

PLANO DE GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS DE SERVIÇOS DE SAÚDE: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA O MARKETING HOSPITALAR

HEALTH SERVICES WASTE MANAGEMENT PLAN: A CONTRIBUTION TO HOSPITAL MARKETING

PLAN DE GESTIÓN DE RESIDUOS DE SERVICIOS DE SALUD: UNA CONTRIBUCIÓN PARA EL MARKETING HOSPITALARIO

Sandra Maria Lopes de Souza¹
Márcia Cristiane Kravetz Andrade²

Resumo

Este artigo apresenta a importância do Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde para a conservação do meio ambiente, no contexto de marketing hospitalar. Para tanto, serão elencados os conceitos sobre: resíduos de serviço de saúde, marketing, marketing hospitalar, acreditação hospitalar e meio ambiente. A investigação tem um cunho teórico com pesquisas em livros, artigos, teses, dissertações e legislações pertinentes ao tema. Analisa-se, também, a contribuição positiva que o Plano de Gerenciamento proporciona às instituições hospitalares. O trabalho discute a necessidade de implantação de um gerenciamento dos resíduos de serviços de saúde nas instituições e destaca a relevância da acreditação hospitalar.

Palavras-chave: Resíduos sólidos. Serviços de saúde. Acreditação. Marketing.

Abstract

This article presents the importance of the Health Services Waste Management Plan for the environment, in the context of hospital marketing. Thus, concepts about health services waste, marketing, hospital marketing, hospital accreditation and environment will be described. The investigation is theoretical with research on books, articles, theses, dissertations, legislation pertinent to the topic. The positive contribution that the Waste Management Plan provides hospital institutions was also analyzed. The work discusses the need to implement the management of health care waste in the institutions and it highlights the relevance of the hospital accreditation.

Keywords: Solid waste. Health services. Accreditation. Marketing.

Resumen

Este artículo presenta la importancia del Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Servicios de Salud para la conservación del medio ambiente, en el contexto del marketing hospitalario. Para ello, se presentarán conceptos sobre: residuos de servicio de salud, marketing, marketing hospitalario, acreditación hospitalaria y medio ambiente. La orientación de la investigación es teórica, con revisión de libros, artículos, tesis de doctorado y maestría y legislaciones pertinentes al tema. Se analiza también la contribución positiva que el Plan de Gestión ofrece a las instituciones hospitalarias. El artículo discute la necesidad de implantación de una gestión de residuos de servicios de salud en las instituciones y destaca la relevancia de la acreditación hospitalaria.

Palabras-clave: Residuos sólidos. Servicios de salud. Acreditación. Marketing.

1 Introdução

¹ Mestre - Centro Universitário Internacional UNINTER. E-mail: sandra.so@uninter.com.

² Especialista - Centro Universitário Internacional UNINTER. E-mail: marcia.k@uninter.com.

A preocupação com a qualidade no atendimento hospitalar induz os hospitais a buscarem a acreditação; entretanto, há a necessidade de contemplar um quesito referente à elaboração do plano de gerenciamento dos resíduos de serviço de saúde.

A preocupação com os resíduos gerados nos atendimentos hospitalares sempre foi uma grande preocupação para os gestores, tanto de intuições públicas quanto de instituições privadas.

A Lei 12305/10 preconiza que a Política Nacional de Resíduos Sólidos reúna o conjunto de princípios, objetivos, instrumentos, diretrizes, metas e ações adotadas pelo Governo Federal, isoladamente ou em regime de cooperação com Estados, Distrito Federal, Municípios ou particulares, com vistas à gestão integrada e ao gerenciamento ambientalmente adequado dos resíduos sólidos.

Ao buscar e programar a acreditação hospitalar, a satisfação dos clientes reflete em marketing hospitalar. O marketing hospitalar se torna, assim, uma poderosa ferramenta de avaliação em prestadoras de serviços de saúde. De acordo com o Manual da Organização Nacional de Acreditação (ONA):

O Processo de Acreditação é um método de consenso, racionalização e ordenação das Organizações Prestadoras de Serviços Hospitalares e, principalmente de educação permanente dos seus profissionais. (BRASIL, 2002, p. 17).

