nova era será marcada pela convergência das tecnologias digitais, físicas e biológicas.

Isso posto já é possível afirmar que a Quarta Revolução Industrial, marcada pela internet das coisas e a inteligência artificial funcionando na velocidade do 5 G, modificará o atual jeito de se comunicar, de consumir, de se locomover, de aprender e de se relacionar, tais mudanças transmutará também a forma de se fazer negócios.

Gomes (2018), diz que a Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que somente 1,6% das indústrias brasileiras estão na onda da Quarta Revolução Industrial.

Todavia não se deve levar muito tempo para as grandes transformações atingirem nosso mercado, pois, o crescimento exponencial, capacidade de multiplicar resultados no curto prazo, tem permitido a ocorrência de mudanças gigantescas em curto espaço de tempo.

Para Chiavenato (2010, p. 37) "em uma época em que todos dispõem da informação em tempo real, são mais bem-sucedidas as organizações capazes de tomar a informação e transformá-la rapidamente em uma oportunidade"

Em contradição ainda existem muitas organizações, especialmente nos países subdesenvolvidos, que demoram para reagir as mudanças e acabam sendo atropeladas por algumas empresas que muitas vezes nem eram vistas como concorrentes ou sequer existiam.

Por este ângulo Stefanini (2014) descreve que: “Muitas empresas estão satisfeitas com aquilo que funciona e, por isso, deixam de inovar”.

Nesse universo desafiador é perceptível o movimento das organizações modernas em busca de resultados exponenciais monetários, de participação de mercado e na relação com o consumidor e a tecnologia tem se apresentado como uma grande aliada nesta busca.

Similarmente é válido supor que os profissionais que integram um time de alta performance, especialmente os líderes, precisam estar conectados com esta nova era e atentos a relevância dessa variável.

## **2. Responsabilidade Socioambiental**

No último século, especialmente nos últimos 50 anos, a humanidade desfrutou do progresso promovido pelo avanço da indústria, da tecnologia e da globalização. Todavia, a forma como o desenvolvimento ocorreu por um longo período trouxe grandes implicações para sociedade no âmbito social e ambiental, tais implicações estimularam na sociedade uma mudança de paradigma dando origem a uma visão mais holística sobre a relação entre as pessoas, empresas e meio ambiente.

Diante dessa mudança é admissível que o termo responsabilidade socioambiental durante esse período agregou-se paulatinamente ao mundo empresarial, saindo da condição de filantropia para ocupar espaço nas ações estratégicas das organizações.

Para Wikipédia (2019) a responsabilidade socioambiental é “a responsabilidade que uma empresa, ou organização tem com a sociedade e com o meio ambiente além das obrigações legais e econômicas”. Já O Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (*World Business Council for Sustainable Development – BCSD*) (1998), definiu a Responsabilidade socioambiental como:

O compromisso permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Para o Ministério do Meio Ambiente (2019) a produção sustentável é “a incorporação, ao longo de todo ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais”.

A ABNT NBR ISO 26000 (2010) define que a responsabilidade social é:

A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que: - Contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e o bem-estar da sociedade; - Leve em consideração as expectativas das partes interessadas: - Esteja em conformidade com a legislação aplicável; - Seja consistente com as normas internacionais de comportamento e

- Esteja integrada em toda a organização e seja praticada em suas relações.

Nesse enquadramento algumas organizações têm contribuído de forma substancial minimizando os impactos na sociedade, apesar disso, o ritmo e a quantidade de empresas que aderem de forma adequada as ações socioambientais ainda são ínfimas diante das necessidades.

Atentos a isso o consumidor tem pressionado as organizações a assumir uma postura mais ativa, como exemplo pode-se citar a crescente adesão ao vegetarianismo e ao veganismo, este a tão pouco tempo era praticamente desconhecido e hoje apresentam número expressivos.

Na mesma linha o site Jusbrasil (2019) apresenta a compaixão com os animais, o impacto ambiental e a preocupação com a saúde como principais fatores na mudança de comportamento e revela alguns números significativos sobre o mercado veganismo de alguns países:

Reino Unido: Pesquisas apontam que um a cada oito adultos britânicos segue as diretrizes vegetarianas ou veganas. Enquanto 12% do total da população decidiram abandonar a carne, esse percentual sobe para 20% para as pessoas entre as idades de 16 e 24. Alemanha: Possui cerca de 7 milhões de vegetarianos e vem experimentando uma demanda crescente por produtos à base de plantas. No país existe uma cadeia de supermercados vegano – “Veganz”, que tem como meta

a abertura de 60 lojas até 2020, devido à demanda popular. Canadá: Os resultados de uma pesquisa de consumo de alimentos canadense refletem uma queda de quase 10% do consumo de carne desde 2001.

