

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS**

DISSERTAÇÃO

**Gestão da Responsabilidade Social de Empresas ao Entorno de
Comunidades: o caso Complexo da Maré/RJ**

DANIEL DA SILVA CAVALCANTI

**Seropédica – RJ
2006**

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS

**Gestão da Responsabilidade Social de Empresas ao Entorno de
Comunidades: o caso Complexo da Maré/RJ**

DANIEL DA SILVA CAVALCANTI

**Sob a Orientação da Professora
ANA ALICE VILAS BOAS
Co-orientação da Professora
ANGELA MARIA MONTEIRO DA SILVA**

Dissertação submetida ao Curso de pós-graduação em Gestão e Estratégia em Negócios como requisito parcial para obtenção do Grau de **Mestre** em Administração.

**Seropédica – RJ
Agosto 2006**

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA EM NEGÓCIOS

DANIEL DA SILVA CAVALCANTI

Dissertação submetida ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão e Estratégia em Negócios, como requisito parcial para obtenção do Grau de Mestre em Administração.

Dissertação aprovada em ____/_____/2006.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Ana Alice Vilas Boas, Ph.D. – Orientadora
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof^o Francisco Paulo de Melo Neto, D. Sc.
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof^a Angela da Rocha, Ph. D.
COPPEAD/UFRJ

*Dedico este trabalho à minha esposa,
Sulamita, às minhas filhas Ana Lúcia e
Isabela e aos meus pais Cosma e
Denago.*

*Dedico também a todos os que me
ajudaram nas situações adversas.*

AGRADECIMENTOS

À Professora Ana Alice Vilas Boas, pela orientação durante o curso do mestrado, pela oportunidade de escrevermos artigos em conjunto e por suas horas de atenção do início à finalização da dissertação.

À Professora Ângela Maria Monteiro da Silva pela co-orientação em função dos ensinamentos colhidos na disciplina Medidas Sociais e do Comportamento e também por suas horas atenção.

À professora convidada Lecy Consuelo, antropóloga e socióloga, pelo incentivo para eu abordar fatos relacionados ao tema com os quais convivi na minha adolescência.

Aos amigos do COPPEAD/UFRJ, mais em particular aos integrantes da biblioteca pela disponibilidade e pronto atendimento.

Aos professores da UFRRJ, principalmente a César Froes e Francisco Paulo de Melo Neto, com os quais convivi e tive a oportunidade de dirimir dúvidas relativas a este trabalho de pesquisa.

Ao líder e pastor Jaime Soares da Silva pela convocação dos moradores da Maré que colaboraram como multiplicadores do instrumento de pesquisa.

Aos moradores da Maré, sem os quais este trabalho não seria possível, que me proporcionaram uma visão de determinação e a busca incessante por dias melhores.

Ao Centro de Pesquisas da Petrobras, em destaque aos integrantes do Comitê de Responsabilidade Social e Ambiental, pela oportunidade de conhecer a gestão da responsabilidade social externa junto à comunidade da Maré.

A Linha Amarela S/A, pelas informações colhidas pessoalmente junto à equipe de trabalho do Departamento Socioambiental da empresa e estudar o trabalho social desenvolvido pelas comunidades ao seu entorno.

As ONGs da Maré que me proporcionaram visitas às suas instalações e pela cessão do material pertinente a pesquisa documental e bibliográfica dos dados sociodemográficos e históricos do bairro Maré.

À minha família: esposa Sulamita e filhas Ana Lúcia e Isabela e minha genitora Cosma que estiveram ao meu lado durante o curso desse trabalho de pesquisa e pela paciência nos momentos em que estive ausente.

Aos meus colegas de mestrado e de trabalho e aos chefes pelo apoio e incentivo; incluindo principalmente o Sr José Antonio Braga e os amigos Francisco Coelho Mendes e Manoel Lúcio da Silva Neto.

Ao Centro de Estudos de Pessoal que me proporcionou utilizar, por vezes, os meios e instalações disponíveis para a tabulação e análise dos dados coletados.

A DEUS, pela saúde e equilíbrio necessários a quaisquer projetos de vida profissional e acadêmico.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1.1 Relevância do Tema	1
1.2 Problema da Pesquisa	1
1.3 Objetivos da Pesquisa	2
1.3.1 Objetivo Geral	2
1.3.2 Objetivos Específicos	2
1.4 Justificativa	3
1.5 Estrutura da Dissertação	4
2. REVISÃO DE LITERATURA	6
2.1 A Abrangência da Responsabilidade Social	6
2.2 Conceitos e Evolução da Responsabilidade Social Empresarial	7
2.3 Breve histórico da Responsabilidade Social Empresarial	10
2.4 Responsabilidade Social Empresarial e a Norma Internacional – SA 8000	11
2.5 O Balanço Social	12
2.6 A Gestão da Responsabilidade Social Empresarial Externa	13
2.7 Comunidades, Favelas e Desenvolvimento Sustentável	14
2.8 Planejamento Estratégico e Responsabilidade Social integrados	15
2.9 A Teoria dos <i>Stakeholders</i> – Partes Interessadas	16
2.10 As Organizações Não-Governamentais (ONGs)	19
2.11 A importância da Avaliação das Ações e Projetos Sociais	22
2.11.1 Gestão da R S Externa – Avaliação das Relações Empresa-Comunidade	23
3. METODOLOGIA	27
3.1 Pesquisa Social em Administração	27
3.1.1 Técnicas de Pesquisa Social	27
3.1.2 Estudo de Caso	28
3.2 População e Amostra	28
3.3 Instrumento	30
3.4 Coleta de Dados	31
3.5 Técnicas Estatísticas	32
3.6 Limitações da Pesquisa	33
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	35
4.1 Descrição dos Casos	35