Kuzaqui e Tanaka (2008, p.101) descrevem que, o “marketing na área hospitalar não se destina somente a criar demanda, mas também como uma forma de orientação de qualidade de vida, e a sua importância dentro do contexto de uma comunidade é bastante relevante”.

No decorrer da pesquisa, serão expostos o objetivo geral e os objetivos específicos do trabalho. Destaca-se a importância em elaborar um plano de gestão de resíduos de serviços de saúde, com embasamento nas leis, normativas e resoluções pertinentes; demonstra-se, também, a importância do marketing hospitalar no atual mercado de prestação de assistência à saúde, lembrando a responsabilidade socioambiental que esse segmento tem perante a sociedade.

Desta forma, com embasamento nas normas citadas, confirma-se que a questão ambiental ganha espaço cada dia mais e em diversos segmentos de serviços. Na área da saúde, a consciência ambiental se tornou uma ferramenta de gestão e de marketing, além de proporcionar vantagens a quem presta serviços de melhor qualidade e segurança à comunidade. Desse modo, há prestadoras do segmento da saúde desenvolvendo estratégias

que objetivam a acreditação e a certificação. Esses conceitos agregam sustentabilidade e geram menos custos e melhor posicionamento — em um mercado cada dia mais competitivo.

2 Referencial teórico

2.1 Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos de Serviços de Saúde

A Lei 9.605 de 1998, Lei de Crimes Ambientais estabelece sanções para quem praticar condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, o que engloba o gerenciamento inadequado de resíduos sólidos.

A Resolução da Diretoria Colegiada - RDC Nº 222, de março de 2018 do CONAMA, regulamenta as Boas Práticas de Gerenciamento dos Resíduos de Serviços de Saúde e postula outras providências. Essa Resolução em seu artigo 1º afirma que:

[...] definem-se como geradores de RSS todos os serviços cujas atividades estejam relacionadas com a atenção à saúde humana ou animal, inclusive os serviços de assistência domiciliar; laboratórios analíticos de produtos para saúde; necrotérios, funerárias e serviços onde se realizem atividades de embalsamamento (tanatopraxia e somatoconservação); serviços de medicina legal; drogarias e farmácias, inclusive as de manipulação; estabelecimentos de ensino e pesquisa na área de saúde; centros de controle de zoonoses; distribuidores de produtos farmacêuticos, importadores, distribuidores de materiais e controles para diagnóstico *in vitro*; unidades móveis de atendimento à saúde; serviços de acupuntura; serviços de piercing e tatuagem, salões de beleza e estética, dentre outros afins.

De acordo com a Resolução CONAMA 358/05:

Resíduos de Serviços de Saúde são todos aqueles resultantes de atividades exercidas por estabelecimento de saúde, por suas características, necessitam de processos diferenciados no manejo, exigindo ou não um tratamento prévio para a disposição final, a fim de evitar impactos na sociedade.

Conforme a Resolução RDC nº 306 /04;

Constitui-se em um conjunto de procedimentos de gestão, planejados e implementados a partir de bases científicas e técnicas, normativas e legais, com o objetivo de minimizar a produção de resíduos e proporcionar aos resíduos gerados, um encaminhamento seguro, de forma eficiente, visando à proteção dos trabalhadores, a preservação da saúde pública, dos recursos naturais e do meio ambiente.

Para melhor programar e gerenciar o plano de gestão de resíduos é importante seguir a normativa 306/04 do CONAMA. Essa normativa orienta que as etapas de planejamento devem abranger todas as etapas de planejamento dos recursos físicos, materiais e da

capacitação dos recursos humanos envolvidos no manejo dos RSS. Todo gerador deve elaborar um Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde - PGRSS, baseado nas características dos resíduos gerados e na classificação.

