



NOVA

et

IMS

Information
Management
School

MEGI

Mestrado em Estatística e Gestão de Informação

Master Program in Statistics and Information Management

OS COMPORTAMENTOS, ATITUDES E PERCEÇÕES AMBIENTAIS DOS PORTUGUESES

Um Estudo Realizado numa Organização
Governamental Pública Portuguesa

Ana Margarida Goulartt de Medeiros Baptista

Relatório de Estágio apresentado como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre em Estatística e Gestão de
Informação

NOVA Information Management School
Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação

Universidade Nova de Lisboa

NOVA Information Management School

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação

Universidade Nova de Lisboa

OS COMPORTAMENTOS, ATITUDES E PERCEÇÕES AMBIENTAIS DOS PORTUGUESES

por

Ana Margarida Goulartt de Medeiros Baptista

Relatório de Estágio apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em
Gestão de Informação / Estatística e Gestão de Informação, Especialização em Estudos de
Mercado e CRM

Orientador/Coorientador: Prof. Susana Pereira Esteves

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este projeto surgiu no seguimento da necessidade de uma organização pública portuguesa melhor compreender o comportamento e as perceções ambientais dos seus colaboradores para posteriormente conseguir desenvolver um plano ambiental que lhe confira um estatuto pró-ambiental sustentável e exemplar. Para isto, foi desenvolvido um estudo de mercado que conta com uma pesquisa exploratória e conclusiva. Este estudo tem como objetivo principal, determinar qual a melhor forma de comunicar informação ambiental de modo a obter uma melhoria no desempenho ambiental da entidade através da colaboração dos seus funcionários e para tal, foram delineados quatro objetivos complementares,

- Determinar as perceções e intenções dos colaboradores da organização face ao conceito de gestão ambiental e às atuais medidas de gestão ambiental implementadas na entidade
- Determinar quais os canais de divulgação interna de informação da organização mais utilizados, especificando para o caso da informação relativa à gestão ambiental. Determinar como/onde os colaboradores da organização gostariam de visualizar a informação e se consideram pertinente a gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio
- Determinar as perceções e intenções dos colaboradores da entidade relativamente a um comportamento pró-ambiental, dentro e fora da organização
- Determinar quais as medidas de gestão ambiental que os colaboradores da organização consideram mais relevantes para a organização

A população-alvo do estudo são os colaboradores diretos e indiretos desta organização, com uma idade superior a 18 anos e que se encontram a exercer funções em um ou mais dos quatro edifícios da organização no período 2020/2021. Esta organização pública portuguesa conta com 374 colaboradores.

Relativamente à pesquisa exploratória, esta contou com uma amostra de 19 entrevistas em profundidade, selecionadas através de uma amostragem não-probabilística por quotas e julgamento/conveniência de forma a garantir diversidade da amostra. As quotas definidas foram o género, a escolaridade e o tempo de casa. Ao terminarmos o estudo exploratório conseguimos analisar que a maioria dos colaboradores diz conhecer o conceito de gestão ambiental e as medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, os colaboradores estão também informados relativamente às plataformas de comunicação interna e não têm interesse em novas plataformas de informação, os colaboradores dizem ter comportamentos pró-ambientais e por fim, apenas 58% dos colaboradores foram capazes de sugerir uma ou mais medidas de gestão ambiental capazes de serem aplicadas na organização.

A análise conclusiva foi realizada com recurso a um questionário via email que conta com 339 respostas válidas. Posteriormente foi realizada uma análise quantitativa sobre os dados recolhidos. Conseguiu concluir-se que a maioria dos colaboradores sabe o que é gestão ambiental, sabem o que são comportamentos pró-ambientais, adotam-nos no dia-a-dia no trabalho e em casa, acreditam que a gestão ambiental é relevante e aceitam a implementação de medidas de gestão ambiental na organização. Estes consideram ainda que planos de comunicação interna ambiental devem ser aplicados na Organização.

Este estudo apresenta assim uma extensa análise dos mais diversos temas e da gestão ambiental, concedendo assim uma vasta informação estatística, essencial ao desenvolvimento de outros estudos de mercado que queiram analisar esta temática através de uma outra abordagem.

ÍNDICE

1. Introdução	6
2. Revisão da Literatura	8
2.1. Metodologia Aplicada ao estudo de mercado	8
2.2. Gestão ambiental nas organizações	8
2.3. Perceção dos colaboradores relativamente à Gestão ambiental	9
2.4. Comportamento pró-ambiental	9
2.5. Comunicação interna e sensibilização	10
3. A Organização	12
3.1. A gestão ambiental na Organização	12
4. Definição do problema e dos objetivos da pesquisa	13
4.1.1. Definição dos objetivos da pesquisa	13
5. Definição da população-alvo	20
6. Implementação da pesquisa qualitativa exploratória	22
6.1.1. Definição da metodologia	22
6.1.2. Seleção da amostra	22
6.1.3. Desenvolvimento do guia de tópicos	25
6.1.4. Realização das entrevistas	26
6.1.5. Transcrição das entrevistas	26
6.1.6. Análise de conteúdo	26
6.1.7. Resultados	27
6.2. Conclusões	36
6.2.1. Objetivo Complementar #01	36
6.2.2. Objetivo Complementar #02	36
6.2.3. Objetivo Complementar #03	37
6.2.4. Objetivo Complementar #04	37
6.2.5. Objetivo Geral	37
6.3. Redefinição do problema	37
7. Implementação da pesquisa conclusiva	39
7.1. Plano de sondagem	39
7.1.1. Número de elementos da População	40
7.2. Desenho do questionário	41
7.2.1. Especificação da informação necessária	41
7.2.2. Especificação do tipo de entrevista	41
7.2.3. Determinação do conteúdo das questões	42

7.2.4. Ultrapassar incapacidade ou indisposição para responder às questões	42
7.2.5. Decisão sobre a estrutura das questões.....	43
7.2.6. Decisão sobre a terminologia a utilizar nas questões	44
7.2.7. Ordenação das questões.....	44
7.2.8. Escolha do formato e layout do questionário e construção do mesmo	45
7.3. Teste-piloto.....	45
7.4. Indicadores e variáveis	45
7.4.1. Objetivo complementar #01	45
7.4.2. Objetivo complementar #02	46
7.4.3. Objetivo complementar #03	46
7.4.4. Objetivo complementar #04	46
7.5. Controlo de qualidade.....	47
7.5.1. Erros de não-resposta e taxa de resposta	47
7.5.2. Erros de resposta	48
7.6. Resultados.....	48
7.6.1. Caracterização da amostra.....	48
7.6.2. Resultados Gerais	49
7.7. Conclusões.....	55
7.7.1. Objetivo Complementar #1	55
7.7.2. Objetivo Complementar #2	56
7.7.3. Objetivo Complementar #3	57
7.7.4. Objetivo Complementar #4	58
7.7.5. Objetivo Principal.....	59
8. Síntese de Resultados	61
8.1. Gestão ambiental	61
8.2. comportamento pró-ambiental.....	62
8.3. Comunicação interna	62
8.4. planos de comunicação interna futuros	63
9. Recomendações	64
10. Limitações	Erro! Marcador não definido.
11. Bibliografia.....	67
12. Anexos.....	71
12.1. Anexo 1 – Guia de Tópicos.....	71
12.2. Anexo 2 – Relatórios de entrevistas individuais em profundidade.....	73
12.2.1. Entrevistado #01	73
12.2.2. Entrevistado #02.....	76
12.2.3. Entrevistado #03.....	79

12.2.4.	Entrevistado #04.....	82
12.2.5.	Entrevistado #05.....	85
12.2.6.	Entrevistado #06.....	88
12.2.7.	Entrevistado #07.....	91
12.2.8.	Entrevistado #08.....	93
12.2.9.	Entrevistado #09.....	96
12.2.10.	Entrevistado #10.....	99
12.2.11.	Entrevistado #11.....	102
12.2.12.	Entrevistado #12.....	105
12.2.13.	Entrevistado #13.....	107
12.2.14.	Entrevistado #14.....	110
12.2.15.	Entrevistado #15.....	113
12.2.16.	Entrevistado #16.....	115
12.2.17.	Entrevistado #17.....	118
12.2.18.	Entrevistado #18.....	120
12.2.19.	Entrevistado #19.....	123
12.3.	Anexo 3 – Matriz Análise Conteúdos	126
12.4.	Anexo 4 – Figuras e Gráficos.....	131

1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, muito se tem discutido acerca da influência das alterações climáticas no nosso quotidiano. Estas alterações climáticas caracterizam-se por um aquecimento global resultante da emissão de gases de efeito de estufa, provenientes das atividades humanas. O Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas (IPCC), no seu Sexto Relatório de Avaliação concluiu que as atividades humanas dos últimos 50 anos explicam 95% da ameaça ao nosso planeta, sendo que, as maiores fontes de contaminação do ambiente são através de atividades industriais das quais a nossa sociedade moderna precisa para funcionar (IPCC 2021).

Com a globalização da informação, veio também a globalização da sensibilização das alterações climáticas. Ficou claro que a atividade industrial tem tido um maior impacto nas alterações climáticas e começou a crescer a preocupação empresarial com o tema da gestão ambiental. Por gestão ambiental entenda-se “as diretrizes e atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atividade e evitar que outros ocorram no futuro”, Barbieri (2016). Dependendo do tipo de atividade da organização, o tipo de ações e diretrizes que esta adota irão alterar-se, por exemplo, numa empresa do setor industrial, será favorável aumentar a produtividade dos processos de fabrico, procedendo à eliminação dos desperdícios, reciclagem e reutilização de produtos aptos para o mesmo. Numa organização do setor terciário, as ações estão relacionadas por exemplo, com a sustentabilidade ambiental do serviço de prestam, isto é, a utilização deste serviço sem que este prejudique o meio ambiente e por isso, permitindo a sua sustentabilidade a longo prazo (por exemplo, uma empresa de aluguer de carros deveria investir em carros elétricos ou híbridos) ou com a sustentabilidade das suas instalações, nomeadamente poupança de água e energia, e reciclagem de produtos de escritório. No entanto, no final dos anos 80, as empresas reconheceram que as mudanças climáticas eram um tópico muito abrangente e que ia além do seu conhecimento e das suas capacidades. Surgiu assim a necessidade da criação de sistemas de gestão ambiental, “uma ferramenta de gestão utilizada em organizações com o objetivo de melhorar a sua performance ambiental através de procedimentos internos adaptados às atividades da organização e focados nos aspetos e impactos ambientais das operações da mesma”, Zilahy (2017). Este sistema permitiria auxiliar as empresas no seu dia-a-dia de forma a conseguirem cumprir com a legislação ambiental e também, auxiliar as empresas a atingir sustentabilidade ambiental e um desenvolvimento sustentável.

De forma a ser possível a implementação de sistemas de gestão ambiental as organizações devem seguir um conjunto de princípios, nomeadamente uma análise dos seus aspetos ambientais, conformidade com as regulamentações ambientais vigentes no respetivo país, melhorar a performance ambiental, definir metas para atingir um desenvolvimento sustentável, prevenir a produção de poluição sempre que possível e ter uma abordagem virada para as partes interessadas (por exemplo público geral, consumidores e governos) aquando a definição e implementação de metas e estratégias ambientais. Ao assumir estes princípios, a organização assume também que a proteção ambiental não é um esforço único, mas sim um processo contínuo de melhoramento ambiental e de novas metas ambientais. Os sistemas de gestão ambiental são compostos por um conjunto de ferramentas ambientais, nomeadamente, análise da performance ambiental, contabilidade ambiental, abordagem do ciclo de vida de um processo ou produto, gestão e responsabilidade ambiental da cadeia de fornecimento, comunicação e marketing ambiental e formação ambiental (Zilahy, 2017).

1.1. O PROJETO

Aliado aos temas abordados na introdução, e com a finalidade de melhor compreender a percepção do mesmo no contexto organizacional, ingressei num estágio académico numa entidade pública portuguesa. O estágio nesta Organização vem de um interesse mútuo na certificação ambiental da mesma, da minha parte com o objetivo de conseguir auxiliar, acompanhar e promover o desenvolvimento ambiental da Organização, e da parte da Organização com o objetivo de se tornar uma empresa ambientalmente sustentável e com um compromisso ambiental que lhe permita dar o exemplo a outras organizações públicas e privadas. De forma a honrar o meu compromisso e auxiliar a Organização no seu objetivo, desenvolvi um extenso estudo de análise às percepções e intenções dos colaboradores desta mesma organização relativamente a diferentes temáticas relacionadas com o ambiente, pretendendo abordar os colaboradores da Organização expondo diferentes temas dentro da área das alterações climáticas, nomeadamente, o conceito de alterações climáticas, a importância da gestão ambiental no contexto empresarial, o papel da comunicação interna na sensibilização dos colaboradores e a influência da informação e motivação num comportamento pró-ambiental, isto é, um comportamento que conscientemente procura minimizar o seu impacto negativo no ambiente (Kollmuss e Agyeman, 2002).

Este estudo tem como finalidade a análise do tipo de atitudes dos colaboradores que ingressam a Organização face a todos os temas previamente expostos com o objetivo de desenvolver um plano de comunicação com impacto a curto, médio e longo prazo que consiga cativar e sensibilizar todos os colaboradores da organização, redirecionando-os para um comportamento pró-ambiental primeiramente, dentro da organização e preferencialmente também fora da mesma. Pretende-se também com este estudo dar as informações necessárias à organização, de forma a que esta se torne ambientalmente sustentável, dando o exemplo às remanescentes organizações públicas do país que necessitam de esta mudança e de um exemplo para seguir.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. METODOLOGIA APLICADA AO ESTUDO DE MERCADO

Malhotra, Nunan e Birks (2017) definem um estudo de mercado como um elemento chave e vital no mundo do marketing, que permite conectar o consumidor, cliente e público ao *marketeer* especificando a informação necessária para realizar esta conexão e, utilizando esta informação de forma a identificar e definir oportunidades e problemas de marketing. Acrescentam também que é o processo de gerar, refinar e analisar ações de marketing e entender melhor o marketing como um processo identificando novas formas de realizar atividades de marketing específicas com uma maior eficácia. Este pode ser desenvolvido por diversas razões, para fazer uma análise da posição dos concorrentes, das preferências dos consumidores, para analisar a viabilidade da introdução de um novo produto ou serviço no mercado ou até mesmo da modificação de algo que já existe no mercado, para determinar as necessidades do cliente tudo com o objetivo de melhorar a sua posição no mercado. O estudo de mercado tem de ser realizado quando não há dados disponíveis, isto é, quando se tem de se recolher a informação necessária para se conseguir chegar a conclusões.

Relativamente ao estudo de mercado desenvolvido, encontrámos diferente literatura por onde poderíamos orientar a forma como iríamos desenvolver a metodologia deste estudo, analisámos diferentes fontes, tais como Kothari (2004), Kumar (2014), Nunan, Birks e Malhotra (2020) e McDaniel e Gates (2011). Concluímos que todos seguem uma abordagem muito semelhante no processo do estudo, desde a definição do problema até à análise dos resultados e que, esta metodologia claramente aceite no campo científico, será apropriada para realizar o estudo de mercado. Decidimos optar por seguir a sexta edição do livro de Nunan, Birks e Malhotra (2020), *Marketing Research: Applied Insight* pois, é uma versão recente, oferece uma clara explicação e discussão de conceitos, uma riqueza de casos de estudo europeus e internacionais de forma a facilitando a comparação com o estudo de caso em questão e mostra como os investigadores devem aplicar os conceitos e as técnicas num caso prático, explicitando as diferentes alternativas e qual a melhor para cada cenário. Os autores deste livro autoridades respeitadas na área, são professores da área de marketing e estudos de mercado com conhecimento profissional aplicado nessas mesmas áreas.

2.2. GESTÃO AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES

De forma a atender às necessidades de diminuir o impacto ambiental das suas atividades, de melhor corresponder às novas restrições legais ambientais e de corresponder às exigências dos consumidores, tem havido um aumento do interesse das atividades corporativas em reduzir o desperdício da sua produção e reduzir a poluição que provocam. Para muitas empresas, direcionarem-se para uma gestão ambiental torna-se fulcral pois há uma grande pressão tanto dos consumidores como dos colaboradores e governos. Nas palavras de Berry e Rondinelli (1998) existe uma clara relação entre performance e qualidade ambiental onde se denota que, empresas que adotam uma gestão ambiental provam tornar-se mais competitivas e aumentar a sua performance. Srouffe (2003) ajuda a completar esta informação através do estudo realizado, concluindo que há uma relação positiva entre a implementação de um SGA (sistema de gestão ambiental) numa empresa, as práticas ambientais adotadas pela empresa e a performance operacional ambiental da mesma. Com a introdução da ISO 14001, surge a atenção para os sistemas de gestão ambiental corporativos, sendo considerados críticos para o aumento da performance ambiental das empresas. Num estudo realizado por Melnyk, Sroufe e Calantone (2003), conclui-se que, empresas com SGA certificados (ex.: ISO 14001) apresentam um

melhor impacto na performance da empresa e que estes sistemas influencia a seleção e o uso de mais opções ambientais a incorporar na empresa.

2.3. PERCEÇÃO DOS COLABORADORES RELATIVAMENTE À GESTÃO AMBIENTAL

Quanto às percepções dos colaboradores relativamente à implementação de medidas de gestão ambiental, um estudo realizado no Taiwan a 312 colaboradores da área hoteleira concluiu que as implementações de medidas ambientais se relacionam positivamente com um compromisso organizacional e satisfação no emprego, (Yen et. al., 2013). Também num estudo realizado a 220 colaboradores da área hoteleira na Flórida, confirma que existe uma correlação positiva entre as práticas ambientais da empresa onde prestam funções e o seu compromisso com a empresa, (Kim et. al., 2013). Ruepert e Steg (2018) acrescentam que as pessoas são mais propensas a agir pró-ambientais no trabalho quando aprovam fortemente os valores ambientais. Estes, influenciam o comportamento, fortalecendo a autoidentidade ambiental e as normas pessoais para agir pró-ambientalmente no trabalho. No entanto, fatores contextuais podem impedir (ou promover) que as pessoas ajam de acordo com suas normas pessoais. Os fatores contextuais podem não apenas inibir ou possibilitar comportamentos pró-ambientais no trabalho, mas também podem afetar até que ponto as pessoas se concentram em beneficiar o meio ambiente (o que afeta as ações pró-ambientais). As pessoas são mais propensas a agir pró-ambientalmente quando o contexto as faz concentrar no meio ambiente e, ainda mais, quando são pessoas que têm valores ambientais relativamente fracos. Ainda no contexto profissional, Wesselink et. al. (2017) afirmam que no seu estudo, a relação entre intenção de agir e um comportamento pró-ambiental não é significativa, mas que, um comportamento de liderança e o apoio organizacional para agir de forma favorável ao meio ambiente afetam positivamente a intenção de agir e o comportamento pró-ambiental.

2.4. COMPORTAMENTO PRÓ-AMBIENTAL

Relativamente às intenções em adotar um comportamento pró-ambiental sem ser no contexto profissional, conseguimos analisar resultados interessantes de um estudo realizado por Wells, Ponting e Peattie (2011), quanto maior a idade e quanto maior o nível de educação maior a Responsabilidade Ambiental Geral (RAG). Esta relação também se demonstrou mais no sexo feminino. Concluiu-se também que se um indivíduo se considerar responsável por ter provocado mudanças climáticas, este considera-se também responsável por travar estas mesmas mudanças climáticas. Um outro estudo realizado em 2013 mostra também que, a motivação, a eficácia percebida e o conhecimento são variáveis que têm uma relação positiva com um comportamento pró-ambiental, (Vicente-Molina et. al., 2013). Tien Ming Lee et. al. (2015) dizem que melhorar a educação básica e o conhecimento da sociedade sobre as dimensões das mudanças climáticas, são vitais para envolvimento da sociedade e o apoio a ações climáticas. Por outro lado, Grob (1995) concluiu no seu estudo que o efeito mais forte num comportamento pró-ambiental vem de valores filosóficos pessoais e emoções. Bamberg e Möser (2007) afirmam que a sensibilização do problema é importante, mas um determinante indireto das intenções pró-ambientais, o seu impacto é mediado pela moral, as normas sociais, a culpa e processos de atribuição.

Iizuka (2000) realiza um estudo onde conclui que a promoção de um comportamento pró-ambiental é vital para se atingir sustentabilidade ambiental, conseguindo ainda concluir que o que tem grande impacto na decisão de fazer uma ação é não só a atitude individual mas também a atitude e reação de outros indivíduos, o que sugere que é importante mobilizar pessoas em massa para se obter uma resposta eficaz. Conclui também que é fulcral a aplicação de uma estratégia de informação numa tentativa de fortalecer as políticas ambientais atuais e, mais importante, promover a participação das pessoas num comportamento pró-ambiental, em países

onde já há um quadro jurídico legal, mas as políticas legais e económicas para a proteção ambiental são escassas.

O estudo de Kilbourne e Pickett (2008) suporta a perspetiva que um aumento da preocupação com o ambiente, leva a um aumento nas intenções dos indivíduos de ter um comportamento pró-ambientalista e ainda, no estudo de Polonsky (2012), este descobriu que as atitudes ambientais são mais importantes que outros fatores, nomeadamente o conhecimento ambiental logo, aumentar o nível de preocupação do consumidor teria mais impacto que nas alterações dos seus comportamentos ambientais.

Num estudo realizado por Maiteny, (2010) conclui-se que um comportamento pró-ambiental tem mais probabilidade de ser de longo prazo se derivou de uma experiência determinante na vida do indivíduo, em vez de alterações nos regulamentos ou incentivos que por sua vez são propícios a uma alteração a curto-prazo que rapidamente se desmorona. Barr (2003) diz que há diferentes fatores que influenciam um comportamento ambiental responsável, tais como os valores ambientais, as características situacionais e as variáveis psicológicas, concluindo que estes três devem ser tidos em consideração aquando a promoção de estratégias de comportamentos ambientais responsáveis. Wolf, Brown e Conway (2009) chegam à conclusão que praticar cidadania ecológica motiva a resposta individual às mudanças climáticas, acrescentando que a mudança comportamental é o resultado de uma complexa negociação entre standards de vida, conhecimento das causas de e das contribuições para as mudanças climáticas e a intensidade percebida de gases efeitos de estufa.

Coelho et. al. (2017), num estudo a 925 indivíduos descobrem que a preocupação ambiental e a eficácia percebida do consumidor são fatores mediadores que influenciam positivamente um comportamento pró-ambiental. Straughan e Roberts (1999) afirmam que, os critérios psicográficos são mais úteis que os critérios demográficos na análise de segmentação ambiental, concluindo que a eficácia percebida do consumidor (EPC) providencia a maior contribuição para um comportamento pró-ambiental, a junção do altruísmo ao EPC, permitiu influenciar positivamente a relação com um comportamento pró-ambiental. Liere e Dunlap (1980), afirmam que, as variáveis demográficas têm uma utilidade limitada no estudo da preocupação ambiental e que, embora a preocupação ambiental seja mais forte entre os segmentos jovens, bem-educados e liberais da sociedade, esta não se restringe apenas a pessoas com estas características. Como nota final relativamente às perceções e futuras ações do ser humano face às alterações climáticas, Etkin (2007) expõe uma boa observação, “A consciencialização é impulsionada por valores ambientais ou agendas políticas e económicas; particularmente importantes são as visões de mundo e os "mitos da natureza", que têm um grande impacto na perceção de risco. (...) existe uma grande incerteza e uma pluralidade de perspetivas legítimas. A questão é complexa e difícil ou impossível de se ajustar a um modelo linear tradicional de solução de problemas. Portanto, não é uma decisão racional para a maioria dos indivíduos tomar ações para reduzir o risco das mudanças climáticas na ausência de ação coletiva, mas a ação coletiva é extraordinariamente difícil de ser alcançada. Os benefícios da redução de riscos também recaem principalmente sobre as gerações futuras, enquanto as incertezas significam que as diferenças de perspetiva e os problemas de má comunicação, desinformação e suposições não declaradas tendem a obscurecer o discurso social. “.

2.5. COMUNICAÇÃO INTERNA E SENSIBILIZAÇÃO

Para este estudo, considerou-se pertinente a abordagem de estratégias de comunicação interna e a importância da comunicação interna de uma empresa na motivação e desempenho dos seus funcionários como forma de sensibilização ambiental logo, a realização de uma sucinta revisão bibliográfica deste tema torna-se relevante.

Storey et. al. (2008) referem que os funcionários ficam mais envolvidos quando sabem o que está a acontecer na empresa e o porquê. Sistemas de comunicação que informem os funcionários

ajudam-nos a sentirem que fazem parte da organização. Welch e Jackson (2007) consideram uma comunicação interna eficaz, crucial para as organizações serem bem-sucedidas, pois afeta a capacidade dos gestores estratégicos em envolver os funcionários e alcançar objetivos. Smith e Mounter (2008) referem também que colaboradores informados e envolvidos produzem melhores resultados, daí a importância da comunicação interna numa empresa. Welch (2010) diz que, a comunicação interna numa organização é vital e não pode ser identificada apenas com uma simples troca de mensagens. Acrescenta que a comunicação interna contribui para um aumento de desempenho e vantagem competitiva, que ajuda a criar lealdade e identificação com a cultura da empresa e por último, que aumenta a disciplina dentro da organização, permite criar um bom ambiente de trabalho que por sua vez, leva ao aumento da eficácia, motivação e criatividade dos funcionários. Rogala (2011) além de referir que a comunicação interna é uma parte vital de cada organização, acrescenta, dizendo que, muitos gestores concentram-se na construção de estratégias de comunicação externa, esquecendo-se que não têm clientes apenas externos, mas também internos. Funcionários bem informados, satisfeitos e apreciados tornam-se, muitas vezes, a fonte mais confiável de informações sobre a empresa. Welch (2012), refere que a comunicação interna também pode representar uma ameaça para os relacionamentos organizacionais, pois a má comunicação pode ser contraproducente. Os benefícios potenciais da comunicação interna dependem de mensagens apropriadas que chegam aos funcionários em formatos úteis e aceitáveis para os mesmos.

Relativamente aos canais de comunicação através dos quais os colaboradores preferem receber informações da empresa, Linjuan Men (2014) desenvolveu um estudo nos Estados Unidos a 400 colaboradores de diversas empresas que mostram que estes preferem e-mails para receber informações da organização sobre novas decisões, políticas, eventos ou alterações, seguido de reuniões gerais de funcionários e por fim, comunicação interpessoal com as chefias. Contrariamente Linjuan Men, Lipiäinen et. al. (2014) afirmam que no seu estudo sobre o papel dos canais digitais na comunicação interna, destaca-se a importância dos canais presenciais na comunicação interna informacional quotidiana e o papel dos canais digitais (incluindo email) na comunicação mais formal, confirmando a noção de que a comunicação face a face ainda é o canal preferido para a comunicação interna (por exemplo, Stein (2006) e White et. al. (2010)) devido à sua riqueza e clareza. Relativamente aos canais digitais, acrescenta que para funcionários mais jovens, usar um programa de mensagens instantâneas (canais digitais) parecia ser algo familiar e facilitava a comunicação e que está alinhado com a noção de que um meio é mais provável de ser usado se for aceite e familiar ao funcionário; caso contrário, a nova ferramenta será inútil (Welch, 2012). Os canais digitais estudados na sua pesquisa são mais propensos a serem adequados para desenvolver a consciencialização e compreensão do que para gerar comprometimento e um sentimento de fazer parte. Linjuan Men, Lipiäinen et. al. (2014) concluem assim que apesar da disponibilidade de novas ferramentas digitais, é importante lembrar que a comunicação pessoal e a conversa telefónica ainda são superiores a alternativas como uso de email, mensagens instantâneas e intranet.

3. A ORGANIZAÇÃO

A Organização alvo deste estudo de mercado é uma entidade portuguesa pública constituída por Direções de Serviços e Gabinetes que permitem o bom desempenho das suas funções principais. A acrescentar, conta ainda com mais 5 grupos que permitem num todo o bom funcionamento da entidade: as empresas prestadoras de serviços cujos funcionários exercem as suas funções a tempo inteiro nas suas instalações (como o serviço de limpeza, o serviço de alimentação (bares e refeitórios), serviços de correio, serviços financeiros, os serviços de jardinagem, entre outros); as entidades externas que embora prestem funções nas instalações da Organização são administrativamente independentes; o serviço de segurança e ainda, duas outras categorias (doravante denominadas categoria 1 e 2) que dadas as suas funções tiveram de ser mantidas em anonimato. Finalmente, a Organização conta ainda com cinco edifícios, todos localizados no centro de Lisboa. Destes cinco edifícios, um encontra-se encerrado para reabilitação pelo que, de momento, não tem funcionários alocados. Não será então considerado para o nosso estudo. Aos restantes quatro edifícios atribuíram-se denominações de forma a manter o anonimato da entidade (edifício 1, 2, 3 e 4).

3.1. A GESTÃO AMBIENTAL NA ORGANIZAÇÃO

A gestão ambiental nesta organização encontra-se na competência da Direção Administrativa e Financeira, onde são criados os planos de ação e metas associadas, existindo ainda um grupo de funcionários que formam a equipa ambiente. Em 2007, foi criada a primeira Equipa Ambiente constituída apenas por funcionários afetos a uma unidade orgânica (a Divisão de aprovisionamento patrimonial) e, com o objetivo de iniciar a aquisição de produtos mais sustentáveis e energeticamente mais eficientes na prossecução das suas competências de aprovisionamento e gestão do património da organização. Atualmente a Equipa Ambiente conta com 2 elementos de cada Direção de Serviços.

Em 2014/5, os edifícios que constituem a Organização foram alvo de uma auditoria ambiental e energética e em 2016 foi recrutado o primeiro, e atual único, engenheiro do ambiente com o objetivo de melhorar o desempenho ambiental da mesma. Para esse efeito, em 2016, foi definido um Plano de Ação para a implementação de um sistema de gestão ambiental, composto por quatro fases: implementação do circuito de gestão, implementação de melhorias, implementação de um Sistema de Gestão Ambiental e por fim, elaboração de um Relatório de Sustentabilidade Ambiental. Este plano de ação foi desenvolvido com o objetivo de em 2022, ser publicado um Relatório de Sustentabilidade Anual onde seja possível demonstrar a caminhada da organização para o aumento do seu desempenho ambiental numa ótica de transparência e de potencial incentivo a que mais entidades públicas sigam o seu bom exemplo. Foram também definidas as quatro áreas de intervenção ambiental, compras ecológicas, consumo de energia, consumo de água e resíduos.

O plano de comunicação ambiental da organização não foi ainda implementado. Este plano, tem o objetivo de sensibilizar todos quantos exercem as suas funções na Organização e é identificado como essencial para uma boa prossecução do processo de implementação de um sistema de gestão ambiental. Surge daqui a necessidade da realização deste estudo. Pretende-se desenhar um plano de comunicação que seja adequado para os colaboradores desta organização.

4. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E DOS OBJETIVOS DA PESQUISA

De forma a realizarmos um estudo de mercado, temos, de seguir um processo de seis fases, a definição do problema, desenvolvimento da abordagem do problema, formulação do projeto de pesquisa, trabalho de campo (entrevistas), preparação e análise dos dados, elaboração do relatório e apresentação do mesmo. Numa primeira instância, temos de definir qual o problema de marketing. Esta definição envolve a definição do problema geral e a identificação dos componentes específicos do problema do estudo. Apenas quando este ficou claramente definido, o estudo pode ser desenhado e conduzido da forma correta (Nunan et al., 2020).

Com o objetivo de clarificar este problema, é necessária a definição do problema de marketing e problema de pesquisa e posteriormente, do problema geral e dos componentes específicos do problema, também designados por objetivos complementares. (Nunan et al., 2020).

4.1.1. Definição dos objetivos da pesquisa

No presente caso de estudo pretendemos analisar qual a perceção e intenção dos colaboradores face às temáticas ambientais, nomeadamente alterações climáticas, sustentabilidade ambiental e gestão ambiental de forma a conseguir desenvolver um plano de comunicação interna ambiental que seja adequado para os mesmos e permita uma sensibilização eficaz com o objetivo de redirecionar os colaboradores para um comportamento pró-ambiental dentro da organização. A construção do plano de comunicação está diretamente relacionada com a comunicação das medidas de gestão ambiental já implementadas e com as medidas a ser implementadas, com o objetivo de dar a conhecer aos colaboradores da Organização quais os objetivos definidos, quais as metas cumpridas e quais as que se pretende cumprir. Desta forma, pretendemos envolver os colaboradores na gestão ambiental da organização, aumentando o nível de cumplicidade entre o colaborador e o Ambiente da entidade.

De forma a realizar esta abordagem de uma forma correta, os problemas de pesquisa, que serão seguidamente anunciados, têm ainda de completar mais três passos:

- (1) definir as decisões alternativas para cada objetivo, que contribuem para a resolução do problema;
- (2) definir critérios de decisão para cada decisão alternativa, que traduzam as decisões alternativas em problemas possíveis de serem avaliados;
- (3) estabelecer uma regra de decisão que permita a avaliação dos critérios de decisão, com o propósito de escolher a melhor alternativa entre as alternativas apresentadas.

4.1.1.1. Objetivo Geral

(1) Problema de Marketing

Qual a melhor estratégia de comunicação ambiental interna?

(2) Problema de Pesquisa

Determinar qual a melhor forma de comunicar informação ambiental de modo a obter uma melhoria no desempenho ambiental da entidade através da colaboração dos seus funcionários.

(3) Decisões alternativas

Alternativa I: Divulgação dos planos de ação, conquistas, projetos e programas ambientais da gestão ambiental da organização

Ou

Alternativa II: Programa de informação e sensibilização ambiental dos colaboradores da organização

Ou

Alternativa III: Ambas as opções acima

Ou

Alternativa IV: Nenhuma das opções acima

(4) Critério de decisão

Validação de pelo menos uma das decisões alternativas. Para a validação de uma das decisões alternativas, pelo menos um objetivo complementar tem de ser aprovado.

(5) Regras de decisão

Aprovação de uma das decisões alternativas, exceto a IV.

Caso a alternativa IV seja aprovada, o Objetivo Geral tem de ser reformulado

(6) Notas

Este objetivo geral tem como objetivo o tipo de plano de comunicação interna ambiental a ser implementado, se os colaboradores da organização se mostrarem sensibilizados e informados relativamente à temática da gestão ambiental, então não há necessidade de explicação e sensibilização de conceitos mais simples, mas sim, da partilha da atividade da gestão ambiental da organização. Note-se que a gestão ambiental tem um trabalho contínuo pelo que estão sempre a surgir informações novas a ser partilhadas, pelo que, se os colaboradores já tiverem conhecimento da atividade da gestão ambiental da organização, terão acesso a informação que já sabem (inicialmente) mas posteriormente a informação nova. Se os colaboradores não se mostrarem interessados ou com conhecimento da área de gestão ambiental então tem de se traçar um plano de sensibilização ambiental pois, o apoio dos colaboradores é crucial para o bom desempenho ambiental.

4.1.1.2. Objetivo complementar #01

(1) Problema de Marketing

Os colaboradores da organização sabem o que é Gestão Ambiental e as medidas de gestão ambiental que foram implementadas na entidade?

(2) Problema de Pesquisa

Determinar as perceções e intenções dos colaboradores da organização face ao conceito de gestão ambiental e às atuais medidas de gestão ambiental implementadas na entidade.

(3) Decisões alternativas

Alternativa 1: Conhecimento do conceito de gestão ambiental

Ou

Alternativa 2: Conhecimento das medidas de gestão ambiental implementadas

Ou

Alternativa 3: Ambas as opções acima

Ou

Alternativa 4: Nenhuma das opções acima

(4) Critério de decisão

Com o intuito de se analisar estatisticamente as decisões alternativas, tem de transformar estas mesmas num critério de análise:

Alternativa 1: Saber o que é gestão ambiental

Esta alternativa tem por objetivo representar a percentagem de colaboradores que tem um pleno conhecimento no conceito de gestão ambiental e no que tema envolve, através da análise dos indivíduos que afirmar que conhecem o conceito de gestão ambiental.

Alternativa 2: Conhecer a atividade da gestão ambiental na entidade

Esta alternativa pretende dar a conhecer a percentagem de pessoas que tem conhecimento das medidas e ações de gestão ambiental que já foram adotadas na entidade.

(5) Regras de decisão

De forma a mediar a viabilidade e fiabilidade dos critérios de decisão acima definidos no nosso estudo, consideraram-se as seguintes regras de decisão:

Alternativa 1: % que sabe o que é gestão ambiental - **50,5%**

Um estudo realizado em 2013 no Reino Unido num contexto académico, sobre a perceção ambiental no local de trabalho, a uma amostra de 93 trabalhadores, conseguiu analisar que 50,5% dos indivíduos mostra um conhecimento avançado quando questionados no tema de gestão ambiental. Considerou-se assim, que estes 50,5% representa as pessoas que têm um pleno conhecimento no conceito de gestão ambiental e não uma breve ideia do que este significa (Jouontso, 2013).

Alternativa 2: % que conhece a atividade da gestão ambiental na entidade - **31%**

Um estudo realizado pela Gallup em 2020, uma empresa de análise de mercados, a Nos Estados Unidos da América a uma amostra de 2687 trabalhadores a tempo parcial e total concluiu que o nível de dedicação e envolvimento dos colaboradores é de 31%, considerando estes trabalhadores aquelas que são entusiastas, comprometidos e envolvidos não só nas suas funções, mas no local de trabalho e tudo o que este representa (atividades, políticas, medidas, objetivos). Considerou-se assim que esta percentagem representaria os colaboradores que estão ativamente a par de todas as informações da empresa, incluindo a atividade de gestão ambiental (Harter, 2020).

- Se validação da alternativa 1, 2 ou 3, validação da alternativa do objetivo geral I;
- Se validação da alternativa 2 (mas não da 1 e 3), validação da alternativa do objetivo geral III;
- Se validação da alternativa 4, validação da alternativa do objetivo geral II;

(6) Notas

Neste objetivo complementar iremos analisar o grau de conhecimento dos colaboradores. Se estes sabem o que é gestão ambiental, mas não sabem o que é a gestão ambiental na entidade, então apenas necessitam da divulgação da informação da gestão ambiental da organização. Caso não saibam o que é gestão ambiental, necessitam de informação e sensibilização ambiental total. Se os colaboradores já conhecem as medidas de gestão ambiental da entidade, mas não sabem o que é gestão ambiental então necessitam de ambas as informações. Se os colaboradores sabem o que é gestão ambiental da organização e sabem o que é gestão ambiental, então só necessitam de saber as novas informações de gestão ambiental da entidade.

4.1.1.3. Objetivo complementar #02

(1) Problema de Marketing

Como é que a informação da organização chega até aos colaboradores da organização? E a informação ambiental? Estes estão satisfeitos com os canais de divulgação existentes? É necessária a gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio?

(2) Problema de Pesquisa

Determinar quais os canais de divulgação interna de informação da organização mais utilizados, especificando para o caso da informação relativa à gestão ambiental. Determinar como/onde os colaboradores da organização gostariam de visualizar a informação e se consideram pertinente a gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio.

(3) Decisões alternativas

Alternativa 1: Conhecimento das plataformas de comunicação interna de informação da entidade

Ou

Alternativa 2: Interesse em novas formas de divulgação de informação

Ou

Alternativa 3: Ambas as opções acima

Ou

Alternativa 4: Nenhuma das opções acima

(4) Critério de decisão

Alternativa 1: Conhecer plataformas de comunicação interna

Pretende-se analisar a percentagem da amostra que conhece as plataformas de comunicação interna utilizadas na entidade através da sugestão de pelo menos uma.

Alternativa 2: Intenção de adotar novas formas de divulgação interna de informação

Através deste critério de decisão o investigador pretende analisar a percentagem da amostra que tem intenção de adotar novas formas de divulgação de informação através da sugestão de uma ou mais formas de divulgação de informação.

(5) Regras de decisão

Alternativa 1: Percentagem que conhece plataformas de comunicação interna - **95%**

Relativamente a esta regra de decisão, não foi possível encontrar ao entrevistador um valor que concretamente descrevesse o conhecimento de trabalhadores em plataformas de comunicação interna mas, num estudo realizado pela uSamp, uma empresa de estudos de mercado online, em 2015 no Estados Unidos da América, concluiu que 95% dos entrevistados planeavam utilizar ferramentas profissionais de comunicação em vez de reuniões presenciais, isto diz-nos que pelo menos 95% da amostra tem conhecimento em plataformas de comunicação interna pelo que, utilizar-se-á este valor como regra de decisão (Alcala, 2015).

Alternativa 2: Percentagem com intenção de adotar novas formas de divulgação interna de informação - **44%**

No mesmo estudo realizado em 2015 pela uSamp, concluiu que 44% dos trabalhadores querem uma maior adoção por parte dos empregadores em ferramentas de comunicação no trabalho. Desta forma, conseguimos analisar que 44% dos trabalhadores têm interesse em novas formas de divulgação de informação interna nos seus locais de trabalho (Alcala, 2015).

- Se validação da alternativa 1, 2 ou 3, validação da alternativa do objetivo geral I e II;
- Se validação da alternativa 4, validação da alternativa do objetivo geral IV;

(6) Notas

Nesta secção iremos também analisar se os colaboradores sabem onde se localiza a informação ambiental da organização e se estes consideram que a gestão ambiental deveria ter um canal de divulgação de informação próprio.

4.1.1.4. Objetivo complementar #03

(1) Problema de Marketing

Os colaboradores da entidade sabem o que é um comportamento pró-ambiental? E têm-no?

(2) Problema de Pesquisa

Determinar as perceções e intenções dos colaboradores da entidade relativamente a um comportamento pró-ambiental, dentro e fora da organização.

(3) Decisões alternativas

Alternativa 1: Prática de um comportamento pró-ambiental

Ou

Alternativa 2: Interesse num comportamento pró-ambiental

Ou

Alternativa 3: Nenhuma das opções acima

(4) Critério de decisão

Alternativa 1: Prática de um comportamento pró-ambiental

Através deste critério de decisão pretende-se analisar os indivíduos que têm um comportamento pró-ambiental quando estão na entidade.

Alternativa 2: Interesse em ter um comportamento pró-ambiental

Nesta alternativa pretende-se analisar os indivíduos que ainda não praticam comportamentos pró-ambientais, mas que têm interesse em praticar.

(5) Regras de decisão

Alternativa 1: Percentagem com um comportamento pró-ambiental - **74%**

No Euro barómetro de Alterações Climáticas de 2019 realizado pela Comissão Europeia, concluiu-se que 74% dos portugueses dizem que tomaram medidas pessoalmente para combater as alterações climáticas pelo que podemos concluir que 74% da amostra já realizou um ou mais comportamentos pró-ambientais (Comissão Europeia, 2020).

Alternativa 2: Percentagem com interesse em ter um comportamento pró-ambiental - **61%**

Um estudo realizado em 2013 pelo Departamento de Psicologia da Faculdade City da Universidade de Londres, concluiu que 46% a 61% dos 449 entrevistados tinham a intenção de adotar três comportamentos pró-ambientais. Neste caso, apenas analisamos a intenção de adotar comportamentos pró-ambientais de forma geral e não o número de comportamentos, mesmo assim, podemos utilizar estes valores como regra de decisão pois, se um indivíduo está predisposta a adotar três comportamentos pró-ambientais, também está predisposto a adotar pelo menos 1 comportamento pró-ambiental. Como nos é apresentado

um intervalo e não um valor, decidiu optar-se pelo valor mais elevado no intervalo, por segurança, 61% (Greaves et. al., 2013).

- Se validação da alternativa 1, validação do I
- Se validação da alternativa 1 e 2 em simultâneo, validação do III
- Se validação da alternativa 2 ou 3, validação do II

(6) Notas

Pretendemos analisar o grau de conhecimento dos colaboradores, se estes já têm um comportamento pró-ambiental, já se encontram sensibilizados e não necessitam de informação de sensibilização adicional. Se estes estão interessados num comportamento pró-ambiental, mas não o praticam, necessitam de sensibilização adicional para praticarem. Se estes não têm interesse e nem têm um comportamento pró-ambiental, necessitam também de sensibilização ambiental.

4.1.1.5. Objetivo complementar #04

(1) Problema de Marketing

Quais as medidas de gestão ambiental mais apreciadas pelos colaboradores da organização?

(2) Problema de Pesquisa

Determinar quais as medidas de gestão ambiental que os colaboradores da organização consideram mais relevantes para a organização.

(3) Decisões alternativas

Alternativa 1: Divulgação de 1 ou mais medidas de gestão ambiental

Ou

Alternativa 2: Divulgação de 0 medidas de gestão ambiental, por desinteresse ou falta de conhecimento

(4) Critério de decisão

Alternativa 1: Colaboradores que indicam 1 ou mais medidas de gestão ambiental

A percentagem de colaboradores que indica 1 ou mais medidas de gestão ambiental, representa a percentagem de indivíduos com interesse na matéria e que no dia-a-dia no local de trabalho já se confrontou com situações onde viu a possibilidade de mudança e melhoramento

Alternativa 2: Colaboradores de não indicam nenhuma medida de gestão ambiental

Esta percentagem representa os colaboradores com falta de interesse ou de conhecimento na matéria

(5) Regras de decisão

Alternativa 1: Percentagem de colaboradores que indicam 1 ou mais medidas de gestão ambiental - **67%**

Um estudo realizado em 2014 na Universidade da Califórnia nos Estados Unidos da América permitiu concluir que 67% da amostra propôs novos programas/ações amigos do ambiente na sua entidade empregadora, representando assim a percentagem de colaboradores que propõe medidas de gestão ambiental (Mcconnaughy, 2014).

Alternativa 2: Percentagem de colaboradores de não indicam nenhuma medida de gestão ambiental - **33%**

O mesmo estudo acima mencionado, concluiu também que 33% dos entrevistados afirma dizer aos colegas que comportamentos pró-ambientais são ineficazes. Podemos assim assumir que estes 33% de indivíduos nunca indicariam nenhuma medida de gestão ambiental (Mcconnaughy, 2014).

- Se validação da alternativa 1, validação do I;
- Se validação da alternativa 2, validação do III:

(6) Notas

As medidas divulgadas pelos colaboradores permitir-nos-ão posteriormente a realização do questionário da pesquisa conclusiva.

5. DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO-ALVO

Numa primeira fase num plano de amostragem, é obrigatória a especificação da população-alvo, que é o conjunto de elementos que possuem as informações procuradas pelo investigador e sobre as quais inferências são feitas (Nunan et al., 2020). Esta deve ser definida com precisão pois, uma definição incorreta ou incompleta pode resultar num estudo ineficaz ou mesmo falso. A população-alvo deve ser definida de acordo com quatro termos: elementos, unidades de amostragem, extensão e tempo. Neste caso temos,

- Elementos: adultos com mais de 18 anos
- Unidades de amostragem: colaboradores diretos e indiretos da organização
- Extensão: a exercer funções em um ou mais dos quatro edifícios da organização
- Tempo: durante o período em que o estudo será realizado (2020/2021)

Podemos ainda especificar mais a nossa população-alvo. Neste caso, como estamos a fazer um estudo dentro de uma organização conseguimos saber a disposição dos colaboradores da mesma. Pretendemos que a nossa população-alvo seja toda a dimensão de colaboradores da entidade que por sua vez são indivíduos do género feminino ou masculino, com mais de 18 anos (idade mínima geral de admissão ao emprego nas relações de emprego público) e menos de 70 anos (idade máxima de reforma em Portugal) e que pertençam a uma das seis categorias que a compõe. Têm de estar a exercer funções neste momento na organização. Quanto ao grau de escolaridade, como a entidade apresenta uma diversidade nesta variável não existe nem mínimo nem máximo, há interesse por parte do investigador em perceber as diferentes perspetivas de todos os tipos de colaboradores.

A determinação dos elementos e unidades de amostragem foi concretizada em função de apenas uma característica, o local onde prestam as suas funções laborais. A população-alvo deste estudo é composta por todos os trabalhadores da organização, internos ou externos (empresas prestadoras de serviços) que realizem as suas funções laborais numa ou mais, das quatro instalações que a entidade contempla. Relativamente ao âmbito geográfico, pertencer à organização pressupõe que se tenha de prestar funções na mesma, cujos edifícios se encontram todos em Lisboa.

A população apresenta uma grande heterogeneidade de carreira, género, idade, escolaridade e tempo de casa, estamos a falar de um universo de 374 funcionários.

Carreira:

Técnico Superior: 181

Técnico de Apoio Administrativo: 109

Assistente Operacional: 66

Outros: 18

Género:

Mulheres: 231 (61,8%)

Homens: 143 (38,2%)

Idade:

Faixa etária	Nº de funcionários	Faixa etária	Nº de funcionários
25 – 29 anos	7	50- 54 anos	59
30 – 34 anos	10	55 – 59 anos	87
35 – 39 anos	22	60 – 64 anos	79
40 – 44 anos	49	65 – 69 anos	15
45 – 49 anos	46		

Tabela 1 – Faixa Etária

Escolaridade:

Grau de escolaridade	Nº de funcionários	Grau de escolaridade	Nº de funcionários
4º ano	4	12º ano	91
6º ano	16	Licenciatura	173
9º ano	31	Mestrado	37
10º ano	1	Doutoramento	2
11º ano	19		

Tabela 2 - Escolaridade

Tempo de casa:

Anos de casa	Nº de funcionários	Anos de casa	Nº de funcionários
Até 5 anos	55	Entre 20 e 24 anos	23
Entre 5 e 9 anos	14	Entre 25 e 29 anos	84
Entre 10 e 14 anos	27	Entre 30 e 34 anos	56
Entre 15 e 19 anos	47	Mais de 35 anos	68

Tabela 3 – Tempo de Casa

6. IMPLEMENTAÇÃO DA PESQUISA QUALITATIVA EXPLORATÓRIA

Um estudo de mercado pode ser tanto exploratório como conclusivo. Neste caso específico iremos realizar numa primeira instância um estudo exploratório com uma análise qualitativa dos dados com o objetivo de conseguir recolher informação clara e bem definida para posteriormente ser aplicado um estudo conclusivo com uma análise quantitativa. A decisão da utilização desta abordagem fixa-se nos seguintes três fatores: esta abordagem permite definir o problema de forma mais precisa; permite identificar um curso de ações relevante; e, permite ainda, recolher perceções e informação sobre o tópico e estudar esta informação para posteriormente ser possível conduzir uma análise formal e estruturada. Numa segunda instância (ponto 7) iremos então desenvolver um estudo conclusivo utilizando os dados recolhidos na pesquisa exploratória como base para o desenvolvimento da pesquisa conclusiva.