4.1.1 O Complexo da Maré: o estudo de caso	35
4.1.2 Histórico das Comunidades da Maré	35
4.2 Descrição das empresas alvo do estudo de caso	40
4.2.1 Por que as empresas CENPES e LANSA despertaram interesse para o estudo de caso?	41
4.2.2 Histórico do CENPES – Missão, Visão e Valores	41
4.2.3 Histórico da LAMSA – Missão, Visão e Valores	43
4.3 Percepção dos entrevistados nas empresas	44
4.3.1 Percepção dos representantes do CENPES	44
4.3.2 Percepção dos representantes da LAMSA	48
4.4 Avaliação das relações empresa-comunidade	52
4.4.1 Avaliação das relações do CENPES com a comunidade Maré	52
4.4.2 Avaliação das relações da LAMSA com a comunidade Maré	53
4.5 Resultado e Análise do Questionário	54
CONCLUSÃO	74
5.1 Sugestão para as comunidades e as empresas pesquisas	75
5.2 Sugestão para futuras pesquisas	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXO 1 : Questionário – aplicado aos moradores da Maré	81
ANEXO 2 : Mapa 1 - Evolução Urbana da Maré	83
Mapa 2 – Uso do Espaço na Maré	84
Mapa 3 – Densidade Habitacional da Maré	85
GLOSSÁRIO	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 01	Evolução do Conceito de Responsabilidade Social	09
Figura 02	Modelo de Estratégia da Empresa – Modelo de Harvard (Porter)	10
Figura 03	Visão Sistêmica: Empresa x <i>Stakeholders</i>	17
Figura 04	Os Estágios de Responsabilidade Social da Empresa	19
Figura 05	Etapas Relevantes do Método de Pesquisa	34
Figura 06	Modelo de Gestão da Responsabilidade Social Externa – CENPES	47
Figura 07	Modelo de Gestão da Responsabilidade Social Externa – LAMSA	50
Figura 08	Modelo Teórico de Gestão da Responsabilidade Social Externa	51

LISTA DE TABELAS, QUADROS E GRÁFICO

Tabela 01	Instituições mais confiáveis para trabalhar pelo interesse social	20
Tabela 02	População nas principais Favelas do município do Rio de Janeiro	29
Tabela 03	População, habitantes por domicílios das comunidades da Maré	40
Tabela 04	Frequência simples e percentagem de participantes por faixa etária	55
Tabela 05	Conhecimento sobre o termo Responsabilidade Social	55
Tabela 06	Nível de instrução/conhecimeto do termo Responsabilidade Social	56
Tabela 07	Aplicação do Teste do Qui-quadrado (Chi-Square Tests)	56
Tabela 08	Conhecimento sobre a empresa LAMSA	58
Tabela 09	Conhecimento sobre a empresa CENPES	58
Tabela 10	Conhecimento de alguém que trabalhe na LAMSA e resida na Maré	59
Tabela 11	Conhecimento de alguém que trabalhe na CENPES e resida na Maré	59
Tabela 12	Conhecimento de algum projeto social da LAMSA realizado na Maré	60
Tabela 13	Projetos Sociais desenvolvidos pela LAMSA	60
Tabela 14	Projetos Sociais do CENPES realizados na Maré	61
Tabela 15	Participação em algum dos projetos	61
Tabela 16	Tipo de contribuição social esperada das empresas alvo do estudo	62
Tabela 17	Segunda prioridade de contribuição social esperada das empresas	63
Tabela 18	Terceira prioridade de contribuição social esperada das empresas	63
Tabela 19	Última prioridade de contribuição social esperada das empresas	64
Tabela 20	Prioridade de população a ser assistida por programas sociais	64
Tabela 21	Segunda prioridade de população a ser assistida por programas sociais	65
Tabela 22	Terceira prioridade de população a ser assistida por programas sociais	65
Tabela 23	Penúltima prioridade de população a ser assistida por programas sociais	66
Tabela 24	Última prioridade de população a ser assistida por programas sociais	66
Tabela 25	Conhecimento sobre alguma ONG que atua na Maré	67
Tabela 26	ONG que tenha atividades na Maré	67
Tabela 27	Frequência simples e percentual de participação em alguma ONG	68
Tabela 28	Vila Olímpica: se benefícios atende a todos os moradores da Maré	68
Tabela 29	Vila Olímpica: Justificativas porque não atende a todos os moradores da Maré	69
Tabela 30	Prioridade em serviços urbanos	69

Tabela 31	Segunda prioridade em serviços urbanos	70
Tabela 32	Terceira prioridade em serviços urbanos	70
Tabela 33	Última prioridade em serviços urbanos	71
Tabela 34	Locais próximos à Maré para atividades sociais, culturais e educativas	71
Tabela 35	Justificativas de mais locais para atividades sociais, culturais e educativas	72
Quadro 01	Etapas de Institucionalização das Ações Sociais Externas	22
Quadro 02	<i>Checklist</i> de avaliação das relações empresa-comunidade	24
Quadro 03	Histórico das comunidades e principais eventos relacionados à Maré	36
Quadro 04	Conceito de Responsabilidade Social por parte dos moradores da Maré	56
Quadro 05	Sugestões dos moradores da Maré apresentadas no Questionário	72
Gráfico 01	Frequência relativa dos moradores da Maré segundo a comunidade	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABONG	Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BNH	Banco Nacional de Habitação
CEASM	Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré
CEDAE	Companhia Estadual de Águas e Esgotos
CEHAB	Companhia Estadual de Habitação
CENPES	Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Leopoldo Américo Miguez de Mello
CEPE	Clube dos empregados da Petrobras
CIEP	Centro Integrado de Educação Pública
CLN	Concessionária Litoral Norte S/A
COOTRABOM	Cooperativa dos Trabalhadores do Complexo de Bonsucesso
CPDOC	Centro de Pesquisa e Documentação Histórica Contemporânea do Brasil
ECO 92	Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento e Meio Ambiente/ 1992
ENCE	Escola Nacional de Ciências Estatísticas
FEA-USP	Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH-M	Índice de Desenvolvimento Humano do Município
IPEA	Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas
IPP	Instituto Pereira Passos
LAMSA	Linha Amarela Sociedade Anônima
ONG	Organização Não-Governamental
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
R. S. Ext	Responsabilidade Social Externa
R. S. Int	Responsabilidade Social Interna
SEBRAE	Serviço brasileiro de Apoio as Empresas
SENAI	Serviço Nacional da Indústria
SESC	Serviço Social do Comércio