2.2 Etapas do Gerenciamento dos Resíduos de Serviços de Saúde

Os hospitais, assim como as instituições prestadoras de serviços de saúde, devem elaborar um plano de gerenciamento de resíduos da área. Segundo a norma orientadora, esse plano deve ser compatível com as normas locais relativas à coleta, transporte e disposição final dos resíduos gerados nos serviços de saúde — estabelecidas pelos órgãos locais e responsáveis por essas etapas.

A seguir serão elencadas as etapas do gerenciamento de resíduos de serviços de saúde (RDC 306/2004):

MANEJO: entendido como a ação de gerenciar os resíduos em seus aspectos intra e extra estabelecimento, desde a geração até a disposição final.

SEGREGAÇÃO - Consiste na separação dos resíduos no momento e local de sua geração, de acordo com as características físicas, químicas, biológicas, o seu estado físico e os riscos envolvidos.

ACONDICIONAMENTO - ato de embalar os resíduos segregados, em sacos ou recipientes que evitem vazamentos e resistam às ações de punctura e ruptura. A capacidade dos recipientes de acondicionamento deve ser compatível com a geração diária de cada tipo de resíduo. Esta norma orienta que os resíduos devem ser acondicionados em saco constituído de material resistente à ruptura e vazamento, impermeável respeitados os limites de peso de cada saco, sendo proibido o seu esvaziamento ou reaproveitamento. (NBR 9191/2000, ABNT).

IDENTIFICAÇÃO - Consiste no conjunto de medidas que permite o reconhecimento dos resíduos contidos nos sacos e recipientes, fornecendo informações ao correto manejo dos RSS. A identificação deve estar aposta: nos sacos de acondicionamento; nos recipientes de coleta interna e externa; nos recipientes de transporte interno e externo e nos locais de armazenamento de fácil visualização e de forma indelével. Utiliza-se símbolos, cores e frases, atendendo aos parâmetros referenciados na norma NBR 7.500 da ABNT, além de outras exigências relacionadas à identificação de conteúdo e ao risco específico de cada grupo de resíduos. A identificação dos sacos de armazenamento e dos recipientes de transporte poderá

ser feita por adesivos, desde que seja garantida a resistência destes aos processos normais de manuseio dos sacos e recipientes.

Conforme a NBR 7.500, os grupos dos resíduos devem ser identificados seguindo o padrão determinado pela normativa:

Grupo A - símbolo de substância infectante, com rótulos de fundo branco, desenho e contornos pretos.

Grupo B - identificado através do símbolo de risco associado e com a discriminação de substância química e frases de risco.

Grupo C- representado pelo símbolo internacional de presença de radiação ionizante (trifólio de cor magenta) em rótulos de fundo amarelo e contornos pretos, acrescido da expressão REJEITO RADIOATIVO.

Grupo E - pelo símbolo de substância infectante, com rótulos de fundo branco, desenho e contornos pretos, acrescido da inscrição de RESÍDUO PERFUROCORTANTE, indicando o risco que apresenta o resíduo.

TRANSPORTE INTERNO - Consiste no traslado dos resíduos dos pontos de geração até local destinado ao armazenamento temporário ou armazenamento externo, com a finalidade de apresentação para a coleta.

ARMAZENAMENTO TEMPORÁRIO - guarda temporária dos recipientes contendo os resíduos já acondicionados, em local próximo aos pontos de geração, visando agilizar a coleta dentro do estabelecimento e otimizar o deslocamento entre os pontos geradores e o ponto destinado à apresentação para coleta externa.

ARMAZENAMENTO EXTERNO - a guarda dos recipientes de resíduos até a realização da etapa de coleta externa, em ambiente exclusivo com acesso facilitado para os veículos coletores. No armazenamento externo não é permitida a manutenção dos sacos de resíduos fora dos recipientes ali estacionados.