6.1.1. Definição da metodologia

Face à implementação de um estudo exploratório, a análise de dados será de natureza qualitativa pois iremos recolher perspetivas, intenções e perceções na nossa amostra, isto é, dados que permitem a compreensão de uma determinada população relativamente a um ou vários tópicos.

Torna-se agora necessária a definição da metodologia a ser utilizada, isto é, quais as técnicas que irão ser utilizadas.

As técnicas qualitativas podem ser diretas ou indiretas. A abordagem direta aborda um tópico que é exposto ao respondente ou dada a natureza da pergunta, este se torna óbvio enquanto que a abordagem indireta se caracteriza por disfarçar totalmente o propósito do projeto. O investigador quer que os respondentes se comportem o mais naturalmente possível sem nenhum impedimento ou influência do tópico do estudo. (Nunan et al., 2020).

Neste caso, optou-se pela abordagem direta, recorrendo a entrevistas individuais em profundidade. Estas têm a capacidade de descobrir uma maior profundidade nas perceções dos respondentes, a sua análise e transcrição é mais simples pois as respostas apenas dizem respeito a um respondente, resulta numa troca livre de informação, sem a possibilidade de interrupção ou de distração, é mais fácil de agendar pois é apenas necessário a organização de tempo com uma pessoa. Esta é também uma técnica com maior vantagem de aplicação pois iremos abordar tópicos cujos respondentes podem ter pouco conhecimento sobre o mesmo e poderia criar um sentimento de vergonha discuti-lo em grupo, iremos também abordar um tópico sensível na medida em que iremos averiguar as intenções dos respondentes relativamente a um comportamento pró-ambientalista e estes podem sentir constrangimentos a falar do mesmo em frente a outras pessoas caso não adotem qualquer tipo de medida pró-ambientalista na sua vida pessoal e profissional, podendo gerar um sentimento de culpa ou vergonha, levando os respondentes a fecharem-se e não conseguirmos realizar o estudo como pretendido.

Com o objetivo de tornar o ambiente de entrevista mais confortável, criar uma ligação com o respondente e gerar algum dinamismo, iremos utilizar técnicas projetivas, nomeadamente as técnicas de associação. Desta forma, pretendemos que os respondentes associem palavras com o tema, nomeadamente com o conceito de alterações climáticas, com o intuito de analisar de forma natural e espontânea as primeiras reações a este tópico controverso.

6.1.2. Seleção da amostra

O objetivo de maior parte dos estudos de mercado é obter informação sobre características ou parâmetros de uma população. Esta informação pode ser obtida em forma de

censos ou amostras. Há alguns fatores que influenciam na escolha de um censo ou amostra. Primeiramente o orçamento, se for pequeno, uma amostra é mais apropriada. Relativamente ao tempo disponível, se tivermos um prazo alargado, então a aplicação do censo é preferível. Se a população-alvo for grande e tiver pouca variação nas características então a amostra é mais apropriada. Se o custo dos erros de amostragem for baixo e dos de não-amostragem for alto então a amostra é mais adequada. Por fim, se a natureza da mensuração for destrutiva e se for necessário dar atenção a casos individuais, a amostra é também preferível (Nunan et al., 2020). Neste caso estamos perante um orçamento inexistente (pois o estudo está a ser realizado no âmbito académico), o tempo disponível está também restrito e tendo em conta que iremos realizar entrevistas individuais em profundidade, não seria possível cumprir os prazos caso optássemos por um censo pois, estamos a falar de um universo de 374 pessoas, que pode não ser considerada uma população grande, mas invalida de qualquer forma a possibilidade de realizar o censo. Muito importante também para o caso em questão é a atenção que se quer dar na primeira fase deste estudo (pesquisa exploratória) a casos individuais de forma a reunir o máximo de informação e perceções de cada indivíduo. Dadas estas questões, decidiu-se então que estamos perante uma amostra.

Tendo em conta que este será um estudo de mercado interno temos acesso à base de amostragem, documento representativo dos elementos da população-alvo, para todas as categorias de profissionais a desempenhar funções na entidade. Esta base de amostragem foi ajustada e preparada de forma a apresentar informação coerente e equiparável para cada uma das categorias que compõem os profissionais da organização. Independentemente desta facilidade em ter a base de amostragem não nos podemos esquecer que esta pode ter erros, nomeadamente dados equivocados ou mesmo estar desatualizada com funcionários que já não prestam funções na organização ou ao contrário, que prestam funções, mas ainda não foram incluídos na mesma. Pelo que teremos de selecionar uma técnica de amostragem e quando a amostra ficar definida validar a elegibilidade de cada indivíduo para a amostra através de questões de qualificação. Neste caso vamos recorrer a duas questões de qualificação, filtro 1 - indivíduos que são colaboradores da entidade (Questão: Exerce atualmente funções na organização em questão?) e filtro 2 - idade compreendida entre os 18 e os 70 anos (Questão: Pode indicar-me a sua idade?).

Existem duas técnicas de amostragem, a amostragem não-probabilística e a amostragem probabilística. Neste caso, e como estamos perante uma pesquisa exploratória, o tipo de amostragem utilizado é o não-probabilístico pois, o juízo do investigador em selecionar os respondentes com características particulares é mais eficaz que qualquer tipo de amostragem probabilística, acabando por garantir a diversidade da amostra necessária para recolhermos bons dados. (Nunan et al., 2020). O tipo de amostra não-probabilística selecionada foi a Amostragem por Quotas, seguida da Amostragem por Conveniência ou Julgamento (neste caso são iguais pois o entrevistador e o investigador são a mesma pessoa). A Amostragem por Quotas foi a escolhida pois garante a diversidade da amostra. As quotas que serão utilizadas são, o género, a escolaridade e o tempo de casa. Excluimos o edifício onde presta funções pois não é tão relevante para o estudo como as outras características e a amostragem por quotas só deve ter entre 2 e 4 quotas para evitar enviesamentos na seleção da amostra. Excluimos também a idade pois acaba por estar intrinsecamente ligada ao tempo de casa por falta de informação sobre a escolaridade dos funcionários em algumas categorias, como é informação sensível que demora algum tempo a recolher decidimos que não iria ser relevante para o estudo nesta fase e que, na pesquisa conclusiva iríamos requerer essa informação no questionário para analisarmos padrões.

Característica de controlo 1 – Género

- colaboradores do género feminino

- colaboradores do género masculino

Característica de controlo 2 – Escolaridade

- colaboradores com escolaridade inferior ou igual ao 9º ano
- colaboradores com escolaridade superior ao 9º ano e inferior ou igual ao 12º ano
- colaboradores com ensino superior (licenciatura, mestrado ou doutoramento)

Característica de controlo 3 – Número de anos que presta funções na Organização

- colaboradores que prestam funções na organização há menos de 5 anos
- colaboradores que prestam funções na organização entre os 5 e os 19 anos
- colaboradores que prestam funções na organização há mais de 20 anos

Amostragem por Conveniência/Julgamento será utilizada após as quotas estarem definidas de acordo com as estatísticas da população. O investigador/entrevistador irá seleccionar os elementos que vão pertencer à amostra de acordo com o que é mais conveniente. Neste caso concreto terá a ver com o tipo de funções que desempenham. Certas categorias englobam pessoas que dada a sua profissão têm de ter uma maior restrição na partilha de informação, como a categoria 1 e 2, pelo que disponibilizar informação sensível, por mais confidencial que esta seja é um risco. São também grupos de difícil acesso pois passam pouco tempo na organização e têm, por norma, empregos em paralelo com as suas funções. As entidades externas dadas a sua independência acabam por ter um alcance mais difícil para o estudo. O serviço de segurança, é também de difícil acesso pois estes trabalham por turnos e enquanto estão a cumprir os seus turnos não se podem ausentar do local de trabalho acabando por ser irrealista esperar que estes se desloquem até às instalações fora dos seus turnos para providenciar esta informação. Esta mesma informação se aplica aos prestadores de serviços que enquanto estão no seu turno não se podem ausentar dos postos de trabalho ou funções atribuídas. A categoria com maior flexibilidade e que representa cerca de 50% de todos os colaboradores são os serviços. A amostra

Irão ser realizadas neste estudo 19 entrevistas exploratórias. As três variáveis seleccionadas para realizar a amostragem por quotas são o género (analisar a diferença que o género dos colaboradores pode ter na perceção e nas intenções ambientais), a escolaridade (analisar a diferença que o nível de escolaridade dos colaboradores pode ter na perceção e nas intenções ambientais) e tempo de casa (analisar o impacto que o tempo de casa dos colaboradores na Organização tem na perceção e nas intenções ambientais). Estas 19 entrevista advêm da multiplicação das variáveis e suas categorias, género (2 categorias) x escolaridade (3 categorias) x tempo de casa (3 categorias) = $2 \times 3 \times 3 = 18$. Como a percentagem do género feminino é 61,8% (equivale a $11,124 \cong 11$ ($18 \times 61,8\%$)) e percentagem do género masculino é 38,2% (equivale a $6,876 \cong 7$ ($18 \times 38,2\%$)), vamos efetuar mais entrevistas ao género feminino do que ao masculino. Como não conseguimos garantir o mesmo número de entrevistas para as variáveis escolaridade e tempo de casa no género feminino (pois o número que se verificou, 11, é ímpar) decidiu-se realizar mais uma entrevistas para este género de forma a igualar estas duas variáveis. Relativamente às entrevistas a ser realizadas ao género masculino, cada categoria tem de assegurar pelo menos 1 entrevistas, mas como estamos perante 6 categorias, sobranos 1 entrevistado, que será adicionado à variável Escolaridade, mais especificamente à categoria “Ensino Superior” pois é a que representa mais colaboradores, em comparação com as outras cinco. Relativamente ao género feminino, a divisão já pode ser feita de outra forma, numa primeira fase dividiu-se o número de entrevistas (12) por cada variável (escolaridade e tempo

de casa), ficando cada uma com 6 entrevistas. Dentro da variável escolaridade, pesaram-se as percentagens de cada categoria, selecionando o número de entrevistas a realizar em cada categoria de acordo com o seu peso (garantindo sempre que pelo menos uma entrevista por categoria teria de ser realizada). O mesmo se fez para a variável tempo de casa. Por exemplo, para a variável Escolaridade, categoria 9ºano, estamos perante 27 colaboradoras do género feminino para um total de 231, o que representa aproximadamente 0,1169. Se multiplicarmos este valor por 6, temos 0,701. Como temos de assegurar 1 entrevista por categoria, arredondamos este valor para 1. Para a seguinte categoria temos 71 em 231, que representa aproximadamente 0,3074 que por sua vez multiplicado por 6 é aproximadamente 1,8442, arredondado ficamos com 2 entrevistas na categoria 12ºano. E por aí em diante.

Na tabela abaixo conseguimos analisar a distribuição dos colaboradores pelas variáveis Escolaridade e Tempo de casa de acordo com o género:

Categorias		Género		Total
		M	F	
Escolaridade	9º ano	24	27	51
	12º ano	40	71	111
	Ensino Superior	79	133	212
Tempo de casa	Até aos 5 anos	25	30	55
	5 aos 19 anos	42	46	88
	Mais de 20 anos	75	156	231

Tabela 4 – Distribuição dos colaboradores pelas variáveis Escolaridade e Tempo de casa

De seguida, podemos analisar a tabela que sintetiza a informação relativamente à distribuição das entrevistas por variáveis e categorias:

Categorias		Género		Total
		M	F	
Escolaridade	9º ano	1	1	2
	12º ano	1	2	3
	Ensino Superior	2	3	4
Tempo de casa	Até aos 5 anos	1	1	2
	5 aos 19 anos	1	1	2
	Mais de 20 anos	1	4	6
Total	-	7	12	19

Tabela 5 - Distribuição das entrevistas por variáveis e categorias

6.1.3. Desenvolvimento do guia de tópicos

Após a decisão da utilização de uma abordagem direta é necessário o desenvolvimento do guia de tópicos. Este guião não deverá ser seguido de forma rígida, mas sim, de auxílio ao moderador de forma a fazer uma boa condução da entrevista, garantido que aborda todos os temas e questões necessários. A estrutura do guia de tópicos desenvolvido para este estudo de mercado será dividida da seguinte forma:

Introdução. Uma parte inicial que se dedica à receção do participante e à informação relativamente a alguns temas, nomeadamente: a divulgação genérica do objetivo da entrevista, a referência à duração estimada da entrevista (aproximadamente 40 minutos), a referência à confidencialidade da informação recolhida garantindo o anonimato das respostas, a motivação aos respondentes de forma a garantir que estes respondem com honestidade e mostrar que as suas respostas são vitais para a organização. Neste caso, não foi necessário realizar a

qualificação dos respondentes para a população-alvo pois estes foram pré-selecionados, com a ajuda de outros colaboradores da organização, para realizar as entrevistas, tendo um encaixe nas categorias pretendidas.

Desenvolvimento. Está dividido em 7 partes, a primeira “Questões Iniciais” onde se utiliza a técnica projetiva de associação de palavras de forma a compreender as primeiras impressões associadas ao tema controverso das alterações climáticas. Foram também feitas outras perguntas genéricas que não se enquadram nos quatro seguintes temas e que são consideradas importantes para melhor perceber o padrão de respostas de cada respondente. As seguintes quatro fases têm como objetivo responder aos quatro objetivos complementares do estudo e estão divididas em quatro temas: Tema A – A gestão ambiental na organização, Tema B – Informação e canais de divulgação, Tema C – Comportamento pró-ambiental, Tema D – Medidas de gestão ambiental. A sexta fase contempla duas questões que incentivam o entrevistado a refletir sobre as suas experiências passadas relativamente a medidas de gestão ambiental, apelando-se a que o mesmo se recorde de medidas que já foram implementadas na organização e que reflita o que mudaria nas mesmas e apelando a que este se recorde de experiências de medidas de gestão ambiental noutras organizações que tiveram um impacto positivo no respondente. Estas respostas são consideradas pré-estímulo pois não lhes foi dada informação adicional do problema. Após as suas respostas, apresenta-se então o problema de marketing (sétima fase) pormenorizadamente e questiona-se o mesmo relativamente à sua opinião das medidas e planos de comunicação ambiental a ser implementados pela organização.

Conclusão. Pequena mensagem de agradecimento ao respondente.

O referido guia de tópicos pode ser consultado no Anexo 1.

6.1.4. Realização das entrevistas

As entrevistas individuais em profundidade foram realizadas num contexto informal, presencialmente na organização ou via videochamada devido à modalidade de teletrabalho implementada na organização devido à pandemia COVID-19. Todas as entrevistas foram gravadas com o objetivo de posteriormente na transcrição e análise de conteúdos das mesmas, se conseguir retirar o máximo de informação útil. Foi sempre pedida autorização para gravar a entrevista aos respondentes.

6.1.5. Transcrição das entrevistas

Após realizadas as entrevistas e com o auxílio das gravações procedeu-se à transcrição das entrevistas. As transcrições não foram rigorosas, foi retirada informação não considerada útil para o estudo. As transcrições serviram de base para o preenchimento da matriz de análise de conteúdo. Estas transcrições podem ser encontradas no Anexo 2 deste documento.

6.1.6. Análise de conteúdo

A análise de conteúdo é um método apropriado a aplicar quando o fenómeno que se observa é a conversação e não um comportamento ou objetos físicos. Esta permite a sumarização, estruturação e simplificação da informação (Nunan et al., 2020). Para apresentação da informação foi desenvolvida uma matriz de análise de conteúdos, na sua versão mais básica, pretendendo-se encontrar opiniões dominantes e minoritárias. Podemos encontrar nas linhas as questões de entrevista e nas colunas as respostas dos entrevistados. Esta matriz foi realizada num ficheiro Excel e encontra-se para análise no Anexo 3 deste documento.

6.1.7. Resultados

Após o preenchimento da matriz de análise de conteúdos, foram analisados os resultados do estudo de forma detalhada. Estes resultados serão apresentados divididos pelos temas do guia de tópicos.

6.1.7.1. Questões Iniciais

Numa primeira instância, com o intuito de se perceber qual a percepção dos colaboradores face às alterações climáticas pediu-se uma associação de palavras. Foram referidas 75 palavras num total de 19 entrevistas. Para análise desta pergunta, foram agrupadas em categorias as palavras menos referidas. As palavras que tiveram muitas referências não foram agrupadas. A categoria que reuniu maior número de palavras referidas (22,67%) foi “consequências das alterações climáticas”, algumas das palavras que esta categoria contempla são, “poluição paisagística”, “poluição ambiental” e “catástrofes naturais”. O facto de os entrevistados terem dado mais referências às consequências das alterações climáticas demonstra além de informação e conhecimento no tema, aprovação de que este fenómeno existe e que tem consequências no nosso planeta. As segunda (12%) e terceira (10,67%) maiores referências foram a palavra “gravidade” ou sinónimos da mesma, como sério, grave, caos, urgência, seguida da palavra “problema”, muitas vezes estas duas palavras vieram associadas. Conseguimos assim analisar que os entrevistados fazem uma interligação de alterações climáticas a ser um fenómeno grave e um problema, algo que requer solução, ao ser um problema grave, podemos assim concluir que para os entrevistados as alterações climáticas requerem uma solução urgente. Coerentemente, a quarta maior referência (8%) foi uma categoria, “soluções para as alterações climáticas”, onde se agruparam palavras como “comportamento ambiental”, “proteção ambiental” e “medidas”. Embora não sejam soluções muito técnicas, acabam por referir o mais importante que é o comportamento ambiental, isto demonstra algum conhecimento por parte dos entrevistados não só preocupação com as consequências das alterações climáticas como também formas de a solucionar. Também com o mesmo número de referências vem a categoria “razões para as alterações climáticas” que engloba palavras como “pressão demográfica”, “recursos” e “desperdício”, conseguindo assim analisar que os entrevistados sabem algumas das razões que levaram às alterações climáticas. As restantes categorias/palavras referidas foram “resíduos” (6,67%), a palavra “mundial” ou sinónimos (6,67%), que demonstra que os colaboradores têm noção que estamos a lidar com um problema global, “consciencialização/respeito” (5,33%) sermos conscientes no nosso dia-a-dia e termos respeito no ambiente são duas mudanças de mentalidades essenciais para um futuro melhor, “ecossistema” (5,33%), que remete ao facto das alterações climáticas serem um fenómeno que está a afetar os nossos ecossistemas, “extinção da humanidade” (5,33%) que embora seja uma consequência das alterações climáticas foi muito referido tornando-se uma categoria por si, que demonstra o conhecimento dos entrevistados que uma das consequências das alterações climáticas é o futuro da humanidade. Por fim temos a palavra “saúde”, com duas referências (2,67%) e com uma referência cada (1,33%) as palavras “comportamentos”, “futuro”, “atualidade”, “preocupação”. Todas palavras relevantes nesta temática, a saúde dos seres vivos se nada mudar, a preocupação que este problema levanta, qual será o futuro do Planeta Terra e de todo o seu ecossistema, e o facto de ser um tema atual.

Relativamente à segunda pergunta, esta questiona quem é responsável pelas alterações climáticas presentes no mundo, dos quais 18 entrevistados referem que é o ser humano (94,74%) e 1 entrevistado culpa as empresas (5,26%).

Quanto à terceira pergunta, quem é responsável por combater e minimizar as alterações climáticas, 16 respondentes (84,21%) referem que é o ser humano, dois respondentes (10,53%)

referem que é o Governo e um respondente (5,26%) refere que é o Governo e as grandes empresas.

Relativamente à quarta pergunta, esta foi colocada com o intuito de perceber qual a importância que a amostra dá ao impacto das empresas no ambiente. Neste caso, todos os entrevistados concordaram que uma organização pode ter um grande impacto no combate às alterações climáticas. 7 entrevistados não justificaram a sua resposta (36,84%) e dos restantes 12 entrevistados, 15 justificações foram referidas. As justificações foram agrupadas em categorias, com maior referência encontra-se a “redução da sua pegada ambiental que tem muito impacto” (53,33%), que denota a consciência por parte dos entrevistados no peso que as empresas têm nas alterações climáticas, a sua pegada ambiental e que têm a capacidade de reduzi-la. A segunda categoria mais referida é a “sensibilização de colaboradores e outras empresas” (33,33%) que está intrinsecamente ligada à próxima categoria “rede extensa de informação” (6,67%), as empresas albergam uma rede de contactos, quer sejam clientes, colaboradores ou mesmo outras empresas com quem têm uma relação comercial, isto faz com que consigam fazer com que uma mensagem, um comportamento, uma atitude chegue de forma rápida a qualquer lado. Se estas assumirem um compromisso ambiental têm uma facilidade na sensibilização de outras pessoas e empresas que dificilmente se encontra noutro sítio, acabam por ser os “pombos correios” mais eficazes e com maior impacto na propagação de informação, através de publicidade, através de regulamentos internos, através de exigências a outras empresas com quem trabalham. Por fim, temos uma referência às empresas serem “o motor económico do país” (6,67%), neste caso o país em causa é Portugal, tendo uma grande influência no futuro do país.

Na 5ª pergunta pretendemos analisar as o mesmo que na 4ª pergunta, mas agora para os cidadãos. Neste caso, também todos os entrevistados consideraram os cidadãos relevantes no combate às alterações climáticas e apenas 6 não justificaram a sua resposta (31,58%). Mais uma vez as justificações (13 no total) foram agrupadas em categorias, facilitando a análise do panorama geral. A categoria com maior referência é “responsabilidade e comportamento ambiental” (53,85%) que engloba afirmações como “todos devemos fazer a nossa parte” e “individualmente podemos ter pouco impacto mas se nos juntarmos conseguimos alcançar muito”, estas são as ideias que compõem esta categoria e passam pela ideologia que enquanto for só uma pessoa a mudar a sua mentalidade e o seu comportamento, não veremos mudanças mas se todos os cidadãos mudarem a sua mentalidade e comportamento para ter em vista o bem do ambiente, iremos certamente conseguir alcançar mudanças significativas, a outra ideia para por uma questão de responsabilidade que cada um tem de assumir que teve e tem nas alterações climáticas e que cabe o cidadão assumi-la e mudar o seu comportamento. A segunda categoria mais referida é a “consciencialização” (23,08%) seguida de “sensibilização” (23,08%). Estas três categorias estão todas interligadas, os entrevistados passam a ideia de que nos devemos tornar seres conscientes do que se passa e do que podemos fazer para alterá-lo e que este tem de ser um exercício diário e constante, em paralelo devemos sensibilizar as outras pessoas para terem o mesmo comportamento.

A 6ª pergunta está interligada com a 4ª, o objetivo da mesma era perceber se os entrevistados consideravam que as empresas deveriam ter um comportamento amigo do ambiente. Os 19 entrevistados consideraram que sim dos quais 10 não forneceram justificação (52,63%), as justificações foram mais uma vez agrupadas em categorias. A primeira categoria com maior número de referências é “responsabilidade e comportamento ambiental” (44,44%) onde os entrevistados justificam que todos devemos ter um comportamento amigo do ambiente pois somos todos responsáveis pelas alterações que se verificam no mundo, introduzem ainda a necessidade das empresas em analisar a sua produção e encontrar formas menos poluentes de as realizarem e implementar medidas e políticas de responsabilidade e comportamento ambiental. A segunda categoria é a “sensibilização dos colaboradores e clientes” (33,33%) mais

uma vez, dado o número de pessoas que interagem com uma empresa, a sensibilização das mesmas para com o outro torna-se extremamente relevante, por fim, a “recompensação pelo comportamento ambiental” (22,22%) onde dois respondentes referem que as empresas que fazem mudanças no seu negócio para se tornarem ambientalmente sustentáveis devem ser recompensadas pelo Estado, fomentando estas boas práticas.

A última pergunta deste tema prende-se com as opiniões dos respondentes relativamente a quem, em Portugal, tem maior relevância no combate às alterações climáticas. Neste caso, dos 19 entrevistados, 8 consideram que é o Governo (42,11%) justificando que este detém o poder de legislação, fiscalização e penalização sobre o cidadão e sobre as empresas, tornando-se a entidade com maior poder para conseguir impor mudanças. 7 entrevistados referem que são os cidadãos (36,84%), onde justificam que o mais importante é a mudança na mentalidade, no comportamento e nas exigências dos cidadãos que por sua vez são os consumidores e quem influência o caminho das empresas e do Governo. De seguida com 2 referências temos as empresas (10,53%) pois são quem tem um maior impacto negativo no ambiente e são quem tem a capacidade para investir na investigação de novos recursos ou da exploração sustentável dos recursos exigentes. Finalmente, também com 2 referências temos “todos” (10,53%), dois entrevistados não conseguiram assumir a responsabilidade apenas a uma entidade, mas justificam sim que a responsabilidade está em todos e apenas se todos fizerem esforços e o seu papel é que se consegue alcançar algo.

6.1.7.2. Tema A – Gestão Ambiental

Quando questionados relativamente ao conhecimento sobre o conceito de gestão ambiental, 16 entrevistados disseram que sabiam o que era (84,21%), 2 referiram que tinham uma ideia (10,53%) e um disse que não sabia o que era (5,26%). Dos 19 entrevistados, 2 entrevistados não justificaram a sua resposta (10,53%). Foram referidos diversos conceitos de gestão ambiental, todos eles estão corretos e completam-se uns aos outros. Posto isto, agruparam-se os conceitos de gestão ambiental consoante a similaridade do conteúdo. Com 8 referências (47,06%) temos que “gestão ambiental é gestão de recursos e de resíduos de uma organização”, com 4 referências (23,53%) temos que a “gestão ambiental passa por boas práticas para minimizar os problemas que advêm da nossa atividade e que influenciam o ambiente”, com 2 referências (11,76%) temos que “gestão ambiental compreende políticas que as empresas desenvolvem no sentido da melhoria das condições ambientais existentes na própria empresa, de forma a caminhar no sentido de uma maior sustentabilidade ambiental”, com 2 referências (11,76%) temos que “gestão ambiental é a gestão sustentável da atividade e infraestruturas de uma empresa” e por fim, com 1 referência (5,88%), “gestão ambiental é a sensibilização das pessoas para uma boa utilização de recursos”. Como já referido previamente neste documento definiu-se gestão ambiental como “as diretrizes e atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atividade e evitar que outros ocorram no futuro” (Barbieri, 2004). O único conceito que se afasta mais desta definição é a “sensibilização das pessoas para uma boa utilização de recursos”, mas que no meu ponto de vista é crucial para que as diretrizes e atividades sejam bem realizadas e aceites numa organização.

Relativamente à 9ª pergunta todos os entrevistados sentem que têm o conhecimento para referir medidas de gestão ambiental numa organização. Foram referidas 74 medidas, que foram agrupadas consoante a semelhança (de maior referência para menor referência): reciclagem (17,58%); reduzir a utilização de papel (12,16%); reduzir/abolir o consumo de plásticos de utilização única ou não duradoura (8,11%); aquisição de equipamentos com uma eficiência energética elevada (6,76%); sensibilização dos colaboradores (6,76%); atualização dos

mecanismos para automáticos para diminuir a energia e água gasta (6,76%); promover a utilização de documentação digital (4,05%); utilização de papel reciclado na organização (4,05%); substituição de lâmpadas para lâmpadas de baixo consumo (4,05%); utilizar detergentes com baixo ou nulo impacto no ambiente, preferencialmente com certificação ambiental (4,05%); gestão de resíduos (4,05%); diminuição do caudal das torneiras e dos autoclismos (2,7%); utilização de dispensadores de água filtrada ligados à água da rede (2,7%); colocar critérios ambientais nos parceiros e prestadores de serviços (2,7%); reutilização do papel para rascunho, aproveitamento da energia gerada pelos elevadores (1,35%); captação de energia através de painéis fotovoltaicos (1,35%); utilização de solução solar termal para climatização (1,35%); evitar utilização de ar condicionado (1,35%); comprar embalagens de fins múltiplos (1,35%); abolir a utilização de aerossóis (1,35%); introdução de critérios ambientais na contratação pública (1,35%); promover o teletrabalho (1,35%); promover a divisão de automóveis entre os funcionários (*carsharing*) (1,35%).

A 10ª pergunta prende-se com a importância da gestão ambiental numa organização. Todos os entrevistados concordam que é uma área importante. Dos 19, 8 não justificaram a sua resposta (42,11%). As justificações foram agrupadas em categorias de acordo com o conteúdo da resposta: “a gestão ambiental permite reduzir custos e ao mesmo tempo ajudar o ambiente” (36,36%), se a gestão ambiental pretende diminuir os consumos de uma organização, quer sejam recursos hídricos, energéticos, alimentares, ao diminuí-los, irá também diminuir os gastos com os mesmos que acaba por ser uma das grandes vantagens da aceitação da gestão ambiental numa organização, infelizmente não é “pelo ambiente” mas sim porque, ao tentarmos melhorar as nossas práticas, muitas vezes acabamos por diminuir os consumos de uma organização permitindo a diminuição de despesas fixas. “A diminuição da pegada ambiental da organização” (27,27%), a gestão ambiental numa organização tem por objetivo ajudar a mesma a diminuir os impactos da sua atividade no ambiente, diminuindo a sua pegada ambiental, idealmente eliminando-a. “Responsabilidade ambiental” (27,27%), a gestão ambiental introduz o tema de responsabilidade ambiental nas organizações, tem de se compensar aquilo que se produz, quanto menos se produzir, menor é a necessidade de compensação (quando se fala de produzir, neste caso, fala-se dos impactos no ambiente de uma empresa). “O futuro depende disso” (9,1%), como já foi referido previamente, os entrevistados referem as alterações climáticas um problema grave que afeta o futuro da humanidade, posto isto, introduz uma equipa especializada em diminuir a pegada ambiental de uma organização, em todas as organizações, permitirá melhorar o panorama atual de tragédia futura.

Todos os entrevistados têm conhecimento da existência da Equipa Ambiente, equipa dedicada à introdução de políticas e medidas de gestão ambiental na organização e todos os entrevistados têm conhecimento de medidas de gestão ambiental que já foram implementados na organização, foram referidas 63 medidas que foram agrupadas consoante a sua semelhança (maior referência para menor): reciclagem (26,98%); redução do uso do papel (11,11%); utilização de papel reciclado (9,52%); sensibilização ambiental (7,94%); aquisição de equipamentos com uma certificação energética elevada (6,35%); implementação de lâmpadas de baixo consumo (4,76%); doação de móveis para instituições que lhes deem uma segunda vida (4,76%); correto despejo de aparelhos eletrónicos obsoletos e pilhas (4,76%); diminuição do caudal das torneiras e dos despejos dos autoclismos (4,76%); implementação de dispensadores de água filtrada ligados à rede (4,76%); inclusão de critérios ambientais na contratação pública (4,76%); utilização de produtos com certificação ambiental (4,76%); implementação de fotocopiadoras comuns (1,59%); correto tratamento de manchas de óleo na garagem (1,59%); tentativa de encontrar substitutos do plástico (1,59%); aproveitamento da energia gerada pelos elevadores (1,59%); atualização dos mecanismos para automáticos para diminuir a energia e água gasta (1,59%).

6.1.7.3. Tema B – Comunicação Interna

Relativamente ao tema B, este foi introduzido com o intuito de se perceber quais os canais de divulgação que são mais utilizados na organização de forma a saber, no futuro, quais aqueles que se deve recorrer para se transmitir informação de forma a garantir que esta tenha a melhor divulgação possível.

A primeira pergunta foi introduzida de forma a perceber através de que canal a informação interna chega aos entrevistados, estes fizeram 37 referências que por sua vez foram agrupadas consoante a similaridade: a intranet (51,35%), o e-mail (37,84%), comunicação direta nos serviços (8,11%) e a newsletter que chega através do e-mail (2,7%). Destes canais, 10 respondentes afirmam utilizar todos (52,63%) e 9 referem apenas utilizar a intranet e o e-mail (47,37%). Relativamente à preferência, 8 entrevistados referem que não têm preferência por nenhum em particular (42,11%), 6 pelo e-mail (31,58%) e 5 pela intranet (26,32%). Dos 19 entrevistados, 10 utilizam mais o canal que têm preferência (52,63%), dos quais 4 é a intranet (40%), canal que lhes permite ao mesmo tempo tratar de coisas relacionadas tanto com o trabalho como com informações pessoais e 6 o e-mail (60%), por ser mais rápido e de fácil comunicação e porque consegue visualizar no telemóvel com maior facilidade, permitindo estar ausente da sua secretária (positivo para quem tem de estar em vários sítios da organização e não apenas um). Relativamente ao gosto pelos canais de divulgação utilizados, 18 entrevistados dizem que gostam dos mesmos (94,74%) e 1 não (5,56%). As características positivas do e-mail são, ser rápido, imediato, bom para situações de urgência; as características negativas do e-mail é a acumulação de e-mails que dificulta a visualização de assuntos não urgentes; as características positivas da intranet são, ter a informação sobre toda a entidade e permitir estar em contacto com todos os serviços; as características negativas da intranet são, ser pouco apelativa, a pesquisa de informação ser difícil, o design ser fraco, estar mal estruturada, não contemplar toda a informação que deveria, ser de difícil utilização e a secção de destaques estar mal organizada não facilitando a visualização das novidades. Relativamente à organização de preferido para preterido temos 6 entrevistados que referiram primeiro o e-mail e depois a intranet (31,58%) e 5 referiram primeiro a intranet e depois o e-mail (26,32%), os restantes não têm preferido nem preterido (42,11%). Podemos concluir a primeira parte do tema B referindo que existem dois grandes canais de divulgação de informação, e-mail e intranet, o e-mail é o canal preferido e mais utilizado pelos colaboradores e a intranet é o que apresenta mais características negativas.

A segunda parte do Tema B está relacionada com a informação sobre gestão ambiental. Dos 19 entrevistados, 13 referem que sabem onde encontrar a informação relativa à gestão ambiental (68,42%), na página da intranet encontra-se no serviço que alberga esta gestão e no e-mail referem o e-mail da equipa ambiente. 6 respondentes não sabem onde esta informação se encontra (31,58%). 14 respondentes referem que a informação relativa à gestão ambiental já foi ao seu encontro (73,68%), nomeadamente através do e-mail ou nos destaques da intranet e 5 referem que teriam de procurar a informação para a encontrar (26,32%). Quanto ao canal de divulgação a ser utilizado pela Equipa Ambiente, 3 entrevistados (15,79%) acham pertinente a Equipa Ambiente ter um canal de divulgação próprio (independente dos existentes) pois teriam uma fonte de informação específica de gestão ambiental estruturada e sistematizada e concentrada num sítio próprio que fosse acessível a todos. Os restantes 16 entrevistados (84,21%) consideram que a gestão ambiental não deveria ter um canal de divulgação próprio, mas sim, que deve utilizar os canais existentes pois os colaboradores são reticentes à mudança e já se habituaram a utilizar os que existem, de qualquer forma, deve-se melhorar a divulgação e destaque da informação de gestão ambiental dentro dos mesmos, deve-se intensificar a comunicação presencial nos serviços para partilha de novidades de gestão ambiental, devem-se utilizar os cartazes digitais informativos para partilha da informação, nomeadamente junto de

zonas de paragem, deve-se facilitar o acesso à informação de gestão ambiental na intranet e deve-se dar autonomia à equipa de gestão ambiental para partilhar conteúdos na intranet.

A terceira parte do Tema B está ligada à utilização de novos canais de comunicação por parte da entidade. Dos 19 entrevistados, 17 referem que não gostariam que a entidade utilizasse outros canais de divulgação (89,47%) pois os canais existentes na entidade são suficientes, que se deve apostar em canais de divulgação que já existem na entidade, mas tirar maior proveito dos mesmos (como cartazes informativos digitais, monitores ou ecrãs), que se devem melhorar os canais de divulgação existentes e não, acrescentar mais. 2 entrevistados (10,53%) sugerem a utilização de novos canais de divulgação nomeadamente, utilização de SMS para informar de novidades importantes, a utilização de ecrãs informativos e a criação de uma plataforma digital dinâmica que incluísse todos os canais de informação (como o e-mail, área pessoal do colaborador, videochamada, informações de cada divisão).

6.1.7.4. Tema C – Comportamento pró-ambiental

O tema C prende-se com a necessidade de averiguar o conhecimento dos entrevistados no conceito de comportamento pró-ambiental, na relevância do mesmo para a gestão ambiental de uma organização e para perceber se os entrevistados praticam estes tipos de comportamentos dentro e fora da organização. 18 respondentes afirmam saber o que é um comportamento pró-ambiental (94,74%), dos quais 15 (78,95%, 83,33%) deram uma descrição adequada do conceito referindo serem comportamentos cívicos diários que têm por base não prejudicar o meio ambiente, boas práticas ambientais, sermos seres conscientes no dia-a-dia, todas as nossas ações serem conscientes, não prejudicando o meio ambiente. Todos os respondentes concordam que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável, 12 respondentes (63,16%) justificaram, de forma unânime, a sua resposta, a gestão ambiental funcionar e ser sustentável pois significa que as pessoas cumprem as medidas, regras e orientações ambientais no seu dia-a-dia, tanto no trabalho como em casa, e só com esse comportamento, por parte de todos, conseguimos atingir um futuro melhor. Todos os entrevistados afirmam também que têm um comportamento pró-ambiental durante o período que estão na organização (dos quais 5 não referiram medidas) e durante o período que estão em casa (dos quais 9 não referiram medidas). Foram referidos 46 comportamentos pró-ambientais que foram agrupados em categorias por similaridades: fazer a reciclagem (26,09%); desligar as luzes sempre que o gabinete está vazio (21,74%); evitar gastar água em vão (15,22%); desligar os AC's sempre que o gabinete está vazio (ou não é necessário estarem ligados) (13,04%); evitar o uso de embalagens plásticas (6,52%); tentar reduzir a impressão para poupar papel (6,52%); tentar produzir apenas lixo biodegradável (4,35%); não desperdiçar (2,17%); ser ambientalmente consciente (2,17%); sensibilizar os colegas (2,17%). Já em casa, além dos referidos acrescenta a utilização de um carro híbrido e a implementação de uma solução de energia solar em casa. Relativamente à comparação entre trabalho e casa, dos 10 respondentes que justificaram o porquê de terem um comportamento pró-ambiental em casa, 6 respondentes (60%, 31,58%) dizem que têm mais comportamentos pró-ambientais em casa do que no trabalho porque depende deles e conseguem aplicar comportamentos que no trabalho não é possível (como a compra de um carro híbrido ou uma solução de energia solar em casa), 3 respondentes (30%, 15,79%) referem que têm as mesmas práticas que no trabalho e 1 respondente (10%, 5,26%) refere que tem menos comportamentos pró-ambientais em casa do que no trabalho.

Podemos concluir que a maioria dos entrevistados tem conhecimento do conceito de comportamento pró-ambiental, embora seja um conhecimento geral, induzido pelo nome do conceito em si, conseguiram fazer a ligação entre o conceito e práticas do dia-a-dia. Podemos ainda analisar que 6 respondentes sentem que fazem mais em casa do que na organização pois têm mais possibilidades de escolhas sustentáveis. De forma geral, os entrevistados estão

familiarizados com o tema, o que é positivo e com medidas que podem ser aplicadas no dia-a-dia.

6.1.7.5. Tema D – Medidas de Gestão Ambiental

O tema D remete de novo ao tema da gestão ambiental onde se pretendia analisar o conhecimento dos entrevistados em medidas de gestão ambiental que pudessem ser introduzidas na entidade. Dos 19 entrevistados, 8 não conseguiram identificar medidas de gestão ambiental que não tivessem sido implementadas na organização justificando que não se recordavam de nenhuma de momento (42,11%). Dos 11 entrevistados que têm conhecimento de medidas a adotar para a organização (57,89%), foram referidas as seguintes 21 medidas que foram agrupadas em categorias: a implementação de solução de geração de energia por via solar (19,05%); a organização de atividades em grupo de sensibilização/workshops (já foram realizadas embora em pequena escala) (9,52%), a implementação de contentores para despejo de resíduos específicos (já existem para a reciclagem, pilhas e cortiça) (9,52%); renovação dos AC's para equipamentos menos poluentes (4,76%); a distribuição de garrafa de vidro a colaboradores (4,76%); a distribuição de máscaras reutilizáveis aos colaboradores ao invés de descartáveis (4,76%); a implementação de urinóis sem água (4,76%); a implementação de sensores de movimento para as luzes funcionarem de forma automática (já está implementado em muitos espaços) (4,76%); a implementação de um sistema centralizado de gestão energética de cada sala (4,76%); estabelecer uma política restrita de impressão (4,76%); a implementação de aparelhos que reduzam o caudal das toneiras (já está implementado) (4,76%); a implementação de autoclismos de dupla descarga (4,76%); proibir a venda de produtos com embalagens plásticas de utilização única ou pouco duradoura do bar (4,76%); o aproveitamento da água da chuva ou da nascente para rega (4,76%); a implementação de um software de gestão documental (4,76%); criar uma zona de balneários e estacionamento de bicicletas para os colaboradores promovendo uma mobilidade sustentável (4,76%). Das 16 categorias referidas, 25% já foram realizadas/implementadas na organização o que denota uma falta de divulgação de informação ou falta de interesse em ler a informação partilhada.

6.1.7.6. Pré-Estímulo

Este tema pretendia encontrar problemas nas medidas já implementadas e possíveis soluções para os mesmos. Dos 19 entrevistados, 9 não mudariam nada nas medidas de gestão ambiental implementadas na organização (47,37%), 4 colaboradores não mudariam nada, mas aumentavam as ações de sensibilização (21,05%), 3 colaboradores não mudariam nada, mas aceleravam a implementação das medidas (15,79%), 3 colaboradores (15,79%) mudariam algumas coisas, das quais as seguintes: aboliam os caixotes do lixo pessoais; implementavam restrições nas impressões por pessoa; implementavam um sistema de gestão documental, aumentavam a divulgação de informação nomeadamente o e-mail para sugestões, implementavam muitos mais dispensadores de água ligados à rede, alteravam o local de armazenamento do lixo orgânico a ser doado à empresa de compostagem e auxiliavam o pessoal da limpeza com um carro para transportarem os variados sacos do lixo para garantir que a reciclagem é mesmo feita.

Após análise destes resultados fiquei com a sensação de que os entrevistados, e embora tenha sido feita referência à confidencialidade, não se sentiam confortáveis em partilhar aspetos negativos da implementação destas medidas pois, temos 7 colaboradores que começam a frase com “não mudaria nada, mas...” o que indica uma posição defensiva e de não querer criticar o trabalho dos outros, embora o que se estava à procura era mesmo de isso críticas positivas, depois temos 3 entrevistados que têm muitas sugestões de melhoria, o que simboliza que existem falhas a melhorar. Será que estes três colaboradores são muito observadores ou os

outros se sentiram constrangidos em apresentar aspetos negativos? Este parêntesis será indicado como uma limitação da pesquisa exploratória.

6.1.7.7. Estímulo

Esta última parte surgiu na necessidade de analisar qual a opinião dos entrevistados relativamente a medidas de gestão ambiental que já estão a ser implementadas (nomeadamente medida 1 e 2) e medidas de gestão ambiental interessantes para implementar na entidade (medida 3 e 4) e posteriormente ponderar a intensificação e a implementação das quatro medidas. Por fim, foi analisado a viabilidade da implementação de dois planos de comunicação em separado, neste momento existe uma estrutura de comunicação, mas que carece de planeamento a curto e a médio prazo de forma a facilitar o formato, o conteúdo e a forma de divulgação de informação.

A primeira medida passa pela intensificação de um sistema de dispensadores de água de rede com a distribuição de garrafas aos colaboradores. Relativamente a esta medida, ela já foi pré-aprovada para ser implementada na entidade, mas apenas num formato experimental em pontos específicos de um edifício. O objetivo era perceber se faria sentido a intensificação através de duas formas, os entrevistados que já utilizaram e têm acesso recomendarem e os entrevistados que não experimentaram terem interesse nos mesmos. Todos os 19 entrevistados (100%) concordam com esta medida, 2 destes têm no seu serviço, 1 destes utiliza e todo o seu serviço também e o outro não utiliza (embora o seu serviço sim) pois não tem confiança na qualidade da água, mas sugerindo que se fizerem análises comprovando as boas propriedades da água que começaria imediatamente a utilizar. Houve uma grande demonstração de interesse pelos entrevistados que ainda utilizaram estes dispensadores justificando que iria existir grande aceitação pelos colaboradores que vão também ficar satisfeitos com a oferta da garrafa, preferencialmente de vidro e se der para fazer uma personalização individual ainda melhor. Comentam também que esta medida vai permitir abolir a venda de garrafas de plástico, vai permitir reduzir o desperdício de água. Consideram pertinente fazer uma boa divulgação dos sítios onde os dispensadores vão estar e dar uma boa credibilidade ao sistema, através de uma análise à água e partilha dos resultados com os colaboradores.

A segunda medida passa pela intensificação dos pontos de reciclagem. Dos 19 entrevistados, 14 concordam com a medida (73,68%) justificando que a constante exposição dos colaboradores aos ecopontos vai fomentar a reciclagem, que faz sentido eliminar também os caixotes pessoais para fomentar a reciclagem, que podiam intensificar em zonas de passagem como corredores e que podiam intensificar as variedades dos ecopontos nos serviços, às vezes só têm papel. 5 entrevistados discordam da medida (26,32%) justificando que é mais relevante encontrar uma forma da logística da reciclagem funcionar ao invés de intensificar/terminar os ecopontos, já existem bastantes, quem não faz é porque não quer fazer. Relativamente a este tema, de forma geral as pessoas consideram que faz sentido a intensificação dos caixotes nos serviços ou zonas de passagem onde estes fazem falta, e a análise de quais os tipos de caixotes espalhados pelos serviços e quais os que não estão por exemplo, muitas vezes só estão presentes os ecopontos do papel (devido à impressão) mas só no outro lado do piso é que se pode encontrar um caixote de plástico, o que acaba por fomentar comportamentos de colocar o plástico no lixo comum por preguiça ou desconhecimento da existência de um ecoponto amarelo no seu piso. Relativamente aos cinco entrevistados que discordam desta medida, um dos mesmos discorda por uma razão muito pertinente, quando um processo é implementado a logística tem de ser pensada do início ao fim, neste caso, e embora com planeamento, surgiram dois imprevistos logísticos que são a incapacidade da equipa de limpeza em recolher todos os sacos do ecoponto em separado, por falta de apoio no transporte e a incapacidade dos serviços da câmara em recolher as quantidades de papel reciclado que a entidade produz, denotando a urgência não só em fazer a reciclagem mas em reduzir os consumos de papel da entidade.

A terceira medida é a colocação de sinalização de alertas de poupança de água e energia nomeadamente junto aos respetivos equipamentos. Dos 19 entrevistados, 18 concordam com a medida (94,74%), justificando que pode não captar a atenção de todos, mas se captar de pelo menos alguns, melhor que nada. O entrevistado que discorda da medida (5,26%) justifica-se dizendo que acha que as pessoas não vão reparar. Podemos concluir que nenhum colaborador concorda que esta medida vá captar a atenção de todos, mas que pode influenciar alguns, posto isto, e tendo em conta que a implementação desta medida carece de pouco investimento financeiro e não necessita de manutenção, apenas troca da sinalização, por parte da Equipa Ambiente, de tempos em tempos para não se tornar repetitiva e indiferente, pode fazer realmente sentido a implementação da medida. É de notar que é relevante ter um plano no que toca às localizações onde esta sinalização estará e ao conteúdo da mesma. Se esta se encontrar num sítio de destaque e com uma mensagem de cariz interessante, aumentamos as probabilidades de os colaboradores repararem na sinalização.

A quarta medida passa pela atualização dos *WC's* para mecanismos automáticos e de poupança de água e energia, nomeadamente torneiras com sensores de movimentos e caudal reduzido, autoclismos com dupla descarga e caudal reduzido, secadores de mãos com sensores de movimento, dispensadores de sabão com sensor de movimento e luzes automáticas nas zonas dos lavatórios (esta última opção já foi implementada em quase todas as casas de banho). Dos 19 entrevistados, todos concordam com esta medida (100%) pois o volume de pessoas a utilizar as casas de banho é muito grande, ao estar tudo automatizado, consegue-se poupar no ambiente e no orçamento o que é vantajoso para todos. De qualquer forma, os entrevistados apresentam também alguns receios, nomeadamente: preferência por autoclismos de dupla descarga ao invés de autoclismos automáticos pois consideram mais práticos e também ajudam a combater o desperdício de água; preocupação com a introdução de secadores com sensores de movimento nomeadamente pela necessidade de analisar o que cria maior poupança, se estes secadores (poupa-se no papel mas gasta-se energia), se a utilização de papel (gasta-se papel mas poupa-se energia); na implementação das torneiras automáticas tem de se analisar se o gasto de energia é sobreposto pela poupança na água; todos estes equipamentos têm de ter um selo garantido de qualidade e contribuição para o ambiente quer em diminuição do desperdício de água como de papel como o baixo consumo de energia. Finalizando, se estas opções forem todas tidas em consideração, e efetivamente estas alterações contribuírem para diminuições nos consumos, todos os colaboradores consideram pertinente a sua utilização.