UEVOM União Esportiva Vila Olímpica da Maré
UFRJ Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO

Cavalcanti, Daniel da Silva. **Gestão da Responsabilidade Social de Empresas ao entorno de comunidades: o caso Complexo da Maré/RJ**. Seropédica, RJ: UFRRJ, 2006, 86 f. (Dissertação de Mestrado em Administração - Gestão e Estratégia em Negócios - Estratégia Empresarial)

Este estudo trata da responsabilidade social de empresas com vizinhança do Complexo da Maré. O bairro Maré está localizado no município do Rio de Janeiro e é constituído por 16 comunidades distintas que formam o Complexo, o qual apresenta um dos piores índices de desenvolvimento humano. As empresas Linha Amarela S/A e Centro de Pesquisas da Petrobras estão no seu entorno. O estudo enfatiza a responsabilidade social como dever de toda a sociedade: governos, ONGs, pessoas físicas ou jurídicas. Objetivo geral é o estudo das ações dessas empresas em favor dessas comunidades ao entorno face às necessidades e expectativas dos moradores e suas prioridades como foco da gestão social empresarial, por intermédio de uma amostra dos moradores e outros dados fornecidos pelas empresas. A revisão da literatura enfocou a abrangência, conceitos, evolução, histórico da responsabilidade social e ainda o balanço social e a integração entre a responsabilidade social externa e o planejamento estratégico das empresas, enfocando as relações da empresa com a comunidade. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, por meio de entrevistas semi-estruturadas com representantes das Organizações. Os resultados da pesquisa mostraram que há uma tendência ao alinhamento dos objetivos dos moradores e as estratégias sociais desenvolvidas por ambas empresas.

Palavras-chave: responsabilidade social; balanço social; gestão social.

ABSTRACT

Cavalcanti, Daniel da Silva. **Gestão da Responsabilidade Social de Empresas ao entorno de comunidades: o caso Complexo da Maré/RJ**. Seropédica, RJ: UFRRJ, 2006, 86 f. (Dissertação de Mestrado em Administração - Gestão e Estratégia em Negócios - Estratégia Empresarial)

This study focus on the social responsibility of companies in the vicinity of the Mare Complex located in Rio de Janeiro city and formed by 16 low-income communities. The area human development index ranks as one of the worst. Companies such as Linha Amarela S/A and Petrobras Research Center are located in the surroundings of the Complex and their study emphasizes social responsibility as the duty of the whole society, including governments, NGOs, legal entities and people in general. The purpose here is to study the companies' activities in favor of the nearby communities residents' needs, taking into account their expectations and priorities. The study was based on samples provided by the residents and other data supplied by the companies. The literature revision focused on the comprehensiveness, concepts, evolution and history of social responsibility, social balance and the integration between external social responsibility and the companies' strategic planning by emphasizing the relationship with the community. The methodology used in this study was the "case study", through semi-structured interviews with companies' representatives. The outcoming of the research showed that there is a tendency of alignment between the residents' objectives and the social strategies developed by both companies.

Key words: social responsibility; social balance; social administration.

INTRODUÇÃO

1.1 Relevância do tema

O presente trabalho de pesquisa trata da Responsabilidade Social Empresarial. Este tema tem sido considerado no meio acadêmico e da gestão empresarial de grande potencial e complexidade, em face das suas conseqüências no planejamento estratégico da empresa e para as partes interessadas no processo, como: a sociedade, os clientes, os fornecedores, os acionistas, os empregados e a comunidade. A Responsabilidade Social de empresas ao entorno de comunidades é um dos focos da estratégia da empresa na busca de soluções de problemas sociais e do questionamento do seu papel e crescimento na sociedade.

1.2 Problema da pesquisa

O cenário econômico atual impõe a sociedade brasileira restrições financeiras à maioria dos seus segmentos. As comunidades, sobretudo aquelas que apresentam um estado de carência significativo, necessitam ser amparadas por ações e projetos sociais. Os governos nos níveis federal, estadual e municipal têm procurado executar ações sociais para essas comunidades, ora com êxito parcial e com reconhecimento dos integrantes dessas comunidades, ora não dispendo de recursos ou sendo estes insuficientes, buscando parcerias para a solução dos diversos problemas sociais e econômicos.

A idealização de uma sociedade mais justa passa pelo contexto do papel social das empresas. O processo de desenvolvimento econômico envolve a geração de empregos e o uso de recursos advindos da tributação de seus lucros apurados e expressos nas demonstrações contábeis. A contribuição tributária prevista na legislação vigente é uma das fontes de recursos de que o Estado, em todas as esferas de governo, dispõe para a execução orçamentária.

Responsabilidade social é dever de todos. O governo tem sua parcela de responsabilidade, pois ele deve promover o bem-estar da população. Nos orçamentos públicos normalmente constam recursos alocados para fins sociais e culturais. Se esses recursos ainda não são expressivos é por motivo de fator de decisão de prioridades dos poderes executivo e legislativo, em suas esferas de atribuições.

As Organizações Não-Governamentais (ONGs) têm procurado efetivar formas de geração de renda, oportunidades de emprego, por intermédio da capacitação da população existente nas comunidades. Essas entidades recebem doações ou são subsidiadas por empresas para a execução de atividades voltadas para o bem-estar da comunidade.

Nesse contexto, empresas socialmente responsáveis, balizadas em valores éticos e humanitários, empenham-se na promoção da cidadania e no desenvolvimento social. Essas empresas inserem-se no contexto social das comunidades, de forma direta ou indireta. Direta, quando existe uma vizinhança geográfica, em que funcionários, clientes e comunidade passam a serem vistos como uma nova espécie de sócios do negócio da empresa, dispostos a compartilhar dos resultados. De forma indireta, quando dão subsídios às outras entidades para o desenvolvimento de projetos sociais por intermédio de doações ou por vezes, simplesmente, através da filantropia tradicional.