Com base nos números apresentados, e em outras ações, como o uso de energias renováveis, a captação de água das chuvas, a utilização de água de reuso e a reciclagem de materiais, é factível proclamar uma multiplicidade de novas oportunidades de negócios rentáveis que concirnam com os preceitos do conceito de responsabilidade ambiental.

A crescente preferência do consumidor por empresas socialmente responsáveis caminha a preocupação com a questão ética no processo de adequação das organizações a este novo consumidor mais consciente e atuante. Evidenciando esta preocupação entende-se que a lucratividade deve estar presente, afinal não se fala aqui de organizações sem fins lucrativos, mas objetivando alvejar o ponto central da responsabilidade social empresarial (RSE) exige-se que o propósito seja prioridade.

Compreende-se que a prática das reponsabilidades, social e ambiental, nas suas essências traz grandes provocações para as organizações, contudo já é possível afirmar que os benefícios serão lucrativos e elogiáveis.

### **3. Pesquisa de Campo. Time de Alta Performance Com Responsabilidade Socioambiental.**

A análise do tema dar-se-á pelo resultado de pesquisa de campo não supervisionada respondida por 104 pessoas atuantes no mercado de trabalho em diversos segmentos, em sua maioria no mercado de comunicação, educacional e de telefonia. Destas 99 pessoas identificaram seus cargos e dentro desse universo 76% ocupam cargos de gestão, sendo 49% em cargo de gerencia ou diretoria. Em relação a formação acadêmica 38% é formado por administradores de empresa com ênfase em estratégia, RH, marketing, gestão de pessoas e negócios e a segunda maior fatia é representada pela formação em direito com 15%.

As perguntas foram formuladas de forma a identificar se o público participante consente com a ideia da correlação dos dois temas, equipes de alta performance e responsabilidade socioambiental, e se este ponto é um fator motivacional, como as empresas que trabalham hoje estão em relação ao tema, a relevância do papel do líder, os fatores essenciais neste processo e as práticas socioambientais que mais facilmente o gestor relaciona como fator de engajamento e lucratividade.

### **3.1. A aceitabilidade da proposta**

O grupo pesquisado em sua grande maioria, 98%, sanciona a ideia de correlacionar o tema responsabilidade socioambiental aos times de alta performance e 86% declara que o pouco ou não engajamento da empresa da empresa com as questões socioambientais tem impacto médio ou alto em sua motivação. Fortalecendo a aceitabilidade do tema 87% do grupo de respondentes afirmam que votariam favoravelmente

mesmo diante de uma pergunta que as questões socioambientais são diretamente relacionadas a investimentos.

A aceitabilidade foi atestada mesmo pelos 4 respondentes que não se identificaram, neste universo 3 de 4, ou seja, 75% dizem sim a proposta de união dos temas.

### **3.2. Como as empresas estão em relação ao tema**

73% do grupo pesquisado expressa que as práticas socioambientais das empresas onde trabalham estão alinhadas com o que eles esperam sobre a formação de times de alta performance sensíveis as questões socioambientais, entretanto 61% diz que não veem nenhum movimento expressivo na organização objetivando atrelar a lucratividade as estas questões.

Nesse contexto é presumível que os empregadores citados, e mesmo os respondentes, tratem a questão socioambiental ainda de maneira similar a filantropia e, talvez, por isso, não haja movimentos estratégicos mais contundentes em direção a correlação dos temas. Torna-se imprescindível ressaltar que qualquer movimento nesta direção precisa ser pautado, no propósito da causa e ter o lucro apenas como consequência colocando o fator ética lado a lado com o propósito.

### **3.3. A significância da liderança**

A sondagem em relação a relevância da liderança apresenta praticamente uma unanimidade em torno do assunto. 80% afirma acreditar ser possível formar times de alta performance com responsabilidade socioambiental mesmo que esse valor não esteja no DNA da empresa, sugerindo assim que esse valor pode ser formado de baixo para cima. Apresenta-se de forma mais expressiva ainda, 93%, a fatia, que atesta a relevância do líder de equipe na formação de times de alta performance com responsabilidade socioambiental.

Levando em consideração a expressividade desse resultado pode-se, com certa tranquilidade, se sustentar a afirmativa de que o posicionamento da liderança é determinante no processo de inserção da responsabilidade socioambiental nos times de alta performance.