Relativamente ao primeiro plano de comunicação, este passa pela divulgação dos planos de ação, conquistas, projetos e programas ambientais da gestão ambiental da organização. Tem por objetivo integrar os colaboradores no percurso da gestão ambiental da entidade de forma a que estes se sintam envolvidos fomentando a sensibilização dos mesmos. Dos 19 entrevistados, todos concordam com este plano de comunicação (100%). Deixaram algumas sugestões/comentários, tais como: deviam utilizar todos os canais disponíveis, e-mail, intranet, ecrãs interativos nas zonas de paragem, canal televisivo interno, workshops e comunicação direta nos serviços; deviam partilhar dados e conteúdos factuais através de gráficos, vídeos e imagens (utilizar humor pode ser benéfico), de forma fácil e simples; deviam partilhar tudo o que se implementou, mesmo que não sejam medidas visíveis, os colaboradores têm de saber que a gestão ambiental não é só mais um grupo na entidade; deviam aumentar o destaque da gestão ambiental na intranet; deviam promover jogos interativos (por exemplo, faz-se uma medição de quanto um serviço gasta de papel num dia normal e depois desafia-se a terem um dia em que gastam o mínimo de papel possível. Até se podiam fazer assim pequenas competições amigáveis entre os serviços até com algum tipo de recompensa para aquele serviço que apresentar os melhores resultados. O propósito final seria de mostrar que é sempre possível pouparmos mais e também quais os impactos positivos que esse esforço tem no ambiente); podiam criar uma newsletter semanal/mensal só sobre gestão ambiental; e por fim, todos

concordam que enviar um e-mail/colocar nos destaques na intranet com a informação sucinta e com um link a redirecionar para uma página na intranet com a informação completa é a melhor forma de chegar a todos os colaboradores.

O segundo plano de comunicação é um programa de informação e sensibilização ambiental dos colaboradores da organização onde o que se pretende é transmitir e divulgar informações que apelem à redução dos consumos da entidade, nomeadamente redução do consumo de água, energia, papel e plástico. Todos os 19 entrevistados concordam com este plano (100%), pois toda a sensibilização é relevante e se se abrandar com este tipo de divulgação, os colaboradores caem no esquecimento. Algumas das sugestões dos entrevistados passam por realização de divulgação direta junto dos serviços e organização de workshops didáticos; partilha de informação de forma clara e concisa preferencialmente de forma divertida e com recurso a meios visuais; utilização de todos os canais de comunicação disponíveis para fazer a divulgação da informação; fomentar a divulgação deste tipo de informação junto do público jovem e dos cidadãos que visitam as instalações.

Concluindo, os entrevistados concordam com ambos os planos de comunicação e a sua implementação em simultâneo, reforçam que o primeiro plano deve ter um carácter recorrente e o segundo mais esporádico. Todos concordam que se deve utilizar todos os canais de divulgação de informação que compõem a entidade e que a informação deve ser transmitida de forma clara e concisa, se possível recorrendo a humor para se tornar divertida e de forma visual, através de vídeos e imagens. Ainda surgiram as sugestões da realização de workshops e jogos interativos entre serviços.

6.2. CONCLUSÕES

6.2.1. Objetivo Complementar #01

- Alternativa 1 – Percentagem que sabe o que é gestão ambiental
Quanto à alternativa 1, conhecimento do conceito de gestão ambiental, fazemos uma pré-validação desta alternativa pois 16 respondentes, isto é 84% dos respondentes conhecem o conceito, como a regra de decisão definida para esta alternativa foi de 50,5% consideramos assim a alternativa se encontra **validada para a pesquisa conclusiva**.
- Alternativa 2 – Percentagem que conhece a atividade de gestão ambiental na entidade
Relativamente à alternativa 2, conhecimento das medidas de gestão ambiental apresentadas, definiu-se que os entrevistados tinham de referir medidas de gestão ambiental que já tinham sido implementadas na organização, todos os 19 entrevistados sugeriram medidas já implementadas na organização, temos um valor de 100% para esta alternativa, que é superior à regra de decisão definida de 31%, permitindo assim **pré-validar** esta alternativa.
- Validação da Alternativa 3 (validação de ambas as alternativas) – **Validação da Alternativa I do Objetivo Geral para implementação no estudo conclusivo**

6.2.2. Objetivo Complementar #02

- Alternativa 1 – Conhecimento das plataformas de comunicação interna de informação
Quanto à alternativa 1, conhecimento das plataformas de comunicação interna de informação, 100% dos entrevistados referiram plataformas ou canais de comunicação e divulgação de informação, como este valor é superior à regra de decisão de 95%, esta alternativa foi **validada para a pesquisa conclusiva**.
- Alternativa 2 - Interesse em novas formas de divulgação
Relativamente ao interesse em novas formas de divulgação, apenas 11% dos entrevistados se mostraram interessados em novas formas de divulgação, valor este que é inferior à regra

de decisão definida de 44%. Esta alternativa **não foi validada** pelo que terá de ser redefinida ou eliminada para a pesquisa conclusiva.

- Validação da Alternativa 1 – **Validação da Alternativa III do Objetivo Geral para implementação no estudo conclusivo**

6.2.3. Objetivo Complementar #03

- Alternativa 1 (percentagem de pessoas com um comportamento pró-ambiental) e 2 (percentagem com intenção de adoção de comportamentos pró-ambientais)
Quanto à percentagem de pessoas que praticam um comportamento pró-ambiental, este valor é de 100% e superior à regra de decisão definida de 74% pelo que a alternativa 1 foi **validada para a pesquisa conclusiva**. Como todos os entrevistados já praticam comportamentos pró-ambientais, estes não foram questionados quanto ao interesse em adotá-los pois já os adotam. Decidiu-se manter a segunda alternativa pois esta acabou por não ser nem invalidada nem validada, podendo ser de interesse analisar esta alternativa no estudo conclusivo.
- Validação da Alternativa 1 e 2 – **Validação da Alternativa III do Objetivo Complementar para implementação no estudo conclusivo**

6.2.4. Objetivo Complementar #04

- Alternativa 1 (divulgação de 1 ou mais medidas de gestão ambiental) e 2 (divulgação de 0 medidas de gestão ambiental)
Quanto ao último objetivo complementar, divulgação de 1 ou mais medidas de gestão ambiental, 42% dos entrevistados não disseram nenhuma medida de gestão ambiental que é superior a 33% da regra de decisão definida, pelo que como a validação de uma alternativa, exclui a validação da outra, a alternativa 2 foi **validada para a pesquisa conclusiva** e a alternativa 1 ficou **inválida**.
- Validação da Alternativa 2 e rejeição da Alternativa 1 – **Validação da alternativa III do Objetivo Geral para implementação no estudo conclusivo**

6.2.5. Objetivo Geral

Quanto ao objetivo geral, como conseguimos analisar foram validadas tanto a alternativa I, como a III. Como a opção III engloba a informação da alternativa I e mais, fica validada a alternativa III. Esta alternativa passa pela divulgação de ambos os Planos de Comunicação De Informação Ambiental, isto é, divulgação dos planos de ação, conquistas, projetos e programas ambientais da gestão ambiental da organização e um programa de informação e sensibilização ambiental dos colaboradores da organização.

6.3. REDEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Embora o Objetivo Geral tenha sido validado, surgiu a necessidade de redefinir alguns dos Objetivos Complementares apresentados, nomeadamente a alternativa 2 do Objetivo Complementar #01 onde dada a necessidade de passar para uma pergunta de resposta fechada no questionário, decidiu apresentar-se aos respondentes uma lista de medidas já implementadas e estes tinham de dizer se as opções já tinham ou não sido implementadas, desta forma permitiu observar os respondentes que têm conhecimento nas medidas implementadas e também, quais aquelas que os entrevistados conhecem melhor.

A alternativa 1 do Objetivo Complementar #01 foi também redefinida a nível de formato da pergunta, pediu-se para os respondentes selecionarem os canais de divulgação através dos quais recebiam informações da organização.

A alternativa 2 do Objetivo Complementar #02. Esta alternativa passa pelo interesse em novas formas de divulgação de informação. Concluiu-se que esta pergunta deu a entender ao colaborador que apenas poderiam ser sugeridas plataformas de comunicação, dado que a entidade em questão utiliza plataformas muito convencionais aos quais os colaboradores estão habituados e cujo conhecimento das novas plataformas de comunicação interna é desconhecido, estes ficaram confusos com a questão decidiu então fazer-se uma alteração da pergunta na pesquisa conclusiva, primeiro a pergunta passou para escolha múltipla e as opções apresentadas foram as sugeridas pelos entrevistados, nomeadamente aumentar a exposição da gestão ambiental nos canais de comunicação existentes, implementação de ecrãs interativos pelos edifícios, criação de uma newsletter própria, entre outros. Concluiu-se que, se confrontados com alternativas que estes não visualizaram como canais de comunicação iria facilitar a resposta a esta alternativa.

Relativamente ao Objetivo Complementar #04, este tinha como objetivo analisar as medidas de gestão ambiental que os colaboradores da organização consideram mais relevantes para a organização, a alternativa #01 não foi validada, isto é, menos de 67% dos colaboradores sugeriram 1 ou mais medidas de gestão ambiental, este valor não foi validado por 9 pontos percentuais, decidiu então fazer-se uma redefinição da alternativa, apresentando-se medidas de gestão ambiental concretas e que ainda não foram implementadas na entidade para os respondentes dizerem se acham que a respetiva medida deveria ou não ser implementada na organização, justificou-se esta opção pois muitas das razões para os entrevistados não referirem medidas de gestão ambiental foi por falta de conhecimento ou por de momento não se lembrarem de algo concreto e não, por não concordarem com este tipo de medidas de gestão ambiental.

Posto isto, avançar-se-á para a segunda parte deste estudo, que tem como fundamento os resultados, conclusões e redefinição de problema realizados.

7. IMPLEMENTAÇÃO DA PESQUISA CONCLUSIVA

Uma pesquisa conclusiva caracteriza-se pela análise de um fenómeno de marketing/problema, claramente definida (Nunan et al., 2020). De forma a conseguir definir concretamente o problema do estudo realizou-se o estudo exploratório, numa primeira instância, que permitiu retirar *feedbacks* cruciais para a pesquisa conclusiva.

7.1. PLANO DE SONDAGEM

Na definição de uma pesquisa, quer de carácter exploratório como conclusivo, o passo inicial passa por identificar a necessidade de recolher uma amostra (Nunan et al., 2020). O objetivo de um estudo passa por obter informação relativamente a uma população, população esta que de alguma forma partilha características idênticas, neste caso, e como definido no ponto 5., toda a nossa população-alvo presta funções na Organização em questão. De forma a obter informação sobre a população, e tal como já foi explicado no ponto 6.1.2., pode-se recolher esta informação recorrendo a um censo ou uma amostra. No caso da pesquisa exploratória e dada a necessidade de realizar entrevistas em profundidade que requerem tempo e disponibilidade do entrevistador e entrevistado, optou-se pela amostra pois permite, a recolha de informação através de um subgrupo de elementos que representa a população-alvo. Neste caso, isto é, na pesquisa conclusiva e tendo em conta que se tem a identificação de todos os elementos da população-alvo, iremos proceder a um censo. Um censo é uma enumeração completa de todos os elementos da população que se encontra a ser estudada (Nunan et al., 2020). É favorável a realização de um censo quando estamos perante as seguintes condições: um grande orçamento – neste caso não se verifica mas como é um estudo interno na entidade onde me encontro a estagiar, não há constrangimentos financeiros; o tempo disponível é longo - que se verifica neste caso; uma população-alvo pequena – também é uma condição favorável que se verifica; uma grande variância nas características – como podemos analisar na descrição da população-alvo, temos elementos com grandes discrepâncias demográficas com apenas um fator em comum, prestarem funções na mesma entidade; o custo dos erros de amostragem é alto – por exemplo, a nossa população-alvo apresenta características demográficas dispersas, falhar um destes grupos, seria muito prejudicial ao estudo pois acreditamos que os resultados dos questionários vão demonstrar grandes diferenças entre as variadas categorias que descrevem o sujeito (ie. Faixa etária, escolaridade, anos de serviço, entre outros); o custo dos erros de não-amostragem é baixo – isto está muito associado a erros cometidos pelo investigador na formulação do problema e questionário (que foram minimizados recorrendo a um especialista na área para verificação da implementação do projeto); a erros de não-resposta e resposta – que como se poderá ver nos pontos seguintes, mais concretamente no ponto 7.2.4. minimizaram-se, utilizando todas as diretrizes aconselhadas).

Face à decisão de realizar um censo, torna-se desnecessário o cálculo da dimensão amostral. Considera-se relevante a identificação da base de sondagem a utilizar apenas para facilitar a partilha de informação com a população-alvo. Por base de sondagem compreenda-se a representação dos elementos da população alvo numa lista (Nunan et al., 2020) existem duas possíveis alternativas, a lista telefónica que engloba todos os colaboradores que têm uma extensão de telefone individual ou a lista de e-mails que engloba todos os colaboradores com um e-mail institucional individual. Tanto uma opção como a outra apresentam as mesmas desvantagens. Ambas se encontram desatualizadas pelo que incluem extensões de telefone que já não estão a ser utilizadas e e-mails de colaboradores que já não se encontram a prestar funções na Organização (embora ambas as extensões como os e-mails de ex-funcionários se encontram inativos pelo que saberíamos logo que estes não estão em funcionamento). Ambas as alternativas excluem variados colaboradores que não têm um posto de trabalho fixo/individual

dado o carácter das suas funções dinâmicas, isto é não possuem um computador nem um telefone individual, nestes casos, costuma ser o responsável da equipa que transmite a informação aos seus colegas. Independentemente das desvantagens, ambas as alternativas apresentam um ponto positivo, todas as extensões e e-mails válidos representam colaboradores que pertencem à população-alvo, isto é, pessoas do sexo feminino ou masculino com idades compreendidos entre os 18 e os 70 anos e que se encontram a prestar funções na Organização.

Após analisados os pontos acima referidos, foi possível chegar a uma conclusão, a lista de e-mails seria a melhor opção por variadas razões nomeadamente, a facilidade em partilhar a informação para todos os colaboradores consumindo menos tempo, isto é, caso se optasse pela lista telefónica, além de termos de contactar todas as extensões uma a uma, teríamos também de voltar a entrar em contacto com todos os colaboradores que não atendessem numa primeira instância, através do e-mail, acedeu-se à lista de e-mails pré-fornecida de colaboradores e enviou-se de uma só vez um e-mail para todos, estes ficam com o e-mail na sua caixa de entrada pelo que quando tiverem disponibilidade abrem o mesmo. A lista de e-mails permitiu também identificar de imediato quais os e-mails que não estavam em funcionamento pois recebeu-se o alerta de notificação que estes endereços não eram válidos. Conseguiu-se com facilidade contornar o problema dos colaboradores que não possuem um endereço de e-mail institucional individual, enviando uma notificação para os seus responsáveis, pedindo para estes partilharem a informação com os seus colegas.

7.1.1. Número de elementos da População

Este censo tal como explicado anteriormente será aplicado a toda a população-alvo, torna-se importante refletir quem é essa população e as alterações que sofreu ao longo do processo. Inicialmente, a nossa população-alvo foi identificada no ponto 5. como, todos os trabalhadores da organização, internos ou externos que realizem as suas funções laborais numa ou mais, das 4 instalações que a entidade contempla, cujos edifícios se encontram todos em Lisboa. De seguida, no ponto 6.1.2., descreveu-se a população, relativamente a várias variáveis, idade, género, tempo de casa, escolaridade e funções a desempenhar. Aqui é onde surge a grande alteração na população. Aquando a descrição da Organização, foram apresentadas as categorias de funções dos colaboradores, serviços, categoria 1 e 2 – grupos sensíveis, entidades externas, serviço de segurança e prestadores de serviços. Após se fazer o pedido de divulgação oficial do questionário pelos vários funcionários, este foi negado para as categorias 1 e 2, pelo que estas foram excluídas da população-alvo. Como os elementos das mesmas já não tinham sido tidos em consideração para a seleção da amostra do estudo exploratório, não houve constrangimentos estatísticos nem logísticos em eliminá-los do estudo. É importante denotar que os serviços, está dividida em 3 subcategorias, técnico superior, técnico de apoio administrativo e assistente operacional, que apresentam diferentes funções e responsabilidades. Relativamente às restantes categorias, eis a divisão de colaboradores por cada uma:

Categoria	Número de funcionários
Serviços	374
Entidades Externas	38
Serviço de Segurança	100
Prestadores de Serviços	165
Total	677

Tabela 6 – Divisão de colaboradores por categoria

O total de funcionários representa o número de funcionários de receberam o questionário e os dois lembretes de resposta ao mesmo.

7.2. DESENHO DO QUESTIONÁRIO

7.2.1. Especificação da informação necessária

Antes de se iniciar um processo de desenho de um questionário, é necessário ter bem definidos quais os objetivos do estudo e qual a população-alvo, de forma a melhor adaptar a dinâmica do questionário aos respondentes de forma a garantir a otimização das respostas recolhidas. Neste caso, e como estamos a dar o seguimento a um estudo exploratório, esta fase já foi bem definida.

Este estudo tem por objetivo determinar qual a melhor forma de comunicar informação ambiental de modo a obter uma melhoria no desempenho ambiental da entidade através da colaboração dos seus funcionários através de quatro objetivos complementares, (1) determinar as perceções e intenções dos colaboradores da organização face ao conceito de gestão ambiental e às atuais medidas de gestão ambiental implementadas na entidade, (2) determinar quais os canais de divulgação interna de informação da organização mais utilizados, especificando para o caso da informação relativa à gestão ambiental e ainda dentro do ponto 2, determinar também como/onde os colaboradores da organização gostariam de visualizar a informação e se consideram pertinente a gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio, (3) determinar as perceções e intenções dos colaboradores da entidade relativamente a um comportamento pró-ambiental, dentro e fora da organização, (4) determinar quais as medidas de gestão ambiental que os colaboradores consideram mais relevantes para a organização.

Relativamente à população-alvo, esta caracteriza-se por todos os trabalhadores da organização, internos ou externos (empresas prestadoras de serviços) que realizem as suas funções laborais numa ou mais, das 4 instalações que a entidade contempla. Relativamente ao âmbito geográfico, pertencer à organização pressupõe que se tenha de prestar funções na mesma, cujos edifícios se encontram todos em Lisboa.

Por último, é também necessário analisar as conclusões do estudo exploratório de forma a incluir as respostas e os *feedbacks* dos entrevistados no desenho do questionário, para que este melhor se adapte à população-alvo que a amostra do estudo exploratório representa.

7.2.2. Especificação do tipo de entrevista

Neste estudo, existem três possibilidades de tipo de entrevista que podem ser empregues, por telefone (accedendo à lista telefónica interna da Organização), postal (assumindo uma abordagem digital e utilizando a lista de e-mails institucional) e o método pessoal. Relativamente ao último método exposto, este apresenta uma complexidade de dinâmica entre disponibilidade do entrevistado e do entrevistador, requer algum tipo de prévio agendamento, via telefone ou e-mail que já apresenta vários tipos de contratempos, nomeadamente os colaboradores não acederem de imediato ao e-mail ou não atendendo o telefone, adiando a possibilidade de um agendamento rápido, adicionalmente, requer muito tempo para realizar todas as entrevistas pessoalmente, tendo em conta que estas teriam de ser realizadas por apenas um entrevistador, esta opção fica de imediato excluída. Relativamente às outras duas, e tal como foi explicado no ponto 7.2.1., a opção do e-mail apresenta-se a mais fácil, pois assume um nível de independência por parte dos respondentes superior, excluindo a necessidade do entrevistador de falar com cada um dos respondentes. Permite ainda que os colaboradores possam responder ao questionário quando tiverem disponibilidade para tal. A nível da partilha de informação também apresenta numerosas vantagens, esta foi feita através de uma partilha única, acendendo a uma lista de e-mails pré-fornecida que inclui todos os colaboradores da Organização. Dentro da opção postal digital, podemos ainda fazer a separação entre o e-mail e o questionário eletrónico online, estas diferenciam-se, pois, a primeira opção pressupõe que o questionário vai no corpo do e-mail, a segunda opção pode recorrer a outras plataformas de recolha de dados,

enviando apenas um link e uma breve descrição do que se trata no corpo do e-mail. Esta segunda opção mostrou-se ser a mais prática pois permite que a recolha dos dados seja feita através de uma plataforma própria que os deixa já pré-preparados para uma futura análise.

7.2.3. Determinação do conteúdo das questões

Aquando se determina o conteúdo das questões, é necessário ter em consideração algumas opções de forma a garantir que o processo de resposta não se torna desinteressante e repetitivo. Com o objetivo de garantir que construíamos um questionário dinâmico e bem elaborado tiveram-se alguns cuidados, nomeadamente:

1. Em primeiro lugar, e após a realização do primeiro esboço do questionário analisou-se a necessidade de todas as questões ou, se existiam questões que pressupunham outras, tornando-se repetitivo. Desta forma, eliminaram-se todas as questões que se tornavam repetitivas, fazendo ajustes noutras de forma a englobar mais conteúdo.
2. Em segundo lugar, analisaram-se questões que já fugiam aos objetivos do estudo, isto é, perguntas que fazem parte do tema do estudo, mas que fogem aos objetivos concretos do mesmo;
3. Em terceiro lugar, simplificou-se questões de forma a que a resposta fosse mais fácil, prática e direta, permitindo diminuir o tempo de resposta ao questionário;
4. Por fim, utilizaram-se diferentes filtros no decorrer do questionário de forma a garantir que o respondente era sempre encaminhado para uma pergunta que fazia sentido dada a sua resposta à pergunta anterior. Por exemplo, quando questionados relativamente aos comportamentos pró-ambientais que têm na Organização, se estes indicarem que não os têm, são reencaminhados para uma pergunta onde pede para selecionarem a/as razões para não os terem, enquanto que, se estes responderem afirmativamente a esta pergunta, são reencaminhados para uma questão onde têm de selecionar todos os comportamentos pró-ambientais que têm na Organização. Desta forma, permitiu-se reduzir tempo de resposta e dar um seguimento de conteúdo ao tipo de questionário a ser respondido.

7.2.4. Ultrapassar incapacidade ou indisposição para responder às questões

Relativamente a este ponto, o investigador nunca deve assumir que os respondentes conseguem providenciar respostas verdadeiras e corretas a todas as questões (Nunan et al., 2020). Isto pode-se dever a diferentes fatores, todos estes foram analisados e o questionário foi desenvolvido de forma a melhor se adaptar a todas as adversidades.

1. O conhecimento no tema: o objetivo deste estudo centra-se num tema bastante específico, que embora faça parte do quotidiano de toda a gente (por exemplo, todos nós desligamos as luzes de casa quando saímos, consciente ou inconscientemente, porque sabemos que estamos a poupar), nem toda a população pensa conscientemente e ativamente no mesmo. De qualquer forma, e como o estudo tem por objetivo a opinião e conhecimento dos colaboradores nestes temas, também temos interesse em saber o número de pessoas que não estão tão bem informados. De forma a minimizar respostas falsas, a opção “não sei” foi disponibilizada sempre que justificável a utilização da mesma. Foram também descritos alguns conceitos de forma a dar a conhecer aos colaboradores informações mais específicas, mas que ao estarem simplificadas estes conheciam o conceito em questão.
2. A memória no tema: o estudo em causa pretende analisar maioritariamente situações que acontecem no quotidiano do colaborador, nomeadamente comportamentos que tem no local de trabalho, canais de informação digital por onde recebe informação institucional, medidas de gestão ambiental que já/não foram implementadas na Organização, entre outros. De todas as formas, e de modo a minimizar respostas falsas, opções como, “não sei” ou “não tenho conhecimento” foram disponibilizadas sempre que justificável a sua utilização.

3. A capacidade de responder com clareza: de forma a garantir que os colaboradores conseguiram responder de forma clara e concreta, apenas foram fraseadas perguntas que permitiam uma clara resposta fechada.
4. Esforço necessário do respondente: de forma a ultrapassar este obstáculo, o questionário foi construindo minimizando perguntas complexas, respostas complexas, limitando as perguntas apenas às necessárias para garantir o bom desenvolvimento do estudo. Sempre que necessário listar opções, estas foram expostas nas respostas de forma a garantir que o respondente apenas tinha de selecionar as que eram do seu interesse.
5. Contexto e propósito: sempre que introduzido um novo tema, contextualizou-se a necessidade do mesmo de forma a que os respondentes sentissem que todos os temas tinham um propósito e de forma a que estes se sentissem contextualizados durante todo o questionário.
6. Informação sensível: com o intuito de minimizar desconforto no preenchimento do questionário, opções como “não sei” ou “não tenho conhecimento” foram disponibilizadas para que estes possam selecionar essa opção caso não tenham interesse em fornecer outra. Foi também reforçada a confidencialidade do questionário para que esta barreira fosse minimizada.

Concluindo, e de forma a minimizar erros, não se incluíram perguntas sensíveis ou de identificação, utilizou-se palavreado simples e concreto, providenciou-se opções como “não sei”, apresentou-se um contexto e propósito para cada tema e apresentou-se o conceito de certos temas mais técnicos de forma a ajudar o respondente a acompanhar o tema, incluiu-se o caráter obrigatório em todas as perguntas pelo que o respondente tem de completar o questionário na sua totalidade para o entregar, introduziram-se também perguntas filtro para direcionar os respondentes e tornar o questionário mais dinâmico e menos pesado. Por fim, enviaram-se dois lembrete via e-mail a todos os colaboradores lembrando a data final de preenchimento do questionário e apelando à entrega do mesmo e reforçando a ideia de confidencialidade (que pode ser um grande entrave no preenchimento de questionários) de forma a tranquilizar os respondentes.

7.2.5. Decisão sobre a estrutura das questões

Durante o desenho do questionário, teve de se determinar qual a estrutura que se iria seguir com as questões. Estas podem ser questões abertas ou questões estruturadas. Tendo em conta que estamos perante uma pesquisa conclusiva, as questões abertas foram imediatamente excluídas pois requerem análise de conteúdo que necessita de maior tempo para ser corretamente analisado. As questões estruturadas podem ser divididas em questões de escolha múltipla, questões de dicotomia ou questões com recurso a escala. No questionário em questão, apenas se optou por utilizar questões de escolha múltipla, dicotomia e dicotomia com a opção “não sei” ou “não tenho conhecimento”. As questões com recurso a escala acabaram por não ser utilizadas pois em apenas duas perguntas o conteúdo se tratava de uma medição, num caso a medição da seriedade ou não das alterações climáticas e no outro o grau de utilização/visualização de canais de divulgação de informação. Posto isto, nestes casos optou-se por uma questão de escolha múltipla com a particularidade de apenas se poder selecionar uma das opções.

Relativamente às questões de escolha múltipla utilizadas, algumas permitem o respondente selecionar mais do que uma opção (ie. “Quais as razões que tornam a gestão ambiental uma área importante numa Organização?” onde o respondente pode selecionar as opções que considera pertinentes) e outras apenas permitem que o respondente selecione uma opção (ie. “A entidade tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental?” onde o respondente pode apenas selecionar uma das opções “Sim, uma pessoa”, “Sim, uma equipa”, “Sim, uma divisão”, “Não” e “Não sei”).

Relativamente às questões de dicotomia, estas foram utilizadas em duas vertentes, a primeira onde apenas apresentam duas respostas (ie. “Antes de ler a breve descrição acima, já tinha conhecimento do conceito de gestão ambiental?” onde o respondente pode responder “Sim” ou “Não”) e a segunda opção onde têm três respostas possíveis (ie. “Considera a gestão ambiental uma área importante numa Organização?” onde o respondente pode responder “Sim”, “Não” ou “Não tenho conhecimento suficiente no assunto para responder a esta pergunta”).

7.2.6. Decisão sobre a terminologia a utilizar nas questões

A definição da terminologia das questões é uma das tarefas mais importantes no desenho de um questionário pois, se um questionário tem uma terminologia confusa ou inadequada os erros de não resposta e os erros de resposta aumentam, levando a dados estatísticos pobres. De forma a evitar estes erros, algumas diretrizes são sugeridas por Nunan, Birks e Malhotra. Estas diretrizes foram tidas em consideração aquando a elaboração do questionário. Nomeadamente, houve um esforço consistente em manter as perguntas claras, com fácil interpretação e com um objetivo/problema concreto. A linguagem manteve-se simples, concreta e evitou-se termos técnicos do tema. De forma a evitar induzir respostas, optou-se por perguntas que não incluem a adjetivação do problema, ampliando o leque de respostas e permitindo ao respondente seleccionar a opção mais satisfatória para o mesmo.

7.2.7. Ordenação das questões

Relativamente à ordenação das questões, há algumas diretrizes a seguir de forma a ter um questionário bem-sucedido. Relativamente ao estudo em questão, este pode-se dividir da seguinte forma:

Secção 1 – Informação de classificação. Idealmente, esta informação deveria vir a seguir à informação básica (informação relacionada com o tema) mas, optou-se por seguir a estrutura pré-utilizada na Organização assim, proporcionou-se coerência e familiaridade aos respondentes.

Secção 2 – Questões de abertura. Utilizou-se o tema das alterações climáticas para as questões de abertura, permitindo aos respondentes a satisfação de expressarem a sua opinião num tema tão pertinente e atual quanto este.

Secção 3 – Informação básica. Esta secção dividia-se inicialmente em 4 temas, cada um relacionado com os objetivos complementares do estudo (gestão ambiental, comportamentos pró-ambientais, canais de divulgação de informação, medidas de gestão ambiental futuro) mas, acabou por se juntar este último tema a gestão ambiental de forma a tornar o questionário mais sucinto e coerente.

Secção 4 – Informação básica. Temos uma última secção relacionada com o objetivo principal do estudo (Planos de comunicação Ambiental Interna Futuros).

Alguns pormenores que tivemos em consideração na ordenação das questões, não sentimos necessidade de introduzir informação de identificação nem perguntas sensíveis que podem ser dois entraves quando se responde a um questionário. Introduzimos a abordagem de funil “*funnel approach*” que consiste numa estratégia onde se ordena de questões onde se introduz primeiro questões gerais e depois se aprofunda para temas mais específicos (ie. O primeiro tema sobre gestão ambiental começou por questionar sobre o conhecimento no tema, adaptar o tema a organizações (em geral) e só depois, especificar para a entidade em questão. Esta estratégia foi introduzida dentro de cada tema). Foi também propositadamente seleccionada uma ordem lógica nas perguntas, tanto a nível da organização dos temas, primeiro introduzimos o tema central (gestão ambiental), depois aprofundamos para um tema mais individual (comportamentos pró-ambientais), de seguida para um tema de satisfação/opinião sobre um

serviço já existente (canais de divulgação de informação), e por fim, concluímos com o tema que abrange o problema principal (planos de comunicação ambiental interna futuros). De forma, a promover a lógica do questionário, e tal como já foi explicado anteriormente, foram colocados filtros em questões, direcionando o respondente para o percurso que melhor se adequava às suas respostas.

7.2.8. Escolha do formato e layout do questionário e construção do mesmo

Este questionário foi desenvolvido em Google Forms que apresenta uma grande facilidade de desenho de um questionário e um maior leque de funcionalidades indispensáveis, tais como, as questões com filtros, a exportação dos dados e o número máximo de respostas que se pode visualizar, sem necessitar de se pagar por um serviço *premium*. Esta plataforma permite ainda dividir o questionário em secções, o mesmo foi tipo em consideração para apresentar as diferentes secções e temas. Foi possível também introduzir uma secção inicial com uma breve descrição do questionário e de alguns aspetos relevantes como a duração e a confidencialidade dos dados e no final, uma mensagem de despedida e agradecimento. Todas as questões apresentam um número, de forma a facilitar a análise dos resultados e a permitir ao respondente seguir uma ordem. Esta ferramenta permite ainda personalizar a aparência do questionário, embora de forma simples, onde se aproveitou para escolher a cor oficial da entidade como fundo do questionário, desta forma, permitiu-se criar um nível de coerência superior entre conteúdo do questionário e entidade a que diz respeito. Não se mencionou o logótipo oficial da entidade em questão pois foram diretrizes superiores. É possível observar o *layout* utilizado no Anexo 4 – Figuras e Gráficos.

7.3. TESTE-PILOTO

O teste-piloto é uma apresentação do questionário a uma pequena amostra de respondentes com o intuito de melhorar o questionário e identificar e eliminar potenciais problemas com o mesmo (Nunan et al., 2020). Após elaboração do esboço inicial do questionário, este foi realizado por mim e pela minha coordenadora, onde pequenos erros gramaticais foram detetados, tal como erros em perguntas-filtro. Após emendar estes erros o questionário foi divulgado a uma amostra que 4 colaboradores que integram a equipa onde me encontro a estagiar, estes além de cronometrarem o tempo que demoraram a responder ao questionário, anotaram também pequenas gralhas que encontraram durante o questionário ou perguntas que tinham uma interpretação difícil. Foram implementadas as alterações sugeridas e foi de novo testado o questionário por mim, pela minha coordenadora e pelos 4 colegas.

7.4. INDICADORES E VARIÁVEIS

De forma a determinar-se a validação dos objetivos estipulados, incluiu-se no questionário questões que tivessem como propósito rejeitar ou validar o critério de decisão estipulado para cada decisão alternativa de cada objetivo proposto. A decisão alternativa de cada objetivo proposto (definido no ponto 4. pode também designar-se como variável e as questões incluídas no questionário como indicadores. Na seguinte tabela consegue-se observar a respetiva correspondência:

7.4.1. Objetivo complementar #01

Variáveis	Indicadores
% que sabe o que é gestão ambiental % que conhece a atividade da gestão ambiental na entidade	“Antes de ler a breve descrição acima, já tinha conhecimento do conceito de gesto

	ambiental?” - % de colaboradores que responde “Sim” “Classifique as seguintes medidas como “implementada” ou “não foi implementada” na entidade.” - % de colaboradores que responde corretamente em pelo menos 4 das medidas (todas as opções apresentadas nesta opção já foram implementadas total ou parcialmente e comunicadas na Organização mas, segundo um estudo realizado em 2014 pela Software Advice nos EUA, 44% dos empregados não conhecem as políticas da empresa onde trabalham, pelo que 4 medidas corresponde aproximadamente a 44% das 9 medidas apresentadas) (Osterhaus, 2014).
--	---

Tabela 7 – Variáveis e indicadores do Objetivo complementar #01

7.4.2. Objetivo complementar #02

Variáveis	Indicadores
% que conhece plataformas de comunicação interna % com intenção de adotar novas formas de divulgação interna de informação	“Selecione os canais de divulgação através dos quais recebe informações internas na entidade” - % de colaboradores que seleciona 1 ou mais canais de divulgação de informação “Selecione todas as formas que considera relevantes para a área de gestão ambiental ter maior divulgação de informação” - % de colaboradores que selecionam 1 ou mais formas de aumentar a divulgação de informação

Tabela 8 - Variáveis e indicadores do Objetivo complementar #02

7.4.3. Objetivo complementar #03

Variáveis	Indicadores
% com um comportamento pró-ambiental % com interesse em ter um comportamento pró-ambiental	“Considera que tem um comportamento pró-ambiental enquanto está na entidade?” - % de colaboradores que responde “Sim”. “Quais as razões que contribuem para não ter um comportamento pró-ambiental enquanto está na entidade?” - % de colaboradores que responde uma das opções exceto, “Porque considero que estes comportamentos não trazem benefícios”.

Tabela 9 - Variáveis e indicadores do Objetivo complementar #03

7.4.4. Objetivo complementar #04

Variáveis	Indicadores
-----------	-------------

% de colaboradores que indicam 1 ou mais medidas de gestão ambiental % de colaboradores de não indicam nenhuma medida de gestão ambiental	“Classifique as seguintes medidas quanto à sua implementação na entidade, “deveria ser implementada” ou “não deveria ser implementada”. - % de colaboradores que considera que “deveria ser implementada” 1 ou mais medidas de gestão ambiental - % de colaboradores que considera que “não deveria ser implementada” nenhuma medida de gestão ambiental
Nota: Na pesquisa conclusiva, esta deve minimizar a análise de conteúdo, daí a necessidade de reformular esta opção.	

Tabela 10 - Variáveis e indicadores do Objetivo complementar #04

7.5. CONTROLO DE QUALIDADE

7.5.1. Erros de não-resposta e taxa de resposta

Os erros de não-resposta ocorrem quando os respondentes incluídos na amostra (neste caso, no censo) não respondem ao questionário (Nunan et al., 2020). A taxa de resposta é definida como a percentagem de entrevistas completas recebidas. A taxa de resposta por e-mail é, por norma, baixa a moderada (Nunan et al., 2020), mas, neste caso, o envio do questionário foi feito por um e-mail interno diretamente para os funcionários, apelando ao interesse que este tem para a entidade em questão e beneficiando também indiretamente os colaboradores a longo prazo. Nunan, Birks e Malhotra referem no seu livro que um estudo realizado por um jornal de artigos identificou uma percentagem de resposta de 47,3% para questionários via postal. Estes também referem que os questionários digitais têm taxas de resposta superiores aos clássicos questionários postais.

De forma a minimizar a taxa de não-resposta, existem ainda dois métodos identificados no livro acima referido, para o nosso estudo em concreto, apenas um é aplicável. Este passa por reduzir as negações, isto é, não-respostas que resultam de incapacidade ou falta de vontade para responder ao questionário. Várias técnicas se podem aplicar para diminuir esta negação. De entre todas, duas foram tidas em consideração. A primeira que está relacionada com a qualidade do desenho do questionário, devidamente justificado no ponto 7.2., e a administração do questionário, que também já foi referido que foi enviado por e-mail para todos os funcionários e, para aqueles que não têm e-mail institucional, foi enviado um e-mail adicional para os seus responsáveis pedindo que estes partilhassem os questionários com os colegas. Foi ainda partilhado um formato em papel do questionário com colegas que não possuem um computador privado, estes foram entregues, mais uma vez, aos seus responsáveis, que ficaram encarregues de os distribuir junto dos colegas e entregar de volta ao investigador devidamente preenchidos. O investigador ficou encarregue da transcrição dos mesmos para formato digital. O segundo método é o *follow-up*, um dos métodos que melhor aumenta a taxa de resposta, estes podem aumentar a taxa de resposta em 80% (Nunan et al., 2020). Este questionário esteve ativo durante duas semanas, aproveitou-se para enviar dois lembretes aos colaboradores, um passado uma semana e outro dois dias antes do prazo final de resposta, reforçou-se também juntos dos responsáveis de equipas sem acesso ao computador que relembrassem os colegas.

Podemos então calcular a nossa taxa de resposta da seguinte forma: assumindo os 47,3% (que embora não sejam afunilados para o nosso caso, representam uma percentagem real do “método-mãe” adotado (entrevistas postais)) e assumindo também um aumento de 80% pelo

lembrete enviado aos colaboradores temos, $0,8 \times 0,473 = 0,3784 = 37,84\%$. $37,84\% + 47,3\% = 85,14\%$. Espera-se então uma taxa de resposta de 85%.

7.5.2. Erros de resposta

Os erros de resposta são erros que resultam de respostas incorretas dadas pelo respondente (Nunan et al., 2020). Estes subdividem-se em três tipos de erros, de cobertura, de medida e de processamento. Os erros de cobertura foram minorados quando se recorreu a uma base de sondagem onde apenas se encontram elementos que pertencem à entidade, pelo que fazem parte da população-alvo. Relativamente aos ex-funcionários, embora algumas vezes o e-mail ainda conste na base de sondagem, este encontra-se inativo pelo que a informação não chega ao destino. Quanto aos elementos que não constam na base de sondagem, chegou-se até aos mesmos de outras formas, nomeadamente através de um e-mail direto ou através de um responsável. Relativamente aos erros de medida, estes foram minimizados de várias formas, ao introduzirmos um questionário online autoadministrado, de resposta fácil e que traduz instantaneamente as respostas para um formato de análise, conseguimos eliminar o entrevistador e o método de entrevista aplicado como geradores de erros. De forma a ultrapassar erros cometidos pelo entrevistado, neste caso, respondente, enviou-se o questionário pelo e-mail apresentando uma data de término do mesmo de 15 dias, desta forma, o respondente poderia responder ao questionário quando melhor lhe conviesse. Por último, de forma a minimizar erros provenientes do questionário que diretamente influenciam o respondente, realizaram-se vários testes-piloto, garantindo que o questionário apresenta uma estrutura, linguagem e dinâmica simples e consistente, facilitando o seu preenchimento. Quanto aos erros de processamento estes foram minimizados, primeiro através da plataforma *Google Forms* que faz uma transcrição automática dos dados para um formato de análise de dados. Por fim, fica a faltar prevenir o uso inapropriado de técnicas de análise de informação, que é minimizado através de elementos investigadores com conhecimentos estatísticos e de análise de dados, tal como acontece neste caso onde a investigadora em questão tem bases em Gestão e está a terminar uma especialização em Estudos de Mercado e Análise de Dados.

7.6. RESULTADOS

7.6.1. Caracterização da amostra

A amostra do nosso estudo conclusivo é composta por **339 indivíduos**. Este valor representa uma taxa de resposta de **50,1%** ($339:677 \times 100$).

As primeiras questões do questionário (Secção 1) tinham por base a caracterização demográfica dos respondentes, permitindo-nos realizar a caracterização da amostra.

Dos 339 indivíduos, **203** são do **género Feminino** (o que corresponde a 59,9%) e **136** do **género Masculino** (40,1%). Relativamente à sua faixa etária, **40,4%** dos indivíduos têm **menos de 45 anos** e **59,6%, 45 anos ou mais**, sendo que o intervalo etário vai dos 18 a 70 ou mais anos. No Anexo 4 - Gráfico 1 conseguimos analisar a dispersão etária percentual dos indivíduos pelos vários intervalos.

Quanto aos anos de permanência na organização, isto é, o total de anos os indivíduos trabalham ou prestam funções na organização, conseguimos analisar que 44,2% encontra-se na Organização há menos de 5 anos e os restantes 55,8% há 5 anos ou mais. No Anexo 4 - Gráfico 2, podemos analisar a dispersão dos indivíduos por intervalos de tempos de casa

Relativamente ao grau de escolaridade, 56% dos indivíduos têm habilitações superiores (Licenciatura, Mestrado, Pós-Graduação ou Doutoramento), 26% habilitações secundárias completas (12º ano), 4,7% habilitações secundárias incompletas (10º ano ou 11º ano) e 13,3%

habilitações básicas (4º ano, 6º ano ou 9º ano). No Anexo 4 - Gráfico 3 é possível analisar-se a dispersão das habilitações literárias dos indivíduos

Quanto às funções que os indivíduos desempenham na organização, estas encontram-se organizadas em categorias. 66,1% dos indivíduos pertencem aos Serviços da Organização sendo que desta percentagem, a categoria que apresenta maior peso são os técnicos superiores com 37,2%. Com 20,1% temos os indivíduos que são prestadores de serviços na Organização, seguidos pelo Serviço de Segurança da Organização onde 8,6% da nossa amostra pertence e por fim, os indivíduos que pertencem às Entidades Externas que representam 5,3% da amostra. No Anexo 4 - Gráfico 4 conseguimos analisar esta dispersão.

A Organização apresenta quatro edifícios, todos eles têm zonas de escritório. Da amostra, 53,4% dos indivíduos têm a sua zona de trabalho no edifício 1 que apresentam também dois bares e um refeitório. 28,6% dos indivíduos prestam funções no edifício 2 que tem também um bar. 9,7% dos entrevistados no edifício 3 que tem um bar e um restaurante e por fim, 8,3% no edifício 4 que não tem zona de refeição. Podemos analisar estes valores no Anexo 4 - Gráfico 5. Dos 339 entrevistados, 70,8% além de frequentarem o edifício onde prestam funções, frequentam também os outros. Dos indivíduos que frequentam também outros edifícios, 56,6% frequentam também o edifício 1, 49,9% o edifício 2, 39,8% o edifício 3 e 21,8% o edifício 4, tal como podemos analisar no Anexo 4 - Gráfico 6.

7.6.2. Resultados Gerais

7.6.2.1. Secção 2 – Alterações Climáticas

Esta secção, que se debruça sucintamente sobre as alterações climáticas, contém três perguntas. Primeiramente, questionou-se os indivíduos relativamente à seriedade do problema das alterações climáticas, apresentando-se cinco opções de resposta duas “positivas” (“As alterações climáticas são um problema sério” e “As alterações climáticas são um problema muito sério”), duas “negativas” (“As alterações climáticas não são um problema sério” e “As alterações climáticas são um problema pouco sério”) e uma “neutra” (“Não tenho conhecimento suficiente no assunto para responder a esta pergunta”). Dos 339 indivíduos, **79,6%** consideram as **alterações climáticas** um **problema muito sério**, 14,2% um problema sério, 0,9% um problema pouco sério e 0% acham que as alterações climáticas não são um problema sério. 5,3% dos respondentes sentem que não têm o devido conhecimento no tema para responder a esta pergunta. No Anexo 4 - Gráfico 7 conseguimos analisar esta divisão.

De seguida, questionou-se relativamente ao responsável pelas alterações climáticas onde **52,8%** sentem que o responsável pelas alterações climáticas é a **atividade humana**, 40,1% acham que é tanto a atividade humana como a Natureza, mas com um maior peso na atividade humana, 1,2% consideram que não há responsável, que é um processo da Natureza e 0,9% que tanto a Natureza como a atividade humana são responsáveis, mas com maior peso na Natureza. Por fim, os remanescentes 5% são indivíduos que consideram que não têm conhecimento no assunto para responder a esta questão, conseguimos verificar estes valores no Anexo 4 - Gráfico 8.

Por fim, questionou-se os indivíduos quanto ao responsável por combater as alterações climáticas. Esta pergunta era de múltipla resposta pelo que os respondentes podiam seleccionar mais do que uma opção. **25,3% dos indivíduos consideram que o cidadão tem maior relevância no combate às alterações climáticas**, 21% a União Europeia, 19,4% as Empresas e Indústria, 15,7% as Organizações Não-Governamentais de Defesa do Ambiente (ONGA's) e 14,8% o Estado português, no Anexo 4 - Gráfico 9 conseguimos analisar todas as opções e respetivos valores percentuais.

7.6.2.2. Secção 3 – Gestão Ambiental

A terceira secção prende-se com o conhecimento no conceito de gestão ambiental e com o interesse e conhecimento na implementação de medidas de gestão ambiental na Organização. Inicialmente, apresentou-se o conceito de gestão ambiental, “as diretrizes e atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atividade e evitar que outros ocorram no futuro” (Barbieri, 2004). De seguida, questionou-se os indivíduos se, antes de lerem a descrição apresentada sabiam o conceito de gestão ambiental, dos 339 entrevistados, **78,5% sabiam o que era gestão ambiental** e 21,5% não. Posteriormente interrogou-se os indivíduos relativamente à importância que a gestão ambiental tem numa organização (Anexo 4 - Gráfico 10), onde **93,5% dos entrevistados consideram a gestão ambiental uma área importante numa organização** enquanto que 0,3% não consideram que seja uma área importante numa organização e 6,2% consideram que não têm conhecimento para responder a esta pergunta. Os 317 (93,5%) indivíduos que consideram a gestão ambiental uma área importante numa organização, foram também questionados relativamente às razões para a sua opinião, Anexo 4 - Gráfico 11, podendo selecionar mais do que uma opção. Das quatro razões apresentadas, a mais escolhida (27,6%) foi **“permite reduzir a pegada ecológica” da organização**, imediatamente seguida (27,3%) por **“permite reduzir os consumos de água, energia e papel”** e **“fomenta a sensibilização ambiental dos funcionários”** (27%). Por último, com 16,9% ficou **“permite diminuir as despesas/custos fixos”**. As respostas a esta opção foram positivas pois, denota-se um grau de sensibilização maior para as opções que diretamente contribuem com o melhoramento ambiente (as primeiras 3 opções selecionadas) e não com razões financeiras (a quarta opção mais selecionada), assinalando a sensibilização ambiental dos respondentes. Por fim, com 1,2% temos os entrevistados que sentem que não têm conhecimento para responder à questão.