Uma possível opção para minimizar o impacto causado pela atual conjuntura econômica e social nas comunidades é a responsabilidade social corporativa (RSC). De acordo com Melo Neto e Froes (2004), a RSC é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com as partes interessadas no negócio, tais como: clientes, fornecedores e acionistas.

Dentre as diversas comunidades existentes no estado do Rio de Janeiro uma das que tem apresentado níveis significativos de baixo índice de desenvolvimento humano está o Complexo de favelas da Maré, atualmente denominado bairro da Maré, o qual tem por vizinhança uma empresa do setor de petróleo e outra prestadora de serviço na área de exploração econômica do tráfego de veículos em uma via expressa. Essas empresas, a Linha Amarela S/A (LAMSA) e Centro de Pesquisas e Desenvolvimento da Petrobras (CENPES), uma subsidiária da Petrobras, convivem diariamente com os problemas sociais, dentre os quais a violência urbana, por terem seus limites bem próximos das comunidades do bairro Maré/RJ.

Diante do exposto, têm-se as seguintes questões de pesquisa:

- Como e por que as empresas LAMSA e CENPES, que estão ao entorno de comunidades, contribuem para dinamizar o desenvolvimento sociocultural e econômico das comunidades do bairro Maré/RJ?
- As ações e projetos sociais das empresas LAMSA e CENPES estão atendendo às necessidades e expectativas dos moradores do Complexo da Maré?

1.3 Objetivos da Pesquisa

1.3.1 Objetivo Geral

O presente estudo tem como objetivo principal analisar as ações e projetos sociais das empresas LAMSA e CENPES que atuam em áreas pobres e carentes com baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH-M), de forma a contribuir com as comunidades vizinhas, face às necessidades e expectativas dos moradores do bairro Maré /RJ.

1.3.2 Objetivos específicos

Para alcançar o objetivo geral procurou-se também:

- Identificar as necessidades e expectativas dos moradores das comunidades da Maré, considerando suas prioridades de acordo com o tipo de população;
- Descrever as ações desenvolvidas pelas empresas nestas comunidades;
- Comparar as reivindicações das comunidades às propostas de programas sociais desenvolvidos pelas empresas;
- Elaborar sugestões que contribuam para melhoria das condições econômicas e socioculturais e desenvolvimento sustentável das comunidades que integram o bairro Maré e outras comunidades do estado do Rio de Janeiro.

1.4 Justificativa

Nos últimos quatro anos o pesquisador passou a residir no bairro Cidade Universitária, a ilha do Fundão, onde está localizado o *campus* da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Este bairro tem limites com o Complexo de favelas da Maré. A partir de 1994 as comunidades existentes no local passaram a constituírem-se em um bairro; o bairro da Maré. Este bairro está localizado na zona norte da cidade, às margens da baía da Guanabara e tem como saídas viárias a Avenida Brasil, a Linha Vermelha e a Linha Amarela. As duas primeiras vias expressas integram o perímetro do Complexo e a Linha Amarela corta o bairro, estando bem próximo das pistas de algumas de suas 16 comunidades.

Nesse período de 2001 a 2005, de observação do pesquisador, ocorreram muitos sinais de violência no local que, por vezes, tiveram por consequência o fechamento das citadas vias, que são algumas das principais que interligam muitos bairros da cidade do Rio de Janeiro.

O bairro da Maré apresenta um dos piores Índices de Desenvolvimento Humano do município do Rio de Janeiro (IDH-M). Este índice mede a qualidade de vida da população, por intermédio da: expectativa de vida; taxa de alfabetização para a faixa etária de maiores de 15 anos; renda familiar *per capita*, isto é a soma de rendimentos da família dividida pelo número de habitantes de uma moradia, e ainda o número médio de anos de estudo da população. Dos 161 bairros da cidade do Rio de Janeiro, a Maré ocupa a quinta pior posição, sendo apenas superado por outros quatro bairros em pior situação, nessa ordem: Rocinha, Complexo do Alemão, Santa Cruz e Acari, com a última posição. Os citados dados foram publicados no Relatório de Desenvolvimento Humano, por intermédio de uma parceria entre o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Prefeitura do Rio de Janeiro, citados por Bostein e Zancan (2001).

De acordo com os dados do Censo 2000 do IBGE, o número de habitantes do bairro da Maré foi de 113.817 habitantes, e segundo o Censo Maré 2000, realizado por uma ONG local, o Centro de Estudos e Ações Sociais da Maré (CEASM) em parceria com o IPEA, o Instituto Pereira Passos (IPP) a Escola Nacional de Ciências e Estatística (ENCE), financiado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), este número chegou à cerca de 132.000 moradores distribuídos em aproximadamente 44.000 domicílios.(SOUZA e SILVA, 2003 p.19).

Se considerados os dados de um trabalho organizado pelo Instituto Pereira Passos (1997), com base no Censo de 1991, que reuniu informações de 28 favelas, conforme suas Regiões Administrativas, ainda segundo Souza e Silva (2003), a favela da Maré ficou em 11ª posição no Índice de Qualidade de Vida Urbana, evidenciado pelos precários índices econômicos e sócio-educacionais, com rara exceção para alguns indicadores urbanos, como coleta de lixo e saneamento.

Diante da observação inicial e os dados documentais a respeito do caso, o pesquisador procurou estudar as seguintes questões: O que a sociedade tem feito para minimizar ou acabar com os problemas socioeconômicos por que passam essas comunidades? Reportando-se a uma pergunta do precursor da Responsabilidade Social Empresarial, Howard Bowen (apud CARROLL, 1999, p. 270) “Quais as responsabilidades com a sociedade que se espera que os homens de negócios assumam?” Limitando adequadamente o problema ao local para o estudo, colocou-se a seguinte indagação: o que as empresas ao entorno do complexo da Maré têm feito em termos de responsabilidade social empresarial, para a comunidade?