### **3.4. Os fatores essenciais**

A pesquisa revelou os fatores essenciais no processo de formação de times de alta performance:

- Que as mudanças partam da alta direção, com adequação da Visão, Missão e Valores;
  - Obter as certificações socioambientais existentes dentro do seu segmento, ter auditorias ambientais e implantar políticas socioambientais;
  - Remodelar o programa de seleção de acordo com a nova Visão, Missão e Valores, ajustar os critérios de seleção ao perfil do profissional desejado, criar programa de treinamento e conscientização das
- Unifal em Pesquisa, São Paulo SP, v.11, n.3, jul/2021.

lideranças e manter o discurso dos colaboradores, especialmente da força de vendas, alinhado às práticas socioambientais da empresa;

- Empreender projetos socioambientais em seu entorno, utilizar o site da empresa para divulgar suas políticas de gestão socioambiental se posicionando no mercado como uma empresa socioambientalmente correta, manter ações de marketing voltadas para consumidores que são influenciados pela questão socioambiental, desenvolver política de orçamento e ações de marketing em seu planejamento estratégico específica para estratégias de marketing verde e social e promover ou patrocinar eventos com a temática socioambiental;

- Manter políticas de benefícios de cunho social além das obrigatórias por lei para profissionais e familiares e criar programa de incentivo ao trabalho voluntário e;

- Monitorar o faturamento de acordo com as práticas de marketing nas áreas socioambientais.

Todos os fatores citados têm representatividade acima de 60% do universo avaliado e descortinam a necessidade de envolvimento de várias áreas estratégicas da empresa, como RH, marketing, comercial, tecnologia e finanças corroborando para importância do envolvimento da alta direção no processo.

### **3.5 . As práticas mais sugeridas**

A pergunta sobre as práticas ambientais e sociais foi aberta e não obrigatória, tal modelo objetivou extrair quais práticas os respondentes Unifal em Pesquisa, São Paulo SP, v.11, n.3, jul/2021.

correlacionam com mais facilidade a lucratividade e entendem ser de fácil implantação. A adesão nas práticas ambientais foi de 71 pessoas o que representou 68% do universo avaliado e no social a adesão foi um pouco menor com 65 pessoas e 63% de representatividade.

As práticas mais citadas foram:

- Meio Ambiente: Uso consciente dos recursos naturais através da utilização de energia renovável (solar/eólica), água de reuso e captação de água da chuva, programas de redução no consumo dos recursos naturais, redução na utilização de plástico não degradável e outros materiais poluentes, *home office* (trabalho em casa), reciclagem e descarte consciente, projetos como adoção de praças e apoio a projetos ambientalmente corretos.

- Social: Apoio a adversidade, programas de coletas diversas (higiene, alimentos, roupas, cobertores entre outros) e distribuição a entidades conceituadas de preferência em seu entorno, integração com escola e ações voluntárias de apoio a diversos setores da sociedade extensivo a familiares, de preferência que tem relação com os valores e missão da organização, apoio psicológico visando a saúde mental dos profissionais, programas de prevenção e doação de sangue na própria empresa, apoiar a empregabilidade de jovens e melhor idade, combate ao uso de drogas e álcool e *home office* (trabalho em casa).

É plausível apontar que a riqueza do resultado se sobrepõe a queda na adesão da questão e que pode desencadear uma sucessão de práticas realizáveis e benéficas para todos os envolvidos, pessoas, ambiente e organização.

#### 4. Considerações Finais

No desenvolvimento desse estudo assumiu-se o desafio de identificar a viabilidade e o caminho a seguir na formação de times de alta performance com responsabilidade socioambiental. O modelo utilizado baseou-se em revisão dos temas equipes de alta performance e responsabilidade socioambiental com base na literatura de livros, periódicos, artigos, jornais e revistas de forma isolada.

Com o objetivo de correlacionar os dois temas foi aplicado uma pesquisa de campo para colher dados mais consistentes sobre a importância, a aplicabilidade e aceitação do tema e a identificação dos maiores envolvidos e dos fatores de maior relevância no processo.

A prosperidade do tema - **ALTA PERFORMANCE + RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: um encontro inevitável**, me permitiu enquanto estudante, praticar vários dos saberes obtidos durante o curso, como profissional trouxe uma visão mais holística e como cidadã me fez mais altruísta, promovendo em mim um crescimento global com efeito transformador.

No decorrer dos diversos estágios do trabalho ficou notório a imprescindibilidade do tema para o ambiente e para as pessoas e a inquietude dos profissionais e consumidor por um mundo melhor.

Dada a importância do tema, torna-se necessário o engajamento das organizações em direção a responsabilidade socioambiental empresarial, porém tal direcionamento, será mais ágil e consistente se o movimento partir da alta direção com envolvimento das lideranças das principais áreas estratégicas da empresa.