De seguida introduziu-se um tema onde se pretendeu analisar a opinião dos entrevistados relativamente à implementação de medidas de gestão ambiental na organização (Anexo 4 – Gráfico 12). Com isto, queria-se verificar o grau de aceitação ou mesmo interesse na implementação de medidas de gestão ambiental que estão no radar da organização e consequentemente analisar-se também a sensibilização ambiental dos indivíduos. **Foram apresentadas onze medidas**, com duas opções de resposta “deveria ser implementada” ou “não deveria ser implementada”, **todas contribuem positivamente para um melhoramento da performance ambiental da Organização**. Globalmente, há um **interesse generalizado na implementação das medidas**, tal como podemos analisar pelos triângulos azul escuros que representam a opção “deveria ser implementada” e que apresentam um tamanho maior. Em maior parte dos casos, a discrepância entre os triângulos (azul escuros e azul claros) é grande, o que podemos concluir como um grande interesse na implementação das medidas apresentadas, **porém, temos dois casos onde a discrepância é pouco evidente**. Na opção **“implementação de limites de impressão aos serviços”** onde **52,5%** consideram que **deveria ser implementada, mas 47,5% não**, esta opção iria permitir uma redução substancial na utilização do papel, no consumo de energia e no consumo de tinteiros, no entanto poderia requerer de um grau de ajuste grande nos indivíduos no seu dia-a-dia laboral. A segunda opção que apresenta valores próximos é a **“criação de uma plataforma de boleias/partilha de transporte”**, onde **54,3% dos indivíduos consideram que deve ser implementada, mas 45,7% não**. Esta medida iria permitir a diminuição das emissões de CO₂. Podemos justificar este resultado pela altura onde esta pergunta foi aplicada, tendo em consideração que atravessamos uma pandemia onde todos os contactos são altamente desaconselhados, os respondentes podem ter identificado esta situação como uma situação de risco (no momento) e não terem interesse na mesma. Também podemos justificar como sendo uma opção que altera a rotina dos colaboradores ou mesmo diminui o grau de independência dos mesmos

(imaginando que menos colaboradores levam o seu próprio carro para o trabalho, se deixarem de levar porque dividem com outros colegas, se tiverem uma emergência a meio do dia ficam condicionados). **No Anexo 4 - Gráfico 12 conseguimos analisar todas as medidas apresentadas e respetivas respostas percentuais.**

De forma a analisar o **conhecimento** dos indivíduos **nas medidas de gestão ambiental implementadas na Organização**, apresentaram-se **nove medidas** totalmente ou parcialmente implementadas na Organização e pediu-se aos entrevistados para as classificarem como “foi implementada”, “não foi implementada” ou “não tenho conhecimento”. No Anexo 4 - Gráfico 13 conseguimos analisar as respostas a esta questão. De forma geral conseguimos analisar que **a maioria das respostas incide maioritariamente na opção “não tenho conhecimento” o que demonstra a desinformação e ignorância nas ações ambientais aplicadas pela Organização.** No entanto conseguimos observar **duas exceções**, a opção **“distribuição de máscaras reutilizáveis aos colaboradores”** onde **69,3%** responderam que **“foi implementada”** (opção com mais respostas), esta medida é muito recente, foi implementada no início de 2020 e todos os colaboradores receberam a máscara reutilizável diretamente, daí a resposta positiva. A segunda opção é a **“utilização de lâmpadas de baixo consumo/com sensores de movimento”** onde a opção **“foi implementada”** apresenta a maior percentagem de resposta, **45,7%**. Esta resposta positiva deriva do facto de este ser um processo que carece de autorização dos serviços para ser implementada pois interfere momentaneamente com a capacidade de trabalho e por ter sido uma das maiores intervenções realizadas na Organização a nível de sustentabilidade ambiental.

Esta pergunta é um grande indício da necessidade de implementar um plano de comunicação ambiental aos indivíduos de forma a dar-lhes a conhecer as opções ambientais que estão ao seu dispor e que já foram implementadas na Organização, permitindo criar uma harmonia entre a sustentabilidade ambiental e os funcionários da Organização.

Para terminar esta secção, questionou-se ainda os indivíduos quanto ao **conhecimento** dos mesmos relativamente aos **membros que compõem a área de gestão ambiental** na Organização. Esta é composta por um elemento principal, uma engenheira do ambiente e um membro por serviço da Organização, pelo que, a resposta correta seria “uma equipa”. No entanto, e face às cinco opções apresentadas, duas apresentam uma percentagem de respostas muito semelhante onde **40,7% respondem acertadamente**, dizendo que existe e é uma equipa e 38,9% que afirmam não ter conhecimento. Embora a resposta com maior número seja a acertada, a dimensão de respostas de indivíduos que não têm conhecimento gera preocupação e remete mais uma vez para a falta de informação disponível da atividade ambiental realizada na Organização. No Anexo 4 - Gráfico 14 conseguimos analisar todas as respostas.

7.6.2.3. Secção 4 – Comportamento pró-ambiental

A quarta secção debruça-se sobre o tema dos comportamentos pró-ambientais, desenhada com a intenção de se perceber o conhecimento dos indivíduos no tema e a aplicação dos mesmos nas suas vidas profissionais e pessoais, percebendo quais são as razões motivadoras para os praticarem ou não.

Inicialmente começou por se apresentar uma breve descrição de comportamento pró-ambiental, “um comportamento que conscientemente procura minimizar o seu impacto negativo no ambiente” (Kollmuss e Agyeman, 2002). De seguida questionou-se se os indivíduos já sabiam o que era um comportamento pró-ambiental antes de lerem a sua definição. Dos 339 entrevistados, 240 (**70,8%**) afirmam que **já sabiam o conceito de comportamento pró-ambiental** enquanto que 29,2% (99 indivíduos) não sabiam. Posteriormente questionou-se se os indivíduos consideravam que um **comportamento pró-ambiental é essencial para uma organização ter um bom desempenho ambiental**, como podemos analisar no Anexo 4 - Gráfico 15, **93,5% dos indivíduos consideram que sim**, 5,6% que não têm conhecimento e

0,9% que um comportamento pró-ambiental não é essencial para um bom desempenho ambiental da organização.

A terceira pergunta pede aos indivíduos que indiquem as opções que consideram ser **benefícios da prática de comportamentos pró-ambientais numa organização**. O gráfico 16, presente no Anexo 4, permite-nos analisar os resultados da terceira pergunta. Globalmente, os indivíduos consideram que o maior benefício é “**ajudar a reduzir a produção de resíduos e os consumos de água, energia e papel**”, seguido por “permitir diminuir a pegada ecológica” e por fim, “permitir reduzir os gastos/custos fixos”. Tal como na secção 3, mantêm-se a tendência da escolha de benefícios que contribuem para o ambiente ao invés de benefícios financeiros.

Após se abordar genericamente o tema dos comportamentos pró-ambientais, quisemos aprofundar o tema para um ponto de vista mais pessoal, tentando perceber as ações ambientais que os indivíduos praticam. Questionou-se então os mesmos relativamente à prática de **comportamentos pró-ambientais no trabalho, 92% dos indivíduos dizem que os têm** enquanto 8% dizem que não os têm. Estes 8% (27 indivíduos) foram posteriormente questionados relativamente às razões para não terem comportamentos pró-ambientais no local de trabalho. Tal como conseguimos analisar no Anexo 4 - Gráfico 17, **62,1% afirmam que não têm comportamentos pró-ambientais pois a Organização não fomenta este tipo de comportamentos**, 6,9% afirmam que não os têm, pois, os colegas também não os praticam.

Relativamente aos 92% de indivíduos que afirmam ter comportamentos pró-ambientais no local de trabalho, foi-lhes pedido para selecionarem de uma lista de sete ações, aquelas que praticam, tal como conseguimos analisar no Anexo 4 - Gráfico 18. Todas as opções apresentadas se encontram entre os 13,9% e os 17% mostrando coerência nas práticas exceto uma, “Comunico frequentemente/faço requisições identificando problemas associados ao consumo de energia ou de água” com apenas 5,9%. Esta opção é uma das mais importantes na medida em que é aquela que demonstra um envolvimento dos funcionários na área ambiental e que permite rapidamente reportar problemas e solucioná-los minimizando os danos, este fraco desempenho pode ser resultados de várias razões, como o desinteresse dos colaboradores (que não parece dado que todos os indicadores mostram um interesse, conhecimento e participação positivo) ou por não saberem por onde deve ser feita esta comunicação. Na secção 5, questionamos os indivíduos relativamente a isto pelo que será possível concluir se esse é o problema.

De seguida questionamos os indivíduos relativamente ao mesmo tema, mas na sua vida pessoal, isto é, se os respondentes praticam comportamentos pró-ambientais em casa. Dos 339 respondentes, **97,9% dizem que têm comportamentos pró-ambientais em casa** enquanto que 2,1% não. Estes 2,1% afirmam ainda que a maior razão para não os terem é porque não têm tempo para alterar a sua rotina doméstica (38,5%), porque não têm disponibilidade financeira para as alterações que estes comportamentos obrigam (30,8%), porque a famílias/amigos com quem residem não os têm (15,4%) e porque o seu meio social envolvente (família/amigos com quem não residem) não os têm (7,7%). No Anexo 4 - Gráfico 19, conseguimos verificar esta análise.

Dos 97,9% que afirmam que têm comportamentos pró-ambientais em casa foi-lhes pedido para selecionarem, de entre sete opções, quais os comportamentos que adotam em casa no dia-a-dia, tal como se consegue verificar no Anexo 4 - Gráfico 20. Três destas ações destacaram-se. Em primeiro lugar o cuidado com a eletricidade, nomeadamente desligar sempre as luzes quando não se está na divisão (20,6%), imediatamente seguido pela preocupação com a água, nomeadamente ter cuidado com o fecho correto das torneiras (20,5%), em terceiro lugar a separação dos resíduos (19%).

De forma a encerrar esta secção, faltava apenas perceber onde é que os indivíduos percecionavam ter mais comportamentos pró-ambientais, no local de trabalho ou em casa.

Verificando os dados até agora analisados, sabemos que 92% afirmam ter comportamentos pró-ambientais no local de trabalho e 97,9% em casa. Através do Anexo 4 - Gráfico 21, conseguimos analisar que 74% dos indivíduos afirmam ter os mesmos comportamentos pró-ambientais em casa e no local de trabalho, 22,4% afirmam ter mais comportamentos pró-ambientais em casa e 2,9% no local de trabalho. Estes valores são compatíveis e fazem sentido dada a análise até agora realizada.

Relativamente aos 22,4% que afirmam ter mais comportamentos em casa, 83,5% afirmam que a razão é terem maior poder decisório e controlo na rotina doméstica e 11,8% porque os familiares/colegas de casa os têm (Anexo 4 - Gráfico 22). Dos 2,9% que afirmam que têm mais comportamentos pró-ambientais no trabalho, 50% considera que a Organização fomenta a este tipo de ações, 10% porque os colegas têm este tipo de comportamentos e 40% por nenhuma das razões mencionadas (Anexo 4 - Gráfico 23). Até agora conseguimos analisar coerência relativamente à falta de prática de comportamentos pró-ambientais no local de trabalho justificado pela Organização não fomentar este tipo de práticas, conseguimos ainda reforçar esta análise com a falta de conhecimento dos colaboradores na gestão ambiental da Organização, desde o conhecimento da equipa às medidas que já foram implementadas. Nesta última questão, tivemos uma incongruência, foi afirmado que a principal razão para terem mais comportamentos pró-ambiental no trabalho é porque “a Organização fomenta estes comportamentos”, que é exatamente o oposto do que até agora analisamos. **Podemos justificar esta incompatibilidade com o facto de esta resposta representar apenas 5 pessoas em 339, um nicho de colaboradores que está informado sobre a atividade ambiental realizada na Organização.**

7.6.2.4. Secção 5 – Comunicação Interna

De forma a compreender a envolvimento dos entrevistados na comunicação interna da organização dedicou-se esta secção à análise da utilização e satisfação dos funcionários com os canais de divulgação interna. Primeiramente questionou-se os mesmos relativamente aos canais de divulgação através dos quais os entrevistados recebiam informações internas da Organização, estes poderiam selecionar mais do que uma opção pois estas podem ser utilizadas em simultâneo. No Anexo 4 - Gráfico 24 conseguimos analisar a distribuição das respostas pelas quatro opções apresentadas. Ao analisarmos o gráfico conseguimos observar que estas se encontram aproximadas, sendo a mais selecionada o e-mail (28,4%), seguido pela intranet da Organização (26%), a comunicação direta (23,3%) e por fim, a newsletter (18,6%). É ainda de realçar que 3,6% dos entrevistados não recebem informações internas, isto corresponde a 12 entrevistados.

Quando questionados sobre o grau de utilização ou visualização (alguns canais são apenas de visualização) das plataformas apresentadas, conseguimos perceber quais os canais que eram mais utilizados, rapidamente através da análise do Anexo 4 - Gráfico 25, percebemos que o e-mail, a comunicação direta e a intranet têm maioritariamente uma utilização/visualização diária, enquanto que a newsletter tem naturalmente uma visualização mensal (pois esta tem um carácter mensal). Conseguimos também analisar que com a exceção da comunicação direta, todos os outros canais apresentam valores de um grau nulo de utilização/visualização elevado, tendo em conta que são os únicos canais existentes na organização de partilha de informação.

Isto pode demonstrar um baixo nível de envolvimento dos respondentes na Organização ou uma fraca divulgação dos canais de informação aos colaboradores, não sabendo estes onde encontrar esta informação ou não sabendo mesmo trabalhar corretamente com os canais, acabando por desistir de utilizar os mesmos.

Após compreendermos genericamente como funcionavam os canais de divulgação de informação na Organização, quisemos afunilar este conhecimento para a gestão ambiental. Com

a intenção de perceber se os respondentes tinham acesso à informação sobre gestão ambiental que já é partilhada nos canais de divulgação da Organização, questionou-se os mesmo relativamente aos canais pelos quais tinham recebido a informação, adicionando-se a opção “Nunca recebi” para se perceber se esta informação nunca tinha chegado até aos mesmos. Tal como podemos observar no Anexo 4 - Gráfico 26 a resposta foi genericamente positiva, apenas 11,3% dos respondentes nunca tiveram acesso a esta informação. O e-mail é o canal por onde é recebida mais informação, que vai de encontro à realidade pois o e-mail é por onde se envia mais informação.

De seguida questionou-se os respondentes sobre se **sabiam onde encontrar a informação ambiental nos canais de divulgação existentes** (a Equipa Ambiente envia e-mails para todos os colaboradores e tem ainda uma página na Intranet dedicada à gestão ambiental da Organização), no Anexo 4 - Gráfico 27 conseguimos analisar que **apenas 43,1% dos respondentes sabem onde encontrar esta informação**. Embora este não seja um resultado muito negativo, fica aquém das expectativas e demonstra que esta ainda é uma informação que não está no radar de interesse e conhecimento dos entrevistados. Quisemos também saber se os respondentes sabiam através de que e-mail poderiam fazer sugestões ou reclamações relativamente a questões de gestão ambiental, suscitou-se interesse nesta pergunta pois analisou-se que o e-mail em questão é muito pouco utilizado e dá-se preferência a uma comunicação direta e presencial, o que pode ser negativo (exemplo: no momento não conseguem entrar em contacto com a pessoa com a qual costumam fazer estas sugestões/reclamações então o assunto fica esquecido e acaba por nunca se dar a conhecer o mesmo). Através da análise do Anexo 4 - Gráfico 28, conseguimos perceber que as suspeitas estão corretas, **65,8% dos respondentes não sabem o e-mail para o qual devem ser redirecionadas sugestões e reclamações ambientais**.

Com o objetivo de perceber os interesses e perceções dos entrevistados relativamente à divulgação de informação na Organização e os formatos através dos quais a visualização da informação seria mais apreciada, fizeram-se três últimas questões aos entrevistados. A primeira foi relativamente à localização da informação, **32,4% dos entrevistados consideram que a forma mais relevante seria através de colocar mais informação nos destaques** (que estão na página principal) **da intranet**, através do Anexo 4 - Gráfico 29 podemos analisar que 24,4% acham que a Gestão Ambiental deveria ter uma newsletter própria, 22,4% que se deveriam implementar ecrãs digitais nas zonas de paragem das instalações da organização a passar mensagens de sensibilização ambiental e 16,9% que se deveriam enviar mais e-mails. A segunda pergunta está relacionada com o formato como gostariam de visualizar a informação, no Anexo 4 - gráfico 30 conseguimos visualizar que 36,8% têm preferência por imagens/cartoons, 32,1% por vídeo e 31,1% através do comunicado escrito.

A última pergunta está relacionada com as formas/ações que os respondentes acham relevantes para aumentar a consciência ambiental da Organização. Através do Gráfico 31, presente no Anexo 4, podemos verificar que **43,9% dos respondentes acha que a melhor forma para aumentar a consciência ambiental da Organização passa pela intensificação na partilha de informações pelos canais digitais**, 27,7% consideram que ações solidárias ambientais seriam a melhor forma para aumentar a consciência ambiental da Organização e 26% consideram os workshops sobre questões ambientais a melhor forma. Através desta pergunta conseguimos analisar que os respondentes têm preferência pela leitura de informação ao invés de formas práticas de aplicá-las ou mesmo o combate “no terreno”.

7.6.2.5. Secção 6 – Planos de Comunicação Interna Futuros

A última secção passa por apresentar os dois planos de comunicação interna de gestão ambiental criados. O plano I passa por divulgar os planos de ação (objetivos, metas concretizadas, planos anuais e a longo prazo, ideais, entre outros) e atividades ambientais (a ser

realizadas pela Organização que incluem a participação dos funcionários) e os resultados atingidos. No Gráfico 31, presente no Anexo 4, conseguimos analisar que **83,5% dos colaboradores concordam com a implementação deste plano**, mas 15,6% dizem não ter conhecimento suficiente para responder a esta pergunta, o que pode demonstrar que o plano foi apresentado de uma forma muito vaga, não permitindo aos respondentes visualizarem em que consistiria o plano em questão.

De seguida, os respondentes foram questionados relativamente ao plano de comunicação ambiental II, este aposta na sensibilização ambiental através de variadas formas (estas seriam decididas de acordo com as respostas deste questionário, nomeadamente o formato, o tipo de ações e os tipos de canais de divulgação eleitos pelos respondentes), através do Gráfico 33, presente no Anexo 4, analisamos que **90,6% dos respondentes consideram que este deveria ser implementado** embora tenhamos também 8,8% que consideram que não têm conhecimento suficiente, justificando-se pela mesma situação da pergunta anterior.

Por fim, questionou-se os respondentes se acham que faz sentido implementar ambos os planos, no gráfico 34 (Anexo 4) verificamos que **81,1% concordam com a implementação de ambos os planos em simultâneo**. No gráfico 35 (Anexo 4) conseguimos analisar as razões pelos quais estes 81,1% concordam, sendo que 67,4% dizem que toda a informação é importante de ser partilhada e 31,8% que os planos apresentam informação diferente pelo que faz sentido serem ambos partilhados. Foram ainda questionados os 1,8% que não concordaram com a implementação de ambos os planos, estes referiram que era demasiada informação a ser partilhada. Conseguimos ainda verificar no gráfico 33 que 17,1% dos respondentes consideram mais uma vez que não têm conhecimento para responder, este valor faz sentido tendo em conta as respostas às duas perguntas anteriores, se uma percentagem não sabe se em separados os planos devem ser implementados, também não o sabem para a implementação conjunta dos planos.

7.7. CONCLUSÕES

De forma a analisar a validação, ou não, dos objetivos complementares realizou-se uma análise das variáveis, através dos respetivos indicadores, que representam cada objetivo complementar. Realizou-se ainda uma análise por Género, Faixa Etária e Tempo de Casa, de forma a averiguar se existiam discrepâncias significantes entre as diferentes categorias destas três variáveis.

7.7.1. Objetivo Complementar #1

Relativamente ao objetivo complementar 1, alternativa 1, que tem por objetivo analisar o conhecimento do público-alvo no conceito de gestão ambiental, definiu-se uma regra de decisão de 50,5%. Na tabela 11, conseguimos analisar o valor deste indicador na nossa amostra, este valor foi obtido através da soma dos indivíduos que responderam “Sim” à pergunta “Antes de ler a breve descrição acima, já tinha conhecimento do conceito de gestão ambiental?” e da divisão pelo número total de indivíduos entrevistados. Como conseguimos analisar, o valor na tabela 11 é de 78%, que é superior a 50,5% pelo que conseguimos assim concluir que o objetivo complementar 1, alternativa 1, foi **validado**. Quanto à análise pelas três variáveis, não se conseguem analisar variâncias consideradas relevantes, o género feminino apresenta mais conhecimento no conceito de gestão ambiental que o género masculino, mas apenas por 4 pontos percentuais, quanto à faixa etária, os valores percentuais também estão igualmente distribuídos com exceção da categoria 18 a 24 anos (6 indivíduos) e 70 anos ou mais (1 indivíduo). Relativamente ao tempo de casa, conseguimos verificar que as categorias também se encontram sensivelmente com os mesmos valores percentuais com exceção dos indivíduos da categoria dos 5 a 9 anos e 25 e 29 anos. Também podemos verificar que as percentagens

mais elevadas estão concentradas nas duas categorias mais elevadas, isto é, nos indivíduos que estão na entidade há 30 anos ou mais.

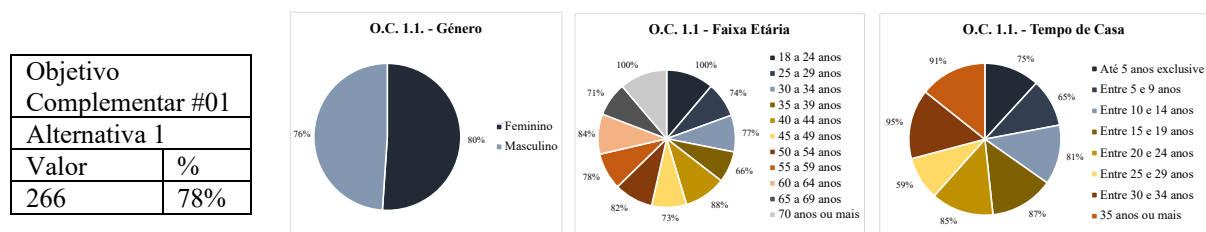


Tabela 11 (à esquerda) - Análise Geral do Objetivo Complementar 1, alternativa 1

Gráfico 36, 37 e 38 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 1, alternativa 1, por Gênero, Faixa Etária e Tempo de Casa (respectivamente)

Quanto ao objetivo complementar 1, alternativa 2, este tem como objetivo analisar a percentagem da amostra que conhece a atividade da área de gestão ambiental na entidade, como regra de decisão definiu-se o valor de 31%. Como conseguimos analisar na Tabela 12, o valor do indicador na nossa amostra é de 37% pelo que também **validamos** a alternativa 2 do objetivo complementar 1. Este valor foi obtido através da soma do número de indivíduos que responderam corretamente a 4 ou mais das 9 medidas que foram apresentadas. Como já foi explicado anteriormente, estas medidas já tinham sido todas parcialmente ou totalmente implementadas na organização. Definiu-se o valor de 4 ou mais medidas pois, segundo um estudo realizado em 2014 pela Software Advice nos EUA, 44% dos empregados não conhecem as políticas da empresa onde trabalham, assumindo assim que para representar conhecimento nas medidas da entidade, este valor tinha de ser a 44%, o que representa 4 das 9 medidas apresentadas. Relativamente à análise por variável, mais uma vez não conseguimos fazer uma clara diferenciação entre categorias pois os valores encontram-se distribuídos em partes (quase) iguais.

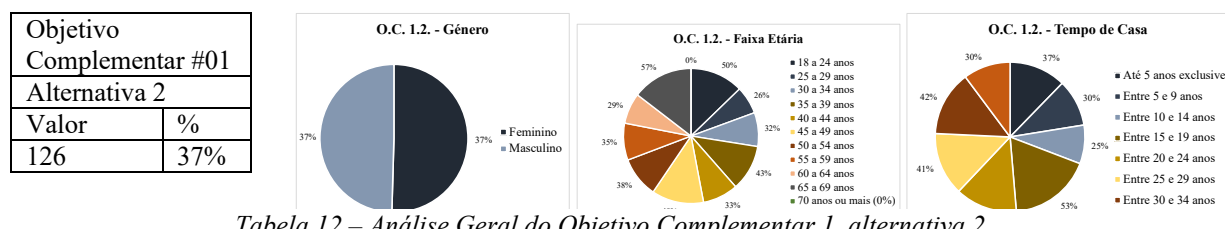


Tabela 12 – Análise Geral do Objetivo Complementar 1, alternativa 2

Gráfico 39, 40 e 41 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 1, alternativa 2, por Gênero, Faixa Etária e Tempo de Casa (respectivamente)

7.7.2. Objetivo Complementar #2

No que toca ao objetivo complementar 2, alternativa 1, este tinha como objetivo analisar os indivíduos que têm conhecimento nos canais de comunicação interna utilizados na entidade, estabeleceu-se um critério de decisão de 95%. Esta alternativa **não ficou validada** pois o valor do nosso indicador é de 90%. Neste caso, penso que este resultado possa ser consequência de uma má interpretação da pergunta “Selecione os canais de divulgação através dos quais recebe informações internas na entidade”, onde os colaboradores não consideraram as informações que recebem por exemplo via comunicação direta como informações internas da entidade. Este resultado pode também refletir falta de reconhecimento dos canais como partilha de informação da entidade, mas sim apenas como ferramentas de trabalho, bases de informação. Quanto à análise por categoria, o género masculino tem um maior conhecimento nos canais de divulgação de informação interna, relativamente à faixa etária, a categoria 50 a 54 anos é a que se destaca

negativamente das outras mostrando que é onde reside o maior número de indivíduos que não conhecem estes canais, relativamente ao tempo de casa este apresenta uma distribuição mais uniforme, mostrando que os indivíduos que não conhecem estes canais se distribuem por todas as categorias exceto 35 anos ou mais.

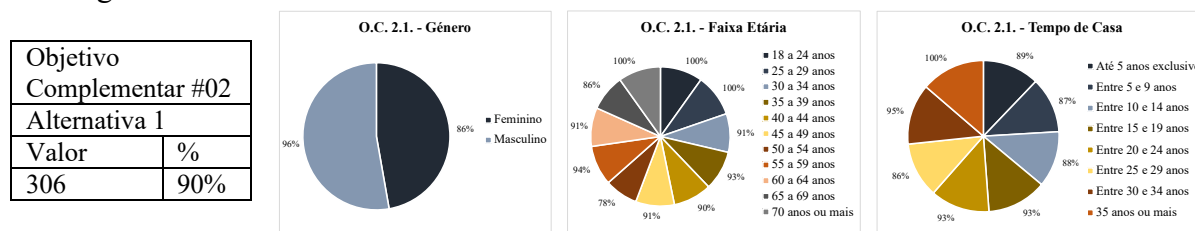


Tabela 13 – Análise Geral do Objetivo Complementar 2, alternativa 1

Gráfico 42, 43 e 44 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 2, alternativa 1, por Género, Faixa Etária e Tempo de Casa (respetivamente)

Relativamente à alternativa 2 do objetivo complementar 2, esta tem como objetivo identificar o interesse e intenção dos indivíduos na adoção de novas formas de divulgação de informação. A regra de decisão estipulada para esta alternativa é de 44% e como conseguimos analisar, o valor do nosso indicado neste estudo é de 93% pelo que esta alternativa foi **validada**. Conseguimos assim concluir que os colaboradores têm interesse em novas formas de divulgação de informação. Quanto à análise por categoria, não se consegue retirar nenhum grupo que se destaque positivamente ou negativamente, a amostra mostra-se igualmente distribuída pelas categorias.

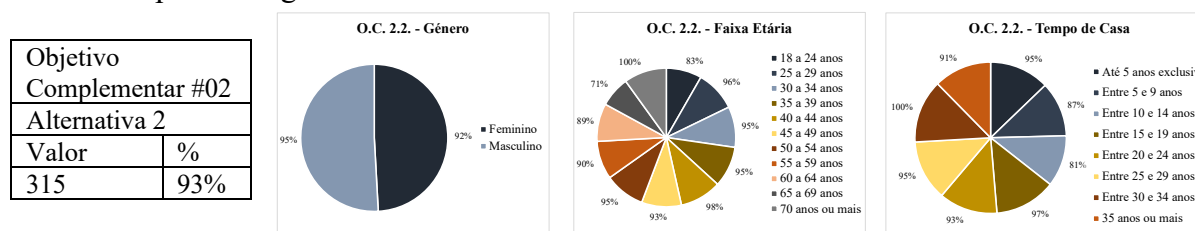


Tabela 14 – Análise Geral do Objetivo Complementar 2, alternativa 2

Gráfico 45, 46 e 47 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 2, alternativa 2, por Género, Faixa Etária e Tempo de Casa (respetivamente)

7.7.3. Objetivo Complementar #3

O objetivo complementar 3 depara-se com o tema dos comportamentos pró-ambientais. Na primeira alternativa pretende-se analisar se os indivíduos têm comportamentos pró-ambientais no trabalho. A regra de decisão definida para este indicador foi de 74%. Como conseguimos analisar, o valor do estudo foi de 92% pelo que conseguimos confirmar que esta alternativa foi **validada**. Esta análise foi feita através da soma dos indivíduos que responderam “Sim” à questão “Considera que tem um comportamento pró-ambiental enquanto está na entidade?”, a dividir pelo total de indivíduos da amostra. Relativamente à análise por categoria mais uma vez não conseguimos verificar discrepâncias entre categorias, sendo os valores percentuais bastante similares entre todas.

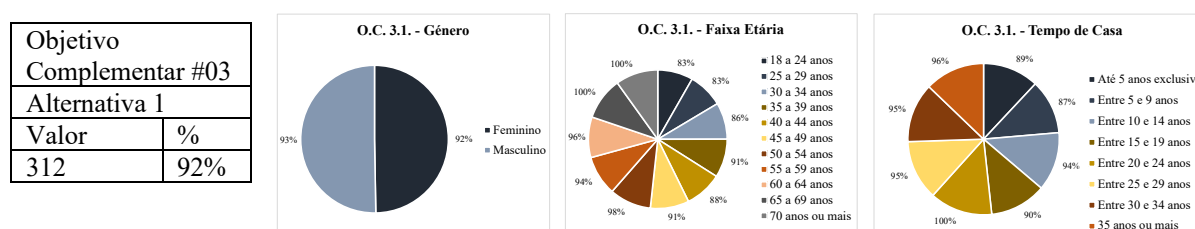


Tabela 15 – Análise Geral do Objetivo Complementar 3, alternativa 1

Gráfico 48, 49 e 50 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 3, alternativa 1, por Gênero, Faixa Etária e Tempo de Casa (respectivamente)

Quanto à 2ª alternativa do objetivo complementar 3, esta pretende analisar os indivíduos que não têm comportamentos pró-ambientais, mas que têm interesse nos mesmos. A regra de decisão definida para esta alternativa foi de 61%. De forma a analisar este objetivo contabilizaram-se das pessoas que responderam que não tinha um comportamento pró-ambiental na entidade, aquelas que não selecionaram a razão “porque estes comportamentos não trazem benefícios”. Todas as outras opções são entraves a comportamentos pró-ambientais financeiros, logísticos, profissionais e até sociais, todos estes entraves são facilmente ultrapassados com informação e educação ambiental exceto a opção previamente referida, esta representa os indivíduos que não concordam com estes comportamentos pelo que não têm intenção de os adotar. Posto isto, o nosso valor foi de 100%, isto é, nenhum colaborador selecionou a opção referida pelo que todos têm intenção de adotar um comportamento pró-ambiental. Conseguimos assim analisar que esta opção foi **validada**.

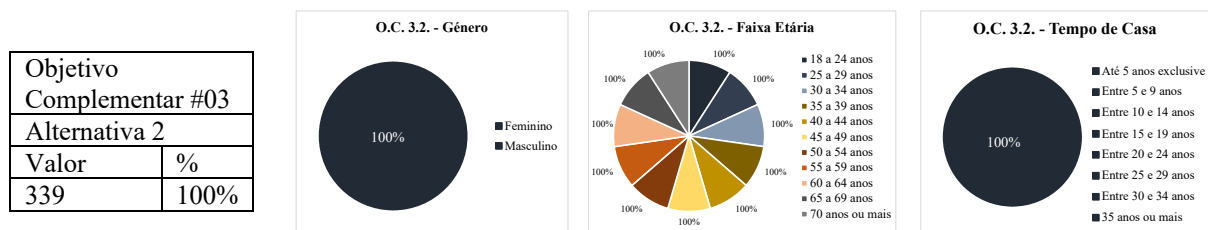


Tabela 16 – Análise Geral do Objetivo Complementar 3, alternativa 2

Gráfico 51, 52 e 53 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 3, alternativa 2, por Gênero, Faixa Etária e Tempo de Casa (respectivamente)

7.7.4. Objetivo Complementar #4

O 4º e último objetivo complementar pretende analisar o conhecimento e interesse dos colaboradores na implementação de medidas de gestão ambiental, dando a conhecer à entidade o interesse nos mesmos.

A primeira alternativa pretende então analisar a percentagem de colaboradores com interesse em implementar 1 ou mais medidas de gestão ambiental. A regra de decisão desta alternativa é de 67%. Esta alternativa foi analisada através da soma dos indivíduos que responderam “Deveria ser implementado” 1 ou mais vezes à pergunta “Classifique as seguintes medidas quanto à sua implementação na entidade, “deveria ser implementada” ou “não deveria ser implementada”. Conseguimos analisar através da tabela 17 que todos os colaboradores têm interesse que 1 ou mais medidas de gestão ambiental sejam implementadas na entidade. Pelo que conseguimos concluir que este objetivo foi **validado**.

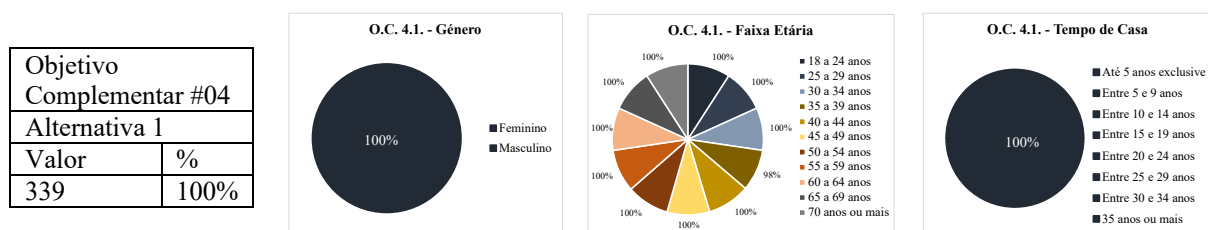


Tabela 17 – Análise Geral do Objetivo Complementar 4, alternativa 1

Gráfico 54, 55 e 56 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 4, alternativa 1, por Gênero, Faixa Etária e Tempo de Casa (respectivamente)

Por fim, a 2ª alternativa do último objetivo complementar pretende descobrir se algum colaborador sugere que nenhuma medida de gestão ambiental seja implementada. Através da última alternativa analisada sabemos que isto não acontece e tal como conseguimos analisar na tabela 18, este valor é de 0%. Para este objetivo a regra de decisão definida é de 33%, pelo que conseguimos concluir que o mesmo **não foi validado**.

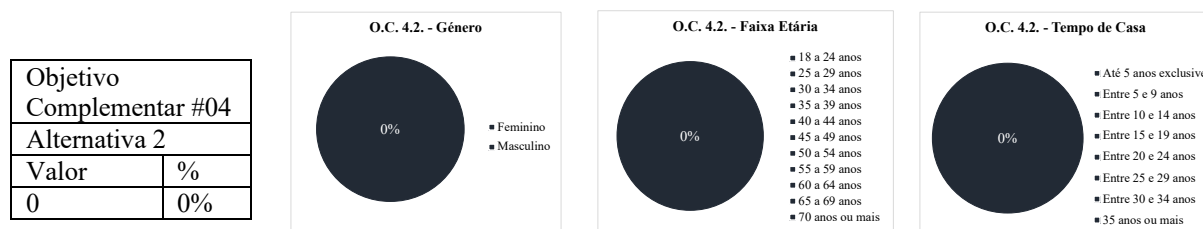


Tabela 18 – Análise Geral do Objetivo Complementar 4, alternativa 2

Gráfico 57, 58 e 59 (da esquerda para a direita) - Análise do Objetivo Complementar 4, alternativa 2, por Género, Faixa Etária e Tempo de Casa (respetivamente)

7.7.5. Objetivo Principal

Perante os resultados previamente apresentados e com o auxílio da Tabela 19, mais concretamente da última coluna da tabela, conseguimos responder ao nosso problema de pesquisa inicial “Determinar qual a melhor forma de comunicar informação ambiental de modo a obter uma melhoria no desempenho ambiental da entidade através da colaboração dos seus funcionários.”. Como conseguimos então analisar na tabela, tanto o Objetivo Geral I como o II foram validados isto significa que, ambas as alternativas foram validadas:

- Alternativa I: Divulgação dos planos de ação, conquistas, projetos e programas ambientais da gestão ambiental da organização
- Alternativa II: Programa de informação e sensibilização ambiental dos colaboradores da organização

Desta forma, a melhor forma de comunicar informação ambiental de forma a obter uma melhoria no desempenho ambiental da entidade através da colaboração dos seus funcionários será através da implementação de ambos os planos de comunicação, estes envolvem tanto um carácter de sensibilização e educação ambiental como de acompanhamento das melhorias implementadas na entidade e integração dos funcionários em programas e projetos ambientais. Podemos também fortalecer esta conclusão através da análise realizada no ponto 7.6.2.5. onde, 83,5% concordam com a implementação do plano I (alternativa I), 90,6% concordam com a implementação do plano II (alternativa II) e 81,1% consideram que os planos devem ser implementados em paralelo, onde 67,4% dizem que toda a informação é importante de ser partilhada e 31,8% pois estes apresentam informação diferente.

Objetivos complementares		Resultados	Objetivo Geral
Objetivo complementar 1	Alternativa 1	Validado	Validação do I
	Alternativa 2	Validado	
Objetivo complementar 2	Alternativa 1	Não validado	Validação do I
	Alternativa 2	Validado	
Objetivo complementar 3	Alternativa 1	Validado	Validação do I
	Alternativa 2	Validado	Validação do II
Objetivo complementar 4	Alternativa 1	Validado	Validação do I
	Alternativa 2	Não validado	

Tabela 19 – Validação do Objetivo Geral

8. SÍNTESE DE RESULTADOS

8.1. GESTÃO AMBIENTAL

- 78,5% dizem conhecer o conceito de gestão ambiental
- 93,5% consideram que a gestão ambiental é uma área importante numa organização
- As principais razões para considerarem a gestão ambiental é uma área importante numa organização são, “permite reduzir a pegada ecológica” da organização, “permite reduzir os consumos de água, energia e papel” e “fomenta a sensibilização ambiental dos funcionários” e “permite diminuir as despesas/custos fixos”
- Das nove medidas de gestão ambiental total ou parcialmente implementadas:
 - % de “Não foi implementada” + “Não tenho conhecimento” superior a 80%
 - Utilização de produtos de limpeza com certificação ecológica
 - Instalação de um sistema de rega eficiente
 - Aquisição de equipamentos eletrónicos com eficiência energética A ou superior
 - % de “Não foi implementada” + “Não tenho conhecimento” superior a 50% e inferior a 80%
 - Utilização de critérios ambientais na contratação pública
 - Realização de atividades de sensibilização ambiental internas
 - Criação de uma página dedicada à gestão ambiental na intranet
 - Utilização de lâmpadas de baixo consumo/com sensores de movimento
 - Criação de uma equipa ambiente com representantes de todos os Serviços
 - % de “Foi implementada” superior a 50%
 - Distribuição de máscaras reutilizáveis aos colaboradores
- Concluiu-se que 37% dos funcionários têm um bom conhecimento da atividade de gestão ambiental praticada na entidade
- 59,9% dos funcionários dizem que a entidade tem alguém dedicado à gestão ambiental da organização, mas apenas 40,7% respondem dizendo que é “uma equipa”
- Medidas de gestão ambiental com grau de aceitação superior a 90%
 - Redução da utilização de plástico não duradouro
 - Aproveitamento das águas pluviais para a rega, descargas dos autoclismos e limpeza de viaturas oficiais
 - Intensificação dos pontos de reciclagem
 - Renovação e intensificação da sinalética para a poupança de água, energia e papel
- Medidas de gestão ambiental com grau de aceitação superior a 80% e inferior a 90%
 - Implementação de um software de gestão documental
 - Intensificação de um sistema de dispensadores de água da rede com distribuição de garrafas/copo/caneca aos trabalhadores
 - Substituição dos caixotes do lixo indiferenciado individuais de todos os postos de trabalho por ecopontos partilhados
 - Produção de energia através de painéis fotovoltaicos para autoconsumo
- Medidas de gestão ambiental com grau de aceitação superior a 70% e inferior a 80%
 - Atualização dos equipamentos sanitários (torneiras, secadores, dispensadores, autoclismos, urinóis) para equipamentos com uma melhor performance ambiental;
- Medidas de gestão ambiental com grau de aceitação superior a 50% e inferior a 55%
 - Criação de uma plataforma de boleias/partilha de transporte
 - Implementação de limites de impressão aos Serviços

8.2. COMPORTAMENTO PRÓ-AMBIENTAL

- 70,8% dizem conhecer o conceito de comportamentos pró-ambientais
- 93,5% consideram que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma organização ter um bom desempenho ambiental
- As principais razões para considerarem um comportamento pró-ambiental essencial para uma organização ter um bom desempenho ambiental são, “ajudar a reduzir a produção de resíduos e os consumos de água, energia e papel”, “permitir diminuir a pegada ecológica” e “permitir reduzir os gastos/custos fixos”
- 92% dos funcionários têm comportamentos pró-ambientais na entidade
- Dos 8% que não têm comportamentos pró-ambientais, 62,1% afirmam que a culpa é da entidade que não fomenta esse tipo de comportamentos
- 97,9% dos funcionários afirmam ter comportamentos pró-ambientais em casa
- Dos 2,1% que não os têm:
 - 38,5% afirmam que a culpa é falta de tempo para alterar a rotina
 - 30,8% porque não têm disponibilidade financeira para essas alterações
 - 15,4% porque a família/amigos com quem residem não os têm
 - 7,7% porque o meio social envolvente não os tem
- 74% dos indivíduos afirmam ter os mesmos comportamentos pró-ambientais no local de trabalho e em casa
- 22,4% afirmam ter mais comportamentos pró-ambientais em casa
- 2,9% afirmam ter mais comportamentos pró-ambientais no local de trabalho
-

8.3. COMUNICAÇÃO INTERNA

- O canal de comunicação interna mais utilizado é o e-mail, seguido da intranet, depois a comunicação direta e por fim, a newsletter
- Mais de 60% dos funcionários utilizam a intranet e o e-mail diariamente
- Apenas 49,9% utilizam a newsletter diariamente
- A informação relativa à gestão ambiental é recebida principalmente por e-mail (31,1%) e intranet (24,7%)
- 43,1% dos funcionários sabem onde encontrar informação relativa à gestão ambiental
- 65,8% dos funcionários não sabem o e-mail que deve ser utilizado para reclamações e sugestões relativas à gestão ambiental
- 32,4% dos funcionários dizem que colocar informação nos destaques da intranet é importante para a divulgação de informação de gestão ambiental
- 24,4% dos funcionários consideram deveria existir uma newsletter dedicada à gestão ambiental
- 22,4% dos funcionários consideram que se deveria implementar ecrãs digitais nas zonas de paragem das instalações da entidade, a passar informação ambiental
- 16,9% dos funcionários dizem que se devem enviar mais e-mails de carácter ambiental
- 36,8% preferem visualizar informação ambiental através de imagens/cartoons
- 32,1% preferem visualizar informação ambiental através de vídeo
- 31,1% preferem visualizar informação ambiental através de um comunicado escrito
- 43,9% dos funcionários considera a intensificação na partilha de informações pelos canais digitais, a melhor forma para aumentar a consciência ambiental da Organização
- 27,7% consideram que ações solidárias ambientais são a melhor forma de aumentar a consciência ambiental

- 26% consideram os workshops, a melhor forma de aumentar a consciência ambiental

8.4. PLANOS DE COMUNICAÇÃO INTERNA FUTUROS

- 83,5% concordam com a implementação do plano I, que passa por divulgar os planos de ação (objetivos, metas concretizadas, planos anuais e a longo prazo, ideais, entre outros) e atividades ambientais (a ser realizadas pela Organização que incluam a participação dos funcionários) e os resultados atingidos
- 90,6% concordam com a implementação do plano II, que aposta na sensibilização ambiental através de variadas formas (estas seriam decididas de acordo com as respostas deste questionário, nomeadamente o formato, o tipo de ações e os tipos de canais de divulgação eleitos pelos respondentes)
- 81,1% consideram que os planos devem ser implementados em paralelo pois, toda a informação é importante de ser partilhada (67,4%) e porque apresentam informação diferente (31,8%)

9. RECOMENDAÇÕES

Face aos resultados e conclusões retirados, torna-se agora necessário fazer uma análise prática dos mesmos, expondo quais os tipos de abordagens que segundo o conhecimento do investigador, a entidade deve adotar para conseguir alcançar os seus objetivos.

- No que toca ao conhecimento ambiental dos colaboradores, foi possível analisar que os mesmos apresentam algum conhecimento pelo que, do ponto de vista do investigador, seria mais proveitoso uma abordagem de temas mais complexos da gestão ambiental, por mais complexos não se tem de subentender que são mais técnicos ou mais difíceis de compreender, por exemplo, os colaboradores sabem o que é a reciclagem e praticam-na, tanto no local de trabalho como em casa, mas será que sabem realizar esta prática 100% da forma correta? Muitas informações relacionadas com a reciclagem não são partilhadas pois são menos relevantes, mas quando estamos perante indivíduos que já conhecem o básico, torna-se necessário introduzir estes subtemas que elevam a prática de boa para perfeita;
- Os funcionários atribuem importância às temáticas ambientais, tanto a nível da importância da gestão ambiental como de comportamentos pró-ambientais numa organização, para esta alcançar um bom desempenho ambiental. A importância atribuída pelos funcionários era considerada um dos obstáculos à implementação de ações e medidas ambientais, podemos concluir que este obstáculo não passava de uma especulação e caso haja interesse da entidade em implementar alterações ambientais, os colaboradores não serão adversos à mudança. Das 11 medidas apresentadas, 9 apresentam um grau de aceitação superior a 70%. O investigador aconselha assim a entidade a analisar, das medidas apresentadas aquelas com um maior grau de aceitação, pois estas são aquelas que terão uma adoção mais fácil na entidade;
- Os funcionários já praticam comportamentos pró-ambientais, alguns mais, outros menos, alguns já fazem desses comportamentos um hábito, outros não. Aqueles que não praticam estes comportamentos afirmam falta de tempo ou condições financeiras. Torna-se aqui necessário expor ao funcionário que muitas vezes, alguns comportamentos acabam por ser mais práticos, mais rápidos e menos dispendiosos. O investigador aconselha a entidade a encontrar os seus “colaboradores ambientais exemplares” para estes partilharem com os colegas, informações úteis que ajudem a desmistificar este mundo da sustentabilidade e do “pró-ambiental”. Este tipo de ação, não só ajuda a criar uma rede de informação que permite sempre a inclusão de mais colegas que tenham iniciado a sua jornada nestes tipos de comportamentos e que queiram partilhar a sua experiência para ajudar outros, como também dinamizar a relação entre colegas e da equipa ambiente com os funcionários, facilitando posteriormente o trabalho da equipa;
- Os funcionários não têm conhecimento das ações ambientais realizadas na organização, quando questionados sobre a implementação de certas medidas, a maioria das respostas foram “não tenho conhecimento” ou “não foi implementada”. Apenas 37% dos funcionários têm bom conhecimento da atividade ambiental desempenhada na entidade, apenas 40,7% dos mesmos sabem que a entidade tem uma equipa ambiente, apenas 43,1% sabem onde encontrar informação relativa à gestão ambiental nos canais utilizados e 65,8% dos colaboradores não sabem qual o e-mail para onde devem remeter sugestões e reclamações ambientais. Entramos assim no tema da comunicação interna e a necessidade da mesma. Torna-se claro, que há pouco conhecimento no que tem sido realizado, o investigador aconselha a realização de um comunicado, que pode ser enviado por e-mail, colocado na página da gestão ambiental na intranet e partilhado nos destaques da intranet. Este comunicado tem como objetivo informar os funcionários sobre, onde se localiza a informação de gestão ambiental, qual o e-mail para onde podem fazer as sugestões e reclamações ambientais, uma apresentação da equipa ambiente, os maiores marcos da

gestão ambiental na entidade e os próximos passos. Desta forma, deixamos os funcionários atualizados sobre a gestão ambiental da organização. De forma a deixar o comunicado apelativo e sucinto, pode remeter-se os funcionários para a página de gestão ambiental, onde encontrarão sempre a informação mais complexa, caso tenham interesse. Assim ficam também a saber onde encontrar esta página;

- A intranet e o e-mail são os canais mais utilizados e são utilizados no dia-a-dia. O investigador acredita que estes dois canais devem ser utilizados simultaneamente, o e-mail para comunicados breves e de carácter novo e a intranet onde se pode encontrar toda a informação sobre a gestão ambiental, desde informações antigas como novas.
- Quando questionados sobre a forma de divulgação de informação, os funcionários consideram a partilha de informações nos destaques na intranet, a criação de uma newsletter dedicada à gestão ambiental e a implementação de ecrãs digitais nas zonas de paragem das instalações da entidade a passar informação ambiental são as melhores formas de divulgação de informação. Por último foi sugerido o envio de mais e-mails. O investigador considera que os destaques da intranet são essenciais para a partilha de informações novas, tal como o e-mail. Redireccionando sempre o funcionário para a subpágina da gestão ambiental onde a informação está mais completa;
- Quanto ao formato de visualização de informação, os funcionários têm preferência por imagens/cartoons, seguido do vídeo e por fim, o comunicado escrito;
- Segundo os funcionários, a melhor forma de aumentar a consciência ambiental da entidade é através de intensificação na partilha de informação pelos canais digitais, que demonstra a importância da comunicação interna ambiental, de seguida, através de ações solidárias ambientais, o que nos remete para a disponibilidade de participação em atividades de carácter social e por fim, através de workshops que mostra o interesse dos funcionários em adquirir informação de forma mais prática. O investigador considera que gestão ambiental, através da equipa ambiente deve fortalecer a partilha de informação, mas também as ações de sensibilização, através de parcerias com instituições ambientais uma vez que muitas atividades sociais poderão ser desenvolvidas para prol do ambiente e também da imagem da entidade. O investigador acrescenta ainda a facilidade em realizar workshops para os funcionários nas instalações da organização, podendo recorrer a empresas especializadas na área ambiental. Os mais diversos temas podem ser abrangidos, desde a diminuição do desperdício na alimentação, diminuição do plástico no dia-a-dia, criação de produtos de higiene ou cosmética naturais, tudo workshops já realizados em Portugal;
- Os funcionários concordam com a implementação de ambos os planos de comunicação ambiental justificando que estes têm informação e propósitos diferentes e o estudo comprova estatisticamente esta informação;

Destes pontos acima expostos conseguimos concluir que, os funcionários têm interesse em saber mais e consideram a partilha de informação relevante, estão recetivos a novas medidas de gestão ambiental e na participação em atividades ambientais, têm pouco conhecimento do que está a ser feito ambientalmente na organização, mas têm interesse em conhecer. O investigador aconselha a entidade a delinear planos de comunicação comuns a todos, não é necessária a adaptação da comunicação aos diferentes grupos pois não se concluiu existir diferenciação de resultados entre as variáveis, faixa etária, género e tempo de casa. Estes planos devem tirar proveito da informação partilhada neste estudo para conseguirem alcançar a melhor resposta por parte dos funcionários.