Borger (2001) faz as seguintes recomendações, visando contribuir para o desenvolvimento Responsabilidade Social Empresarial:

O tema Responsabilidade Social ainda é um campo novo na pesquisa acadêmica. A complexidade do tema implica um grande potencial para a pesquisa. ...Outra recomendação seria um estudo em maior profundidade de uma empresa em que o levantamento de dados envolvesse todo o conjunto de stakeholders de uma ou mais empresas. (BORGER, 2001, p. 246)

Espera-se, com este trabalho acadêmico apresentar, com base no estado da arte e, por intermédio de uma pesquisa de campo, uma pequena parcela de contribuição que seja útil e prática para a gestão da responsabilidade social empresarial.

1.5 Estrutura da dissertação

No primeiro capítulo é feita uma introdução sobre o assunto estudado, bem como uma visão geral das diversas fases do que foi focado na pesquisa como um todo. Buscou-se apresentar desde os problemas e questões a respeito, os motivos que levaram o pesquisador a abordar um tema contemporâneo e que desperta o interesse na pesquisa acadêmica. Os objetivos geral e específicos do estudo são apresentados até a justificativa da pesquisa nesta primeira etapa do trabalho. Em seguida, no capítulo 2, é feita uma coletânea de boa parte da contribuição acadêmica cujo tema foi foco de estudo por outros autores e ainda fundamentar o que se desenvolveu para a elaboração da estrutura dessa dissertação.

Para tanto, o pesquisador relatou a abrangência da responsabilidade social, conceitos e evolução da responsabilidade social empresarial (RSE), fez um breve histórico da RSE e abordou a respeito dessa com a Norma Internacional SA 8000.

Ainda nesta parte do trabalho, foi focado: o Balanço Social, a gestão da Responsabilidade Social Externa e os conceitos de comunidades, favelas e desenvolvimento sustentável, bem com a contextualização da Maré no Índice de Desenvolvimento Humano do município do Rio de Janeiro.

O planejamento estratégico da empresa e sua integração com a RSE foram abordados neste estudo. A Teoria dos *Stakeholders* - os parceiros na gestão dos negócios da empresa e o papel das ONGs como dinamizadoras do processo de melhoria social foram apresentados também, com o propósito de balizar o estudo do tema abordado por outros pesquisadores.

Por fim, no mesmo capítulo, é descrita e abordada a importância da avaliação das ações e projetos sociais como forma dos gestores comparem as metas e objetivos previstos com os efetivamente alcançados. Para tanto, destacam-se as etapas de institucionalização das ações sociais externas, o modelo de avaliação da eficácia de ações sociais por intermédio da metodologia EP2 – Eficácia pública e eficácia privada das ações sociais das empresas, de uma experiência narrada por Prates Rodrigues (2005) e o Quadro (*checklist*) de avaliação da gestão da responsabilidade social externa das empresas em função da relação empresa-comunidade, por meio de uma tabulação que classifica e estabelece pesos para o tipo, natureza, segmentos populacionais e foco dessa relação visando a quantificar a gestão da Responsabilidade Social Empresarial, enfocada por Melo Neto e Froes (2004).

No terceiro capítulo a Metodologia Científica é apresentada, desde como a pesquisa foi realizada, a caracterização do tipo de pesquisa, da população e amostra até a coleta e análise dos dados. A forma como foi construído o questionário e sua

aplicação na população são também descritos. A metodologia do estudo de multicasos é apresentada por intermédio de um fluxograma, possibilitando desta forma que outros investigadores possam testar o caso. São apresentadas, ainda as técnicas estatísticas utilizadas e as limitações da pesquisa.

No quarto capítulo, Resultados e Discussões, são apresentados o resultado da análise dos dados coletados. De início, faz-se um histórico das comunidades da Maré, indicando-se o perfil sócio-demográfico dos moradores que responderam o questionário, o conhecimento sobre responsabilidade social, as necessidades e expectativas dos moradores, bem como o histórico, a estratégia empresarial das duas empresas alvo do estudo, e ainda seus projetos e ações sociais, em particular em favor das comunidades ao entorno e a percepção dos representantes do CENPES e da LAMSA. Em seguida é feita a análise dos indicadores de Responsabilidade Social por intermédio de alguns dos indicadores previstos no referencial teórico.

No último capítulo são apresentadas a conclusão do estudo e as considerações finais. Entre elas há uma proposta para o incremento de oportunidades sócio-culturais, educacionais e econômicas para o bairro, através da alienação de um imóvel da União, que tem limites com a comunidade, e ainda, sugestões dos moradores para a comunidade e sugestões para futuras pesquisas.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A presente pesquisa está baseada nas diversas abordagens teóricas de Responsabilidade Social e Empresarial.

2.1 A abrangência da Responsabilidade Social

O conceito de problema social pode ser representado por um estado de carência de serviços básicos sociais. A ausência de serviços básicos afeta um determinado segmento populacional, que reside numa determinada área geográfica com características sociais, culturais, econômicas e demográficas bem definidas. A falta de educação, trabalho e emprego, saúde, habitação, saneamento básico, nutrição e assistência social podem atingir uma determinada população-alvo como: crianças e adolescentes, jovens desempregados, idosos sem qualquer assistência e famílias em geral, abaixo da linha da pobreza. (MELO NETO & FROES, 2001, p.34)

Definida à área geográfica, que pode ser um estado, cidade ou mesmo um bairro ou comunidade, com as citadas características, esta área será objeto das diversas ações sociais a serem promovidas pelo Estado, pelas ONGs, pela própria comunidade e até pelas empresas privadas ou suas associações empresariais ou fundações.

A Emenda Constitucional nº 26/2000 (BRASIL, 1988), que alterou o artigo 6º da Constituição Federal, enfatiza que são direitos sociais: a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, previdência social, a proteção à maternidade e à infância e a assistência aos desamparados.