COLETA E TRANSPORTE EXTERNOS - Consistem na remoção dos RSS do abrigo de resíduos (armazenamento externo) até a unidade de tratamento ou disposição final, utilizando-se técnicas que garantam a preservação das condições de acondicionamento e a integridade dos trabalhadores, da população e do meio ambiente, devendo estar de acordo com as orientações dos órgãos de limpeza urbana. Devem ser realizados de acordo com as normas NBR 12.810/16 e NBR 14652/13 da ABNT.

DISPOSIÇÃO FINAL – é a disposição de resíduos no solo, previamente preparado para recebê-los, obedecendo a critérios técnicos de construção e operação, além do licenciamento ambiental, de acordo com a Resolução CONAMA nº. 237/97.

2.3 Classificação dos Resíduos de Serviços de Saúde

Para auxiliar no plano de gerenciamento dos RSS, a classificação deles é imprescindível para que o resultado seja o mais satisfatório e responsável possível.

Os RSS podem ser classificados conforme os grupos (RDC 306/04):

- Grupo A: resíduos com a possível presença de agentes biológicos que, por suas características, podem apresentar risco de infecção.
- Grupo B: resíduos contendo substâncias químicas que podem apresentar risco à saúde pública ou ao meio ambiente.
- Grupo C: resíduos contaminados com radionuclídeos, provenientes de laboratório de análises clínicas, serviços de medicina nuclear e radioterapia.
- Grupo D: resíduos que não apresentem risco biológico, químico ou radiológico à saúde ou ao meio ambiente, podendo ser equiparados aos resíduos domiciliares.
- Grupo E: materiais perfurocortantes ou escarificantes, tais como agulhas e lâminas de vidro, contaminados ou não.

2.4 Marketing

O termo Marketing tem amplos conceitos e para as autoras, Samara e Barros (1997; p. 01):

É um conjunto de atividades humanas destinado a atender aos desejos e necessidades do consumidor por meio dos processos de troca, utilizando ferramentas específicas, como a propaganda, a promoção de vendas, a pesquisa de marketing, a concepção de produtos, a distribuição e a logística, entre outras.

Para Kotler, Kartajaya e Iwan (2012), Marketing pode ser entendido como uma função organizacional e um conjunto de processos para criar, comunicar, fornecer valor e para gerenciar as relações com clientes, para beneficiar a organização e os principais envolvidos.

Kotler (2015, p.138;) comenta sobre Marketing socioambiental:

Outra maneira de fazer diferença é resolver um dos maiores problemas globais de nossos tempos: a sustentabilidade ambiental. Muitas empresas não começaram a pensar seriamente em tornar seus processos mais voltados para o meio ambiente. Algumas sentiram a pressão e conscientizaram-se de que precisavam fazer alguma coisa antes de ser apontadas e constrangidas publicamente pelos ambientalistas. Na outra ponta, estavam algumas empresas que sentiram que podiam aproveitar esse interesse público, comercializando agressivamente produtos e serviços “verdes”.

Outro conceito importante, e que no marketing ganha novos parâmetros, é o de qualidade — com a gestão da qualidade total —, onde as empresas buscam melhorar sempre os seus produtos. (PACANHAN, 2004, p. 2)

Este novo conceito em marketing, leva os profissionais da área a almejavem cada dia mais a qualidade em atendimento e com isso trabalhar com sustentabilidade socioambiental e melhoria nos processos.

Para tanto, a área da saúde tem aspirado a prática e adequação da acreditação hospitalar.

2.5 Marketing em Saúde

No momento atual, da prestação de assistência à saúde, grande parte dos hospitais buscam a qualidade através da certificação e acreditação hospitalar.

O marketing na saúde é uma área nova, constantemente explorada. Considerando a complexidade do atendimento hospitalar, as instituições procuram se diferenciar para atingir uma melhoria contínua em seus processos assistenciais, como a certificação, acreditação e, também, o marketing.