10. LIMITAÇÕES

No decorrer da realização deste estudo de mercado deparamo-nos com algumas limitações ou obstáculos que nos forçaram a fazer algum tipo de adaptações no estudo.

Primeiro, a identificação de estudos realizados inicialmente em Portugal e depois na Europa e de preferência em organizações públicas governamentais foi de elevada dificuldade, a maioria dos estudos são realizados noutros continentes e muitos estão inseridos no setor privado e nos setores primário ou secundário pois são os setores com maior impacto ambiental (exemplo, a extração e/ou produção de matérias-primas e a transformação de matérias-primas em bens) e também que se confrontam em primeira mão com as consequências das alterações climáticas (exemplo: o impacto das alterações das estações na agricultura). No setor terciário encontrei maioritariamente estudos relacionados com o setor hoteleiro devido aos elevados consumos de recursos que este setor necessita;

Segundo, a identificação de estudos com dados estatísticos pouco trabalhados, a maioria dos estudos fazia um tratamento de dados recorrendo a modelos e análises, como por exemplo análise fatorial e de clusters, dificultando a busca de dados estatísticos a serem utilizados como valores de referência para o estudo, mais concretamente, para a validação dos objetivos do estudo. Este obstáculo agravou-se ainda quando os dados estatísticos obtidos, embora o tema fosse equiparável, a empresa ou setor onde o estudo tinha sido realizado, não partilhava qualquer tipo de similaridades com o estudo em questão.

Terceiro, os temas relacionados com intenções e comportamentos ambientais de indivíduos ainda está muito por explorar, existindo informação limitada e com um acesso restrito à mesma. Todos os temas relacionados com conhecimento ambiental dos indivíduos, práticas de comportamentos pró-ambientais, intenção de adoção de comportamentos pró-ambientais e de aceitação de medidas de gestão ambiental no local de trabalho foram os que apresentaram uma necessidade de pesquisa mais longo derivado da falta de informação, principalmente portuguesa, raros foram os momentos onde foi possível utilizar dados de Portugal no estudo em questão.

Quarto, um dos grandes problemas encontrados foi a identificação de funcionários para realização das entrevistas do estudo exploratório, a palavra “entrevista” apresentou gerar desconforto na entidade pelo que teve de se adaptar a semântica utilizada para cativar os funcionários. Houve também muitos constrangimentos, nomeadamente devido à pandemia COVID-19, muitos colaboradores encontravam-se em teletrabalho, indo semana sim, semana não à entidade, tal como o entrevistador. Desta forma, apenas puderam ser realizadas entrevistas presenciais com funcionários que estavam presentes na entidade na mesma semana que o entrevistador. Os colaboradores apresentaram ainda falta de tempo, ausência do trabalho para períodos de férias longos e constrangimentos em realizar entrevistas via videochamada pelo que o grupo de funcionários a entrevistar esteve em contante mudança até se conseguir realizar todas as entrevistas.

Por fim, a maior dificuldade encontrada foi a de cativar os respondentes a realizarem o questionário da pesquisa conclusiva, foi referida a importância de todas as opiniões para o estudo, mas sem incentivos materiais de agradecimento pela participação, tornou-se difícil a captação do interesse dos colaboradores.

Independentemente de todas estas limitações, houve uma boa capacidade de adaptação de todos os envolvidos e o estudo embora sofrendo algumas alterações, foi realizado com sucesso.

11. BIBLIOGRAFIA

ALCALA, Lori - **4 Trends in Workplace Communication** [Em linha] : **infographic**. San Francisco : CMSWire, 2015. [Consult. 12 out. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.cmswire.com/cms/social-business/4-trends-in-workplace-communication-infographic-027762.php>>.

BAMBERG, Sebastian ; MÖSER, Guido - Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera : a new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. **Journal of Environmental Psychology** [Em linha]. Vol. 27 (Mar. 2007), p. 14-25. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002>. ISSN 0272-4944.

BARBIERI, José Carlos - **Gestão ambiental empresarial**. São Paulo: Editora Saraiva, 2016. 328 p. ISBN 9788547208219.

BARR, Stewart - Strategies for sustainability : citizens and responsible environmental behaviour. **Area** [Em linha]. Vol. 35, no. 3 (Sept. 2003), p. 227-40. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.jstor.org/stable/20004317>>.

BERRY, Michael A. ; RONDINELLI, Dennis A. - Proactive corporate environmental management : a new industrial revolution. **The Academy of Management Executive (1993-2005)** [Em linha]. Vol. 12, n.º 2 (May 1998), p. 38-50. [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.jstor.org/stable/4165456>>.

COELHO, Filipe [et al.] - Affect and the adoption of pro-environmental behaviour : a structural model. **Journal of Environmental Psychology** [Em linha]. Vol. 54 (Dec. 2017), p. 127-138. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.10.008>>. ISSN 0272-4944.

ETKIN, David ; HO, Elise - Climate change : perceptions and discourses of risk. **Journal of Risk Research** [Em linha]. Vol. 19 (July 2007), p. 623-641. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1080/13669870701281462>>.

GREAVES, Martin ; ZIBARRAS, Lara D. ; STRIDE, Chris B. - Using the theory of planned behavior to explore environmental behavioral intentions in the workplace. **Journal of Environmental Psychology** [Em linha]. Vol 34 [Feb. 2013), pp. 109-120. [Consult. 14 out. 2021]. Disponível em WWW:<URL: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/2211/1/>>. ISSN 0272-4944.

GROB, Alexander - A structural model of environmental attitudes and behaviour. **Journal of Environmental Psychology**. [Em linha]. Vol. 15 (Sept. 1995), P. 209-220. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:[https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90004-7)>. ISSN 0272-4944.

HARTER, Jim - **Historic Drop in Employee Engagement Follows Record Rise** [Em linha]. Washington, D.C. : Gallup, 2020. [Consult. 12 out. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.gallup.com/workplace/313313/historic-drop-employee-engagement-follows-record-rise.aspx>>.

IIZUKA, Michiko – **Role of environmental awareness in achieving sustainable development**. Santiago : Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), 2000. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:https://www.researchgate.net/publication/297733662_Role_of_Environmental_Awareness_in_Achieving_Sustainable_Development>.

INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE – **Climate Change 2021** [Em linha] : **the physical science basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change.** Cambridge : Cambridge University Press, 2021. [Consult. 20 set. 2021]. Disponível em WWW:<URL: https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/downloads/report/IPCC_AR6_WGI_Full_Report.pdf>.

JOUONTSO, Willy Francis Chedjou - **Environmental awareness in the workplace** [Em linha] : **a study of employees' environmental knowledge, perception and behaviour from an individual and organisational perspective.** [Consult. 13 ago. 2021]. [Tese de doutoramento]. Disponível em WWW:<URL: https://rke.abertay.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15408373/ChedjouJouontso_2013_Environmental_awareness_in_the_workplace_PhD.pdf>.

KILBOURNE, William ; PICKETT, Gregory. How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. **Journal of Business Research** [Em linha]. Vol. 61 (Sept. 2008), p. 885–893. [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.09.016>>. ISSN 0148-2963.

KIM, Sun-Hwa ; CHOI, Youngsoo - Hotel Employees' Perception of Green Practices. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration** [Em linha]. Vol. 14 (May 2013), p. 157-178. [Consult. maio. 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1080/15256480.2013.782220>>.

KOLLMUSS, Anja ; AGYEMAN, Julian – Mind the gap : why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?. **Environmental Education Research** [Em linha]. N.º 8 (2002). [Consult. 14 jan. 2021]. Disponível em WWW:<URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13504620220145401>>.

KOTHARI, C. R. - **Research methodology : methods and techniques.** Nova Deli : New Age International, 2004. 401 p. ISBN 978-8122415223.

KUMAR, Ranjit - **Research methodology : a step-by-step guide for beginners.** London ; Thousand Oaks : Sage, 2014. 432 p. ISBN 978-144-6269-97-8.

LIPIÄINEN, Heini Sisk Maarit; KARJALUOTO, Heikki Enso ; NEVALAINEN Marjo - Digital channels in the internal communication of a multinational corporation. **Corporate Communications** [Em linha] : **an international journal.** Vol. 19 (jul. 2014), p. 275-286. [Consult. Apr. 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1108/CCIJ-07-2012-0050>>.

MAITENY, Paul T. - Mind in the gap : summary of research exploring 'inner' influences on pro-sustainability learning and behaviour. **Environmental Education Research.** [Em linha]. Vol. 8 (July 2010), p. 299-306. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1080/13504620220145447>>.

MCCONNAUGHY, Jacqueline Christine - **Development of an employee green behavior descriptive norms** [Em linha]. San Bernardino : California State University, 2014. [Consult. 10 out. 2021]. Tese de Mestrado. Disponível em WWW:<URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/55330258.pdf>>.

MCDANIEL JR, Carl ; GATES, Roger - **Marketing research.** Nova Jersey : Wiley, 2011. 736 p. ISBN 978-111-8074-61-9.

MELNYK, Steven A. ; SROUFE, Robert P. ; CALANTONE, Roger - Assessing the impact of environmental management systems on corporate and environmental performance. **Journal of**

Operations Management [Em linha]. Vol. 21 (May 2003), p. 329-351. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:[https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(02\)00109-2](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(02)00109-2)>.

MEN, Linjuan Rita - Strategic internal communication : transformational leadership, communication channels, and employee satisfaction. **Management Communication Quarterly** [Em linha]. Vol. 28 (Feb. 2014), p. 264-284. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1177/0893318914524536>>.

NUNAN, Daniel ; BIRKS, David F. ; MALHOTRA, Naresh K. - **Marketing research : Applied Insight, 6th Edition**. Yorkshire : Pearson, 2020. 976 p. ISBN 978-1292308722.

OSTERHAUS, Erin - **Employee Awareness of Company Policies. IndustryView** [Em linha] : 2014. Texas : Software Advice, 2014. [Consult. 10 out. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<https://www.softwareadvice.com/hr/industryview/employee-awareness-company-policies-2014/>>.

POLONSKY, Michael Jay [et al.] – The impact of general and carbon-related environmental knowledge on attitudes and behaviour of US consumers. **Journal of Marketing Management** [Em linha]. Vol. 28 (Mar. 2012), p. 238-263, [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.659279>>.

ROGALA, Anna - The influence of internal communication on different aspects of company functioning. In **10th International Marketing Trends Conference** [Em linha]. Paris : ESCP-AEP European School of Management, 2011. [Consult. jan. 2021]. Disponível em WWW:<URL:<http://archives.marketing-trends-congress.com/2011/Materiali/Paper/Communication/Rogala.pdf>>.

RUEPERT, Angela ; STEG, Linda - Environmental considerations as a basis for employee pro-environmental behaviour. In **Research handbook on employee pro-environmental behaviour**. Cheltenham: Edward Elgar, 2018. ISBN 978-178-6432-82-7. P. 106-127.

SMITH, Lyn ; MOUNTER, Pamela - **Effective internal communication**. London : Kogan Page, 2008. 288 p. ISBN 978-0749452650.

SROUFFE, Robert - Effects on environmental management systems on environmental management practices and operations. **Production and Operations Management** [Em linha], Vol. 12 (Sept. 2003), p. 416 – 431. [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2003.tb00212.x>>.

STEIN, Andi - Employee communications and community : an exploratory study. **Journal of Public Relations Research** [Em linha]. Vol. 18 (2006), p. 249-264. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1803_3>.

STOREY, John [et al.] - Employee engagement. In **The Routledge companion to strategic human resource management**. London : Routledge, 2008, p. 299-316. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.4324/9780203889015>>. ISBN 978-020-3889-01-5.

STRAUGHAN, Robert D. ; ROBERTS, James A. - Environmental segmentation alternatives : a look at green consumer behavior in the new Millennium. **Journal of Consumer Marketing** [Em linha]. Vol. 16 (Dec. 1999), p. 558-575. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1108/07363769910297506>>. ISSN 0736-3761.

TIEN, Ming Lee [et al.] - Predictors of public climate change awareness and risk perception around the world. **Nature Climate Change** [Em linha]. Vol. 5 (July. 2015), p. 1014–1020. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1038/nclimate2728>>. ISSN 1758-678X.

UNIÃO EUROPEIA. Comissão Europeia - **Attitudes of Europeans towards the environment [Em linha] : eurobarometer survey**. Brussels : Eurobarometer, 2020.

[Consult. 13 out. 2021]. Disponível em WWW:<URL:

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>>.

VICENTE-MOLINA, María Azucena ; FERNÁNDEZ-SÁINZ, Ana ; IZAGIRRE-OLAIZOLA, Julen - Environmental knowledge and other variables affecting pro-environmental behaviour : comparison of university students from emerging and advanced countries. **Journal of Cleaner Production** [Em linha]. Vol. 61 (Dec. 2013), p. 130-138. [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.05.015>>. ISSN 0959-6526.

WELCH, Mary - Appropriateness and acceptability : employee perspectives of internal communication. **Public Relations Review** [Em linha]. Vol. 38 (2012), p. 246-254. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.017>>. ISSN 0363-8111

WELCH, Mary - **Internal Corporate Communication and Employee Engagement** [Em linha]. [S.l. : s.n.], 2010. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:https://www.researchgate.net/publication/257417330_Internal_Corporate_Communication_and_Employee_Engagement>.

WELCH, Mary ; JACKSON, Paul R. - Rethinking internal communication : a stakeholder approach. **Corporate Communications [Em linha] : an international journal**. Vol. 12, no. 2 (maio 2007), p. 177-198. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1108/13563280710744847>>. ISSN 1356-3289.

WELLS, Victoria K. ; PONTING, Crys A. ; PEATTIE, Ken - Behaviour and climate change : consumer perceptions of responsibility. **Journal of Marketing Management** [Em linha]. Vol. 27 (2011), p. 808-833. [Consult. jun. 2020]. Disponível em WWW:[URL:https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500136](https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.500136).

WESSELINK, Renate ; BLOK, Vincent ; RINGERSMA, Jarno - Pro-environmental behaviour in the workplace and the role of managers and organisation. **Journal of Cleaner Production** [Em linha]. Vol. 168 (Dec. 2017), p. 1679-1687. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.214>>.

WHITE, Candace ; VANC, Antoaneta ; STAFFORD, Gena - Internal communication, information satisfaction, and sense of community : the effect of personal influence. **Journal of Public Relations Research** [Em linha], Vol. 22 (2010) p. 65-84. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1080/10627260903170985>>.

WOLF, Johanna ; BROWN, Katrina ; CONWAY, Declan - Ecological citizenship and climate change : perceptions and practice. **Environmental Politics** [Em linha]. Vol: 18 (July 2009), p. 503-521. [Consult. maio 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1080/09644010903007377>>.

YEN, Chang-Hua ; CHEN, Chien-Yu ; TENG, Hsiu-Yu - Perceptions of Environmental Management and Employee Job Attitudes in Hotel Firms. **Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism** [Em linha]. Vol. 12 (Apr. 2013), p. 155-174. [Consult. abr. 2020]. Disponível em WWW:<URL:<https://doi.org/10.1080/15332845.2013.752709>>.

ZILAHY, Gyula - Environmental management systems : history and new tendencies. In **Encyclopedia of sustainable technologies** [Em linha]. Amesterdão : Elsevier, 2017, p. 23-31. [Consult. 30 dez. 2020]. Disponível em WWW:<URL: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-409548-9.10529-9>>.

12. ANEXOS

12.1. ANEXO 1 – GUIA DE TÓPICOS

Introdução

Boa tarde, obrigada pela sua disponibilidade. O meu nome é Margarida Baptista. O presente estudo de mercado está relacionado com a gestão ambiental desta organização.

Duração. A duração prevista para a realização da entrevista é de aproximadamente 40 minutos.

Confidencialidade. A informação a ser recolhida durante esta entrevista será apenas utilizada pelo entrevistador de forma a melhor servir e desenvolver o presente estudo de mercado. Todos os dados obtidos são confidenciais. Ao prosseguir voluntariamente com a presente entrevista, o respondente declara que teve conhecimento e concordou com a presente declaração de consentimento.

Motivação. A sua participação permitirá recolher informação vital ao bom funcionamento da gestão ambiental da Organização de forma a melhor compreender as necessidades dos seus colaboradores. Não existem respostas certas ou erradas, por isso responda às questões propostas de forma espontânea e sincera.

Qualificação – Respondentes pré-selecionados de acordo com o encaixe nas categorias pré-definidas

Questões iniciais

1. Quais as palavras que associa a alterações climáticas?
2. Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?
3. Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?
4. Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas? Porquê?
5. E os cidadãos? Porquê?
6. Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente? Porquê?
7. Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Temas a desenvolver

Tema A | A gestão ambiental na organização

8. Sabe o que é gestão ambiental?
 - 8.1. Se a resposta for não, definição: Por gestão ambiental entenda-se “as diretrizes e atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atividade e evitar que outros ocorram no futuro”, José Carlos Barbieri em Gestão Ambiental Empresarial.
9. Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?
 - 9.1. Se sim, exemplos.
 - 9.2. Se não, porquê?
10. Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização? Porquê?
11. Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?
12. Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?
 - 12.1. Se sim, qual/quais?

Tema B | Informação e canais de divulgação

13. Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?
14. Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?
15. Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?
16. É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza? Porquê?
17. Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?
 - 17.1. Quais as características que mais o agradam e desagradam nos mesmos?
18. Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?
19. Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?
20. Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?
21. Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades? Porquê?
22. Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna? Porquê?
23. Se respondeu sim à pergunta 22. Que outra forma de divulgação de informação gostaria que a organização utilizasse?

Tema C | Comportamento pró-ambiental

24. Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?
 - 24.1. Se a resposta for não, dar a definição: um comportamento que conscientemente procura minimizar o seu impacto negativo no ambiente
25. Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável? Porquê?
26. Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções? Porquê?
27. E fora da organização? Porquê?

Tema D | Medidas de gestão ambiental

28. Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?
 - 28.1. Se sim, listagem das medidas
 - 28.2. Se não, porquê?

Pré-Estímulo

29. Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Estímulo

Face à legislação, necessidades e exigências crescentes em melhorar a performance ambiental da organização pretende-se desenvolver um plano de comunicação interna que permita a divulgação de informação ambiental com o objetivo de sensibilizar e envolver os colaboradores da organização nesta causa. Como tal, já foram definidas 4 potenciais medidas de gestão ambiental e dois planos de comunicação ambiental interna:

Medida 1 – Intensificação de um sistema de dispensadores de água de rede com a distribuição de garrafas aos colaboradores;

30. O que acha desta medida?

Medida 2 – Intensificação dos pontos de reciclagem;

31. O que acha desta medida?

Medida 3 – Renovação e intensificação dos alertas de poupança de água e energia;

32. O que acha desta medida?

Medida 4 – Atualização dos *WC's* para mecanismos automáticos e de poupança de água e energia;

33. O que acha desta medida?

Plano de comunicação ambiental interna 1 – Divulgação dos planos de ação, conquistas, projetos e programas ambientais da gestão ambiental da organização

34. O que acha deste plano?

Plano de comunicação ambiental interna 2 – Programa de informação e sensibilização ambiental dos colaboradores da organização

35. O que acha deste plano?

36. Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna? Porquê? Obrigada pela sua disponibilidade na participação nesta entrevista. As suas respostas são essenciais para um desempenho correto e produtivo da gestão ambiental da Organização.

12.2. ANEXO 2 – RELATÓRIOS DE ENTREVISTAS INDIVIDUAIS EM PROFUNDIDADE

12.2.1. Entrevistado #01

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 11 de Agosto de 2020, pelas 11 horas, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada via videochamada.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Tempo de casa” e na categoria “Dos 5 aos 19 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Problema grave; Sobrevivência; Preocupação; Comportamento Ambiental.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós, o ser humano, o consumismo que se verifica nos dias de hoje.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Devemos todos ter uma preocupação com o nosso comportamento ambiental e incutir isso às outras gerações pois o futuro do ambiente depende disso.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, tanto a nível de reduzirem o impacto do seu negócio no ambiente como na sensibilização dos seus colaboradores e clientes, conseguem que a informação chegue muito mais longe, muito mais depressa.

E os cidadãos?

Sim, todos devemos fazer sempre um pouco mais para conseguir preservar o ambiente

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro, porque vão influenciar os seus colaboradores a terem também esse comportamento e essa passagem de informação e de mudança no comportamento é essencial para chegarmos a um mundo melhor.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Os cidadãos são quem têm maior impacto na medida em que se fizermos todos um pouco mais do que fazemos atualmente, conseguimos alcançar mais no que toca a preservar o ambiente.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Não, tenho uma ideia, passa por uma gestão de recursos e de resíduos de uma organização.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, por exemplo acabar com o papel, promover dentro da empresa o formato digital, a reutilização de papel para rascunho, a utilização de papel reciclado. Como na nossa área não conseguimos poupar na energia pois temos de ter os AC sempre ligados por causa das máquinas (área de multimédia da entidade que possui vários componentes eletrónicos nomeadamente servidores, muitos monitores e computadores), vamos tentando compensar no que podemos nomeadamente a água.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, cada vez mais. Tendo em conta o caminho que estamos a levar e o panorama mundial, todos temos de fazer o nosso melhor para poupar recursos e não desperdiçar.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, um grupo ambiente que vai estando cada vez mais ativo.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, diminuição do uso de papel com a integração de impressoras/fotocopiadoras de grupo o que inibe as pessoas de desperdiçarem papel; a implementação dos ecopontos nos vários espaços; só me recordo destas.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

99,9% pela INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

E-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim, no meu caso específico e como ando muito de um lado para o outro dentro da entidade, acabo por utilizar mais o e-mail que consigo visualizar no meu telemóvel.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, o e-mail é mais imediato, é o meu canal de comunicação direto, a INTRANET permite-me ir pesquisar informação quando necessito da mesma, mas não pode ser utilizada para situações de urgência, não tem uma visualização apelativa.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Primeiro e-mail, depois INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim, na página da divisão que a mesma integra.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

A equipa ambiente envia mails de vez em quando a partilhar algumas informações. Na INTRANET é difícil encontrar a informação porque está submersa num manto de muita outra informação.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Sim, porque teríamos uma forma de dar mais atenção às situações que é necessário dar mais importância. É uma fonte de informação mais detalhada da equipa ambiente e do trabalho da mesma. Os colaboradores sabiam que naquele canal de divulgação estavam todas as informações da atividade da equipa ambiente.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não, deveria haver uma reformulação da estrutura da INTRANET para tornar a sua visualização mais simples onde na página inicial deveria estar a informação que é mais procurada pelos colaboradores e os destaques/novidades daquele dia/semana e depois quem queria ir procurar informação mais específica ou detalhada navegava na página.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

É um comportamento que tenta não prejudicar o ambiente, passa por pensarmos sempre duas vezes antes de uma ação.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, porque quanto mais pró-ambientais formos, melhor será o nosso futuro.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, poupo ao máximo os recursos, não desperdiço, penso sempre duas vezes antes de produzir lixo, tento minimizar esta produção de lixo e que o que produza seja o mais biodegradável possível, a possibilidade de reaproveitamento e reciclagem deste lixo e obviamente ser uma pessoa ambientalmente consciente.

E fora da organização?

Também, tenho as mesmas práticas que tenho durante o período de trabalho.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Não, neste momento não me consigo recordar de novas medidas a ser implementadas.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Relativamente à separação do lixo as colaboradoras que fazem a limpeza deveriam ter algum tipo de carrinho para ajudar no transporte dos sacos de forma a evitar que estas juntem todo o lixo num e estraguem a reciclagem que os outros colaboradores fazem. Relativamente aos restos alimentares que são doados à empresa de compostagem, estes deviam ter outro local de descarga e armazenamento pois neste momento estão armazenados ao ar livre e isto atrai animais, nomeadamente gaivotas, pombos e gatos que tentam chegar a este desperdício alimentar criando sujidade no pátio.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho que é uma medida positiva, já tenho um dispensador destes no meu local de trabalho, cada colaborador da minha divisão tem a sua garrafa e copo e que reutilizamos sempre. Acabamos por não recorrer a garrafas de plástico nem a copos descartáveis. Penso que os colaboradores iriam usufruir e ficar agradados com as garrafas distribuídas pela entidade. Devem ter cuidado com a capacidade da garrafa para conseguirem um ótimo de não desperdício de água (por exemplo, água que fica na garrafa de um dia para o outro e há pessoas que não gostam e acabam por deitar fora o resto da água) mas também que não obrigue a pessoa a estar sempre a levantar-se para encher a garrafa.

Medida 2. O que acha desta medida?

Na minha opinião acho que mais importante que a intensificação, seria mais importante arranjar uma maneira de a logística de limpeza e da reciclagem até ao último destino funcionar, isto é, das senhoras da limpeza fazerem uma correta separação junto dos grandes depósitos. Assumindo que esta logística está funcional, acho que faria sentido a intensificação.

Medida 3. O que acha desta medida?

Eu não faria isso, acho que mais importante é tornar tudo o mais automático possível de forma a tirar o controle aos colaboradores. De qualquer forma, nunca é demais ter alertas, também é sempre positivo.

Medida 4. O que acha desta medida?

Acho que é uma medida muito positiva.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho que sim, mas deveria ser num canal de divulgação à parte ou com um link direto pelo e-mail. Fazermos uma abordagem um pouco mais agressiva de forma a chegar mesmo aos colaboradores. Implementar ecrãs eletrónicos em zonas de paragem, nomeadamente no elevador ou na porta do refeitório/bar que iria passando mensagens da gestão ambiental, nomeadamente informações e novidades.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Concordo, embora que as pessoas já sabem esta informação mais básica, simplesmente optam por ignorar.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim, uma é uma coisa genérica em que apresentamos dados e outras formas de ver as coisas e a outra é uma sensibilização. Acho que faz sentido utilizarmos todos os canais de divulgação existentes de forma a partilhar o máximo a informação, desde a INTRANET, o e-mail, os painéis informativos, os monitores e os ecrãs eletrónicos.

12.2.2. Entrevistado #02

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 19 de Agosto de 2020, pelas 09 horas, e teve uma duração aproximada de 30 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho do respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Escaridade” e na categoria “Ensino superior ou mais”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Pressão demográfica, recursos, poluição atmosférica, degelo do ártico.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também somos todos nós, nas nossas escolhas do dia-a-dia.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, eu próprio aplico algumas mudanças na entidade e vejo a diferença que se atinge com alterações amigas do ambiente, se todas as empresas tivessem esse cuidado, conseguiríamos ir muito longe.

E os cidadãos?

Sim, se todos fossemos um pouco mais frugais, não precisaríamos de explorar tanto os recursos do planeta.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro, são têm muito impacto nesta mudança.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Em primeiro lugar as empresas, porque tenho noção da dimensão do impacto negativo que estas têm no ambiente.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Não.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, consigo dar o exemplo de algumas medidas que foram implementadas aqui nesta entidade, tentamos sempre implementar políticas de substituição de lâmpadas para baixo consumo, aquisição de equipamentos com uma eficiência energética elevada, substituição de equipamentos a gasóleo por equipamentos a eletricidade, diminuição do caudal de água das torneiras e dos autoclismos, aproveitamento da energia gerada pelos elevadores.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Muito, dado o meu trabalho tenho noção da fatura de eletricidade desta entidade, tenho noção da quantidade de luzes e ar condicionados que ficam ligados e no impacto que isso tem na fatura e obviamente no ambiente.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, a equipa ambiente.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Todas as que foram referidas acima.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

Por contacto direto e pela INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

E-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim. É direto e profissional, é de rápida utilização e de fácil comunicação com outros colaboradores.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, não estou a ver também outros que possam existir. Gosto do e-mail, é uma ótima ferramenta de trabalho. Relativamente à INTRANET visualizo todos os dias, pelo menos uma vez por dia, mas é mais fixo e para busca de informação pode ser bastante difícil.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Primeiro e-mail, depois INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim, na página da divisão que a mesma integra.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

No meu caso a informação vai ao meu encontro por integrar a equipa ambiente, mas sinto que para os meus colegas que não a integram acredito que sim, que devem ter de pesquisar a informação caso tenham interesse.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Sim, quanto mais estruturada e sistematizada tiver a informação melhor. No e-mail a informação acaba por ficar perdida para lá e a pessoa tem de estar a ver imensos e-mails para a encontrar e na INTRANET como já referi a busca de informação é difícil e acaba por ser complicado encontrar o que se procura.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não, acho que estas são as que existem, o melhor seria mesmo estruturá-las e melhorá-las.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

É um comportamento quer pessoal, quer profissional que tem alguma preocupação com as alterações climáticas e com a sustentabilidade ambiental e que no dia-a-dia tenta minimizar o impacto que nós temos no ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro, acho que se um de nós desistir já estamos a prejudicar o ambiente. Se nenhum de nós se consciencializar que somos importantes para pôr isto tudo a funcionar melhor não se atinge nada.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Acho que sim.

E fora da organização?

Também.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Implementação de painéis solares nos telhados da entidade; alteração dos ares condicionados para uns que sejam menos poluentes; implementação de atividades de

grupo que permitam sensibilizar para os problemas ambientais e ajudar a combatê-los (exemplo: plantação de árvores).

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que é mais na base de acelerar o que se pretende fazer, não propriamente mudar ou alterar nada e que cada um dos colaboradores tivesse mais consciência do que é feito e das suas ações, ou seja uma aceleração da sensibilização.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho que é uma medida fantástica, deve ser acelerada e serem retirados todos os garrafões, garrafas de plástico e copos.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho que é ótimo, mas há falta de espaço para o armazenamento de resíduos nomeadamente os de maior dimensão, de qualquer forma acho que é sempre bom a intensificação pois a constante exposição dos colaboradores a estes depósitos vai fomentar a reciclagem.

Medida 3. O que acha desta medida?

Muito positiva, mas deve-se prevenir de qualquer forma os excessos de consumo, nomeadamente através de mecanismos automáticos, por exemplo, a partir das 20h da noite os ares condicionados desligam-se todos automaticamente, se porventura alguém estiver a trabalhar e fizer falta também consegue voltar a ligá-lo, mas isso são situações pontuais.

Medida 4. O que acha desta medida?

Faz todo o sentido, estamos neste momento a verificar a viabilidade destes tipos de sistemas aqui na entidade. O problema são apenas os custos, tinha de ser feito de forma faseada.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Claro que considero relevante, é sempre positivo a divulgação de informação. Devíamos utilizar estratégias mais diretas e agressivas, partilhar dados e conteúdo factual que choquem os colaboradores, através de imagens, gráficos e informação.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Acho que faz todo o sentido, toda a divulgação de informação é importante. Acho que esta informação mais simples devia integrar a ação de formação dos novos colaboradores e ir-se sensibilizando os colaboradores esporadicamente.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim, faria sentido a implementação de ambos em paralelo, mas com força diferente, o primeiro plano com maior frequência e o segundo esporadicamente.

12.2.3. Entrevistado #03

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 19 de Agosto de 2020, pelas 10 horas, e teve uma duração aproximada de 20 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escaridade” e na categoria “Ensino superior ou mais”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Problema mundial, consequências graves, ecossistema.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

O ser humano.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também o ser humano.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, as empresas comunicam com todos os cidadãos, se passarem uma mensagem de sensibilização conseguem atingir muitas pessoas.

E os cidadãos?

Sim, se todos nós mudarmos alguns comportamentos conseguimos melhorar muito o ambiente.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim. Porque influenciam positivamente todos os seus colaboradores e clientes.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Os cidadãos porque são as nossas práticas no dia-a-dia que vão influenciar.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Tentarmos ter boas práticas para minimizar os problemas que advêm da nossa atividade e que influenciam o ambiente.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim. A implementação de caixotes de separação dos resíduos, tentarmos acabar com o excesso de utilização de papel, ter papel reciclado disponível.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Muito, se todos conseguirmos implementar no nosso local de trabalho medidas para melhorar o nosso impacto no ambiente, fantástico.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, a equipa ambiente.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Todas as que foram referidas acima.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

E-mail e INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

E-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim, porque é mais fácil e rápido.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, gosto da rapidez e a forma como se transmite diretamente a informação. No caso da INTRANET a informação é difícil de encontrar e não é visualmente apelativo.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Primeiro e-mail, depois INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim, na página da divisão que a mesma integra.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Tenho que a procurar para a encontrar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Deve-se utilizar os canais que existem, mas deve existir uma maior divulgação dos temas relativos à gestão ambiental pois é crucial a sensibilização e consciencialização dos colaboradores.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não, acho que os que existem são suficientes devem é ser melhorados.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Ter boas práticas ambientais como por exemplo fazer escolhas cujas consequências tenham o menor impacto para o ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, mas é difícil a pessoa tê-lo, dentro do que nos é possível devemos fazer.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, já vou começando a ter comportamentos ambientais, nomeadamente com os ecopontos comecei a fazer a reciclagem.

E fora da organização?

Também, sei que ainda tenho muito por onde mudar, mas vou tendo mais consciência.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, por exemplo cada colaborador ter a sua garrafa distribuída pela entidade para utilizar no local de trabalho. Existirem contentores específicos para os colaboradores se descartarem de certos resíduos nomeadamente das máscaras de proteção. Dar aos colaboradores máscaras reutilizáveis em vez de descartáveis.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Nada, apostaria mais na sensibilização e consciencialização dos colaboradores.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho que é muito importante de forma a reduzir o uso de dispensadores e garrafas de plástico. A garrafa é essencial também para se reduzir os plásticos de única utilização.

Medida 2. O que acha desta medida?

Sim, mais pontos é sempre importante pois quanto mais longe tiverem os ecopontos mais difícil será para as pessoas se deslocarem e reciclarem.

Medida 3. O que acha desta medida?

É bastante importante, é mais uma medida que lá está, pode não captar a atenção de todos, mas pelo menos de alguns.

Medida 4. O que acha desta medida?

Sim, acho que também era bastante importante. As casas de banho são muito utilizadas pois somos muitos colaboradores, portanto tudo o que der para poupar e reduzir é sempre importante.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Considero bastante relevante, os colaboradores devem saber o que andamos a fazer e devem ficar a conhecer e a saber que existe uma equipa ambiente e que estão a ser tomadas medidas.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também acho importante, mas devemos deixar a mensagem o mais simples possível.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim. Acho que é muito importante a forma como vamos transmitir a informação, tem de ser de forma simples e dinâmica, através de vídeos e pelo e-mail.

12.2.4. Entrevistado #04

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 19 de Agosto de 2020, pelas 11 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho do respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Tempo de casa” e na categoria “Mais de 20 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Problema humano, existência, continuidade humana.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Humanidade.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Humanidade.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, enquanto que nós cidadãos somos individualmente um peixe no oceano, para mim uma organização é um barco.

E os cidadãos?

Claro, o maior impacto. Somos muitos peixes no oceano, individualmente podemos ter pouco impacto, mas se nos juntarmos conseguimos alcançar muito.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim, devemos todos ter comportamentos amigos do ambiente, as organizações pelas suas dimensões mais ainda.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Acho que o governo, ao implementar leis com penalizações consegue muitos resultados.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

O modo como nós, com o respeito pelo mundo que nos sustenta, agimos face à utilização dos recursos da terra e como gerimos os resíduos que produzimos.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Recolha de energia solar, transformação de resíduos, reciclagem e logística da mesma, poupança energética, melhoramento do isolamento térmico, utilização de solução solar termal para climatização.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Muito, exatamente pela pegada que uma organização tem.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, a equipa ambiente.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, os contentores de reciclagem, a redução do papel e a utilização de papel reciclado, as fotocopiadoras comuns.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Não tenho preferência por nenhum, uso ambos.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo ambos em igual.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim. A INTRANET tornou-se tão vulgar que as pessoas deixaram de prestar atenção à mesma, relativamente ao e-mail este tem tendência para acumular excesso de e-mails o que faz com que alguma informação seja visualizada fora de tempo ou que não seja visualizada de todo.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não, gosto de ambos.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim, na página do serviço correspondente.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Tenho de a procurar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Não, pegar no que já existe e que já é um hábito para os colaboradores e pegar nisso e transformar isso em algo a nosso favor. O facto da área de gestão ambiental não ser de fácil acesso na INTRANET é um fator a mudar, por exemplo.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Utilização de SMS para informação de coisas importantes, utilizar os ecrãs informativos para expor informação.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, é a chamada sensibilização. A equipa ambiente tenta fazer esta sensibilização pois tem a noção que sem a colaboração dos colegas, não se consegue atingir uma gestão ambiental sustentável.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, desligo as luzes e os ares condicionados sempre que sou o último a sair do gabinete, não imprimo documentos, faço a reciclagem.

E fora da organização?

Também, aplico tudo o que referi acima em casa, ainda tenho um carro híbrido, faço a sensibilização junto dos meus filhos e amigos, estou constantemente a sugerir adaptações no meu prédio que são amigas para o ambiente, nomeadamente a alteração para luzes de consumo baixo e com sensores de movimento.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, os urinóis sem água, os sensores de movimento para ligar e apagar luzes de forma automática, sistema centralizado onde se faz a gestão energética por sala/gabinete.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Nesta fase em que ainda estamos a arrancar com a gestão ambiental, acho que o mais importante é implementar mais.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Concordo com esta medida, acho que cada colaborador ter a sua garrafa é muito positivo, vai permitir abolir os dispensadores de plástico e as garrafas de plástico e nas zonas dos serviços os copos de papel descartáveis.

Medida 2. O que acha desta medida?

Sim, é necessária esta intensificação.

Medida 3. O que acha desta medida?

Sim, totalmente de acordo. Acho que os que existem neste momento são pouco impactantes, é necessário mais e com mensagens mais fortes.

Medida 4. O que acha desta medida?

Sim, claro que faria a diferença, toda a diferença.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Sim, muito importante. Devemos insistir muito nesta comunicação. Aquilo que para uma pessoa é obvio, para outra pode ainda ser desconhecida. Vale sempre a pena

reforçar as ideias e informar, quem opta por ignorar pelo menos ignora com conhecimento. O acesso à informação é crucial. Devemos utilizar e-mail, link para a intranet, vídeos, alojar a informação num sítio onde as pessoas vão sempre ter acesso à informação, visitar os serviços e falar diretamente com as pessoas.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Sim, toda a informação partilhada é útil. Todo o reforço na informação e toda a sensibilização são cruciais e importantes.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.5. Entrevistado #05

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 19 de Agosto de 2020, pelas 15 horas, e teve uma duração aproximada de 30 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escolaridade” e na categoria “Ensino superior ou mais”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Atualidade, ecologia, mundo.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

As organizações e nós mesmos no nosso dia-a-dia.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Todos nós, tanto organizações como indivíduos.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, se estas têm um grande impacto a provocar alterações climáticas também conseguem ter um grande impacto a combatê-las.

E os cidadãos?

Também, enquanto indivíduos e comunidades, nos seus comportamentos do dia-a-dia.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro, ao serem as mais poluentes, devem ter um comportamento amigo do ambiente para alcançar novos métodos menos poluentes durante a sua produção ou serviço.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Eu acho que os governos, pelo poder na implementação de regras com sanções e fiscalização, são quem conseguem atingir maiores resultados se assim o quiserem.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Políticas que as empresas desenvolvem no sentido na melhoria das condições ambientais existentes na própria empresa, de forma a caminhar no sentido de uma maior sustentabilidade ambiental.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, por exemplo retirar o papel em locais que a sua utilização era desnecessária, utilização de máquinas de filtragem de água da rede de forma a evitar a utilização de dispensadores de água engarrafados, garrafas de água e copos de plástico, alterações dos equipamentos eletrónicos para equipamentos menos prejudiciais a nível de poluição atmosférica e para equipamentos com uma eficiência energética superior.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Definitivamente, nos tempos que correm todos temos de caminhar tanto individualmente como em comunidade para uma melhor utilização dos recursos naturais evitando deteriorar os mesmos, sem os consumir em demasia, numa tentativa de usar de forma sustentável os recursos que dispomos.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, a equipa ambiente.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Tudo o que já disse em cima sei que é implementado na entidade, agora não me recordo de mais medidas.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

INTRANET.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Não gosto da INTRANET, habituei-me a utilizar porque é o canal elegido pela entidade para ser utilizado, mas acho que a nível design, estrutura, pesquisa de informação, é muito fraco. A nível do e-mail não tenho nada a apontar, eu não tenho a minha caixa de correio cheia, portanto quando cai um e-mail consigo ver imediatamente o conteúdo mas no caso dos colegas que têm muitos e-mails por ler vão sempre priorizar aqueles que tratam assuntos urgentes e os e-mails informativos acabam por ficar para depois, que pode ser nunca.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

INTRANET, E-mail.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sei que deve estar na INTRANET, mas não sei exatamente onde, tenho de ir procurar.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Quando uma nova medida é implementada, essa informação fica nos destaques da INTRANET durante o dia, nesse sentido já foi ao meu encontro. Também recebi mails sobre esse assunto.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Acho que deveria passar pela INTRANET pois é o canal escolhido pela casa, mas deveria ter uma página própria dentro da INTRANET e não dentro do serviço correspondente, esta página poderia ainda fazer *pop up* e separar-se da INTRANET em si. Em ações/medidas novas, faz todo o sentido não divulgar só pela INTRANET pois há colaboradores que não a visualizam, medidas importantes que requerem a adesão dos colaboradores, esta pode ser divulgada através de apresentação da medida a cada serviço ou mesmo através de cartazes informativos junto de locais de paragem, como os bares/refeitório.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não propriamente um canal de divulgação novo, mas realmente apostar nos cartazes informativos que podem até ser digitais, ecrãs ou monitores em pontos de paragem.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

São conhecimentos ambientais que integramos nas nossas ações do dia-a-dia.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, não vamos conseguir atingir uma sustentabilidade ambiental se não tivermos comportamentos que poupem os recursos, que sejam pouco poluentes, que sejam pró-ambientais.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, faço a reciclagem, tento evitar a utilização de embalagens plásticas, utilização de copos de vidro, não deixar luzes acesas, não deixar ares condicionados ligados, tentar manter a temperatura da sala equilibrada, abrir as janelas muito cedo para arejar a sala, fechar estores e janelas na hora do calor para não aquecer a sala.

E fora da organização?

Também, aplico o mesmo que na organização e mais se me for possível.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Implementação de soluções de aproveitamento solar para produção de energia e estabelecer uma política bastante restrita de limites de impressão.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

O que foi tomado por agora é um caminho que se iniciou onde não existia nada, neste momento estamos há pouco tempo com medidas práticas e visíveis relativas à política ambiental, não mudaria as medidas pois não tenho noção do impacto que estas estão a ter acho que faria sentido maior divulgação e maior envolvimento para os colaboradores se sentirem parte desta medida.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho uma excelente ideia, penso que seria interessante personalizar as garrafas com o nome, os colaboradores iriam apreciar esse gesto. Acho que se deve aferir o custo energético de ter a possibilidade de água quente nestes pontos de água da rede e ver o que compensa mais, isso ou as chaleiras elétricas nos serviços.

Medida 2. O que acha desta medida?

No meu local de trabalho não sinto necessidade de intensificação, mas já senti a necessidade de mais outros locais.

Medida 3. O que acha desta medida?

Considero que os alertas são sempre relevantes pois às vezes no dia-a-dia estamos distraídos com as nossas responsabilidades e acabamos por nos esquecer, não por mal, desses pequenos detalhes. Os alertas vão diminuir as probabilidades desses esquecimentos.

Medida 4. O que acha desta medida?

Considero relevante colocar as torneiras automáticas, as descargas de autoclismos não tanto acho mais importante a renovação do mecanismo com a dupla descarga pois há muitos que já são muito antigos e estão sempre a desperdiçar água, a secagem automática é uma questão de ver onde se poupa mais, gasto de papel *versus* gasto de energia.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho que faz muito sentido, deve existir sempre disponível toda esta informação de forma prática e simples de forma a que qualquer colaborador perceba o que se tem feito e o que se vai fazer. Uma vez por ano pode ser feita uma sessão de comunicação com os objetivos para o ano e deve-se ir partilhando na INTRANET as novidades.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também faz sentido, mas este plano deve ser feito por divulgação direta, num tipo de workshop, ou mesmo ir falar aos serviços, tentar promover a participação das pessoas.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.6. Entrevistado #06**I. Contexto de entrevista**

A entrevista foi realizada no dia 19 de Agosto de 2020, pelas 16 horas, e teve uma duração aproximada de 40 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho do respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Escolaridade” e na categoria “Do 10ºano ao 12ºano”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais**Quais as palavras que associa a alterações climáticas?**

Problema sério, ignorado, consciência.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós, os indivíduos que consomem.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também somos nós, temos de saber viver, saber consumir.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro.

E os cidadãos?

Também.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?
Definitivamente, devemos todos viver em harmonia com o ambiente.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Os cidadãos enquanto indivíduos pois são estes que consomem e que geram a necessidade de produção ou prestação de serviços.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim, saber gerir ambientalmente a nossa vida, pessoal e profissional.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, reciclagem, economizar água e luz, poupar no papel, reduzir o consumo de embalagens plásticas.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, importantíssima. O nosso futuro depende dessa gestão.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, sensibilização dos colaboradores e os pontos de reciclagem.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Utilizo ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Não tenho preferência.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo ambos de igual modo.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim. Estes canais dão resposta, agora como qualquer canal de informação, ele só dá a informação que lá colocarem. Relativamente ao e-mail não há nada a apontar, relativamente à INTRANET, esta é pouco acessível, é de difícil procura e utilização.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não, não tenho preferência.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sei.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Vai ao nosso encontro quando há qualquer coisa de novo, de resto só procurando.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Faria todo o sentido utilizar os canais que já existem, simplesmente dentro do canal de divulgação existente, deveria ter mais destaque.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Cada cidadão adequar a sua vida em função de uma boa atitude ambiental, uma preocupação ambiental.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro, as medidas podem ser implementadas e serem as melhores do mundo, mas se as mentalidades não mudarem, as coisas não avançam. Só com um comportamento pró-ambiental é que conseguimos fazer uma boa gestão ambiental. Se cada um de nós não fizermos a nossa quota parte, não chegamos ao todo.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Faço os possíveis, sinto que a nível de meios de acessos estou mais limitado. Esta entidade ainda não é um modelo de exemplo na área ambiental, vamos fazendo os possíveis para ir melhorando, mas leva tempo.

E fora da organização?

Ainda mais. Sinto que faço mais porque depende de mim.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, redução do consumo de água através da introdução de aparelhos que reduzem o caudal das torneiras e introdução de autoclismos com dupla descarga.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que as medidas foram bem aplicadas e bem recebidas.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho muito bem, estou quase 100% convicto que seria uma das medidas mais bem aceites aqui na organização. Deveriam ser garrafas de vidro idealmente.

Medida 2. O que acha desta medida?

Eu creio que já existem bastantes, não sei se há falhas. Se as mesmas existirem então devem ser cobertas. Mas no meu entender nos dias de hoje, quem quiser faz, quem não faz é por uma questão de mentalidade.

Medida 3. O que acha desta medida?

Tudo o que seja chamar a atenção das pessoas para estes fins é sempre útil. As pessoas às vezes não fazem por mal, apenas por esquecimento.

Medida 4. O que acha desta medida?

Não tenho dúvida nenhuma que é muito positiva e ia ser muito bem aceite. Este é o tipo de coisas que o colaborador utiliza o que tem disponível, se o que há disponível é menos poluente e prejudicial ao ambiente, perfeito.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho bastante relevantes, devem-se partilhar as medidas e o que se tem feito, o que se pretende fazer, partilhar dados, informação, tudo. Os canais de divulgação a usar devem ser ambos.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

É fundamental sensibilizar as pessoas, creio que vai ser importante durante muito tempo. Enquanto conseguimos sensibilizar um grupo de pessoas, há outro grupo que não quer saber. Relembrar é sempre essencial. Se abrandarmos neste tipo de informação, as pessoas caem no esquecimento.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.7. Entrevistado #07

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 20 de Agosto de 2020, pelas 10 horas, e teve uma duração aproximada de 20 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Dos 5 aos 19 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Problema extremamente grave, reciclar, reutilizar, reaproveitar, plástico, desperdício, respeito, flora e fauna, consciencialização.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

É a humanidade.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Somos todos, temos de nos tornar mais conscientes nas nossas escolhas.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro, enquanto comunidade profissional, consegue influenciar um vasto número de indivíduos e também, dadas as suas dimensões têm um grande impacto no ambiente, se todas tentarem diminuir esse impacto, atingir-se-á muito.

E os cidadãos?