Embora o bem-estar social seja um dever do Estado, por ser um direito do cidadão, a participação de outros atores é sempre bem-vinda. Toda a sociedade tem responsabilidade social para o efetivo cumprimento da norma constitucional. Por isso, a promoção da justiça social passa a ser um dever moral, de pessoas físicas ou jurídicas. As empresas socialmente responsáveis, balizadas em valores éticos e de cidadania, têm procurado contribuir para alcançar esses direitos previstos na Constituição Federal.

Partindo desse pressuposto, as empresas, por meio da execução da responsabilidade social empresarial, podem contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, em particular, as comunidades localizadas no entorno das empresas.

De acordo com Passador (2002), o compromisso social da empresa, também conhecido como código de ética, orienta suas ações sociais, explicita sua postura social, e possibilita que a empresa mantenha suas relações com as partes interessadas, criando mecanismos que propiciem a prática da visão e da missão da empresa.

Neste sentido, esta autora cita o Código de Ética publicado pelo Instituto Ethos, que tem por finalidade nortear as ações dos empresários compromissados com os valores éticos:

...é importante que a empresa conheça as necessidades da comunidade, dos locais e regiões onde está instalada, objetivando selecionar e desenvolver programas de abrangência social, viabilizando-os por meio de instituições comunitárias, organizações não governamentais, além de escolas, postos de saúde, entre outros (PASSADOR, 2002, p.5).

2.2 Conceitos e evolução da Responsabilidade Social Empresarial

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), segundo Berger (2001, p.36), ultrapassa o universo de acionistas e sócios, pois as decisões e atividades pertinentes aos negócios da empresa têm conseqüências para a comunidade local, isto é, os moradores vizinhos à empresa, o meio ambiente e a sociedade.

Segundo o Instituto Ethos (2005), a empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes, como: acionistas, funcionários, prestados de serviços, fornecedores, consumidores, governo, meio ambiente e comunidade, visando conseguir incorporá-los no planejamento estratégico de suas atividades, buscando atender às suas demandas e não apenas aos acionistas ou proprietários.

Portanto, uma empresa socialmente responsável normalmente identifica às necessidades e expectativas dos moradores que compõem essas comunidades ao entorno da empresa. Adequar as reivindicações das comunidades às propostas dos programas sociais desenvolvidos pela empresa é, assim, uma das formas de incorporar tais propostas ao seu planejamento estratégico.

De acordo com Melo Neto e Froes (2004) a responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa que visa o retorno tributário, econômico social e o institucional. A filantropia, ao contrário, não busca retorno algum, se limita a um ato de conforto pessoal e moral para aquele que pratica a filantropia.

A filantropia, do ponto de vista de quem é beneficiado pode trazer uma momentânea solução para um estado de carência emergente. A comunidade local ou um pequeno grupo da qual faz parte não vê a solução dos seus problemas socioeconômicos. Em outras palavras, a filantropia é um passo inicial, contudo não agrega valor por intermédio de geração de emprego e renda e não gera o desenvolvimento sustentável.

A responsabilidade social é, segundo os mesmos autores (2001), uma forma que a empresa utiliza para prestar contas do seu desempenho pela apropriação e uso de recursos que não lhes pertenciam originalmente. Há a seguinte relação: a sociedade provê a empresa com os recursos financeiros e materiais de que necessita. A empresa, por sua vez, deve retribuir à sociedade por intermédio de seus serviços e produtos comercializados, principalmente por meio de ações direcionadas à solução dos problemas sociais por que passa a sociedade. Portanto, é um compromisso da empresa em relação à sociedade em geral.

A empresa socialmente responsável insere-se na comunidade que existe em sua vizinhança. Desta forma, introduz um novo elemento na sociedade: a cidadania empresarial, ou seja, a responsabilidade social corporativa (RSC). Segundo Melo Neto e Froes (2004) o conceito de RSC é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes.

Dentre as diversas correntes de pensamento sobre a responsabilidade social empresarial, a corrente clássica tinha por base que o propósito da corporação era gerar lucros para seus acionistas, limitando-se a prestar a oferta de seus serviços e produtos por intermédio da comercialização dos mesmos. A empresa que desviasse seus recursos financeiros e materiais para ações sociais poderia prejudicar-se na competitividade do mercado. Tais ações, segundo a visão clássica, seriam uma intromissão nas questões que devem ser resolvidas pelo Estado. Conforme observa Fridman (1984), citado por Siqueira (2003)1962 apud Bowie (1991, p.56):

Existe uma, e somente uma, responsabilidade social das empresas – usar seus recursos para engajar-se em atividades que visem o aumento de seus lucros tanto quanto possível, sem desrespeitar as regras do jogo, ou seja, cumprindo as obrigações éticas e legais.

Contudo, Casotti e Suarez (2002, p.33) acrescentam que o fato de trazer retorno ou benefícios para os patrocinadores da empresa não diminui o mérito de suas iniciativas, mas é possível reunir em um só projeto ganhos financeiros e ganhos sociais com a melhoria das condições sociais do país. As autoras citam que o bem-estar da sociedade e o bem-estar das corporações não são objetivos excludentes, pois uma iniciativa nobre pode ser algo lucrativo. As ações junto à comunidade podem promover a imagem da empresa, tornando-se uma forma de alavancar sua imagem institucional.

A evolução do conceito de responsabilidade social passou por níveis. Muitas empresas encontram-se no nível 1, ou seja o patamar da filantropia tradicional. Outras empresas ultrapassaram o primeiro nível e encontram-se no patamar seguinte: ações com a comunidade. Alguns fatores têm impulsionado as empresas brasileiras na mudança de patamar, dentre os quais destacam-se: as enormes carências sociais do país, o crescente grau de especialização do Terceiro Setor, as ações sociais de empresas concorrentes, o crescimento das expectativas de seus funcionários sobre o engajamento social empresarial e ainda, as expectativas por parte das comunidades.