Para Gonçalves (2006), a gestão da qualidade é uma prática antiga e possui diversas abordagens e formas de desenvolvimento. Essa prática, que objetiva a qualidade de produtos e serviços, inclui ideias de conformidade aos padrões, adequação ao uso e satisfação do cliente. De acordo com o autor, a gestão de qualidade, com foco na assistência à saúde, é uma abordagem incipiente; contudo, as possibilidades da área analisada, no presente artigo, são inúmeras.

O marketing começou a ser utilizado com grande intensidade na área da saúde a partir de 1970 (KOTLER; SHALOWITZE; STEVENS, 2010), sendo observado através de ações como publicação de anúncios em revistas, jornais e programas, na abertura de consultórios por meio de estudos de localização, nas melhorias de ambiência dos consultórios e no *design* de consultórios mais atrativos. (apud LUCIETTO *et.al*, 2015).

Como ocorrido na área da saúde, aprimoramentos no marketing e em suas técnicas têm acontecido com grande velocidade. Esses aprimoramentos promovem direcionamento, sustentação e expansão de empresas. A aplicação dos preceitos mercadológicos para organizações de saúde tem sido fomentada com maior ênfase nas últimas décadas. (LUCIETTO, *et al.*, 2015).

Para Kotler *et al* (2010), os gestores das instituições hospitalares começaram a pensar de forma mais estratégica. O intuito era transformar essas instituições em uma marca, com missões e visões empresariais mais claras. Os administradores dos hospitais começaram, dessa forma, a priorizar a segmentação de mercado, determinação de alvos e posicionamento, bem como a melhoria dos serviços hospitalares, publicidade, relações com a comunidade e eventos promocionais; logo, o marketing tem um papel fulcral nas empresas de saúde.

A realidade nas instituições hospitalares faz com que os seus gestores busquem um diferencial — em um mercado cada vez mais competitivo. Quando aliado à acreditação hospitalar, o Plano de Gestão de Resíduos de Serviços de Saúde pode ser a solução viável para a melhoria da assistência ao cliente, ao utilizar um novo segmento socioambiental: o marketing hospitalar.

Para D’Innocenzo *et al.* (2010), é necessário reconhecer que os diferentes estabelecimentos de saúde partem de distintas situações iniciais, ao analisar os padrões de segurança obrigatórios por lei e cumpridos por hospitais.

2.6 Acreditação Hospitalar

A Organização Nacional de Acreditação (ONA) teve sua origem ligada às transformações que o país sofreu na década de 90, com a implementação do Sistema Único de Saúde (SUS). Houve uma busca por métodos de gestão mais modernos aplicados aos setores de saúde, em consonância com a regionalização do SUS desenvolvida em alguns estados. São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Rio Grande do Sul foram os primeiros estados que iniciaram esse processo; em seguida, outras unidades federativas também aderiram à regionalização, em articulação com o Ministério da Saúde, o que resultou na fundação da ONA em 1999.

Define-se acreditação como um sistema de avaliação e certificação da qualidade de serviços de saúde, voluntário, periódico e reservado. Esse sistema tem por princípio um caráter eminentemente educativo, voltado para a melhoria contínua, sem finalidade de fiscalização ou controle oficial. Esse conceito, portanto, não deve ser confundido com os procedimentos de licenciamento e ações típicas do Estado (QUINTO, 2001).

ONA (2002) é uma organização nacional e não governamental que se caracteriza como pessoa jurídica de direito sem fins lucrativos e de interesse coletivo. Seu objetivo geral é promover a implantação de um processo de avaliação e de certificação da qualidade dos serviços de saúde. Almeja-se, dessa forma, a melhoria contínua desses processos para garantir a qualidade na assistência a todos os cidadãos brasileiros que dele necessitar.

O Processo de Acreditação é um método de consenso, racionalização e ordenação das Organizações Prestadoras de Serviços Hospitalares e, principalmente de educação permanente dos seus profissionais (ONA, 2002).