Também, os cidadãos compõem essas organizações, são eles que influenciam outros, também têm as suas pequenas comunidades, as famílias, que por sua vez influenciam. Todos somos importantes no combate às alterações climáticas.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Eu acho que tudo começa nos cidadãos, somos nós enquanto indivíduos que conseguimos fazer a diferença, ao aplicarmos mudanças nas nossas vidas e sensibilizarmos os que nos rodeiam.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Tornar todo o meio envolvente mais sustentável, passa pelo dia-a-dia no trabalho, como quando estamos em casa e também, influenciando aqueles que nos rodeiam.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Fazer a reciclagem, evitar desperdício, redução do consumo de papel, utilização de papel reciclado, evitar utilização de ares condicionados, utilizar lâmpadas mais económicas, evitar torneiras que tenham desperdício de água, utilizar detergentes amigos do ambiente e comprar embalagens de fins múltiplos.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Extremamente importante, traz proveitos a longo prazo, torna a empresa mais ecológica, com uma pegada ambiental menor.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, reciclagem, luzes de baixo consumo, ar condicionados com uma eficiência energética superior, utilização de papel reciclado.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

INTRANET.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim, porque trata de coisas relacionadas com informação do trabalho, mas também com as minhas informações pessoais profissionais.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim. A INTRANET gosto pela versatilidade de conteúdo, o e-mail pela rapidez.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

INTRANET, e-mail.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sei.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Tenho de a procurar para a encontrar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Na minha opinião, faz sentido ter mais destaque dentro dos canais de existem.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não. Faz sentido intensificar as mensagens da parte da gestão ambiental na newsletter mensal.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim, tentar viver da forma mais harmoniosa possível com o ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, só se cada um fizer a sua parte é que conseguimos atingir o objetivo.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim. Faço a reciclagem, quando vejo colegas que não o fazem aviso-os, sempre que saio apago as luzes e desligo o ar condicionado, tento ter as persianas baixas para não aquecer a sala, evito a impressão. Sinto que na organização há mais para ser feito, mas não passa por mim, acho que há falta de sensibilização nas chefias.

E fora da organização?

Também. Em casa faço mais, tudo o que referi acima e ainda apanho plásticos. Consigo gerir o tipo de equipamentos que compro a nível de eficiência energética e os consumos tanto de energia, como de água dependem apenas de mim. Consigo alcançar mais ambientalmente.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Neste momento não me ocorre nada.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Não acho que haja nada a alterar. Apenas o aumento das atividades de grupo para praticar ações solidárias ambientais como o apanhar dos plásticos, limpezas de praia e plantações de árvores.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho muito bem. Acho correta para eliminar os copos de papel, as garrafas de água, os dispensadores de água e para evitar o desperdício de água.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho que para já o que temos é suficiente.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que sim, essencial. Acho que os colaboradores vão ver e prestar atenção a estes alertas.

Medida 4. O que acha desta medida?

Sim, iríamos tirar partido da mesma. Concorde muito.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho que faz todo o sentido. Deveria dar-se mais destaque da página ambiente na INTRANET e privilegiar-se a informação através de vídeo. Também se deve enviar informação por e-mail se a mesma for de grande relevo ou destaque.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Concorde também, temos de ter cuidado com o excesso de informação pois pode levar os colaboradores a comportamentos opostos ao pretendido por se sentirem massacrados com informação.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Claro.

12.2.8. Entrevistado #08

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 20 de Agosto de 2020, pelas 11 horas, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho do respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Escolaridade” e na categoria “Até o 9º ano”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Pressão demográfica, lixo no chão, plástico, desperdício.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

É o governo, têm de se criar políticas e medidas.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro, as organizações têm muitas pessoas lá o dia inteiro, produzem muitas coisas, muitas vezes produzem a mais e depois não se descartam das coisas das formas apropriadas. Claro que sim, as empresas têm um grande impacto.

E os cidadãos?

Claro, acho que se deve começar a ensinar as gerações mais novas para garantirmos um futuro melhor. Enquanto o homem viver só para o lucro e não para o dia de amanhã, não conseguimos nada.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim, devem ser criadas medidas e políticas nas empresas, é essencial.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

O Governo claro, tem de se criar leis, fiscalizar-se a aplicar multas sempre que possível senão as pessoas não fazem.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

É a gestão das infraestruturas para serem mais amigas do ambiente.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Disponibilizar caixotes para a reciclagem, reduzir o consumo de papel, utilizar produtos com certificação ambiental na lavagem dos carros e nas limpezas dos edifícios.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Claro, muito importante.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Claro, todas as que referi acima.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Nenhum, uso os dois.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Uso ambos.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sei.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Já, quando vem por um comunicado superior recebemos, senão tenho de ir procurar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Faz sentido existir mais divulgação dentro da INTRANET. Até faz sentido a equipa ambiente ter autonomia para serem eles a publicarem as coisas na INTRANET.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim, no nosso dia-a-dia, fazer as coisas de forma menos prejudicial para o ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, se todos nós cumprirmos certas regras/medidas, tudo fica melhor.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Claro, gasto pouco papel, apago sempre as luzes e o ar condicionado, faço a reciclagem.

E fora da organização?

Tenho, tenho cuidado com a luz, a água, faço a reciclagem, não compro água engarrafada.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, um mecanismo de filtragem dos resíduos que são libertados no processo de limpeza dos carros e também nas cozinhas dos refeitórios/bares, de forma a evitar que resíduos maliciosos vão parar à rede de águas residuais.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Não mudaria nada.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Concordo, acho que os colaboradores iam ficar agradados de terem umas oferecidas pela entidade, mas por norma as pessoas já têm as suas.

Medida 2. O que acha desta medida?

Na minha opinião está bem assim.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que os avisos são eficientes. Nós temos um papel na nossa sala e raramente ficam luzes acesas.

Medida 4. O que acha desta medida?

Concordo com os dispositivos automáticos, prefiro a utilização de papel aos secadores, a não ser que sejam aqueles automáticos novos que existem. Não concordo com as luzes automáticas nas casas de banho, mas em sítios de passagem e zonas comuns claro.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho que as novas medidas devem vir através de comunicados das chefias e ser enviados via e-mail e partilhados na INTRANET. Depois pode-se relembrar os colaboradores através de pequenas mensagens nos destaques da INTRANET e no canal de televisão interno.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Os colaboradores já sabem esta informação, às vezes falta relembrá-los. Acho importante fazer estas lembranças na INTRANET. Também podíamos dar uso ao canal de televisão interno e passar pequenas mensagens durante o dia.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.9. Entrevistado #09

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 27 de Agosto de 2020, pelas 11 horas, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada via videochamada.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escolaridade” e na categoria “Ensino Superior ou mais”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Gravidade, extinção da humanidade, poluição ambiental, saúde, poluição paisagística

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós, a produção, os veículos, o consumismo.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Aos poucos e poucos, nós a humanidade tem de ir dando pequenos passos de mudança.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, a produção das empresas gera muita poluição, são essenciais no combate às alterações climáticas.

E os cidadãos?

Claro, o ser humano tem vindo a ganhar com as gerações mais nova a preocupação com o ambiente. Temos de ter todos este cuidado com o ambiente, no meu caso tento ensinar e passar isto à minha família, ao influenciarmos os que nos são mais próximos, conseguimos grandes resultados.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?
Claro.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

O Governo, têm de ser colocadas leis e legislação mais dura. Neste momento as alterações climáticas são “o parente pobre” da economia.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Associo muito a gestão de resíduos porque é onde a entidade tem maior preocupação, passa tanto pelo tratamento dos mesmos, como pela estratégia de pensar no que se vai adquirir para que estes sejam o menos prejudiciais ao ambiente. Também sei que passa pela sensibilização e consciencialização das pessoas. A responsabilização ambiental também faz parte, na medida que a entidade tem de se responsabilizar pela sua pegada, tentando compensá-la de alguma forma.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Gestão de resíduos, sensibilização e consciencialização, compensação da pegada ecológica, utilização de produtos que não sejam maliciosos para o ambiente, evitar o plástico não duradouro, reduzir a utilização de papel e optar por papel reciclado, recorrer a sistemas de gestão ambiental, fazer a reciclagem, colocar critérios ambientais nos parceiros e prestadores de serviços, troca de lâmpadas para lâmpadas de baixo consumo, aquisição de equipamentos com uma eficiência energética elevada, fazer um correto despejo dos equipamentos eletrónicos obsoletos e dos tinteiros, redução dos caudais das torneiras de forma a diminuir a água que se desperdiça, atualização dos mecanismos para automáticos para diminuir a energia e água gasta.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Claro, deve-se tornar e vai-se tornando cada vez mais presente nas organizações e assim o deve ser.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, a gestão dos resíduos, a colocação de ecopontos, a alteração dos produtos utilizados nas limpezas para produtos com selo ambiental sempre que possível,

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET, comunicação direta, e-mails.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Todos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Pelo e-mail, é mais rápido.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim. A INTRANET tem muita informação e nos destaques estão sempre a cair novidades, se uma pessoa não está constantemente a ver o que vai caindo de novo, perde acesso ao que se divulgou, depois tem de ir procurar e é muito difícil encontrar informação. O sistema não é muito apelativo, é um canal a melhorar. Relativamente ao e-mail não tenho nada a apontar.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

E-mail, INTRANET

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Sim, quando a equipa ambiente pretende partilhar algo novo, envia e-mails aos colaboradores.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Eu acho que faz mais sentido aproveitar o que existe, os colaboradores já estão muito habituados a estes canais de divulgação. A informação deve ser divulgada de forma simples e sem maçar muito os colaboradores. Deve-se partilhar onde encontrar a informação relativa à gestão ambiental.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro, só se tem uma boa gestão ambiental se as pessoas cumprirem as medidas e regras ambientais, ou seja, se se tiver um comportamento pró-ambiental.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim. Tenho um problema que são as garrafas de água, eu não gosto de água da torneira apenas de água engarrafada.

E fora da organização?

Claro.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Na área da sensibilização e consciencialização, poderiam fazer-se sessões de informação dinâmicas, tipo *workshop*, apresentando o que existe e o que gostaria que existisse. De forma a motivar as pessoas a participarem poderia oferecer-se algo em troca, neste caso algo relacionado com o ambiente como sacos reutilizáveis para a fruta, palhinhas de inox ou bambu, garrafa de vidro personalizada, coisas assim.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Por enquanto não dá nada a alterar.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Sou favorável a esta medida, acho que é o futuro, são muitos colaboradores a passar cá o dia inteiro. Acho muito bom ser a entidade a promover a entrega das garrafas para não ter de ser o colaborador a comprar.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho que sim, faz sentido nesta fase analisar onde estes estão, e onde fazem falta. Acredito que alguns sítios necessitem e outros não.

Medida 3. O que acha desta medida?

Parece-me bem, não custa nada estar lá. Relembra as pessoas.

Medida 4. O que acha desta medida?

Parece-me bem, já existem alguns desses dispositivos nas instalações. Relativamente aos aquecedores, depende da eficiência energética e o valor.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Este plano parece-me boa ideia, acho importante partilhar com os colaboradores a informação. Voto em ações de divulgação presenciais junto dos serviços e *workshops*.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Acho mais interessantes fazer junto de um publico juvenil ou de cidadãos que venham às instalações.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.10. Entrevistado #10

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 01 de Setembro de 2020, pelas 10 horas, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada via videochamada.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Mais de 20 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Problema grave, comportamentos, desperdício.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

O ser humano.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Todos, devemos fazer um esforço conjunto.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro, na sua atividade diária. Principalmente as grandes empresas que têm um papel importantíssimo em dar o exemplo, tanto para os seus clientes como para outras empresas mais pequenas.

E os cidadãos?

Também, tudo começa connosco e com as nossas necessidades.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Os cidadãos, somos nós que devemos mudar a nossa mentalidade.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Mais ou menos, tenho uma vaga noção. Para mim, é a gestão do equilíbrio entre o consumo e o desperdício.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Reciclagem, utilização de materiais reciclados, abolir quase todo o plástico, abolir os aerossóis, e redução do uso de derivados do carbono.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, somos todos que temos de contribuir, não apenas uns. As organizações também têm o seu papel.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, ecopontos para reciclagem, doação de móveis para instituições que lhes deem uma segunda vida, correto despejo de aparelhos eletrónicos obsoletos.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

E-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, tenho preferência pelo e-mail porque acabo por não ter muito tempo no meu dia-a-dia para andar a fazer pesquisa na INTRANET, o e-mail como tenho de ter sempre aberto, quando cai algo informativo, acabo por pelo menos ler o título, se me interessar, depois quando tiver tempo leio o e-mail. A INTRANET como é lenta e tem muita informação o que dificulta a pesquisa, acabo por ir lá esporadicamente.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

E-mail, INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim, na página da divisão.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Vem de encontro a mim via e-mail.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Para mim faz sentido ter um canal próprio pois quando se transmite informação muito específica, faz mais sentido esta estar toda concentrada num sítio próprio do que a pessoa ter de ir consultar uma plataforma que engloba os mais diversos temas e que acaba por dificultar a busca da informação. Até porque eu acho que a INTRANET não é acessível a todos os colaboradores da entidade pelo que acho que faz sentido este canal que disponibiliza a informação da gestão ambiental ser de acesso a todos os colaboradores.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim. Em todos os locais que estou, seja em casa, seja no trabalho, seja na rua, devo ter atitudes que ajudem a melhorar o ambiente e a gestão do mesmo.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Acho que é muito importante, toda a gente tem de ter este tipo de comportamento.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim.

E fora da organização?

Sim.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, neste momento utilizam-se na organização certas matérias que carecem de um tratamento especial pós utilização, isto é, estes necessitam de ser transportados/recolhidos para/por uma empresa que se dedique ao correto tratamento dos mesmos pós utilização pois estes materiais não podem ser reciclados nos contentores normais e não devem ser colocados no lixo indiferenciado, neste momento, isso ainda não acontece. Também sei que por exemplo, o papel que é gasto pela entidade não é todo reciclado pois estamos a falar de uma quantidade tão grande que os serviços da câmara não têm frequência suficiente para conseguir recolhê-lo todo. Acaba por parte ter de ser colocada no contentor indiferenciado pois para esse contentor os serviços da câmara já passam com muito maior regularidade.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Nada. Acho que foram bem implementadas, é um processo lento, temos de fazer as coisas com calma.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho muito bem, no meu local de trabalho já tenho, e também já utilizo uma garrafa minha. Acho ótimo oferecerem as garrafas aos colaboradores e implementarem mais, acho que toda a gente vai utilizar.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho ótimo, há muita falta de pontos de reciclagem.

Medida 3. O que acha desta medida?

Sim, isso é muito importante. O que mais me faz confusão é que as luzes fiquem ligadas horas a fio. Por exemplo, as empregadas da limpeza chegam de manhã por volta das 06h00 e ligam as luzes todas, que ficam ligadas até nós chegarmos que pode ser por volta das 09h, 10h. Isto para não falar das pessoas que vão almoçar e deixam as luzes dos gabinetes ligadas.

Medida 4. O que acha desta medida?

Depende dos equipamentos que forem implementados, se forem equipamentos realmente de boa qualidade e certificação acho que faz sentido.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Concordo. Deve-se utilizar o máximo de canais disponíveis. Acho que deve ser transmitida a informação através de imagens e vídeos que devem circular internamente, via e-mail por exemplo. Pode-se também promover jogos interativos e apresentar os resultados desses jogos por exemplo, faz-se uma medição de quanto um serviço gasta de papel num dia normal e depois desafia-se a terem um dia em que gastam o mínimo de papel possível. Até se podiam fazer assim pequenas competições amigáveis entre os serviços até com algum tipo de recompensa para aquele serviço que apresentar os melhores resultados. O propósito final seria de mostrar que é sempre possível pouparmos mais e também quais os impactos positivos que esse esforço tem no ambiente.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Eu acho que este tipo de informação continua a ser necessária. Mais uma vez deve-se utilizar ambos os canais, fazer uma divulgação mais curta via e-mail e se a pessoa tiver interesse ter um link associado para a página que tem a informação completa. Depois colocar nos destaques da INTRANET.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.11. Entrevistado #11**I. Contexto de entrevista**

A entrevista foi realizada no dia 02 de Setembro de 2020, pelas 13 horas, e teve uma duração aproximada de 40 minutos. A entrevista foi realizada via videochamada.

II. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Escolaridade” e na categoria “Ensino superior ou mais”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais**Quais as palavras que associa a alterações climáticas?**

Problema mundial, problema diário, saúde, poluição paisagística, catástrofes naturais.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Claramente o homem e a sua atividade.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

A humanidade.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, muito.

E os cidadãos?

Claro, devemos todos fazer a nossa parte.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Bem, na minha opinião acho que as empresas, estas têm de se esforçar na investigação de novas formas de combater estes problemas, quer através de novos recursos ou de uma exploração sustentável dos recursos existentes.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Penso que sim, sensibilizar as pessoas para a boa utilização dos recursos.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Separar o lixo, correto despejo de certos materiais como as pilhas, pequenos eletrodomésticos, redução da utilização do plástico, evitar desperdícios de água.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Claro, a gestão ambiental nos dias de hoje ainda mais, é essencial numa organização.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Pontos de reciclagem, cuidado com o tratamento de manchas de óleo nas garagens, por exemplo.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET, comunicação presencial, e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Todos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

INTRANET.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, a INTRANET permite estar em contacto com todos os serviços o que é um ponto positivo, mas a nível do seu modelo e design e facilidade na interação necessita de uma reforma. Quanto ao e-mail não há nada a apontar, acho que depende da organização pessoal de cada colaborador.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

INTRANET, e-mail.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Não, não vão ao meu encontro, sou eu que tenho de as procurar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Acho que um canal próprio não faz sentido porque as pessoas não o iriam procurar, seriam um gasto de energia e tempo desnecessárias. O que eu sugeria é havendo novidades enviar essa informação via e-mail, depois ter a informação mais disponível e visível na INTRANET.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Deduzo que seja, em termos práticos, é não ter comportamentos que possam ser prejudiciais ao ambiente como por exemplo, não deitar beatas para o chão, não deitar plásticos para o oceano, fazer a reciclagem, entre outros.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim é, porque a única forma que temos de não prejudicar o meio ambiente é através de um comportamento amigo do mesmo.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Tenho, faço a reciclagem, gasto pouca água, desligo as luzes quando saio do gabinete.

E fora da organização?

Também.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Não, neste momento não.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que as medidas que foram implementadas são positivas e senti que os colaboradores mudaram o seu comportamento primeiro dentro da organização e depois inclusive implementaram-nas em casa.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho ótimo, vamos ver se acabamos com o problema da água na entidade. O problema das garrafas de água, dos dispensadores de plástico, tudo. Comunicaria esta medida através do e-mail.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho necessário especialmente na zona dos gabinetes.

Medida 3. O que acha desta medida?

Considero positivo, acho que pelo menos algumas pessoas vão prestar atenção.

Medida 4. O que acha desta medida?

Positiva.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho importante sim. O mais importante é a forma que se comunica esta informação, podem-se utilizar caricaturas, pequenos vídeos. De forma simples, concisa e muito curta.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também é relevante.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.12. Entrevistado #12

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 02 de Setembro de 2020, pelas 14 horas, e teve uma duração aproximada de 20 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escolaridade” e na categoria “Do 10º ano ao 12º ano”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Alteração meteorológica, proteção ambiental, medidas.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também nós.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro.

E os cidadãos?

Ainda mais.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim, dentro dos possíveis.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Secalhar o Governo, porque consegue elaborar leis direccionadas para as empresas e para os cidadãos.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Tomar medidas no sentido de gerir a nossa atividade em prol do ambiente.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Redução da utilização do papel, fazer a reciclagem.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, bastante. Porque demonstra a preocupação das pessoas e das empresas em proteger o ambiente.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, reciclagem do lixo.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

E-mail e INTRANET.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos em igual modo.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Gosto de ambos.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Uso ambos em igual modo.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim. Relativamente à INTRANET, a maior vantagem é a informação que ela disponibiliza, para mim a única coisa que me desagrada é a parte da pesquisa.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não tenho preferência.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Não.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Teria de a procurar para a encontrar.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Não, acho que a informação deve estar disponível na INTRANET, talvez com maior destaque.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Não.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Definitivamente, sem um comportamento desses as coisas não mudam, fica tudo como está.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Eu acho que sim, tento ao máximo reduzir o consumo de papel, evito gastar água, deixar as torneiras a correr, faço a reciclagem.

E fora da organização?

Sim. Acho que faço as mesmas escolhas em ambas as situações.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Não, não me recordo de nada.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que já implementaram muita coisa, mas sinto que deveriam intensificar nas medidas que irão promover a redução dos gastos do papel, como um sistema de gestão documental e impor limites de impressão por pessoa.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Sim, acho que seria uma medida bem adotada pelos colaboradores. Colocaria na INTRANET a informação na zona dos destaques de forma a dar a conhecer aos colaboradores.

Medida 2. O que acha desta medida?

Concordo, penso que poderiam intensificar em zonas de passagem como corredores.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que é sempre positivo, no meu gabinete já praticamos por exemplo o fechar as luzes quando saímos todos, mas de qualquer forma, acho sempre importante estar lá para os mais esquecidos.

Medida 4. O que acha desta medida?

Eu acho que é bom, não se gasta tanto. É sempre positivo.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho importante, deve-se pôr a informação na INTRANET. Relativamente a partilhar pelo e-mail, eu vejo as coisas que enviam para lá, mas muitas pessoas não têm o tempo necessário para o fazer.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também concordo.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.13. Entrevistado #13

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 02 de Setembro de 2020, pelas 14 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 40 minutos. A entrevista foi realizada via videochamada.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Dos 5 aos 19 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Caos, vasto, mundial.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

O ser humano.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

O ser humano.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim porque podem conduzir as pessoas a ter boas práticas a nível organizacional e que as levem para suas casas.

E os cidadãos?

Eu penso que sim porque a mínima ação feita por toda a gente torna-se numa ação grande.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim, ativo.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Para mim tudo tem de começar pelos cidadãos, pois somos nós que constituímos uma sociedade, mas, se as indicações/medidas ou leis não forem impostas pelos responsáveis, é difícil uma grande maioria dos cidadãos começarem a aplicá-las.

I. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim. O controlo dos recursos ambientais utilizados nas organizações, a nível de aquisições e consumo.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Encontrar empresas prestadoras de serviços que sejam amigas do ambiente, fazer o controlo dos gastos de água, energia e papel, através da instalação de equipamentos com maior eficiência e da definição de regras e da sensibilização para/dos colaboradores.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, a gestão ambiental é fundamental tanto para o controle dos custos da organização como para gerir a forma como os recursos ambientais são utilizados, permitindo encontrar o equilíbrio e encontrar soluções que sejam benéficas para ambos os casos.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sei que foram implementadas agora não sei concretamente quais.... Sei que foram implementadas medidas na contratação pública, a nível de incluir critérios ambientais, sei que fizeram um grande investimento para a utilização primordialmente papel reciclado, foram implementados os caixotes da reciclagem.

II. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

Newsletter, INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Todos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Utilizo todos de igual forma.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo todos de igual forma.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Gosto, mas acho que poderiam ser mais apelativos a nível visual, isto a nível da INTRANET, a pesquisa é difícil, concentra uma grande parte da informação na primeira página, o que a torna muito pesada.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Eu penso que a equipa ambiente tem feito um esforço para partilhar a informação, nomeadamente através de e-mail que tem um link associado à página da gestão ambiental na INTRANET, mas, se porventura alguém perde o e-mail ou o apaga é mesmo muito difícil encontrar a informação na INTRANET.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Não sei, poderia ser contraproducente. Penso que se deveriam utilizar as mesmas ferramentas, mas alterar o destaque que a gestão ambiental tem nas mesmas.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Eu julgo que era muito interessante existir uma plataforma dinâmica para utilização por parte dos colaboradores que incluísse tudo, e-mail, Skype, marcação de férias e afins e toda a informação interna de todas as áreas.

III. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim. Um comportamento cívico em que as pessoas agem tendo em conta o impacto ambiental.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, acho que está tudo interligado.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Tenho, apago as luzes quando não está ninguém na sala, tenho cuidado com o desperdício de água, não utilizo água engarrafada. Não sei se as minhas ações são o suficiente para ter impacto. Sinto que falho no que toca a sensibilização dos outros, por vezes vejo colegas a ter atitudes erradas e sinto-me inibida a ir corrigi-los.

E fora da organização?

Sim, tenho. Na minha vida pessoal é mais fácil porque sou eu que faço as mudanças.

IV. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Assim de repente não me recordo de nada.

V. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Na minha opinião não mudaria nada, mas acho importante ver os resultados destas medidas para perceber se as mesmas foram bem recebidas.

VI. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho que é uma boa medida, mas tem de se explicar aos colaboradores que a água é de boa qualidade e que não necessitam de ir ao bar comprar uma água.

Medida 2. O que acha desta medida?

Penso que já estamos na fase onde as faltas estão a ser supridas e após isto, não serão necessários mais.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que sim, que era muito importante para as pessoas entenderem que essa cultura faz parte da organização.

Medida 4. O que acha desta medida?

Acho que faz muito sentido, muitas vezes as torneiras já não estão boas e pingam, só temos papel para secar as mãos e a pessoa puxa um e vêm dez atrás.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho relevante comunicar-se as novidades da gestão ambiental. Quando se quer que os colaboradores participem, deve-se enviar um e-mail. O resto das novidades devem ser partilhadas no canal da INTRANET. Poderia também existir uma newsletter diária/semanal onde viessem as novidades da organização.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também concordo. Uma interligação entre todos os canais de divulgação é essencial.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.14. Entrevistado #14

VII. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 02 de Setembro de 2020, pelas 16 horas, e teve uma duração aproximada de 50 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho do respondente.

VIII. Caracterização e qualificação do respondente

O respondente é do género masculino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserido na variável “Tempo de casa” e na categoria “Até aos 5 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

IX. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Global, consciencialização, grave, futuro.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

A humanidade.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

A humanidade

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro.

E os cidadãos?

Ainda mais.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim, cada vez mais intenso.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Acho que os cidadãos, começa tudo connosco, com o nosso comportamento.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sensibilização dos colaboradores, reciclagem.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, fulcral mesmo.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, distribuição dos ecopontos, sensibilização dos colaboradores, diminuição do caudal das torneiras e dos despejos dos autoclismos.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

É indiferente, não tenho preferência por nenhum.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo ambos de igual forma.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, penso que são suficientes.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não, gosto de ambos os que utilizam.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Não.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Sim, via e-mail.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Acho que faria mais sentido utilizar a INTRANET pois os colaboradores já estão muito habituados à mesma.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro, é tudo.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim.

E fora da organização?

Mais ainda, estou sempre a tentar tornar a minha casa mais eficiente e sustentável, desde as coisas mais simples como a reciclagem, redução do uso de plástico, compra de equipamentos com uma boa eficiência energética, como a utilização de energia solar e gostava de implementar uma estrutura de recolha da água da chuva para rega do jardim e descargas do autoclismo.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, a utilização de energia solar, retirar a venda de produtos plastificados nos bares.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

A única coisa que mudaria, e nem é bem mudar, é a intensificação da sensibilização dos colaboradores.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Concordo. Acho essencial porque durante os meses de maior calor cada serviço encomenda uma palete de garrafas de plástico, às vezes mais do que uma vez por semana, é inadmissível. Acho que é importante a credibilidade do sistema, isto é, é importante mostrar aos colaboradores que foram feitas análises à água que mostram a qualidade da mesma.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho que faz sentido intensificar. Mas tenho uma teoria que é, ao disponibilizar os caixotes de reciclagem para os colaboradores, acho desnecessário existirem caixotes particulares pois isso vai influenciar negativamente os colaboradores pois estes têm o hábito de colocar todo o lixo que fazem no mesmo caixote, ao retirá-los, obriga-os a levantarem-se e acabam por reciclar muito mais.

Medida 3. O que acha desta medida?

Sempre que possível eu acho que é preferível ser tudo automático para não se depender da atenção ou atitude dos colaboradores, mas também é positivo disponibilizar os avisos.

Medida 4. O que acha desta medida?

Depende do que compensar mais a nível de eficiência energética e consumo de água. Se estiver comprovado que esses dispositivos ajudam na poupança de água e papel e não têm grandes gastos energéticos acho que faz sentido.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Considero importante. Acho que o e-mail é a melhor forma de comunicação. Relativamente ao conteúdo, quanto mais visual melhor.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também é relevante. Devemos sempre partilhar o máximo de informação possível.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.15. Entrevistado #15

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 03 de Setembro de 2020, pelas 11 horas, e teve uma duração aproximada de 25 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Mais de 20 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Aquecimento global, catástrofes naturais.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

O ser humano.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também o ser humano.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, se houver vontade em unir esforços conseguimos alterar os hábitos de vida e de consumo.

E os cidadãos?

Também, mas têm de se mudar mentalidades.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

O Governo a implementar políticas e leis. Nomeadamente na educação, tentando ensinar as crianças/jovens, colocar restrições nas empresas, dar incentivos a empresas que têm um comportamento amigo do ambiente, etc.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim. Ter em atenção tudo o que diz respeito à proteção do ambiente, desde o gasto excessivo de água, o tratamento do lixo, a poluição atmosférica.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, a reciclagem, a poupança na água, no papel e na eletricidade.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Aquela que me chama mais a atenção é a reciclagem.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

E-mail para informação, INTRANET para coisas específicas do trabalho.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

E-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, o e-mail é muito rápido e atual. Relativamente à INTRANET, apenas a utilizo para consulta, que não é fácil. Tirando isso, tudo ok.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

E-mail, INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Já recebi e-mails com informação e também têm vindo colegas da equipa de gestão ambiental fazer a divulgação presencial aos serviços.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Penso que a INTRANET e o e-mail são suficientes.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Um comportamento cívico. O cidadão ter cuidado em fazer os possíveis para não prejudicar o ambiente no dia-a-dia.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, claro.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, faço a reciclagem, tento não desperdiçar água, desligar as luzes quando saímos todos à hora de almoço, abrimos as janelas para arejar sempre que possível, em vez de ligar o ar condicionado.

E fora da organização?

Sim, tento ter os mesmos cuidados.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Não, neste momento não me recordo.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Não vejo grandes necessidades de mudar algo.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho favorável, eu já utilizo no dia-a-dia um copo que vou encher ao bebedouro.

Medida 2. O que acha desta medida?

Na minha opinião, e pelos espaços que eu frequento, sinto que são suficientes. Mas secalhar à serviços e zonas onde fazem falta, caso isso aconteça acho que faz sentido intensificar.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que seria relevante claro, tudo o que é para lembrar é positivo.

Medida 4. O que acha desta medida?

Concordo com tudo exceto com os secadores, pelo menos nas casas de banho que são junto a gabinetes por causa do barulho.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Concordo, gostaria de receber via e-mail e nos destaques da INTRANET. Nomeadamente vídeos ou comunicados muito simples e diretos que poderiam ter um link que nos levasse para a INTRANET onde a informação estaria mais pormenorizada.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Eu acho que é sempre bom lembrar.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.16. Entrevistado #16

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 04 de Setembro de 2020, pelas 09 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 30 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Mais de 20 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Incêndios, degelo, oceano.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

As empresas, as políticas em vigor nos países e as pessoas.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Políticas mundiais e nacionais – o governo.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim, porque são o motor económico do país e são determinantes nesse sentido.

E os cidadãos?

Também.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim. E devem ser incentivadas nesse sentido, as empresas que têm maior preocupação nesse sentido devem ser recompensadas a nível de impostos.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Eu acho que todos têm responsabilidades. Não consigo dizer um em particular. Eu penso que as empresas e o Governo porque relativamente aos cidadãos, se lhe apresentarem opções económicas favoráveis amigas do ambiente, estes aderem.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim. Gerir os recursos que se tem à disposição, encontrando soluções o mais possível favoráveis ao ambiente.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Colocação de recipientes para a reciclagem e sensibilização ambiental.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Tem, a equipa ambiente.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Os recipientes para a reciclagem, a sensibilização dos colaboradores, a tentativa de encontrar substitutos do plástico, não me lembro de mais.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

Da INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Intranet.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Sim.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, mas sinto que por exemplo a Intranet não transmite toda a informação.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Intranet, e-mail.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Não.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Sim, através dos destaques da INTRANET.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Eu defendo a solução de se utilizar os canais existentes. Secalhar o ideal seria a informação estar mais visível e ter mais destaque dentro da INTRANET.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

É dar atenção a pequenos gestos que fazemos no dia-a-dia, como não deixar luzes acesas, separar o lixo, agirmos sempre de acordo com regras ambientais corretas.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, o comportamento é que condiciona tudo.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Eu acho que sim, mas tenho um mau hábito que é a impressão, imprimo muita coisa, vou tentando reduzir, mas é difícil. De resto acho que sim, faço separação do lixo, tento poupar energia, poupar água, o normal.

E fora da organização?

Também.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Agora assim de repente não me consigo recordar assim de nada que me tenha chamado à atenção.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que não tenho conhecimento suficiente no que já foi implementado para dizer se mudaria algo. Com aquilo que eu me cruzo, está tudo bem.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Eu tenho aqui no meu serviço e não uso porque penso que tem muito calcário, mas se fizessem análises à água onde mostrariam que a mesma tem pouco calcário e propriedades equilibradas utilizaria. Eu penso que os outros colaboradores iriam utilizar sim. Para divulgar a informação utilizaria a INTRANET.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho que sim, se as pessoas se defrontarem mais com eles acho que também acabariam por os utilizar mais.

Medida 3. O que acha desta medida?

Acho que sim, ia influenciar as pessoas a ir aderindo.

Medida 4. O que acha desta medida?

Acho que era positivo e que os colaboradores iriam aceitar.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho que é importante partilhar com os colaboradores esta informação e penso que se deveria partilhar a informação pela INTRANET. A informação deve ser dada de forma sucinta e muito compreensiva, clara e concisa.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Acho necessária a partilha desta informação porque é sempre necessário relembrar as pessoas. Partilharia a informação da mesma forma, pela INTRANET de forma clara e sucinta.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.17. Entrevistado #17

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 04 de Setembro de 2020, pelas 10 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 40 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escolaridade” e na categoria “Até ao 9º ano”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Catástrofes, urgência, mundo.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

A humanidade.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Todos nós.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Claro, as organizações são quem mais contribui e contribuiu para as alterações climáticas.

E os cidadãos?

Também, se a mentalidade mudar, tudo muda.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Claro, e também acho que deveriam ser recompensadas por o terem.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Bem, é difícil dizer só um, os três têm o seu papel. O Governo é muito importante pois cria a legislação deixa de ser uma boa prática e passa a ser uma lei. As empresas porque poluem muito e se tornarem a sua atividade mais amiga do ambiente, ajudam muito. Os cidadãos porque constituem as sociedades, se a maioria tiver um comportamento amigo do ambiente e exigir que os outros o tenham, acaba por se atingir muito.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim, a gestão sustentável da atividade de uma empresa ou mesmo numa casa.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Sim, fazerem a reciclagem, minimizar-se o uso de papel, abolir os plásticos descartáveis, colocar sistemas de poupança de energia como iluminação automática e com uma boa eficiência energética, o mesmo para a poupança de água. Agora assim, não me lembro de mais.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Claro, muito importante. Ajuda o ambiente, mas também ajuda muito a diminuir custos e a tornar a organização mais sustentável.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Tem.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, puseram ecopontos pelas instalações, aqui junto ao meu serviço tem um sítio onde posso encher a minha garrafa de água com água filtrada, utilizamos papel reciclado.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

Pela INTRANET e pelo e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Eles são diferentes, acho que para ver informação, a INTRANET tem mais coisas disponíveis do que o e-mail.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Não, eu passo muito tempo fora da secretária e acabo por não ler as novidades da INTRANET todos os dias.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Gosto, acho que a INTRANET podia ter uma utilização mais simples.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

E-mail, INTRANET.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Não.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Acho que já me chegou um e-mail ou outro.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Acho que faz mais sentido continuar na INTRANET, mas a informação ficar mais visível.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim, quando praticamos uma ação que não prejudica o ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro, é o comportamento que faz a gestão ambiental.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Acho que sim, reciclo, tento não usar plástico em vão, apago sempre as luzes do meu gabinete, tenho as janelas abertas para arejar, tento não desperdiçar água, agora assim não me lembro de mais.

E fora da organização?

Também, faço o mesmo.

- VII. Tema D
Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?
Não, não me lembro de nada que possa ser relevante.
- VIII. Pré-estímulo
Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?
Não mudaria nada. Acho que foi tudo bem feito.
- IX. Estímulo
Medida 1. O que acha desta medida?
Acho muito bem, eu iria logo aderir. E os outros colegas certamente que também.
Medida 2. O que acha desta medida?
Eu aqui na minha zona acho que está suficiente, mas secalhar há outros sítios onde não têm, nesse caso faz sentido.
Medida 3. O que acha desta medida?
Acho que nem toda a gente vai reparar, mas se influenciar nem que sejam dois colegas, é sempre positivo.
Medida 4. O que acha desta medida?
Isso era ótimo, não só pela poupança, mas também pela higiene.
Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?
Partilhar informação é sempre bom, assim conseguem envolver os colaboradores. Eu enviaria um e-mail com a informação sucinta e depois um link para a INTRANET para quem quisesse saber mais. E também colocava nos destaques da INTRANET, com um link para a página onde estava a informação completa.
Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?
É sempre importante, aqueles que já sabem são lembrados, os que não sabem ficam a saber. Partilhava a informação da mesma forma.
Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?
Sim.

12.2.18. Entrevistado #18

- I. Contexto de entrevista
A entrevista foi realizada no dia 04 de Setembro de 2020, pelas 14 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 30 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.
- II. Caracterização e qualificação do respondente
A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Escolaridade” e na categoria “Do 10º ano ao 12º ano”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.
- III. Questões iniciais
Quais as palavras que associa a alterações climáticas?
Resíduos, plástico, aquecimento.
Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?
Todos nós.
Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Também todos nós.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Podem e devem ter um grande impacto, é crucial.

E os cidadãos?

Também.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?
Sim.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Tendo em conta o nosso país e a forma como ele é culturalmente, penso que o peso deve estar no Governo pela legislação e fiscalização. Penso que todos nós temos o dever, não recai só sobre o Estado, mas o Governo tem de apertar.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Sim. A gestão dos recursos utilizados, de forma a que sejam utilizados de forma sustentável.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Separação de resíduos, critérios ambientais na aquisição de bens e contratação de serviços, redução do plástico de utilização única, colocação de sistemas automáticos de iluminação.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, sem dúvida.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim, tem.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Começámos a fazer a separação dos resíduos, não só os normais como equipamentos eletrónicos e mobiliário, são todos corretamente separados e entregues. Distribuímos ecopontos pelos serviços, e também as coisas que já referi antes.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Não tenho preferência.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo ambos de forma igual.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, gosto da facilidade e rapidez do e-mail. Relativamente à INTRANET a pesquisa de informação é difícil, a organização da informação também e o design e forma de navegação são terríveis.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Sim.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Já, através de e-mails.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Para mim faria mais sentido estar incluído na INTRANET, mas com mais destaque.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Passa por no dia-a-dia preocupar-me com a gestão dos resíduos, preocupar-me com os gastos de energia, com os gastos de água.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Sim, acho muito importante, mas também é muito relevante a sensibilização do outro.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim.

E fora da organização?

Menos, não faço a reciclagem por preguiça.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

Sim, aproveitamento de água para a rega, a instalação de painéis fotovoltaicos e a gestão documental. São coisas que já foram faladas, mas ainda não foram implementadas.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Não mudaria, finalizava algumas medidas como a intensificação dos ecopontos e abolia os caixotes do lixo pessoais.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Sim, definitivamente. É essencial abolirmos o plástico, esta medida ia ajudar muito nisso.

Medida 2. O que acha desta medida?

Acho muito bem.

Medida 3. O que acha desta medida?

Não acho que ia funcionar, acho que as pessoas até reparam, mas não querem saber.

Medida 4. O que acha desta medida?

Sim, acho muito importante. Tudo o que seja automático e não sejam os colaboradores a ter de fazer é favorável.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho muito importante. Dar mais destaque quando é algo mais importante. Um e-mail com um link a direcionar para uma página na INTRANET com a informação mais detalhada.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Também acho relevante. Talvez ir partilhando esta informação mensalmente.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.2.19. Entrevistado #19

I. Contexto de entrevista

A entrevista foi realizada no dia 04 de Setembro de 2020, pelas 15 horas e 30 minutos, e teve uma duração aproximada de 40 minutos. A entrevista foi realizada no local de trabalho da respondente.

II. Caracterização e qualificação do respondente

A respondente é do género feminino. Atualmente desempenha funções na entidade e encontra-se inserida na variável “Tempo de casa” e na categoria “Mais de 20 anos”, cumprindo assim todos os requisitos necessários à elegibilidade para a participação no presente estudo de mercado.

III. Questões iniciais

Quais as palavras que associa a alterações climáticas?

Poluição, escassez de água, calor.

Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?

Somos todos nós.

Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?

Na minha opinião são as pessoas com poder nomeadamente os Governos e as grandes empresas.

Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas?

Sim.

E os cidadãos?

Claro.

Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente?

Sim.

Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?

Todos, mas na minha opinião o governo é que pode executar determinadas medidas e pô-las em prática de forma muito mais facilitada e rápida.

IV. Tema A

Sabe o que é gestão ambiental?

Termos políticas e medidas capazes regular o funcionamento de uma empresa, tornando a sua atividade o menos prejudicial possível para o ambiente.

Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?

Tentativa de tornar tudo digital e diminuir a necessidade do papel, os dispensadores de água disponíveis para não se ter de comprar água engarrafada, o teletrabalho, sensibilização dos colaboradores, promover a divisão de automóveis entre os funcionários.

Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização?

Sim, o mais possível.

Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?

Sim.

Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?

Sim, as que referi anteriormente como os dispensadores de água, a tentativa de reduzir o consumo de papel, o mesmo para a água, energia e plástico, os contentores para a reciclagem, a sensibilização dos colaboradores.

V. Tema B

Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?

INTRANET e e-mail.

Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?

Ambos.

Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?

Não tenho preferência.

É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza?

Utilizo mais a INTRANET.

Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?

Sim, para o efeito são suficientes.

Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?

Não.

Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?

Não.

Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?

Já foi ao meu encontro nomeadamente nos destaques da INTRANET.

Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades?

Acho que faz sentido utilizar a INTRANET. Também se pode colocar informação em zonas de paragem como o refeitório.

Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna?

Não.

VI. Tema C

Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?

Sim, passa pela pessoa no seu dia-a-dia tentar prejudicar o menos possível o ambiente.

Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável?

Claro.

Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções?

Sim, eu reciclo, procuro gerar o mínimo de lixo possível, não desperdiçar água, fechar as luzes do gabinete quando sou a última a sair.

E fora da organização?

Também.

VII. Tema D

Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?

A implementação de balneários para facilitar a deslocação dos colegas através de bicicleta, trotinete ou mesmo a pé e colocar uma zona de estacionamento para os mesmos.

VIII. Pré-estímulo

Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?

Acho que o e-mail para a pessoa dar sugestões não é partilhado o suficiente, eu se quisesse neste momento dar uma sugestão de algo a ser melhorado ou de algo com que me defrontei específico de gestão ambiental, não sei para onde o devo fazer. Deveriam existir mais dispensadores de água.

IX. Estímulo

Medida 1. O que acha desta medida?

Acho que as pessoas iriam aderir muito bem. Há sempre pessoas que têm hábitos já muito antigos e é capaz de demorar, mas disponibilizando os dispositivos pode ser que acabem por se habituar.

Medida 2. O que acha desta medida?

No meu serviço não sinto necessidade de mais, no resto das instalações não tenho noção. Mas se outras pessoas sentirem faz todo o sentido.

Medida 3. O que acha desta medida?

É sempre melhor do que não estar lá nada. Pode sempre sensibilizar ou avisar algumas pessoas.

Medida 4. O que acha desta medida?

Sim, acho que é muito positiva.

Plano de comunicação ambiental interna 1. O que acha deste plano?

Acho muito importante. Penso que uma newsletter vocacionada em gestão ambiental partilhada por e-mail podia fazer sentido. Também colocar obviamente nos destaques da INTRANET.

Plano de comunicação ambiental interna 2. O que acha deste plano?

Acho necessário continuar a lembrar, ainda temos colegas que não estão nada sensibilizados para essas matérias.

Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna?

Sim.

12.3. ANEXO 3 – MATRIZ ANÁLISE CONTEÚDOS

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade	
Questões	Resumo da Questão
Questões Iniciais	
1. <u>Quais as palavras que associa a alterações climáticas?</u>	Em 70 palavras fornecidas, 18 estão relacionadas com as consequências das alterações climáticas (como degelo, incêndios, poluição), 8 palavras assumem as alterações climáticas como um problema, 6 palavras referem razões das alterações climáticas (como pressão demográfica e desperdício), e outras 6 soluções para as mesmas (como proteção e comportamento ambiental, medidas e os 3 r's). Palavras relacionadas com gravidade ou sinónimos são referidas 9 vezes, muitas vezes associadas à palavra "problema". Foram referidas 5 vezes palavras sinónimas de resíduos e também o associar das alterações climáticas a ser algo mundial foi referido 5 vezes. Ecossistema e sinónimos foram referidos 4 vezes e Extinção da humanidade ou sinónimos 4 vezes. Foram referidas 1 vez as seguintes palavras: Comportamentos; Futuro; Ignorado; Atualidade; Preocupação. Conseguimos concluir esta análise com os seguintes factos: os colaboradores têm uma grande perceção das consequências que advêm das alterações climáticas, tal como das razões que as provocaram e as soluções para as mesmas. A palavra que foi mais referida individualmente foi "problema", que significa questão que se propõe para ser resolvida.
2. <u>Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?</u>	Dos 19 entrevistados, 18 consideram o ser humano como o responsável pelas alterações climáticas enquanto que um respondente considera que são as empresas.
3. <u>Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?</u>	Dos 19 entrevistados, 16 consideram o ser humano responsável por combater e minimizar as alterações climáticas, enquanto que dois respondentes consideram que o Governo é o responsável e 1 respondente considera que os responsáveis são o Governo e as grandes empresas.
4. <u>Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas? Porquê?</u>	Todos os entrevistados referiram que as empresas têm um grande impacto no combate às alterações climáticas. Sendo que 7 entrevistados não justificaram esta decisão. Os outros 12 entrevistados utilizaram as seguintes justificações (mais sugerida para menos sugerida): Redução da sua pegada ambiental que tem muito impacto; Sensibilização de colaboradores, clientes e outras empresas; Rede extensa de partilha de informação; São o motor económico do país.
5. <u>E os cidadãos? Porquê?</u>	Todos os entrevistados referiram que os cidadãos têm um grande impacto no combate às alterações climáticas. Sendo que 6 entrevistados não justificaram esta decisão. Os outros 13 entrevistados utilizaram as seguintes justificações (mais sugerida para menos sugerida): Responsabilidade e comportamento ambiental; Consciencialização; Sensibilização.
6. <u>Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente? Porquê?</u>	Todos os entrevistados referiram que as empresas devem ter um comportamento amigo do ambiente. Sendo que 10 entrevistados não justificaram esta decisão. Os outros 9 entrevistados utilizaram as seguintes justificações (mais sugerida para menos sugerida): Responsabilidade e comportamento ambiental; Sensibilização dos colaboradores e clientes. Referiram ainda a necessidade de recompensa às empresas com um comportamento ambiental sustentável como forma de incentivo a este mesmo comportamento.
7. <u>Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, 8 consideram o Governo quem é mais relevante no combate às alterações climáticas pois tem o poder de legislação, fiscalizações e penalizações; 7 respondentes consideram que são os cidadãos pois há uma necessidade de alteração de mentalidade e comportamento e, tendo em conta que os cidadãos são os consumidores, são estes que geram a necessidade de produção e quem cria a procura (quem compõe a sociedade); 2 respondentes consideram as empresas como as mais relevantes no combate às alterações climáticas pois são quem tem o maior impacto negativo no ambiente pelo que são quem tem mais para mudar e são quem tem de investir na investigação de novos recursos ou de uma exploração sustentável dos recursos existentes; por fim, 2 respondentes consideram que são todos, não conseguindo colocar a responsabilidade em apenas numa das categorias.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade										
Questões	Respondentes									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Quais as palavras que associa a alterações climáticas?	Problema grave; Sobrevivência; Preocupação; Comportamento ambiental.	Pressão demográfica; Recursos; Poluição atmosférica; Degelo.	Problema mundial; Consequências graves; Ecosistema;	Problema humano; Existência; Continuidade humana.	Atualidade; Ecologia; Mundo.	Problema sério; Ignorado; Consciência;	Problema grave; Reciclar; plástico e reaproveitar; plástico; desperdício; Respeito; Flora e fauna; Conscientização.	Pressão demográfica; Lixo; Plástico; Desperdício.	Consciência; Extinção da Humanidade; Poluição Ambiental; Saúde; Poluição; Conscientização; Paisagística.	Problema grave; Comportamentos; Desperdício.
2. Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.
3. Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mudanças de alterações climáticas?	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.
4. Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas? Porquê?	Sim. Conseguem reduzir o impacto do seu negócio no ambiente; Conseguem sensibilizar os seus colaboradores e clientes; Informação chega mais longe.	Sim. Tenho noção da melhoria nas organizações após implementação de medidas amigas do ambiente. Se todas as organizações o fizessem chegaríamos longe.	Sim, as empresas comunicam com todos os cidadãos; Se passarem uma mensagem de mudança conseguem atingir muitas pessoas.	Sim. Enquanto que nós cidadãos somos individualmente um peixe no oceano, para mim uma organização é um barco.	Sim. Se estas têm um grande impacto a provocar alterações climáticas também conseguem ter um grande impacto a combater as.	Sim. Enquanto comunidade profissional, consegue influenciar um vasto número de indivíduos e também, dadas as suas dimensões, têm um grande impacto. As organizações não se descarram das coisas combatendo as alterações climáticas. Claro que sim, as empresas têm um grande impacto.	Sim. As organizações têm muitas pessoas à sua volta, produzem muitas coisas, muitas vezes produzem a mais e depois não se descarram das coisas combatendo as alterações climáticas. Claro que sim, as empresas têm um grande impacto.	Sim. A produção das empresas gera muita poluição, são essenciais no exemplo, tanto para os seus colaboradores como para as empresas mais pequenas.	Sim. Principalmente as grandes empresas que têm um papel importantíssimo em dar o exemplo, tanto para os seus colaboradores como para as empresas mais pequenas.	
5. E os cidadãos? Porquê?	Sim. Todos devemos fazer mais para preservar o ambiente.	Sim. Se todos fossemos um pouco mais frugal, não precisávamos de explorar tanto os recursos do planeta.	Sim, se todos nós mudarmos alguns comportamentos conseguiremos melhorar muito o ambiente.	Sim. O maior impacto, somos muitos peões no oceano, individualmente podemos ter pouco impacto, mas se juntarmos conseguimos alcançar muito.	Sim. Enquanto indivíduos e comunidades, nos seus comportamentos do dia-a-dia.	Sim. Enquanto que nós cidadãos somos individualmente um peixe no oceano, para mim uma organização é um barco.	Sim. Os cidadãos compõem essas organizações, são eles que influenciam outros, melhor. Enquanto que nós cidadãos somos individualmente um peixe no oceano, para mim uma organização é um barco.	Sim. Temos de ter todos este cuidado com o ambiente, no meu caso tento ensinar e passar isto à minha família, se não for eu a ensinar, não consigo ensinar os meus filhos, que são mais próximos, são mais próximos, consigo grandes resultados.	Sim. Tudo começa connosco e com as nossas necessidades.	
6. Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente? Porquê?	Sim. Porque vão influenciar os seus colaboradores a terem também esse comportamento.	Sim. Porque são quem têm mais influência.	Sim. Porque influenciam positivamente todos os seus colaboradores e clientes.	Sim. Devemos todos ter comportamentos amigos do ambiente, as organizações pelas suas dimensões mais ainda.	Sim. Devemos todos ter comportamentos amigos do ambiente para alcançar novos métodos menos poluentes durante a sua atividade.	Sim. Devemos todos ter comportamentos amigos do ambiente, as organizações pelas suas dimensões mais ainda.	Sim. Devem ser criadas medidas e políticas nas empresas, é essencial.	Sim.	Sim.	
7. Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?	Os cidadãos. Se todos fizermos um pouco mais do impacto negativo no ambiente atualmente, conseguimos atingir muito.	As empresas. Têm um impacto negativo no ambiente muito grande.	Os cidadãos. São as nossas práticas no dia-a-dia que vão influenciar.	O governo. Ao implementar leis com penalizações consegue muitos resultados.	O governo. Pelo poder na implementação de regras com sanções e fiscalização, serviços.	Os cidadãos. Pois são estes que consomem e que geram a necessidade de serviços.	Os cidadãos. Somos nós enquanto indivíduos que conseguimos fazer a diferença, ao aplicarmos muitas vezes as regras e sensibilizarmos os que nos rodeiam.	O governo. Têm de se criar leis, fiscalizar-se e aplicar as regras sempre que possível. As alterações climáticas são "o parente pobre" da economia.	O governo. Têm de se criar leis, fiscalizar-se e aplicar as regras sempre que possível. As alterações climáticas são "o parente pobre" da economia.	