Oded Grajew, então Diretor-Presidente do Instituto ETHOS, em um artigo na coluna Empresas & Comunidades, do dia primeiro de junho de 2000, do Jornal *Valor*, descreve a evolução da responsabilidade social:

O conceito de responsabilidade social está se ampliando, passando da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais. (apud, MELO NETO e FROES, 2001)

Assim, as ações de filantropia correspondem à dimensão inicial do exercício da responsabilidade social. Nesse nível o empresário faz doações para entidades assistenciais e filantrópicas, cuja característica principal é a satisfação pessoal do empresário. Já na dimensão imediatamente superior – ações sociais com a comunidade - a empresa coloca a serviço da comunidade recursos financeiros, produtos, serviços e *know-how* da empresa e de seus funcionários. (MELO NETO e FROES, 2001, p.79).

No mesmo artigo, o presidente do Instituto ETHOS acrescenta que o objetivo é melhorar a qualidade de vida dos funcionários da empresa e de seus dependentes e usar o poder da empresa com seus fornecedores e concorrentes visando mobilizá-los a serem socialmente responsáveis, bem como implementar normas de respeito ao consumidor e utilizar todos os espaços de comunicação para transmitir valores e informações de interesse da comunidade.

Nesse contexto, a filantropia pode ser considerada como um primeiro patamar de ação social inicial que se insere na visão mais ampla da Responsabilidade Social Empresarial.

Recentemente, surgiu na gestão empresarial mais um patamar do exercício da responsabilidade social: o terceiro nível - ações de promoção de desenvolvimento sustentável. Neste nível as ações sociais promovem de forma gradativa o desenvolvimento sustentável de uma determinada comunidade para a geração de emprego e renda. O desenvolvimento sustentável local é considerado como uma evolução do conceito da gestão de responsabilidade social empresarial.

A figura 1 representa a evolução do conceito da responsabilidade, nos três níveis supracitados:

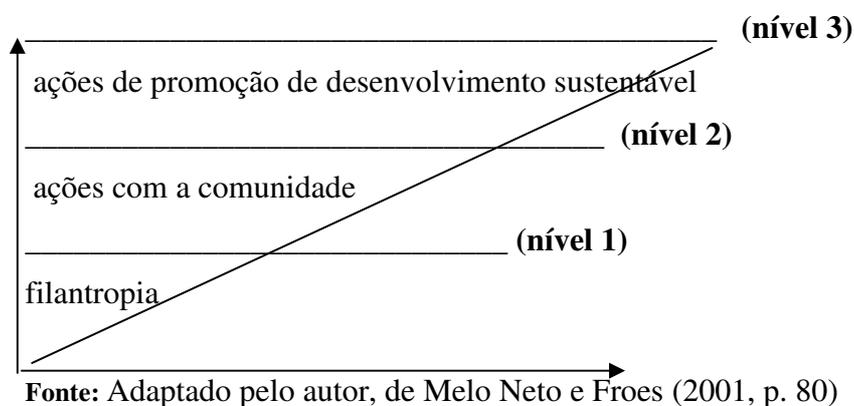


Figura 1- Evolução do conceito da responsabilidade social

Atualmente, há um novo paradigma empresarial contemporâneo é a empresa com cidadania empresarial com características de alto comprometimento com a comunidade (MELO NETO & FROES, 2004).

A própria etimologia do termo “Responsabilidade Social” teve sua evolução. Grandes empresas passaram a usar os meio de comunicação de massa para divulgar suas ações sociais e em defesa do meio ambiente com uma nova roupagem: a Responsabilidade Socioambiental.

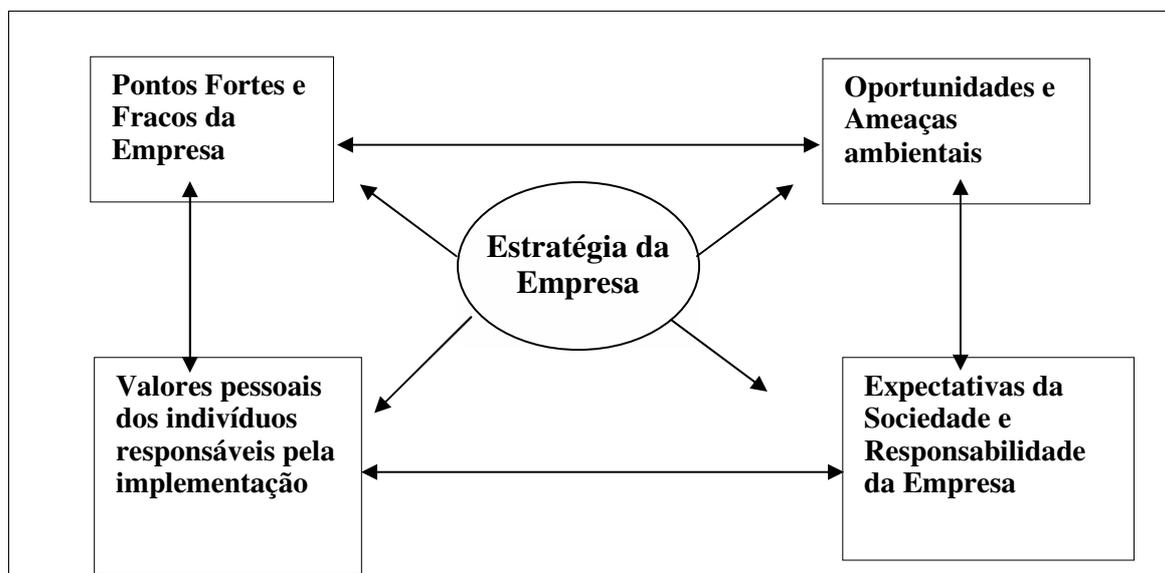
De acordo com Furtado (2003), o binômio socioambiental incorpora os temas sociais e as questões ambientais. A primeira expressão trata da responsabilidade social corporativa e outras questões que resultem impactos no consumo e produção de bens, como a pobreza e a favelização. As questões ambientais representam desgastes e impactos sobre o meio-ambiente, com conseqüências para a saúde humana e qualidade dos ecossistemas. Complementa o autor que a expressão responsabilidade representa: “compromisso que toda organização deve assumir, a fim de responder pelas conseqüências de seus atos, atividades, processos produtivos, bens e serviços, uma vez introduzidos no meio público.” (FURTADO, 2003, p.8)