No manual de Acreditação ONA (2002), no Capítulo 3.6.4 sobre a Manutenção Geral, Controle de resíduos e Potabilidade da água, segmenta-se o processo de controle dos resíduos, Nível A. O manual explora os seguintes itens de orientação:

- Segregação, acondicionamento, manuseio, coleta, transporte, armazenamento interno e externo dos resíduos, conforme legislação vigente.
- Características e higienização das salas e abrigo central de resíduos, conforme normas e legislação vigente.
- Destino final adequado, conforme o risco estabelecido, para todos os tipos de resíduos. Uso e higienização adequados dos EPIs.
- Normas de biossegurança e rotinas de controle de infecção.
- Fluxo adequado de resíduos e com saída independente da circulação do público.

O serviço dispõe de manual(is) de normas, rotinas e procedimentos documentado(s), atualizado(s) e disponível(is) para o atendimento e cuidados quanto à manutenção geral, potabilidade da água e gerenciamento de resíduos; existe a integração destes serviços ao sistema de planejamento geral, buscando assegurar os níveis de segurança e qualidade. Itens de orientação:

- Manual(is) de normas, rotinas e procedimentos documentado(s), atualizado(s) e disponível(is).
- Programa de educação e treinamento continuado.
- Grupos de trabalho para a melhoria de processos e integração institucional.
- Procedimentos de orientação ao cliente (interno e externo).
- Relação dos serviços especializados, para atendimento às demandas em que o serviço não possua resolubilidade.

Entre as orientações contidas no manual da Acreditação Hospitalar estão:

- O sistema de aferição da satisfação dos clientes (internos e externos);
- Integração do programa institucional da qualidade e produtividade;
- Disposição de sistema de informação com dados, taxas e indicadores que permitem a avaliação do serviço e a comparação com referenciais adequados.
- Itens de Orientação e sistemas de planejamento e melhoria contínua em termos de estrutura, novas tecnologias, atualização técnico-profissional, ações assistenciais e procedimentos;

- Indicadores relacionados à segurança, com evidências de ciclos de melhoria;
- Sistema de aferição da satisfação dos clientes (interno e externo).

Todos estes itens orientativos, demonstram a preocupação das instituições hospitalares em oferecer um serviço de qualidade como diferencial, e, por consequência, aplicar o marketing à área da saúde.

3 Considerações Finais

Em relação à preocupação com a qualidade na assistência, nota-se o cumprimento das normas e leis, por parte das instituições hospitalares. A gestão de resíduos de serviços de saúde, quando implantado e monitorado, torna-se um diferencial competitivo no mercado hospitalar. Com a larga concorrência atual, a Acreditação Hospitalar pode um instrumento importante de gestão, para um melhor posicionamento estratégico dos hospitais. Assim, o marketing da saúde é um benefício socioambiental e competitivo na prestação da assistência à saúde pelos hospitais.

Referências

BRASIL. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9605.htm. Acesso em: 28 mai. 2019.

BRASIL. **Lei Federal nº 12.305, de 02 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm. Acesso em: 2 out. 2014.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Assistência à Saúde. **Manual Brasileiro de Acreditação Hospitalar**. 3. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. Disponível em: http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/acreditacao_hospitalar.pdf. Acesso em: 2 jun. 2018.

KOTLER, P Philip; KARTAJAYA, H.; IWAN, S. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. Disponível em: <http://pdfstart.com/ba/baixar-livro-kotler>. Acesso em: 2 jun. 2018.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z**: 80 conceitos que todo profissional de marketing precisa saber. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

KOTLER, Phillip; SHALOWITZ, Joel; STEVENS, Robert J. **Marketing estratégico para área de saúde**. a construção de um sistema de saúde voltado ao cliente. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KUZAQUI, Edmir. TANAKA. Luiz Carlos. **Marketing e gestão estratégica de serviços de saúde**. São Paulo: Thomson Learning, 2008.