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade									
Questões	Respondentes								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Questões iniciais									
1. <u>Quais as palavras que associa a alterações climáticas?</u>	Problema mundial; Problema diário; Saúde; Poluição paisagística; Catástrofes naturais.	Alterações meteorológicas; Proteção ambiental; Medidas.	Caos; Vasto; Mundial.	Global; Conscientização; Grave; Futuro.	Aquecimento global; Catástrofes naturais.	Incêndios; Degelo; Oceano.	Catástrofes; Urgência; Mundo.	Resíduos; Plásticos; Aquecimento.	Poluição; Escassez de água; Calor.
2. <u>Na sua opinião, quem é responsável pelas alterações climáticas que se verificam no mundo?</u>	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	As empresas.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.
3. <u>Na sua opinião, quem é responsável por combater e minimizar estas mesmas alterações climáticas?</u>	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	O ser humano.	Os Governos.	O ser humano.	O ser humano.	O Governo e as grandes empresas.
4. <u>Considera que as organizações podem ter um grande impacto no combate às alterações climáticas? Porquê?</u>	Sim.	Sim.	Sim. Porque podem conduzir as pessoas a ter boas práticas a nível organizacional e que as levem para suas casas	Sim.	Sim. Se houver vontade em unir esforços conseguimos alterar os hábitos de vida e de consumo.	Sim. Porque são o motor económico do país e são determinantes nesse sentido.	Sim. As organizações são quem mais contribui e contribuiu para as alterações climáticas.	Sim. Podem e devem, é crucial.	Sim.
5. <u>E os cidadãos? Porquê?</u>	Sim. Devemos todos fazer a nossa parte.	Sim.	Sim. A mínima ação feita por toda a gente torna-se numa grande ação.	Sim.	Sim. Mas têm de se mudar mentalidades.	Sim.	Sim. Se a mentalidade mudar, tudo muda.	Sim.	Sim.
6. <u>Considera que as organizações devem ter um comportamento amigo do ambiente? Porquê?</u>	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim. Devem ser incentivadas nesse sentido, as empresas que têm maior preocupação nesse sentido devem ser recompensadas a nível de impostos.	Sim. E devem ser recompensadas por o terem.	Sim.	Sim.
7. <u>Quem considera mais importante no combate às alterações climáticas em Portugal, o Governo, as entidades públicas e privadas ou os cidadãos? Porquê?</u>	As empresas. Estas têm de se esforçar na investigação de novas formas de combater estes problemas, quer através de novos recursos ou de uma exploração sustentável dos recursos existentes.	O Governo. Conseguem elaborar leis direcionadas para as empresas e para os cidadãos.	Os cidadãos. Somos nós que constituímos uma sociedade.	Os cidadãos. Começa tudo conosco, com o nosso comportamento.	O Governo. Implementando políticas e leis. Nomesadamente na educação, tentando ensinar as crianças/jovens, colocar restrições nas empresas e dar incentivos a empresas que têm um comportamento amigo do ambiente.	Sim. Não consigo dizer um em particular. Eu penso que as empresas e o Governo por serem mais amigos do ambiente, colocam-se relativamente aos cidadãos, se lhe apresentarem opções económicas favoráveis todos nós temos o dever, sociedades, se a maioria tiver um comportamento amigo do ambiente, estes não recalam sobre o Estado, mas o Governo tem de apertar.	O Governo. Tendo em conta o nosso país e a forma como ele é culturalmente, o peso deve cair sobre o Governo pelo poder de legislação e fiscalização. Penso que todos nós temos o dever, não recalam sobre o Estado, mas o Governo tem de apertar.	O Governo. Na minha opinião o governo é que pode executar determinadas medidas e pô-las em prática de forma muito mais facilitada e rápida. Mas todos somos importantes nesta luta.	

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade	
Questões Tema A A gestão ambiental na organização	Resumo da Questão
8. <u>Sabe o que é gestão ambiental?</u>	Dos 19 entrevistados, 16 respondentes sabem o que é gestão ambiental, 1 respondente não sabe o que é gestão ambiental e 2 respondentes têm uma ideia do que é gestão ambiental. Relativamente às definições de gestão ambiental, estas puderam ser agrupadas da seguinte forma: A gestão de recursos e de resíduos de uma organização (definido por 8 respondentes); Ter boas práticas para minimizar os problemas que advêm da nossa atividade e que influenciam o ambiente (definido por 4 respondentes); Políticas que as empresas desenvolvem no sentido da melhoria das condições ambientais existentes na própria empresa, de forma a caminhar no sentido de uma maior sustentabilidade ambiental (definido por 2 respondentes); A gestão sustentável da atividade e infraestruturas de uma empresa (definido por 1 respondente); A sensibilização das pessoas para uma boa utilização de recursos (definido por 1 respondente). Dos respondentes que disseram que sabiam o que é gestão ambiental, apenas 1 não definiu o conceito.
9. <u>Pode-me dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?</u>	Todos os entrevistados afirmaram ser capazes de sugerir medidas de gestão ambiental.
9.1. <u>Se sim, exemplos. Se não, porque?</u>	As medidas sugeridas pelos respondentes foram: com 13 referências a Reciclagem; com 9, referências reduzir a utilização de papel; com 6 referências, reduzir/abolir o consumo de plásticos de utilização única ou não duradoura; com 5 referências, aquisição de equipamentos com uma eficiência energética elevada, sensibilização dos colaboradores e atualização dos mecanismos para automáticos para diminuir a energia e água gasta; com 3 referências, promover a utilização de documentação digital, utilização de papel reciclado na organização, substituição de lâmpadas para lâmpadas de baixo consumo, utilizar detergentes com baixo ou nulo impacto no ambiente, preferencialmente com certificação ambiental, gestão de resíduos; com 2 referências, diminuição do caudal das torneiras e dos autoclismos, utilização de dispensadores de água filtrada ligados à água da rede, colocar critérios ambientais nos parceiros e prestadores de serviços; com 1 referência, reutilização do papel para rascunho, aproveitamento da energia gerada pelos elevadores, captação de energia através de painéis fotovoltaicos, utilização de solução solar termal para climatização, evitar utilização de ar condicionado, comprar embalagens de fins múltiplos, abolir a utilização de aerossóis, critérios ambientais na contratação pública, promover o teletrabalho e promover a divisão de automóveis entre os funcionários (carsharing).
10. <u>Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização? Porque?</u>	Todos os entrevistados consideram a gestão ambiental uma área importante numa organização, sendo que 8 respondentes não deram uma justificação; 4 consideram a gestão ambiental importante porque permite reduzir custos e ao mesmo tempo ajudar o ambiente; 3 consideram a gestão ambiental importante pois permite a diminuição da pegada ambiental da organização, 3 consideram a gestão ambiental importante pois devemos ser ambientalmente responsáveis, e 1 respondente considera a gestão ambiental importante pois o futuro do mundo depende disso
11. <u>Sabe se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?</u>	Todos os entrevistados afirmaram ter conhecimento de existir uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da organização, neste caso, a Equipa Ambiente.
12. <u>Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?</u>	Todos os entrevistados afirmaram ser capazes de sugerir medidas de gestão ambiental implementadas na organização.
12.1. <u>Se sim, qual/quais?</u>	Segundo os respondentes, as medidas já implementadas na organização foram as seguintes: com 17 referências, a reciclagem; com 7 referências, a redução do uso do papel; com 6 referências a utilização de papel reciclado; com 5 referências, a sensibilização ambiental; com 4 referências, a aquisição de equipamentos com uma certificação energética elevada; com 3 referências a implementação de lâmpadas de baixo consumo, a doação de móveis para instituições que lhes deem uma segunda vida, o correto despejo de aparelhos eletrónicos obsoletos e pilhas, a diminuição do caudal das torneiras e dos despejos dos autoclismos, a implementação de dispensadores de água filtrada ligados à rede; com 2 referências a inclusão de critérios ambientais na contratação pública, a utilização de produtos com certificação ambiental; com 1 referência a implementação de fotocopiadoras comuns, o correto tratamento de manchas de óleo na garagem, a tentativa de encontrar substitutos do plástico, o aproveitamento da energia gerada pelos elevadores, a atualização dos mecanismos para automáticos para diminuir a energia e água gasta.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade									
Questões	Respondentes								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Tema A / A gestão ambiental na organização									
8. <u>Sabe o que é gestão ambiental?</u>	Sim. Sensibilizar as pessoas para a boa utilização dos recursos.	Sim. Tomar medidas no sentido de geri a nossa atividade em prol do ambiente.	Sim. O controlo dos recursos ambientais utilizados nas organizações, Sim. a nível de aquisições e consumo.		Sim. Ter em atenção tudo o que diz respeito à proteção do ambiente, desde o gasto excessivo de água, o tratamento do lixo, a poluição atmosférica.	Sim. Gerir os recursos que se tem à disposição, encontrando soluções o mais possível favoráveis ao ambiente.	Sim. A gestão sustentável da atividade de uma empresa ou mesmo numa casa.	Sim. A gestão dos recursos utilizados, de forma a que sejam utilizados de forma sustentável.	Sim. Termos políticos e medidas capazes de regular o funcionamento de uma empresa, tornando a sua atividade o menos prejudicial possível para o ambiente.
9. <u>Podem dar exemplos de medidas de gestão ambiental numa organização?</u>	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.
9.1. <u>Se sim, exemplos. Se não, porque?</u>	Separar o lixo; Correto despejo de certos materiais como as pilhas; Pequenos eletrodomésticos; Redução da utilização do plástico; Evitar desperdícios de água.	Redução da utilização do papel; Reciclagem.	Encontrar empresas prestadoras de serviços que sejam amigas do ambiente; Fazer o controlo dos gastos de água, energia e papel, através da instalação de equipamentos com maior eficiência; Sensibilização para/dos colaboradores.	Sensibilização dos colaboradores; Reciclagem, no papel e na eletricidade.	Reciclagem; a poupança na água, no papel e na eletricidade.	Reciclagem; Sensibilização ambiental.	Faz a reciclagem; Minimizar-se o uso de papel; Abolir os plásticos descartáveis; Colocar sistemas de poupança de energia como iluminação automática e com uma boa eficiência energética, o mesmo para a poupança de água.	Separar o lixo; Correto despejo de certos materiais como as pilhas; Pequenos eletrodomésticos; Redução da utilização do plástico; Evitar desperdícios de água.	Diminuir a necessidade do papel; Dispensadores de água disponíveis para não se ter de comprar água engarrafada; Trabalho; Sensibilização dos colaboradores; Promover a divisão de automóveis entre os funcionários (carsharing).
10. <u>Considera a gestão ambiental uma área importante numa organização? Porquê?</u>	Sim. A gestão ambiental nos dias de hoje ainda mais, é essencial numa organização.	Sim. Porque demonstra a preocupação das pessoas e das empresas em proteger o ambiente.	Sim. A gestão ambiental é fundamental tanto para o controlo dos custos da organização como para gerir a forma como os recursos ambientais são utilizados, permitindo encontrar o equilíbrio e encontrar soluções que sejam benéficas para ambos os casos.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim. Ajuda o ambiente, mas também ajuda muito a diminuir custos e a tornar a organização mais sustentável.	Sim.	Sim.
11. <u>Salvo se a organização onde presta funções tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental da mesma?</u>	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.	Sim. A Equipa Ambiente.
12. <u>Tem conhecimento de alguma medida de gestão ambiental que tenha sido implementada na organização onde presta funções?</u>	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.
12.1. <u>Se sim, qual/quais?</u>	Pontos de reciclagem, cuidado com o tratamento de manchas de óleo nas garagens, por exemplo.	Reciclagem.	Inclusão de critérios ambientais na contratação pública, utilização primordial de papel reciclado, implementação dos caixotes da reciclagem.	Distribuição dos ecopontos, sensibilização dos colaboradores, diminuição do caudal das torneiras e dos despejos dos autoclismos.	Reciclagem.	Reciclagem, a sensibilização dos colaboradores, a tentativa de encontrar substitutos do plástico.	Puseram ecopontos pelas instalações, aqui junto ao meu serviço tem um sítio onde posso encher a minha garrafa de água com água filtrada, utilizamos papel reciclado.	Começámos a fazer a separação dos resíduos, não só os normais como equipamentos eletrónicos e mobiliário, são todos corretamente separados e entregues. Distribuímos ecopontos pelos serviços, e também as coisas que já referiamos.	Dispensadores de água; Tentativa de reduzir o consumo de papel, o mesmo para a água, energia e plástico; Contêineres para a reciclagem; Sensibilização dos colaboradores.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade	
Questões	Resumo da Questão
Tema B Informação e canais de divulgação	
<u>13. Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?</u>	Segundo os respondentes, existem 4 canais de divulgação interna na entidade, a Intranet com 19 referências, o e-mail com 14 referências, a comunicação direta com 3 referências e a newsletter com 1 referência.
<u>14. Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?</u>	Dos canais de divulgação utilizados, 10 respondentes afirmam utilizar todos e 9 respondentes afirmam utilizar a intranet e o e-mail.
<u>15. Que canais de divulgação interna utilizados pela organização onde presta funções tem preferência?</u>	Dos 19 entrevistados, 8 não têm preferência por nenhum dos canais de divulgação utilizados, 6 têm preferência pelo e-mail e 5 pela intranet.
<u>16. É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, 10 utilizam mais o canal que têm preferência, dos quais 4 é a intranet (1 dos quais justificando-se que a intranet permite ao mesmo tempo tratar de coisas relacionadas tanto com o trabalho como com informações pessoais (férias, etc)), e 6 o e-mail (2 justificam-se por ser mais rápido e de fácil comunicação e 1 porque consegue visualizar no telemóvel com maior facilidade, permitindo-lhe estar ausente da sua secretária). 7 respondentes afirmam que utilizam ambos em igual proporção pois não tem preferência por nenhum. Por fim, 2 respondentes afirmam que não utilizam mais o canal que têm preferência, 1 pois não tem preferência por nenhum canal mas utiliza mais a intranet e outro porque tem preferência pela intranet mas não é o que mais utiliza.
<u>17. Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?</u>	Dos 19 entrevistados, 18 gostam dos canais de divulgação e 1 não.
<u>17.1. Quais as características que mais o agradam e desagradam nos mesmos?</u>	Dos 19 respondentes, 2 não tinham nada a dizer sobre os canais de divulgação. Dos restantes 17 tiraram-se as seguintes conclusões: as características positivas do e-mail é ser rápido, imediato, bom para situações de urgência; as características negativas do e-mail é a acumulação de e-mails que dificulta a visualização de assuntos não urgentes; as características positivas da intranet é ter a informação sobre toda a entidade e permitir estar em contacto com todos os serviços; as características negativas da intranet é ser pouco apelativa, a pesquisa de informação ser difícil, o design ser fraco, estar mal estruturada, não contemplar toda a informação que deveria, ser de difícil utilização e a secção de destaques estar mal organizada não facilitando a visualização das novidades.
<u>18. Consegue organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferido para preterido?</u>	Dos 19 entrevistados, 8 não conseguiram organizar os canais de divulgação de preferido para preterido pois não têm preferência por nenhum. Os restantes 11 entrevistados conseguiram organizar os canais de divulgação de preferido para preterido, sendo que 6 referiram primeiro o e-mail e depois a intranet e 5 referiram primeiro a intranet e depois o e-mail.
<u>19. Sabe onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?</u>	Dos 19 entrevistados, 13 sabem onde encontrar a informação relativa à gestão ambiental da entidade enquanto que 6 referem não saber onde esta se encontra.
<u>20. Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?</u>	Dos 19 entrevistados, 14 referem que a informação de gestão ambiental já foi ao encontro dos mesmos enquanto que 5 referem que têm de a procurar para a encontrar.
<u>21. Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, 3 consideram que a gestão ambiental deveria ter um canal de divulgação próprio justificando-se da seguinte forma: porque teríamos uma fonte de informação específica de gestão ambiental; porque quanto mais estruturada e sistematizada tiver a informação melhor; porque faz mais sentido esta informação estar toda concentrada num sítio próprio; porque a intranet não é acessível a todas as pessoas que prestam funções na entidade e esta informação deve estar acessível a todos. Os restantes 16 entrevistados não consideram que a gestão ambiental deva ter um canal de divulgação próprio, justificando-se das seguintes formas: devem-se utilizar os canais existentes pois as pessoas são reticentes à mudança e já se habituaram a utilizar os que existem; devem-se utilizar os canais existentes mas melhorar a divulgação e destaque da informação de gestão ambiental dentro dos mesmos; deve-se intensificar a comunicação presencial nos serviços para partilha de novidades de gestão ambiental; deve-se utilizar os cartazes digitais informativos para partilha da informação, nomeadamente junto de zonas de paragem; deve-se facilitar o acesso à informação de gestão ambiental na intranet; dar autonomia à equipa de gestão ambiental para partilhar conteúdos na intranet.
<u>22. Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, 17 referem que não gostariam que a entidade utilizasse outros canais de divulgação e 2 sugerem a utilização de novos canais de divulgação. Destes 2 entrevistados, 5 justificaram-se dizendo que os canais existentes na entidade são suficientes, que se deve apostar em canais de divulgação que já existem na entidade mas tirar maior proveito dos mesmos (como cartazes informativos digitais, monitores ou ecrãs), que se devem melhorar os canais de divulgação existentes e não, acrescentar mais.
<u>23. Se respondeu sim à pergunta 22. Que outra forma de divulgação de informação gostaria que a organização utilizasse? Porquê?</u>	Dos 2 entrevistados que referiram que gostariam que a entidade utilizasse outros canais de divulgação, estes dão exemplos como a utilização dos SMS para informar de novidades importantes, a utilização de ecrãs informativos, a criação de uma plataforma digital dinâmica que incluísse todos os canais de informação (como o e-mail, área pessoal do colaborador, Skype, informações de cada divisão).

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade										
Questões	Respondentes									
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
Tema B Informação e canais de divulgação										
13. Através de onde tem conhecimento das informações relativas à organização onde presta funções?	Intranet, comunicação presencial e e-mail.	Intranet e e-mail.	Newsletter, intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	Intranet e e-mail.	
14. Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções utiliza?	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	Todos.	
15. Que canais de divulgação de informação interna a organização onde presta funções tem preferência?	Intranet.	Não tenho preferência.	Não tenho preferência.	Não tenho preferência.	E-mail.	Intranet.	Intranet.	Não tenho preferência.	Não tenho preferência.	
16. É o canal de divulgação interna que acabou de referir, o que mais utiliza? Porque?	Sim.	Utilizo ambos em igual proporção.	Utilizo ambos em igual proporção.	Utilizo ambos em igual proporção.	Sim.	Sim.	Não.	Utilizo ambos em igual proporção.	Não. Intranet.	
17. Gosta dos canais de divulgação utilizados pela organização onde presta funções?	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	
17.1. Quais as características que mais o agradam e desagradam nos mesmos?	A intranet permite estar em contacto com todos os serviços o que é um ponto positivo, mas a nível do seu modelo e design e facilidade na interação necessita de uma reforma. Quanto ao e-mail não há nada a apontar, acho que depende da organização pessoal de cada colaborador. Relativamente à intranet, a maior vantagem é a informação que ela disponibiliza, para mim a única coisa que me desagrada é a parte da pesquisa. Acho que poderiam ser mais apelativos a nível visual, isto a nível da INTRANET, a pesquisa é difícil, concentra uma grande parte da informação na primeira página, o que a torna muito pesada. O e-mail é muito rápido e atual. Relativamente à intranet, apenas a utilização para consulta, que não é fácil. Sinto que por exemplo a intranet não transmite toda a informação, que está incompleta. Gosto da facilidade e rapidez do e-mail. Relativamente à intranet a pesquisa de informação é difícil, a organização da informação também o design e forma de navegação são terríveis.									
18. Conseguir organizar os canais de divulgação existentes na sua organização de preferência para preferido?	Sim. Intranet, e-mail.	Não.	Não.	Não.	Sim. E-mail, intranet.	Sim. Intranet, e-mail.	Sim. Intranet, e-mail.	Não.	Não.	
19. Sobre onde pode encontrar informação relativa à gestão ambiental da organização onde presta funções?	Sim.	Não.	Sim.	Não.	Sim.	Não.	Não.	Sim.	Não.	
20. Esta informação já foi ao seu encontro ou teria de pesquisar sobre a mesma para a encontrar?	Tenho que a procurar para a encontrar.	Tenho que a procurar para a encontrar.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	Já foi ao meu encontro.	
21. Faria sentido para si, a área de gestão ambiental ter um canal de divulgação próprio onde pudesse partilhar com os colaboradores as suas novidades? Porque?	Não. Acho que um canal próprio não faz sentido porque as pessoas não o iriam procurar, seriam um gasto de energia e tempo desnecessárias. O que eu sugeria é havendo novidades enviar essa informação via e-mail, depois ter a informação mais disponível e visível na intranet.	Não. Acho que a informação deve estar disponível na intranet, talvez com maior destaque.	Não. Penso que se deveriam utilizar as mesmas ferramentas, mais altera o destaque que a gestão ambiental tem nas mesmas.	Não. Faz mais sentido utilizar a intranet pois os colaboradores já estão muito habituados à mesma.	Não. A intranet e o e-mail são suficientes.	Não. Defendo a solução de se utilizar os canais existentes. Se calhar o ideal seria a informação estar mais visível e ter mais destaque dentro da intranet.	Não. Faz mais sentido continuar na intranet, mas a informação ficar mais visível.	Não. Para mim faria mais sentido estar incluído na intranet, mas com mais destaque.	Não. Faz sentido utilizar a intranet. Também se pode colocar informação em zonas de paragem como o refeitório.	
22. Gostaria que a organização onde presta funções utilizasse outras formas de divulgação de informação interna? Porque?	Não.	Não.	Sim.	Não.	Não. A intranet e o e-mail são suficientes.	Não.	Não.	Não.	Não.	
23. Se respondeu sim à pergunta 22. Que outra forma de divulgação de informação gostaria que a organização utilizasse? Porque?	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade	
Questões	Resumo da Questão
Tema C Comportamento pró-ambiental	
24. <u>Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?</u>	Dos 19 respondentes, 18 dizem saber o que é um comportamento pró-ambiental. Destes 18, 15 deram uma descrição adequada do mesmo enquanto que 3 não descreveram o conceito. Um respondente afirmou não saber o que é um comportamento pró-ambiental.
25. <u>Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável? Porquê?</u>	Dos 19 respondentes, todos concordam que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável. Destes 19 respondentes, 7 não justificaram a sua resposta. Dos 12 que justificaram, a justificação foi unânime entre todos, referindo que um comportamento pró-ambiental é que faz a gestão ambiental funcionar e ser sustentável pois significa que as pessoas cumprem as medidas, regras e orientações ambientais no seu dia-a-dia, tanto no trabalho como em casa, e só com esse comportamento, por parte de todos, conseguimos atingir um futuro melhor.
26. <u>Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, todos consideram que têm um comportamento pró-ambiental. Destes 19, 5 não referiram que tipo de comportamentos têm no dia-a-dia que consideram que sejam pró-ambientais. Dos restantes entrevistados, os comportamentos referidos foram os seguintes: 12 referências para fazer a reciclagem; 10 referências para desligar as luzes sempre que o gabinete está vazio; 7 referências para evitar gastar água em vão; 6 referências para desligar os AC's sempre que o gabinete está vazio (ou não é necessário estarem ligados); 3 referências para evitar o uso de embalagens plásticas e tentar reduzir a impressão para poupar papel; 2 referências para tentar produzir apenas lixo biodegradável; 1 referência para não desperdiçar, ser ambientalmente consciente e sensibilizar os colegas.
27. <u>E fora da organização? Porquê?</u>	Dos 19 entrevistados, todos referiram que têm comportamentos pró-ambientais em casa. Destes 19, 9 não deram justificação; 6 dizem que têm mais comportamentos pró-ambientais em casa do que no trabalho porque depende deles e conseguem aplicar comportamentos que no trabalho não é possível (como a compra de um carro híbrido ou uma solução de energia solar em casa); 3 respondentes referem que têm as mesmas práticas que no trabalho; 1 respondente refere que tem menos comportamentos pró-ambientais em casa do que no trabalho, justificando-se que é por preguiça, por ter de ser a pessoa a tratar da logística.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade										
Questões	Respondentes									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tema C Comportamento pró-ambiental										
24. <u>Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?</u>	Sim. É um comportamento que tenta não prejudicar o ambiente, passa por pensarmos sempre duas vezes antes de uma ação.	Sim. É um comportamento que pessoal, quer profissional que tem alguma preocupação com as alterações climáticas e com a sustentabilidade ambiental e que no dia-a-dia tenta minimizar o impacto que nós temos no ambiente.	Sim. Ter boas práticas ambientais como por exemplo fazer escolhas cujas consequências tenham o menor impacto para o ambiente.	Sim.	Sim. São conhecimentos ambientais que integramos nas nossas ações do dia-a-dia.	Sim. Cada cidadão adequar a sua vida em função de uma boa atitude ambiental, mais harmoniosa possível ambiental.	Sim. Tentar viver da forma com o ambiente.	Sim. No nosso dia-a-dia, fazer as coisas de forma menos prejudicial para o ambiente.	Sim.	Sim. Em todos os locais que estou, seja em casa, seja no trabalho, seja na rua, devo ter atitudes que ajudem a melhorar o ambiente e a gestão do mesmo.
25. <u>Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável? Porquê?</u>	Sim. Porque quanto mais pró-ambientais formos, melhor será o nosso futuro.	Sim. Acho que se um de nós prejudicar o ambiente, se prejudicamos todos os outros e somos importantes para pôr isto tudo a funcionar melhor não se atinge nada.	Sim. Embora seja difícil a pessoa tê-lo, pelo menos a 100%, dentro do que nós é possível devemos sempre ter.	Sim. A equipa ambiente tenta fazer a sensibilização para um comportamento pró-ambiental pois tem a noção que sem a colaboração dos colegas, não se consegue atingir uma gestão ambiental sustentável.	Sim. Não vamos conseguir atingir uma sustentabilidade ambiental se não tivermos um comportamento pró-ambiental é que conseguimos fazer uma boa gestão ambiental. Se cada um de nós não fizermos a nossa quota parte, não chegamos ao todo.	Sim. As medidas podem ser implementadas e serem as melhores do mundo, mas se as mentalidades não mudarem, as coisas não avançam. Só com um comportamento pró-ambiental é que conseguimos atingir o objetivo.	Sim. Só se cada um fizer a sua parte é que conseguimos atingir o objetivo.	Sim. Se todos nós cumprirmos certas regras/medidas, tudo fica melhor.	Sim. Só se tem uma boa gestão ambiental se as pessoas cumprirem as medidas e regras ambientais ou seja, se se tiver um comportamento pró-ambiental.	Sim. Acho que é muito importante, toda a gente tem de ter este tipo de comportamento.
26. <u>Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções? Porquê?</u>	Sim, poupo ao máximo os recursos, não desperdiço, penso sempre duas vezes antes de produzir algo, tento sempre ter em mente a sustentabilidade, a biodiversidade possível, faço a reciclagem daquele que não é e tento ser uma pessoa ambientalmente consciente.	Sim.	Sim. Comecei a fazer a reciclagem desde que implementaram os ecopontos.	Sim. Desligo as luzes e os ares condicionados sempre que sou o último a sair do gabinete, não imprimo documentos, faço a reciclagem.	Sim. Faço a reciclagem, tento evitar a utilização de embalagens plásticas, não deixo luzes acesas nem ares condicionados ligados, tento manter a temperatura da sala equilibrada sem recorrer ao ar condicionado.	Sim. Sinto que a nível de meios de acessos estou mais limitado. Esta entidade ainda não é um modelo de exemplo na área ambiental, vamos fazendo os possíveis para ir melhorando, mas leva tempo.	Sim. Faço a reciclagem, quando vejo colegas que não o fazem aviso-os, sempre que saio apago as luzes e desligo o ar condicionado. Não ter as persianas baixas para não aquecer a sala, evita a impressão. Sinto que na organização há mais para ser feito, mas não passa por mim, acho que há falta de sensibilização nas chefias.	Sim. Gasto pouco papel, apago sempre as luzes e o ar condicionado, faço a reciclagem.	Sim. Tenho um problema que são as garrafas de água, eu não gosto de água da torneira apenas de água engarrafada, mas estou consciente que é um mau hábito.	Sim.
27. <u>É fora da organização? Porquê?</u>	Sim. Tenho as mesmas práticas que tenho durante o período de trabalho.	Sim.	Sim. Tenho muito por onde mudar, mas vou tendo mais consciência.	Sim. Aplico tudo o que referi acima em casa, ainda tenho um carro híbrido, faço a sensibilização junto dos meus filhos e amigos, estou constantemente a sugerir adaptações no meu prédio que são amigas para o ambiente, não resisto a alteração para luzes de consumo baixo e com sensores de movimento.	Sim. Aplico o mesmo que referi acima e mais se depende de mim.	Sim. Mais do que na vida profissional porque depende de mim.	Sim. Tenho cuidado com a luz, a água, faço a reciclagem, não compro água engarrafada.	Sim.	Sim. Em casa faço mais, tudo o que referi acima e ainda apanho plásticos. Consigo gerir o tipo de equipamentos que compro a nível de eficiência energética e os consumos tanto de energia, como de água dependem apenas de mim.	Sim.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade									
Questões	Respondentes								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
<u>Tema C Comportamento pró-ambiental</u>									
24. <u>Sabe o que é um comportamento pró-ambiental?</u>	Sim. Passa por não ter comportamentos que possam ser prejudiciais ao ambiente como por exemplo não deixar besteira. Não. Para o cidadão não deixar plástico para o oceano, fazer a reciclagem, entre outros.	Sim. Sem um comportamento desleixado com as coisas não mudam, fica tudo como está.	Sim. Um comportamento cívico em que as pessoas agem tendo em conta o impacto ambiental.	Sim.	Sim. Um comportamento cívico. O cidadão ter cuidado em fazer os possíveis para não prejudicar o ambiente no dia-a-dia.	Sim. É dar atenção a pequenos gestos que fazemos no dia-a-dia, como não deixar luzes acesas, separar o lixo, abrimos sempre de acordo com regras ambientais corretas.	Sim. Quando praticamos uma ação que não prejudica o ambiente.	Sim. Passa por no dia-a-dia preocupar-me com a gestão dos resíduos, preocupar-me com os gastos de energia, com os gastos de água.	Sim. Passa pela pessoa no seu dia-a-dia tentar prejudicar o menos possível o ambiente.
25. <u>Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma gestão ambiental sustentável? Porquê?</u>	Sim. Porque a única forma que temos de não prejudicar o meio ambiente é através de um comportamento amigo do mesmo.	Sim. Sem um comportamento desleixado com as coisas não mudam, fica tudo como está.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim. O comportamento é que condiciona tudo.	Sim. É o comportamento que faz a gestão ambiental.	Sim. Acho muito importante, mas também é muito relevante a sensibilização do outro.	Sim.
26. <u>Considera que tem um comportamento pró-ambiental na organização onde presta funções? Porquê?</u>	Sim. Faço a reciclagem, gasto pouca água, desligo as luzes quando saio do gabinete.	Sim. Tento ao máximo reduzir o consumo de papel, evito gastar água, deitar as tórnieras a correr, faço a reciclagem.	Sim. Apago as luzes quando não está ninguém na sala, tenho cuidado com o desperdício de água, não utilizo água engarrafada. Falho no que toca a sensibilização dos outros, por vezes vejo colegas a ter atitudes erradas e sinto-me inibida a ir corrigi-los.	Sim.	Sim. Faço a reciclagem, tento não desperdiçar água, desligar as luzes quando saímos todos à hora de almoço, abrimos as janelas para arejar sempre que possível, em vez de ligar o ar condicionado.	Sim. Mas tenho um mau hábito que é a impressão, imprimo muita coisa, vou tentando reduzir, mas é difícil. De resto acho que sim, faço separação do lixo, tento poupar energia, poupar água, o normal.	Sim. Reciclo, tento não usar plástico em vão, apago sempre as luzes do meu gabinete, tenho as janelas abertas para arejar, tento não desperdiçar água.	Sim. Reciclo, procuro gerar o mínimo de lixo possível, não desperdiçar água, fecho as luzes do gabinete quando sou a última a sair.	Sim.
27. <u>E fora da organização? Porquê?</u>	Sim.	Sim. Acho que faço as mesmas escolhas em ambas as situações.	Sim. Na minha vida pessoal é mais fácil porque sou eu que faço as mudanças.	Sim. Faço a reciclagem, redução do uso de plástico, compra de equipamentos com uma boa eficiência energética, a utilização de energia solar.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim. Mas menos do que faço na organização, por uma questão de preguiça penso eu. Na organização não sou eu que trato da logística da coisa.	Sim.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade		
Questões	Resumo da Questão	
Tema D Medidas de gestão ambiental		
28. Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas, que considera úteis ou relevantes para a mesma?	Dos 19 entrevistados, 8 não conseguem listar medidas que consoante o seu conhecimento não tenham sido aplicadas na entidade mas que possam fazer sentido de inserir na mesma. 11 entrevistados confirmaram ter conhecimento de medidas a implementar na entidade.	
28.1. Se sim, listagem das medidas	Relativamente aos 11 entrevistados que têm conhecimento de medidas que ainda não foram implementadas na organização mas que consideram úteis para a mesma, as seguintes medidas foram referidas: com 4 referências, a implementação de solução de geração de energia por via solar; com 2 referências, a organização de atividades em grupo de sensibilização/workshops e a implementação de contentores para despejo de resíduos específicos; com 1 referência a renovação dos AC's para equipamentos menos poluentes, a distribuição de garrafa de vidro a colaboradores, a distribuição de máscaras reutilizáveis aos colaboradores ao invés de descartáveis, a implementação de urinóis sem água, a implementação de sensores de movimento para as luzes funcionarem de forma automática, a implementação de um sistema centralizado de gestão energética de cada sala, estabelecer uma política restrita de impressão, a implementação de aparelhos que reduzam o caudal das toneiras, a implementação de autoclismos de dupla descarga, proibir a venda de produtos com embalagens plásticas de utilização única ou pouco duradoura do bar, o aproveitamento da água da chuva ou da nascente para rega, a implementação de um software de gestão documental, criar uma zona de balneários e estacionamento de bicicletas para os colaboradores promovendo uma mobilidade sustentável.	
28.2. Se não, porque?	Dos 8 entrevistados que não sugeriram novas medidas a aplicar na entidade, todos estes referiram que no momento da entrevista não se conseguiram lembrar de algo que fizesse sentido.	
Pré-Estímulo		
29. Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?	Dos 19 entrevistados, 9 não mudariam nada nas medidas de gestão ambiental implementadas na organização, 3 colaboradores não mudariam nada, mas aceleravam a implementação das medidas, 4 colaboradores não mudariam nada, mas aumentavam as ações de sensibilização, 3 colaboradores mudariam algumas coisas, das quais as seguintes: aboliam os caixotes do lixo pessoais; implementavam restrições nas impressões por pessoa; implementavam um sistema de gestão documental, aumentavam a divulgação de informação nomeadamente o e-mail para sugestões, implementavam muitos mais dispensadores de água ligados à rede, alteravam o local de armazenamento do lixo orgânico a ser doado à empresa de compostagem e auxiliavam o pessoal da limpeza com um carro para transportarem os variados sacos do lixo para garantir que a reciclagem é mesmo feita.	

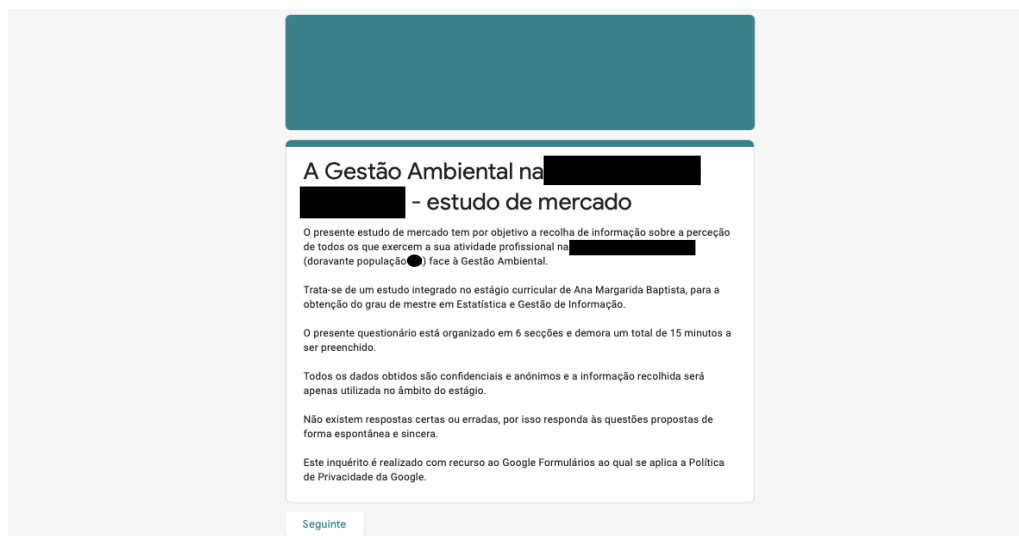
Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade	
Questões	Resumo da Questão
Tema D Medidas de gestão ambiental	
Estímulo	
30. <u>O que acha desta medida? (Medida 1)</u>	Todos os 19 entrevistados concordam com esta medida. Alguns dos comentários adicionais que fizeram foram: os colaboradores vão ficar satisfeitos com a oferta da garrafa, preferencialmente de vidro e se der para fazer uma personalização individual ainda melhor; vai permitir abolir a venda de garrafas de plástico; vai permitir reduzir o desperdício de água; acho importante fazer uma boa divulgação dos sítios onde os dispensadores vão estar; é relevante dar uma boa credibilidade ao sistema, através de uma análise à água e partilha dos resultados com os colaboradores.
31. <u>O que acha desta medida? (Medida 2)</u>	Dos 19 entrevistados, 14 concordam com a medida justificando que: a constante exposição dos colaboradores aos ecopontos vai fomentar a reciclagem, faz sentido eliminar também os caixotes pessoais para fomentar a reciclagem, podiam intensificar em zonas de passagem como corredores, podiam intensificar as variedades nos serviços, às vezes só têm papel. 5 entrevistados discordam da medida justificando que: é mais relevante encontrar uma forma da logística da reciclagem funcionar ao invés de intensificar/terminar os ecopontos, já existem bastantes, quem não faz é porque não quer fazer.
32. <u>O que acha desta medida? (Medida 3)</u>	Dos 19 entrevistados, 18 concordam com a medida, justificando que pode não captar a atenção de todos mas se captar de pelo menos alguns, melhor que nada. O entrevistado que discorda da medida justifica-se dizendo que acha que as pessoas não vão reparar.
33. <u>O que acha desta medida? (Medida 4)</u>	Dos 19 entrevistados, todos concordam com esta medida mas apresentam alguns receios, nomeadamente: o volume de pessoas a utilizar as casas de banho é muito grande, se estiver tudo automatizado e poupar no ambiente e no orçamento acho bem; nos autoclismos acho mais relevante a dupla descarga, parece-me ser o mecanismo que contribui mais para a poupança; antes de se implementarem os secadores, tem de se analisar onde está a maior poupança (energia vs papel); a implementação das torneiras automáticas tem de se analisar se o gasto de energia é sobreposto pela poupança na água; os equipamentos têm de ser de qualidade para serem duradouros, funcionarem bem e efetivamente contribuírem para uma poupança.
34. <u>O que acha deste plano? (Plano de comunicação ambiental interna 1)</u>	Dos 19 entrevistados, todos concordam com este plano de comunicação. Deixaram algumas sugestões/comentários, tais como: deviam utilizar todos os canais disponíveis, e-mail, intranet, ecrãs interativos nas zonas de paragem, canal televisivo interno, workshops e comunicação direta nos serviços; deviam partilhar dados e conteúdos factuais através de gráficos, vídeos e imagens (utilizar humor pode ser benéfico), de forma fácil e simples; devemos partilhar tudo o que conseguimos implementar, os colaboradores têm de saber que a gestão ambiental não é só mais um grupo na entidade; deveríamos aumentar o destaque da gestão ambiental na intranet; promover jogos interativos (por exemplo, faz-se uma medição de quanto um serviço gasta de papel num dia normal e depois desafia-se a terem um dia em que gastam o mínimo de papel possível. Até se podiam fazer assim pequenas competições amigáveis entre os serviços até com algum tipo de recompensa para aquele serviço que apresentar os melhores resultados. O propósito final seria de mostrar que é sempre possível pouparmos mais e também quais os impactos positivos que esse esforço tem no ambiente); podiam criar uma newsletter semanal/mensal só sobre gestão ambiental; enviar um e-mail/colocar nos destaques na intranet com a informação sucinta e com um link a redirecionar para uma página na intranet com a informação completa.
35. <u>O que acha deste plano? (Plano de comunicação ambiental interna 2)</u>	Dos 19 entrevistados, todos concordam com este plano de comunicação. Deixaram algumas sugestões/comentários, tais como: toda a informação/sensibilização é relevante; se abrandarmos na divulgação destas informações as pessoas caem no esquecimento; deve ser feita divulgação direta nos serviços e workshops; a informação tem de ser transmitida de forma clara e concisa preferencialmente de forma divertida; devem-se utilizar todos os canais de comunicação disponíveis para fazer a divulgação da informação; é interessante fazer esta divulgação de informação junto do público jovem e dos cidadãos que visitam as instalações.
36. <u>Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna? Porquê?</u>	Todos os colaboradores concordam com a implementação de ambos os planos de comunicação. Um dos colaboradores reforça a ideia de utilizar todos os canais de divulgação para fazer a partilha de informação (intranet, e-mail, monitores e ecrãs, canal de televisão). Outro colaborador reforça a ideia de se divulgar com maior intensidade o primeiro plano e esporadicamente o segundo.

140

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade									
Questões	Respondentes								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
28. Consegue listar medidas de gestão ambiental que, consoante o seu conhecimento, ainda não foram implementadas na organização onde presta funções, mas que considera úteis ou relevantes para a mesma?	Não.	Não.	Não.	Sim.	Não.	Não.	Não.	Sim.	Sim.
28.1. Se sim, listagem das medidas	-	-	-	A utilização de energia solar e retirar a venda de produtos plastificados dos bares.	-	-	-	Aproveitamento de água da deslocação dos colegas chuva e nascente para a rega, a instalação de painéis fotovoltaicos e a gestão documental.	A implementação de banheiros para facilitar a deslocação dos colegas através de bicicleta, trofete ou mesmo a pé e colocar uma zona de estacionamento para os mesmos.
28.2. Se não, porque?	Neste momento não me recordo.	Neste momento não me recordo.	Neste momento não me recordo.	-	Neste momento não me recordo.	Neste momento não me recordo.	Neste momento não me recordo.	-	-
Pré-estímulo									
29. Com base no seu conhecimento das medidas de gestão ambiental já implementadas na organização, o que mudaria?	Não mudaria nada.	Intensificar medidas de redução dos gastos do papel, como um sistema de gestão documental e impor limites de impressão por pessoa.	Não mudaria nada.	Intensificação da sensibilização dos colaboradores.	Não mudaria nada.	Não mudaria nada.	Não mudaria nada.	Terminava a implementação dos pontos de reciclagem e abolia os calvotos do lho pessoais.	Acho que o e-mail para a pessoa dar sugestões não é partilhado o suficiente, eu se quisesse neste momento dar uma sugestão de algo a ser melhorado ou de algo com que me defrontei específico de gestão ambiental, não sei para onde o devo fazer. Deveriam existir mais dispendiosos de água.

Matriz de Análise de Conteúdo: Entrevistas Individuais em Profundidade									
Questões	Respondentes								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Tema D Medidas de gestão ambiental									
Estímulo									
30. O que acha desta medida? (Medida 1)	Concordo.	Concordo. Colocaria a informação na zona dos destaques da intranet, de forma a dar a conhecer aos colaboradores.	Concordo. Tem de se explicar aos colaboradores que a água é de boa qualidade e que não precisam de ir ao bar comprar uma água.	Concordo. É importante a credibilidade do sistema, isto é, é importante mostrar aos colaboradores que foram feitas análises à água que mostram a qualidade da mesma.	Concordo. No meu serviço são suficientes as análises que fazem à água.	Concordo. Eu tenho no meu serviço e não uso porque penso que tem muito califrio, mas se fizessem análises à água onde mostrariam que a mesma tem pouco califrio e propriedades equilibradas utilitaria.	Concordo. Iria logo aderir e os outros colegas certamente que também.	Concordo. É essencial abolirmos o plástico, esta medida ia ajudar muito nisso.	Concordo. Acho que as pessoas iriam aderir muito bem. Há sempre pessoas que têm hábitos já muito antigos e é capaz de demorar, mas disponibilizando os dispositivos pode ser que acabem por se habituar.
31. O que acha desta medida? (Medida 2)	Concordo. Principalmente na zona dos gabinetes.	Concordo. Podiam intensificar em zonas de passagem como corredores.	Discreto. É necessário apenas suprir algumas pequenas falhas.	Concordo. Ao disponibilizar os caixotes de reciclagem para os colaboradores, acho desnecessário existirem caixotes partilhados pois isso vai influenciar negativamente os colaboradores.	Concordo. No meu serviço são suficientes as análises que fazem à água.	Concordo. Se as pessoas se derretarem mais com eles acabariam por os utilizar mais.	Concordo. Na minha zona acho que está suficiente, mas secalhar há outros sítios onde não têm, nesse caso faz sentido.	Concordo.	Concordo. No meu serviço não sinto necessidade de mais, no resto das instalações não tenho nada. Mas se outras pessoas sentirem faz todo o sentido.
32. O que acha desta medida? (Medida 3)	Concordo. Acho que pelo menos algumas pessoas vão estar lá para os mais prestar atenção.	Concordo. Acho importante estar lá para os mais esquecer.	Concordo. É importante para as pessoas entenderem que essa cultura faz parte da organização.	Concordo. Embora eu acho que é preferível ser tudo automático para não se depender da atenção ou atitude dos colaboradores.	Concordo. Tudo o que é para relembrar é positivo.	Concordo. Ia influenciar as pessoas a aderir.	Concordo. Acho que nem toda a gente vai reparar, mas se influenciar nem que sejam dois colegas, é sempre positivo.	Discordo. Não acho que ia funcionar, acho que as pessoas até reparam, mas não querem saber.	Concordo. É sempre melhor do que não estar lá nada. Pode sempre sensibilizar ou avisar algumas pessoas.
33. O que acha desta medida? (Medida 4)	Concordo.	Concordo.	Concordo.	Concordo. Se estiver comprovado que esses dispositivos ajudam na poupança de água e papel e não têm grandes gastos energéticos acho que faz sentido.	Concordo. Exceto com a implementação dos secadores nas casas de banho que são junto a gabinetes por causa do barulho.	Concordo.	Concordo. Era ótimo, não só pela poupança, mas também pela higiene.	Concordo. Tudo o que seja automático e não sejam os colaboradores a ter de fazer é favorável.	Concordo.
34. O que acha desta medida? (Plano de comunicação ambiental interna 1)	Concordo. O mais importante é a forma que se comunica esta informação, podem-se utilizar caricaturas, pequenos vídeos. De forma simples, concisa e muito curta.	Concordo. Deve-se pôr a informação na INTRANET. Relativamente a partilhar pelo e-mail, eu vejo as coisas que enviam para lá, mas muitas pessoas não têm o tempo necessário para o fazer.	Concordo. Quando se quer que os colaboradores participem, deve-se enviar um e-mail. O resto das novidades devem ser partilhadas no canal da intranet. Poderia também existir uma newsletter diária/semanal onde viessem as novidades da organização.	Concordo. Acho que o e-mail é a melhor forma de comunicação. Relativamente ao conteúdo, quanto mais visual melhor.	Concordo. Gostaria de receber a informação via e-mail e que ficasse nos destaques da intranet. Poderiam depois ter um link que nos levasse para a página de gestão ambiental na intranet onde a informação estaria mais pormenorizada.	Concordo. É importante partilhar com os colaboradores esta informação e penso que se deveria partilhar a informação pela intranet. Deve ser dada de forma clara e concisa.	Concordo. Eu enviaria um e-mail com a informação sucinta e depois um link para a intranet para quem quisesse saber mais. E também colocava nos destaques da intranet, com um link para a página onde estava a informação completa.	Concordo. Dar mais destaque quando é algo mais importante. Um e-mail partilhado por e-mail podia fazer sentido. Também colocar obviamente nos destaques da intranet.	Concordo. Penso que uma newsletter ocasionada em gestão ambiental partilhada por e-mail podia fazer sentido. Também colocar obviamente nos destaques da intranet.
35. O que acha desta medida? (Plano de comunicação ambiental interna 2)	Concordo. Também é relevante.	Concordo.	Concordo. Uma interligação entre todos os canais de divulgação é essencial.	Concordo. Devemos sempre partilhar o máximo de informação possível.	Concordo. Acho que é sempre bom relembrar.	Concordo. É sempre necessário relembrar as pessoas.	Concordo. Aquelas que já sabem são relembradas, os que não sabem ficam a saber.	Concordo. Talvez ir partilhando esta informação mensalmente.	Concordo. Acho necessário continuar a lembrar, ainda temos colegas que não estão nada sensibilizados para essas matérias.
36. Faria sentido para si a implementação de ambos os planos de comunicação interna? Porquê?	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.	Sim.