Unifal em Pesquisa, São Paulo SP, v.11, n.3, jul/2021.

No entanto não se pode ensejar que a responsabilidade socioambiental empresarial seja uma solução para todos os malefícios das questões sociais e ambientais, pois trata-se aqui dos interesses econômicos das empresas, porém se for bem conduzida e norteadada pela moral representará ganhos para todos os envolvidos, empresa, sociedade e meio ambiente, dando origem a um crescimento econômico inclusivo e ambientalmente sustentável. Nesse sentido se faz necessário ratificar a responsabilidade do poder público sobre as questões socioambientais e se alertar para os riscos de uma transferência de responsabilidade.

O questionário com perguntas abertas e fechadas foi capaz de atestar a aceitação dos profissionais na viabilização do encontro entre os temas alta produtividade e responsabilidade socioambiental, confirmou a importância do envolvimento da alta direção, das áreas estratégicas e das lideranças no processo e revelou as práticas mais facilmente relacionadas a lucratividade e aplicabilidade.

Com base na irreversibilidade das necessidades sociais e ambientais e nos anseios dos profissionais e consumidores conclui-se que as organizações que se antevirem na implantação de projetos socioambientais nos times de alta performance de forma ética terão vantagens competitivas que ajudarão a preservar sua geração de renda e criação de valor associado a um patrimônio que beneficiará toda humanidade.

## REFERÊNCIAS

ABNT: NBR ISO 26.000 – **Diretrizes sobre a Responsabilidade Social**, 2010.

BAUER, E. **Influência da tecnologia no desemprego**. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/a-influencia-da-tecnologia-no-desemprego/50538/> Acesso em 03/05/2019.

BENNIS, W. G. **A essência do líder**. Brasil: Elsevier, 2010

BOCK, L. **Um novo jeito de trabalhar**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

CECCHIA, C.M P.; ZAPE, K.L. **Responsabilidade Social Empresarial: além do investimento financeiro**. Disponível em: <http://institutoiris.org.br/artigo/responsabilidade-social-empresarial-alem-do-investimento-financeiro/> Acesso em 11/05/2019.

CHIAVENATTO, Idalberto; **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

CULTIVATE. **Os 10 países com o maior número de vegetarianos no mundo**. <https://www.cultivate.com.br/os-10-paises-com-o-maior-numero-de-vegetarianos-no-mundo/> Acesso em 11/05/2019.

**DRUCKER, P. F. A Organização do Futuro: Como preparar hoje as empresas de amanhã.** São Paulo: Futura, 1997.

**DYER, W. G; DYER, J. H. Equipes de alta performance.** São Paulo: Saraiva, 2010.

**ENVOLVERDE, Agência. Economia circular: uma alternativa à obsoleta economia linear.** Disponível em: <http://envolverde.cartacapital.com.br/economia-circular-uma-alternativa-a-obsoleta-economia-linear/> Acesso em 10/05/2019.

**GOMES, H. S. 4ª revolução industrial: Como robôs conversando com robôs pela internet vão mudar sua vida.** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/4-revolucao-industrial-como-robos-conversando-com-robos-pela-internet-va-mudar-sua-vida.ghtml> Acesso em 27/04/2019.

**JUSBRASIL. Conheça os 9 países mais veganos do mundo.** Disponível em: <https://anda.jusbrasil.com.br/noticias/376454508/conheca-os-9-paises-mais-veganos-do-mundo> Acesso 11/05/2019.

**LIBÓRIO, D.; TERRA, L. Metodologia Científica: Capítulo 3 e 4 - Informação científica e Organização técnico-científica.** Laureate International Universities. 2015.

**MAXWELL, J. C. As 17 incontestáveis leis do trabalho em equipe: Descubra os segredos para o desenvolvimento de equipes vencedoras.** Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2007.

MELLO, F. H. **Uma breve história das competências.** Disponível em: <https://culture.rocks/blog/historia-das-competencias/> Acesso em: 30/04/2019.

MICHAELIS, **Dicionário.** Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/l%C3%ADder/> Acesso em 10/05/2019.

SGB, Comunidade. **O que é impacto social, como gerá-lo e porque ele vem em primeiro lugar.** Disponível em: <https://socialgoodbrasil.org.br/laboratorio/o-que-e-impacto-social-como-gera-lo-e-porque-ele-vem-em-primeiro-lugar/> Acesso em 11/05/2019.

STEFANINI, M. **Inteligência exponencial para transformar as organizações e o mundo dos negócios.** Disponível em: <https://administradores.com.br/noticias/inteligencia-exponencial-para-transformar-as-organizacoes-e-o-mundo-dos-negocios> Acesso em 04/05/2019.