LUCIETTO, Deison A.; SAGAZ, Sidimar M.; ZASSO, Fernanda M.; FREDDO, Silvia L. Marketing para a saúde: conceitos, possibilidades e tendências. **Revista Tecnológica**, Maringá, v. 3; n. 2, p. 30-51, 2015.

LUCIETTO, Deison Alencar *et al.* Marketing para a saúde: conceitos, Possibilidades e tendências. **Revista Tecnológica**, Maringá, v. 3, n. 2, p. 30-50, 2015. Disponível em: <https://uceff.edu.br/revista/index.php/revista/article/view/72>. Acesso em: 23 jun. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 12.810**: Coleta de resíduos de serviços de saúde - Fixa os procedimentos exigíveis para coleta interna e externa dos resíduos de serviços de saúde, sob condições de higiene e segurança. Rio de Janeiro: ABNT, 2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 14652**: Implementos rodoviários - Coletor - transportador de resíduos de serviços de saúde - Requisitos de construção e inspeção. Rio de Janeiro: ABNT, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 9191**: Sacos plásticos para acondicionamento de lixo - Requisitos e métodos de ensaio - fixa os requisitos e estabelece os métodos de ensaio para sacos plásticos destinados exclusivamente ao acondicionamento de lixo para coleta. Rio de Janeiro: ABNT, 2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 7500**: Identificação para o transporte terrestre, manuseio, movimentação e armazenamento de produtos - Estabelece a simbologia convencional e o seu dimensionamento para identificar produtos perigosos, a ser aplicada nas unidades e equipamentos de transporte e nas embalagens/volumes, a fim de indicar os riscos e os cuidados a serem tomados no transporte terrestre, manuseio, movimentação e armazenamento. Rio de Janeiro: ABNT, 2017.

CONAMA (conselho nacional de meio ambiente). **Resolução CONAMA n. 222, de 28 de março de 2018**. Regulamenta as Boas Práticas de Gerenciamento dos Resíduos de Serviços de Saúde e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2018.

CONAMA (conselho nacional de meio ambiente). **Resolução CONAMA n. 358, de 29 de abril de 2015**. Dispõe sobre o tratamento e a disposição final dos resíduos dos serviços de saúde e dá outras providências. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2015.

CONAMA (conselho nacional de meio ambiente). **Resolução CONAMA n. 306, de 07 de dezembro de 2004**. Dispõe sobre o Regulamento Técnico para o gerenciamento de resíduos de serviços de saúde. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 2004.

CONAMA (conselho nacional de meio ambiente). **Resolução CONAMA n. 237, de 19 de dezembro de 1997**. Dispõe sobre a revisão e complementação dos procedimentos e critérios utilizados para o licenciamento ambiental. Brasília: Diário Oficial da República Federativa do Brasil, 1997.

D'INNOCENZO, Maria *et al.* **Indicadores, auditoria, certificações: ferramentas de qualidade para gestão em saúde**. 2. ed. São Paulo: Martinari, 2010.

GONÇALVES, Ernesto, L. **Gestão Hospitalar: administrando o hospital moderno**. São Paulo: Saraiva. 2006.

METRING, Robert, A. **Pesquisas Científicas: planejamento para iniciantes**. Curitiba: Juruá, 2009.

ONA- ORGANIZAÇÃO NACIONAL DE ACREDITAÇÃO. **O que é Acreditação**. 2012. Disponível em: <https://www.ona.org.br/acreditacao/o-que-e-acreditacao>. Acesso em: 27 jul. 2020.

PACANHAN, Mario N. **Fundamentos de Marketing**, São Paulo: FGV, 2004.

QUINTO NETO, A. Acreditação de organizações de saúde: a importância dos médicos na segurança da assistência e dos consumidores. **Revista de Administração em Saúde**, Maringá, v. 3, p. 26-30, 2001.

SAMARA, Beatriz, S.; BARROS, José C. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1997.