12.4. ANEXO 4 – FIGURAS E GRÁFICOS



A Gestão Ambiental na [redacted] - estudo de mercado

O presente estudo de mercado tem por objetivo a recolha de informação sobre a percepção de todos os que exercem a sua atividade profissional na [redacted] (doravante população [redacted]) face à Gestão Ambiental.

Trata-se de um estudo integrado no estágio curricular de Ana Margarida Baptista, para a obtenção do grau de mestre em Estatística e Gestão de Informação.

O presente questionário está organizado em 6 secções e demora um total de 15 minutos a ser preenchido.

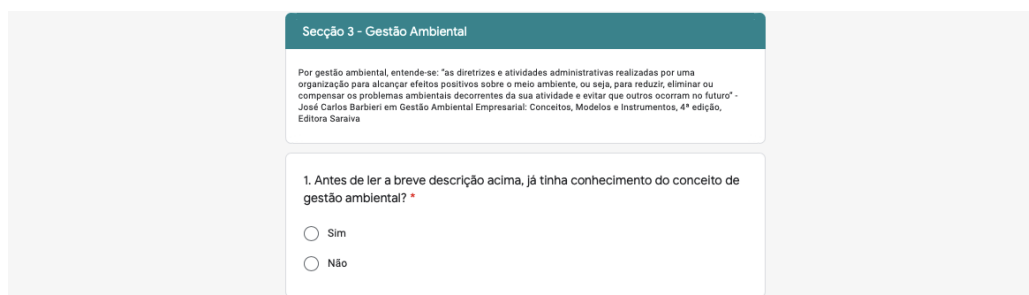
Todos os dados obtidos são confidenciais e anónimos e a informação recolhida será apenas utilizada no âmbito do estágio.

Não existem respostas certas ou erradas, por isso responda às questões propostas de forma espontânea e sincera.

Este inquérito é realizado com recurso ao Google Formulários ao qual se aplica a Política de Privacidade da Google.

[Seguinte](#)

Figura 1 - início do questionário



Secção 3 - Gestão Ambiental

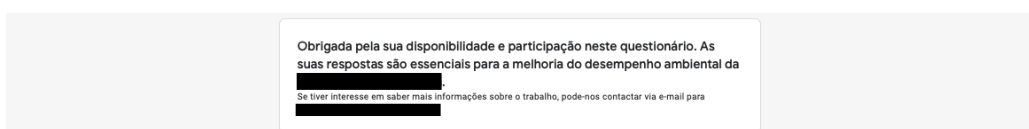
Por gestão ambiental, entende-se: "as diretrizes e atividades administrativas realizadas por uma organização para alcançar efeitos positivos sobre o meio ambiente, ou seja, para reduzir, eliminar ou compensar os problemas ambientais decorrentes da sua atividade e evitar que outros ocorram no futuro" - José Carlos Barbieri em Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos, 4ª edição, Editora Saraiva

1. Antes de ler a breve descrição acima, já tinha conhecimento do conceito de gestão ambiental? *

☐ Sim

☐ Não

Figura 2 - Exemplo de secção



Obrigada pela sua disponibilidade e participação neste questionário. As suas respostas são essenciais para a melhoria do desempenho ambiental da [redacted].

Se tiver interesse em saber mais informações sobre o trabalho, pode-nos contactar via e-mail para [redacted].

Figura 3 - Mensagem final de agradecimento

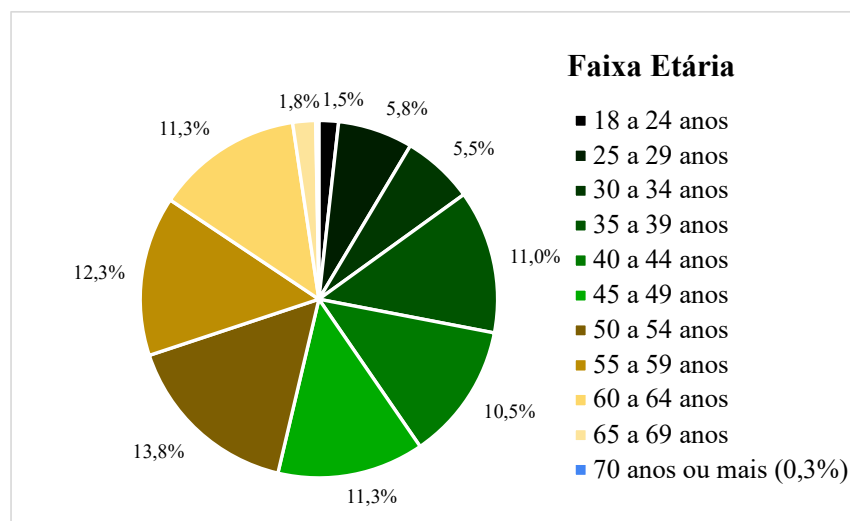


Gráfico 1 - Faixa Etária

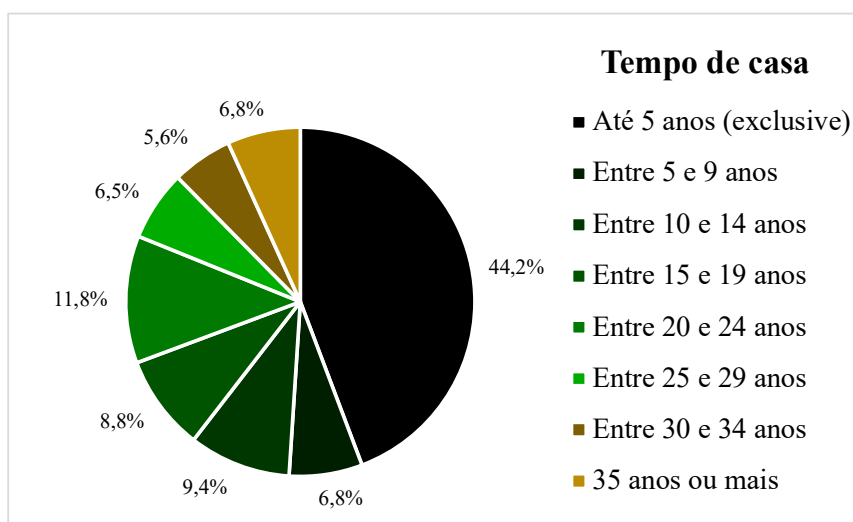


Gráfico 2 - Tempo de casa

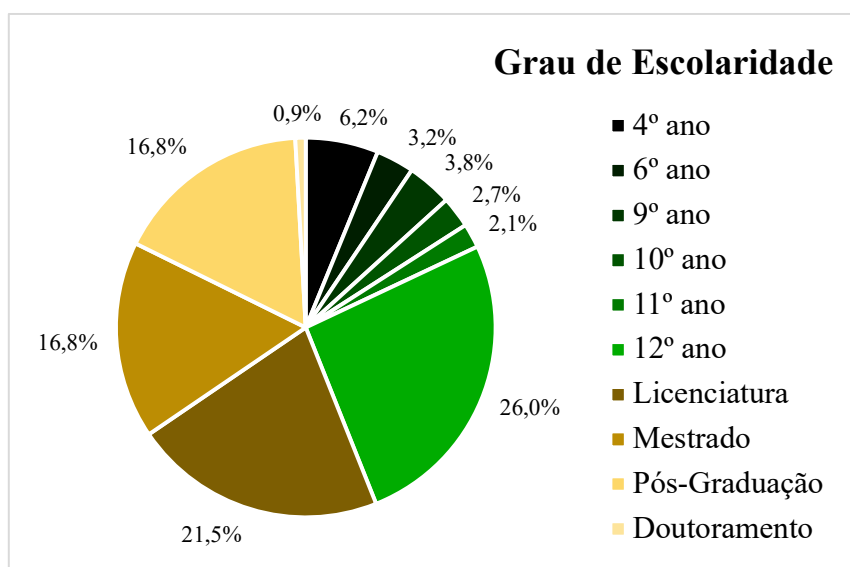


Gráfico 3 - Grau de Escolaridade

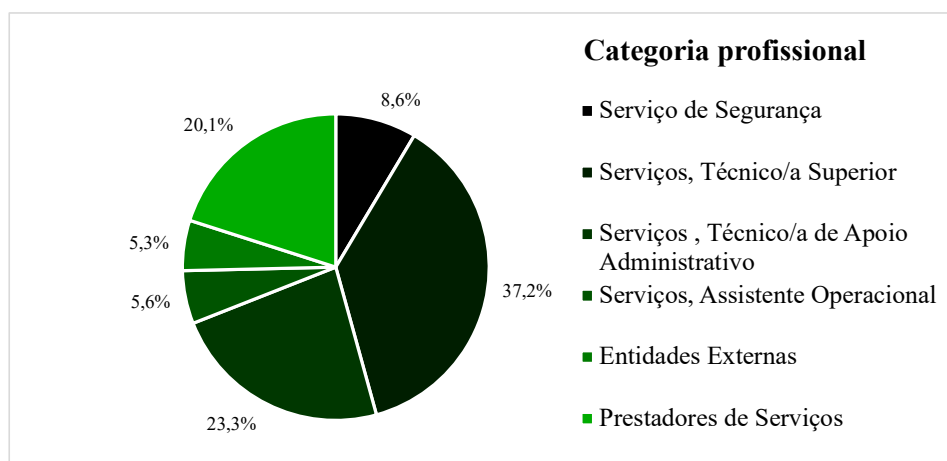


Gráfico 4 - Categoria profissional

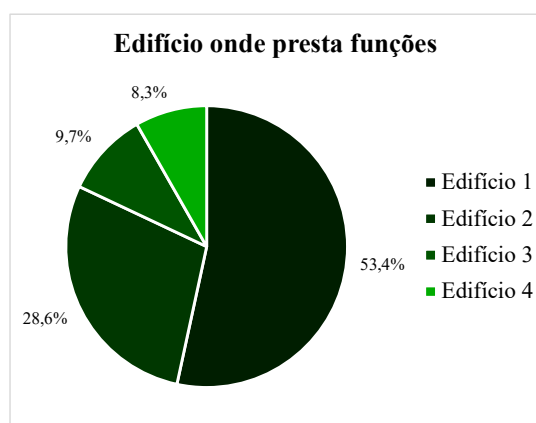


Gráfico 5 - Edifício onde presta funções

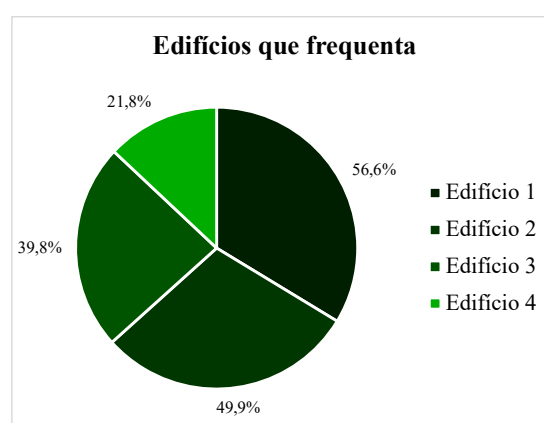


Gráfico 6 - Edifícios que frequenta

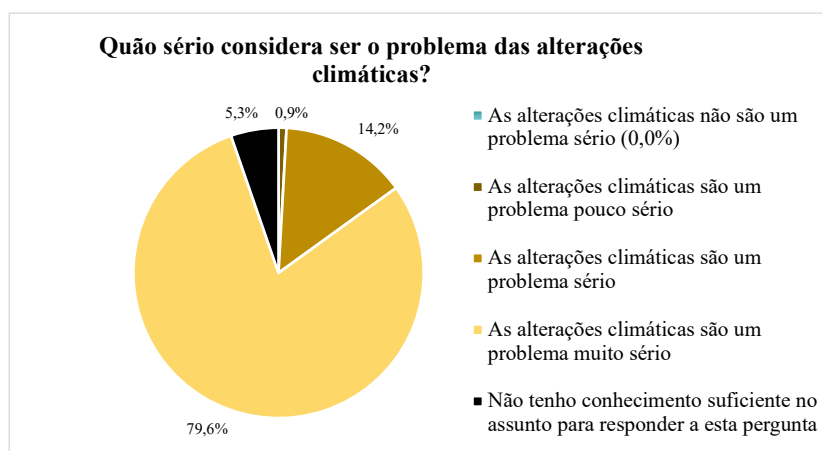


Gráfico 7 – Quão sério considera ser o problema das alterações climáticas

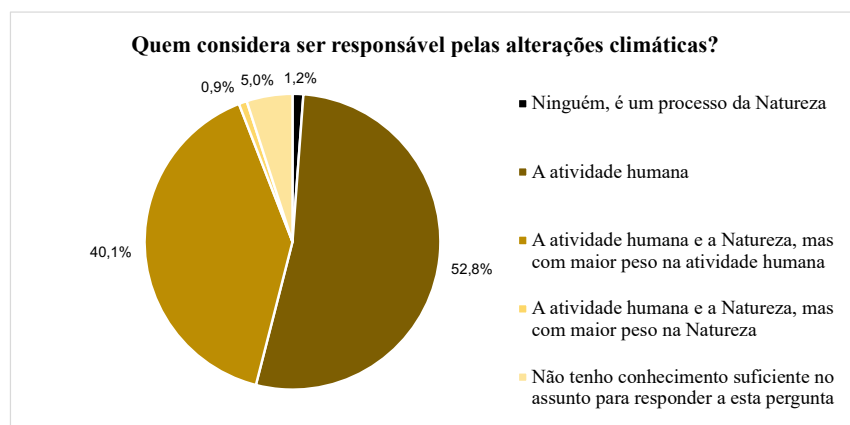


Gráfico 8 – Quem considera ser responsável pelas alterações climáticas

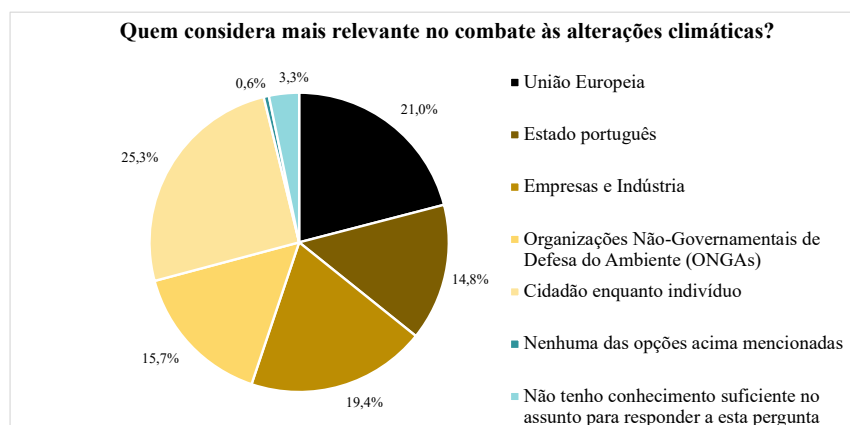


Gráfico 9 – Quem considera mais relevante no combate às alterações climáticas



Gráfico 10

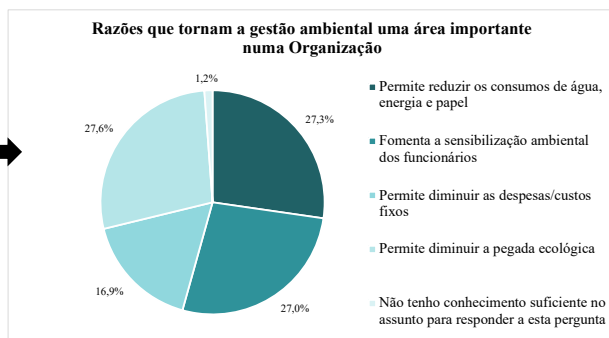


Gráfico 11

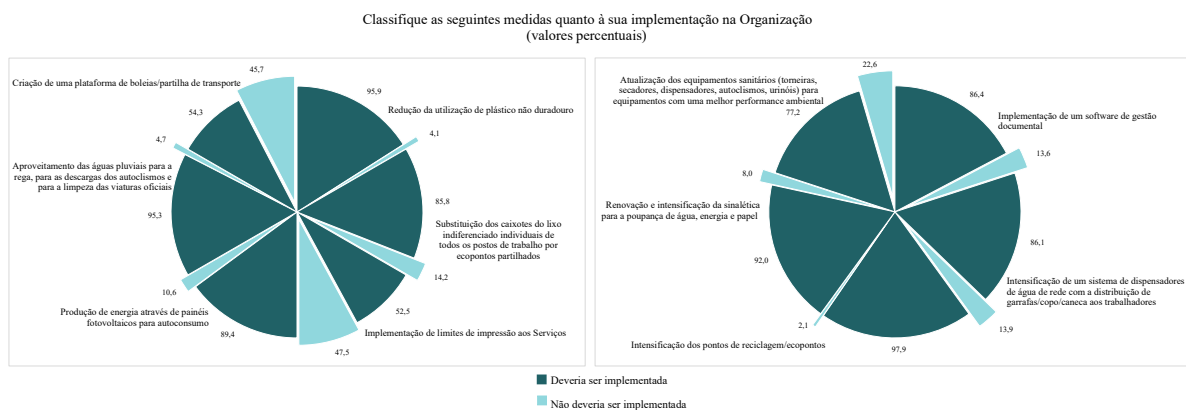


Gráfico 12 – Interesse na adoção de medidas de gestão ambiental na Organização

Classifique as seguintes medidas como "Foi implementada", "Não foi implementada" na Organização ou "Não tenho conhecimento"

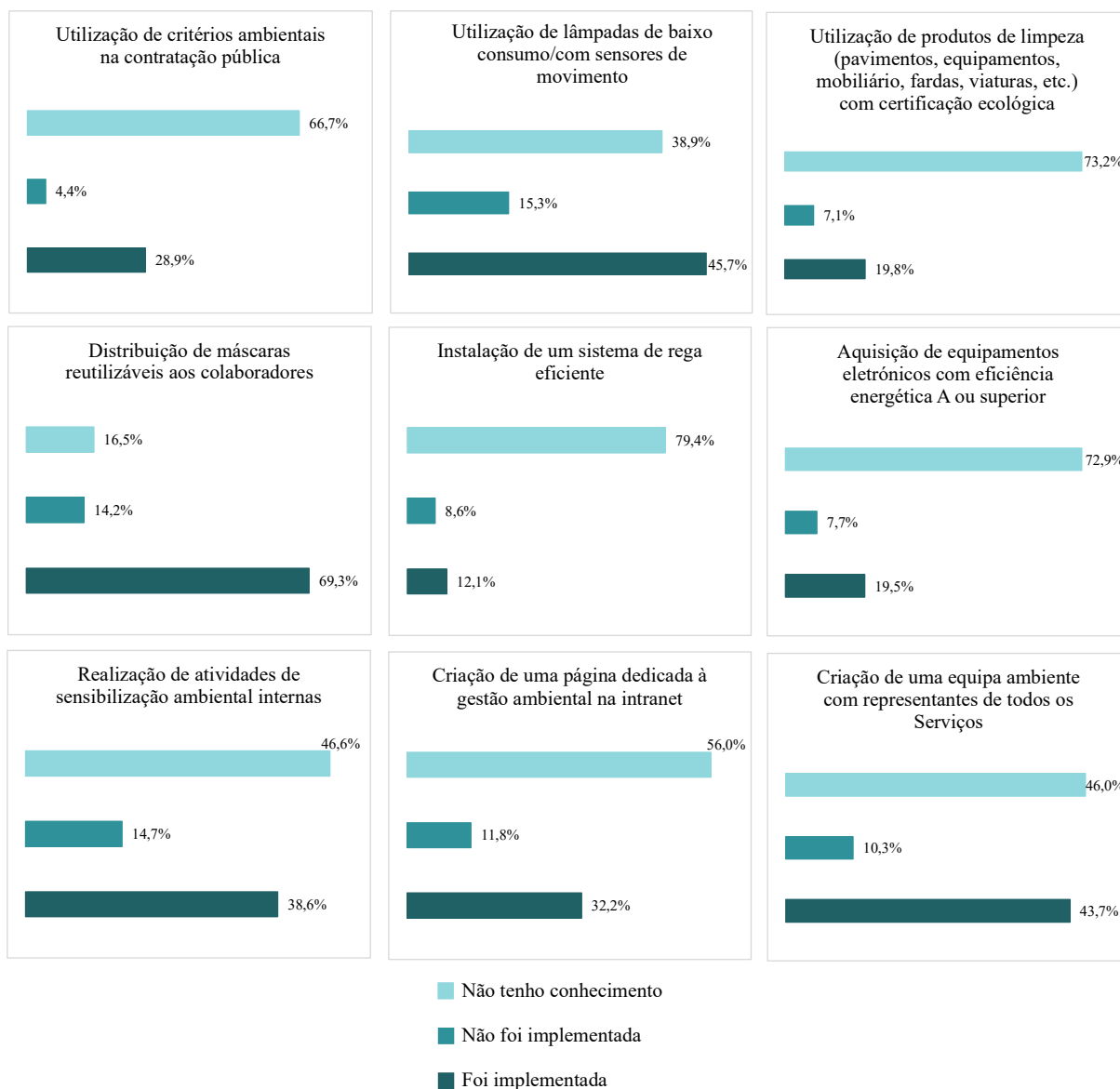


Gráfico 13 – Conhecimento das medidas de gestão ambiental parcialmente ou totalmente implementadas na Organização

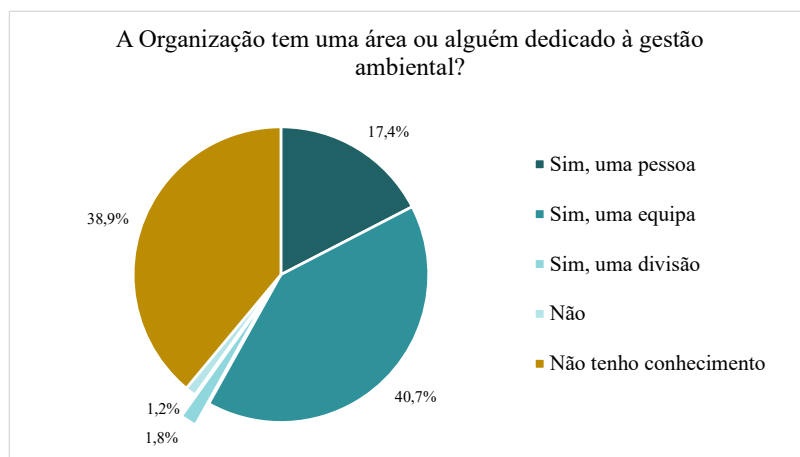


Gráfico 14 – A Organização tem uma área ou alguém dedicado à gestão ambiental?



Gráfico 15 - Considera que um comportamento pró-ambiental é essencial para uma organização ter um bom desempenho ambiental

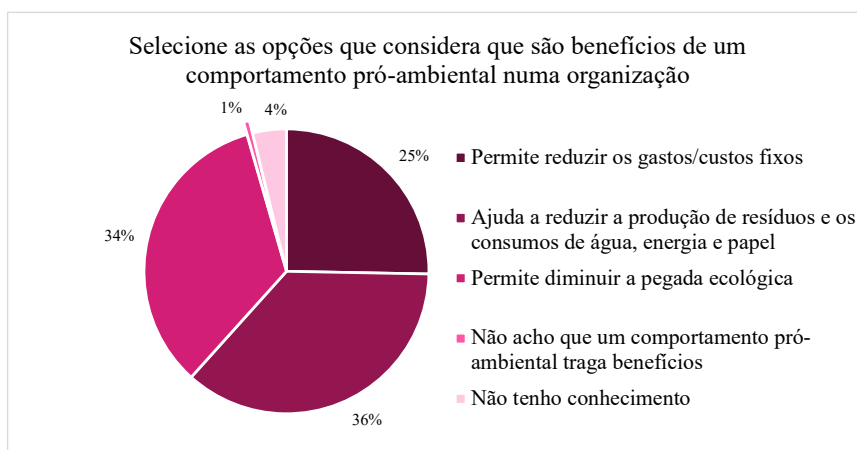


Gráfico 16 – Benefícios de um comportamento pró-ambiental

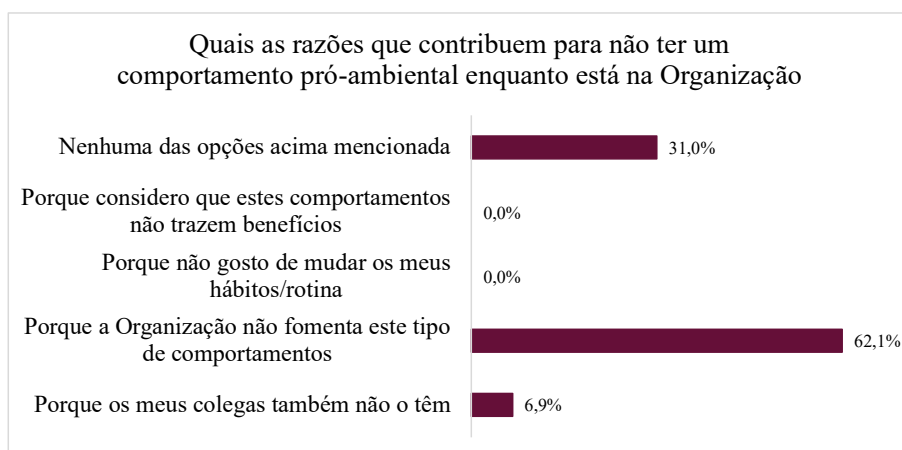


Gráfico 17 – razões que contribuem para a abstenção da prática de comportamentos pró-ambientais no local de trabalho

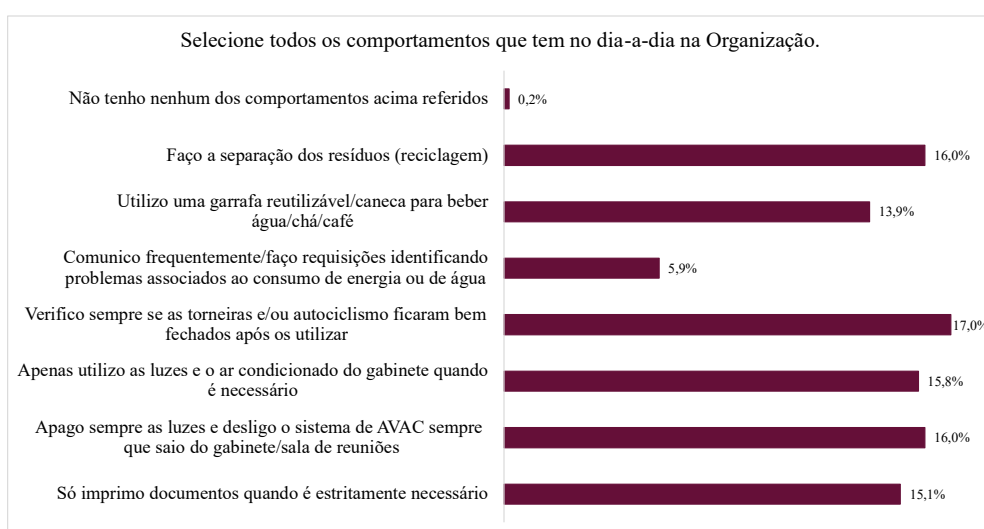


Gráfico 18 – Comportamentos pró-ambientais no local de trabalho

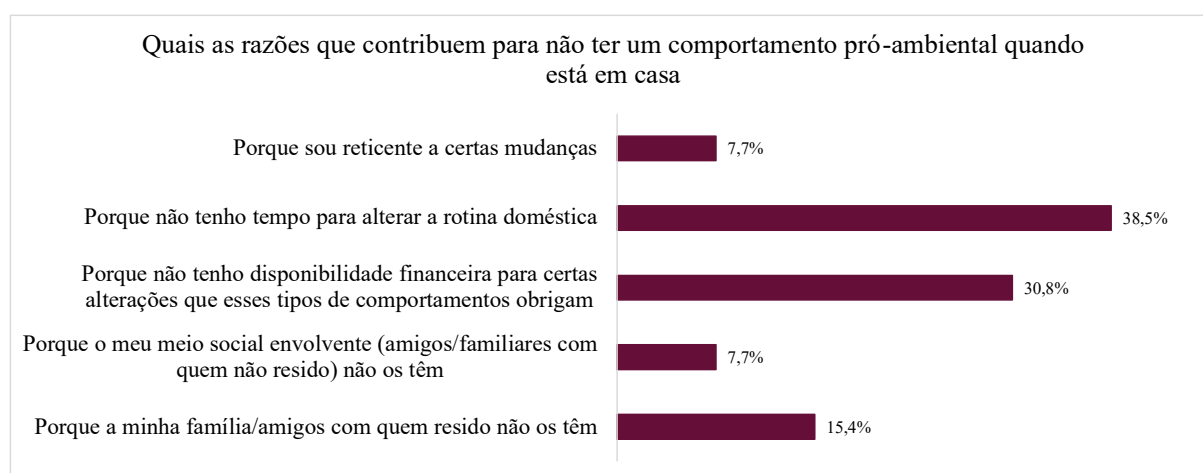


Gráfico 19 – razões que contribuem para a abstenção da prática de comportamentos pró-ambientais em casa

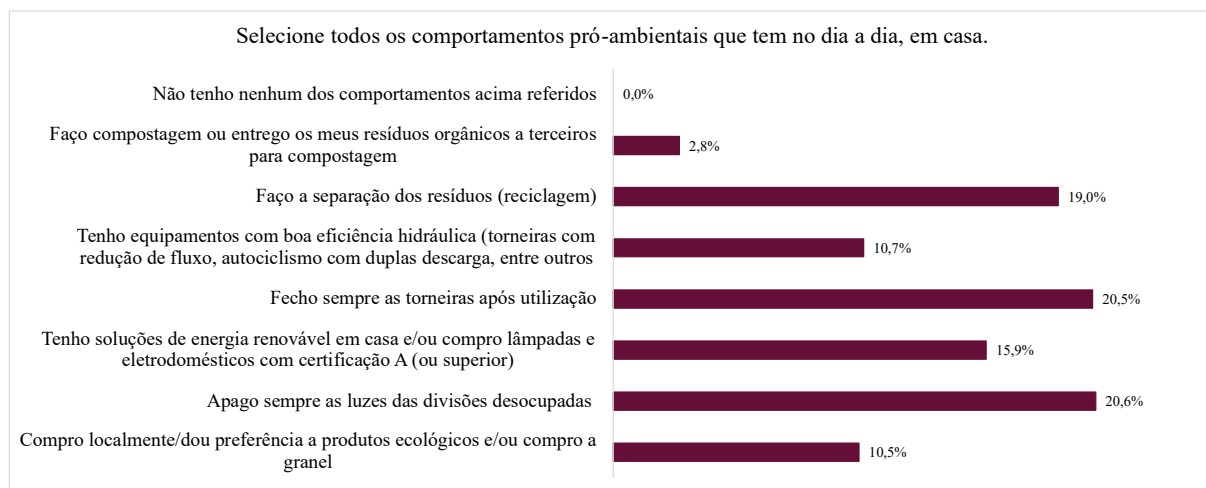


Gráfico 20 – Comportamentos pró-ambientais em casa

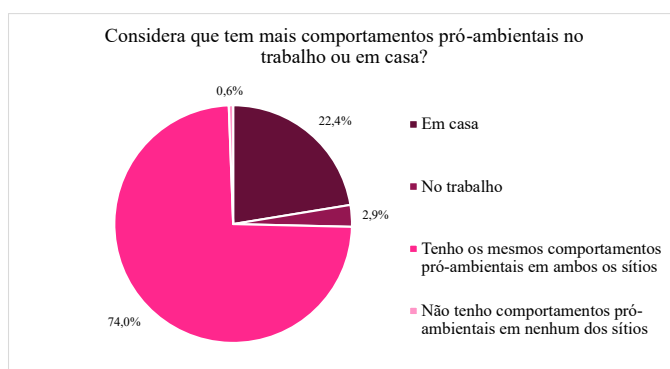


Gráfico 21 – comportamentos pró-ambientais no local de trabalho versus em casa

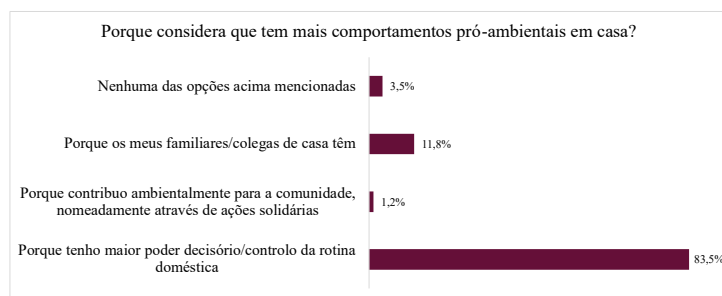


Gráfico 22

Gráfico 22 - Razões para ter mais comportamentos pró-ambientais em casa

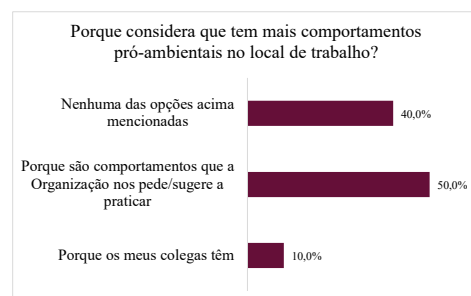


Gráfico 23

Gráfico 23 - Razões para ter mais comportamentos pró-ambientais no local de trabalho

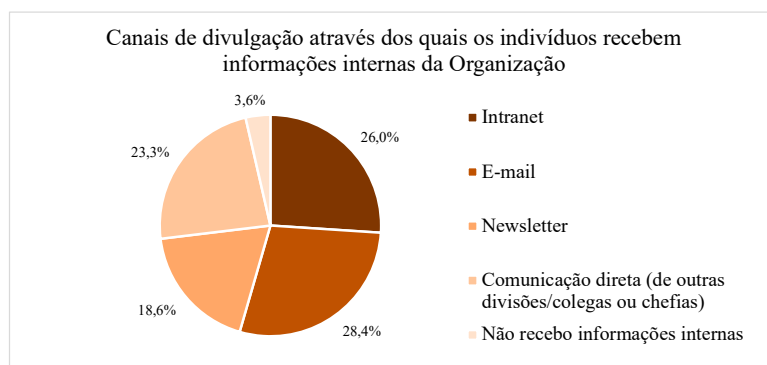


Gráfico 24 - canais de divulgação através dos quais os entrevistados recebem informações internas da Organização

Classificação dos canais de divulgação interna de informação de acordo com o grau de utilização/visualização

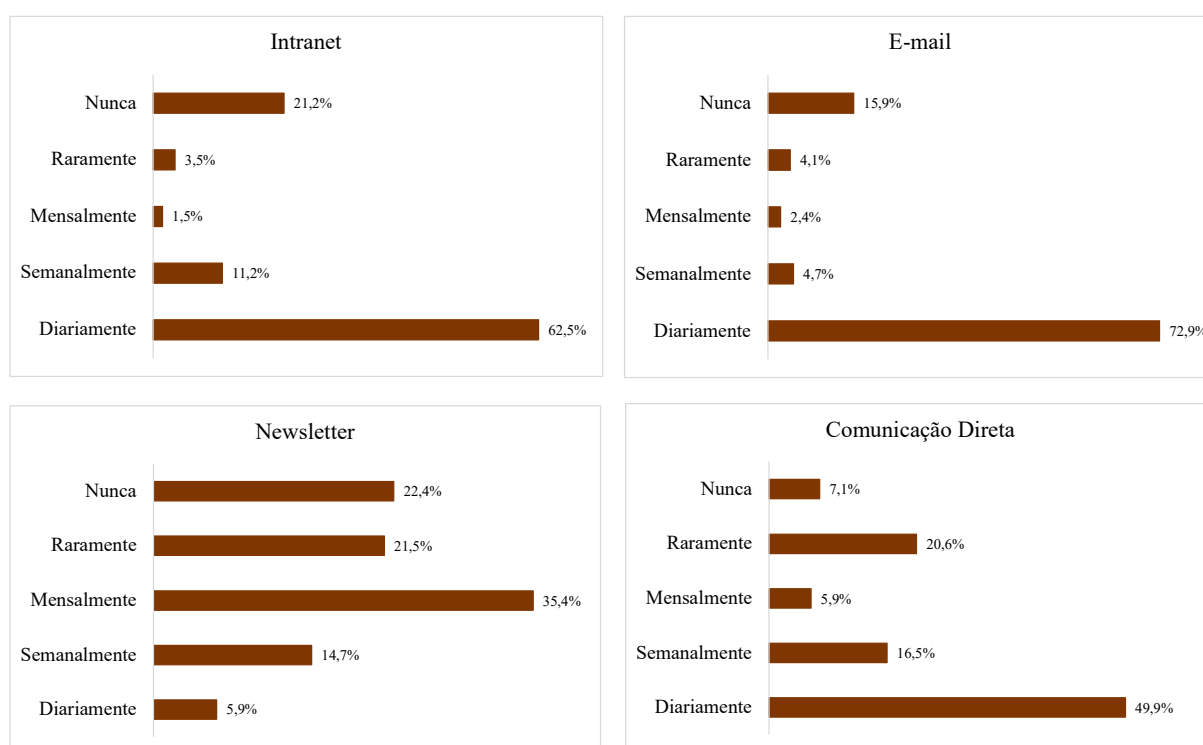


Gráfico 25 – grau de utilização/visualização dos canais de divulgação interna

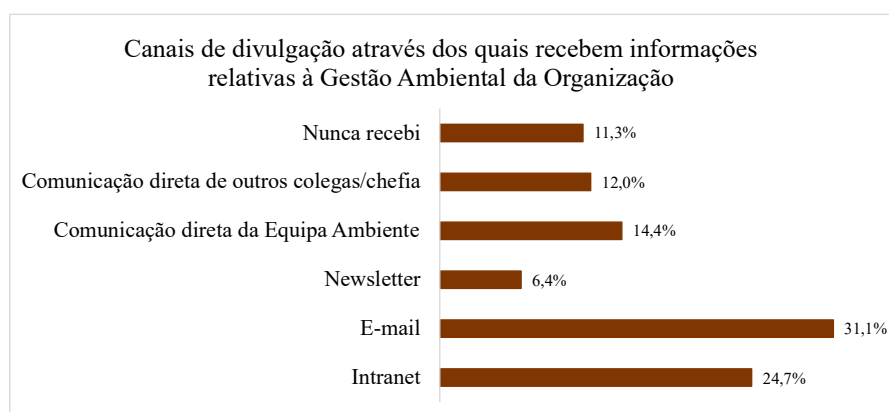


Gráfico 26 – canais de divulgação por onde se recebe mais informação sobre gestão ambiental

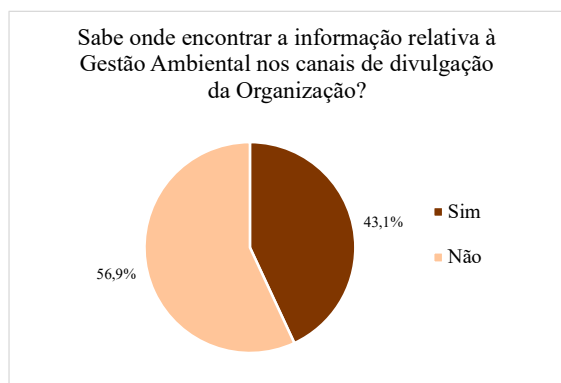


Gráfico 27

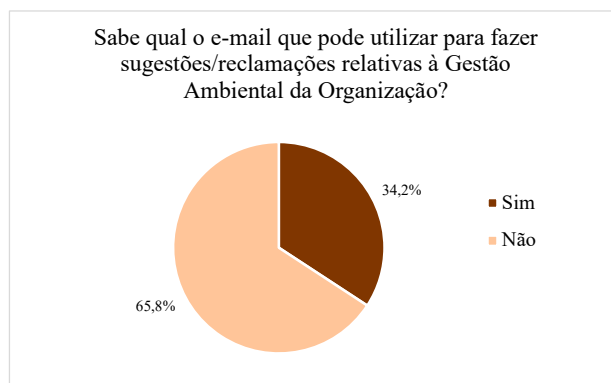


Gráfico 28

Gráfico 27 – Onde encontrar informação sobre gestão ambiental nos canais de divulgação existentes
Gráfico 28 - conhecimento no e-mail utilizado para fazer sugestões/reclamações de questões ambientais

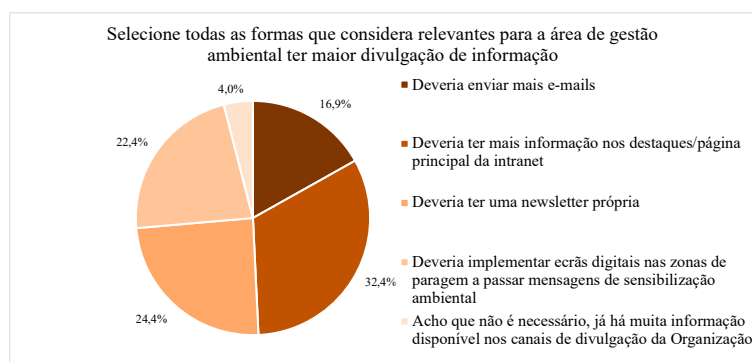


Gráfico 29

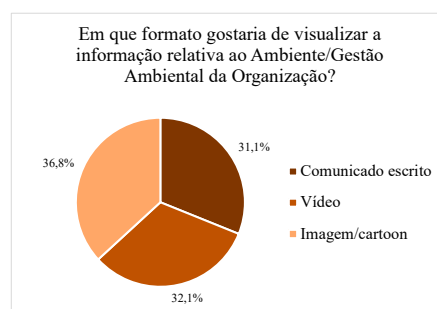


Gráfico 30

Gráfico 29 – formas de aumentar a divulgação de informação ambiental
Gráfico 30 – Formato de divulgação de informação ambiental

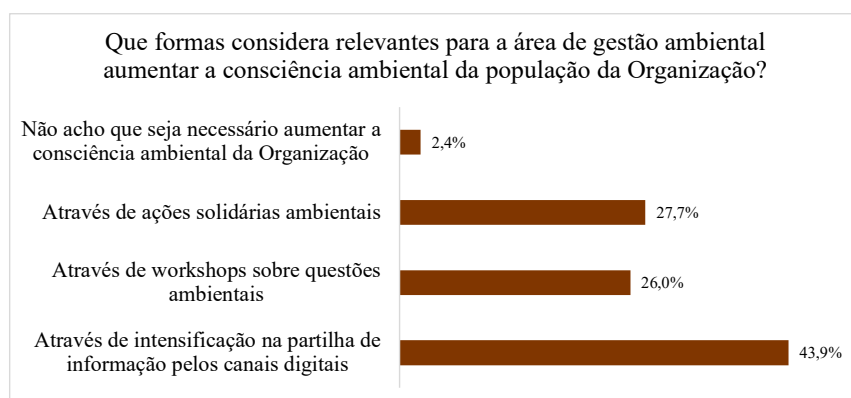


Gráfico 31 – formas de aumentar a consciência ambiental através da divulgação de informação

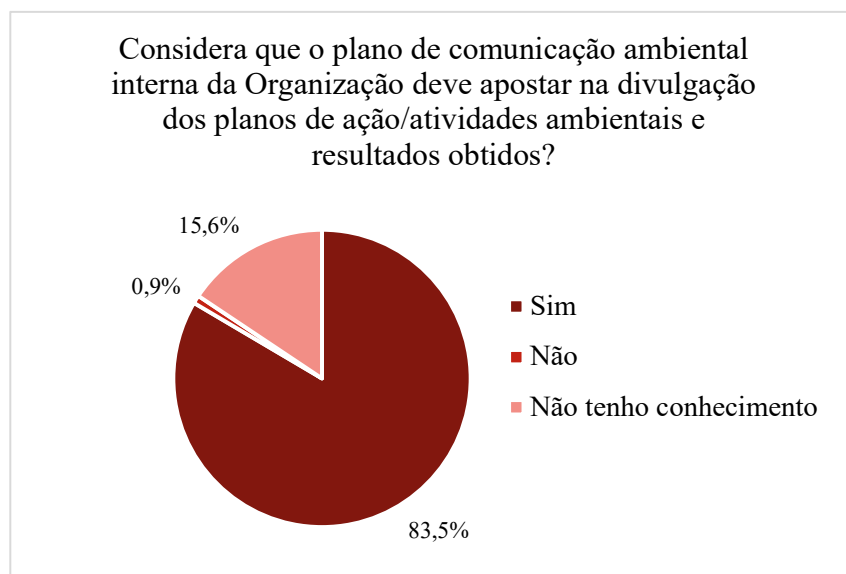


Gráfico 32 – Aceitação do plano de comunicação interna I

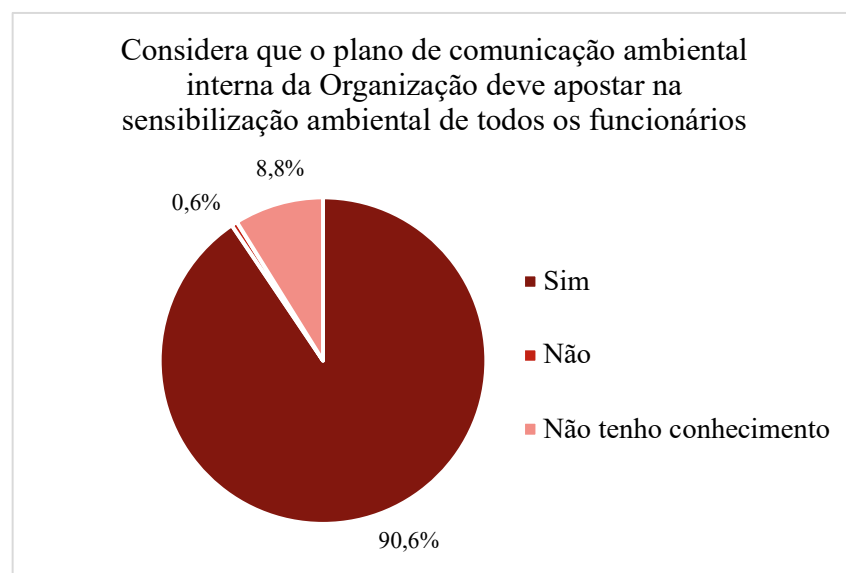


Gráfico 33 – Aceitação do plano de comunicação interna II

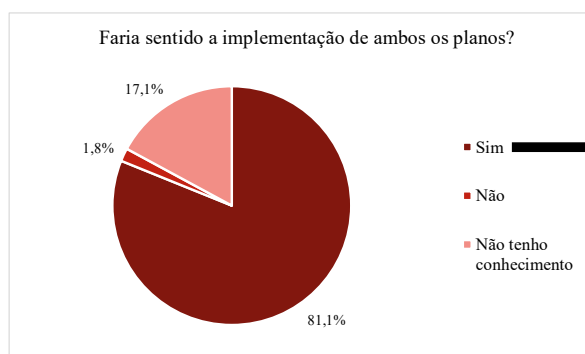


Gráfico 34

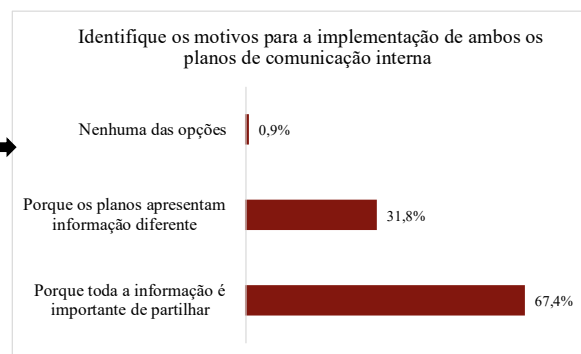


Gráfico 35

Gráfico 34 – Aceitação na implementação de ambos os planos

Gráfico 35 – Motivos para a implementação de ambos os planos