Se uma organização de um setor divulga seus feitos nas áreas social e ambiental, de imediato a concorrente utiliza os mesmos recursos do marketing social visando a informar ao consumidor e a sociedade em geral que também executa ações e projetos sociais e de proteção e prevenção do meio ambiente. Ora, passando a imagem que foi a pioneira em responsabilidade social, ora contabilizando o número de projetos socioambientais realizados e em execução. Portanto, tais organizações buscam agregar valor social a seus negócios e obter retorno da imagem institucional e também maior lucratividade.

Drucker (1989) e Porter (1980) já assinalavam que esse momento atual chegaria. Drucker (1989) já alertava que a participação futura no setor social seria muito mais uma função de resultados do que atividades. Para este autor, a empresa que estivesse em situação financeira e econômica favorável no mercado deveria focar seus objetivos, também para as ações sociais, pois o exercício da responsabilidade social é um fator

primordial para minimizar os problemas sociais, bem como da própria manutenção das atividades como empresa.

Porter (1980) considerou no modelo de estratégia da empresa, desenvolvido por professores de Universidade de Harvard (*Harvard Business School*) que os fatores governamentais, políticos e sociais poderiam ser caracterizados como ameaças ou oportunidades para a empresa, posto ser uma visão de longo prazo. A figura 2 ilustra essas ameaças e oportunidades.



Fonte: PORTER (1980, p.xviii).

Figura 2 - Modelo de Estratégia da Empresa – Modelo de Harvard

2.3 Breve histórico da Responsabilidade Social Empresarial

Segundo Stoner e Freeman (1995), apud Siqueira (2003, p.72), o livro “Evangelho da Riqueza”, de Andrew Carnegie, publicado em 1899, é a primeira manifestação clássica da responsabilidade social. Os princípios da Caridade e da Custódia são fundamentos doutrinários descritos nessa obra. O Princípio da Caridade reza que os indivíduos mais abastados da sociedade auxiliem os mais desafortunados. O princípio da Custódia, por sua vez, tem por doutrina religiosa que os ricos são depositários da riqueza da sociedade cabendo a estes a guarda, gestão e a sua multiplicação em benefício da sociedade como um todo.

Os citados princípios balizaram ação de muitas empresas até próximo dos anos de 1960, período em que as empresas estiveram como foco: a produção, a concorrência, o aumento da produtividade, a eficiência e o lucro. O objetivo era servir exclusivamente aos interesses dos proprietários. A estratégia da empresa estava direcionada para o acionista (*shareholder*).

Wood (1996), apud Prates Rodrigues (2005), menciona que nos anos de 1960 a 1970 a opinião pública se tornou bastante cética em relação ao desempenho tanto das empresas norte-americanas quanto do próprio governo e passou a exigir mais transparência e acesso às informações. Nesse período, o foco de análise passou a ser os direitos civis, antiguerra, ambiental e o desejo por mais transparência e acesso a

informações, crescendo a percepção de que nem as empresas nem o governo estariam dispostos a enfrentar a pressão popular constante. As empresas passaram então, nesses últimos anos, a operar para atender aos interesses de vários grupos da sociedade envolvidos com elas, os chamados *stakeholders*, e não apenas os acionistas. (PRATES RODRIGUES, 2005, p.27-28).

Na presente década, estudos e pesquisas acadêmicas começaram a focar a teoria dos *stakeholders* visando à análise das relações da empresa com a sociedade. Paralelamente, a gestão empresarial passou a reconhecer as relações da empresa com os agentes externos como parte da responsabilidade da empresa, considerando-os, no processo decisório, os interesses e as necessidades desses agentes externos nos negócios da organização (WOOD, 1990). Assim, as relações empresa-comunidade podem gerar benefícios para a gestão dos seus negócios, considerando a comunidade um *stakeholder* relevante.

Atualmente, a noção de responsabilidade social empresarial está diretamente associada à teoria dos *stakeholders*. Para Grayson e Hodges (2001) *apud* Prates Rodrigues (2005, p.31), foram às forças globais de mudança nos últimos anos que passaram a exigir a implementação de novos temas de gestão, nas áreas de ecologia e meio ambiente, saúde e bem-estar, diversidade e direitos humanos, bem como comunidades. Acrescenta, ainda que o novo modelo de gestão vai contribuir para suplantando a desigualdade, a pobreza, as doenças e a poluição em escala mundial.

2.4 Responsabilidade Social Empresarial e a Norma Internacional – SA 8000

A empresa que pratica a responsabilidade social, balizada em valores éticos e de cidadania, pode focalizar suas ações nas dimensões interna e externa. A gestão da responsabilidade interna tem com foco os integrantes da empresa e seus dependentes. Tal prática objetiva a motivação dos funcionários e o seu bem-estar. O funcionário que exerce suas atividades em ambiente saudável e com a garantia de que seus direitos trabalhistas serão respeitados irá beneficiar-se em qualidade de vida no trabalho e em função de sua dedicação e empenho irá beneficiar também a empresa na qual trabalha.

A gestão da responsabilidade externa tem como foco a comunidade ao entorno da empresa. Os moradores da comunidade, vizinhos à empresa, são considerados parceiros no desenvolvimento do local na qual empresa esta instalada. De acordo com Melo Neto e Froes (2001), a responsabilidade social externa da empresa é feita por intermédio de doações, programas e projetos que desenvolve, das parcerias com ONGs, o governo e a sociedade civil em projetos e programas sociais. Os próprios funcionários da empresa normalmente participam desses programas e projetos sociais.

Nesse contexto e acompanhado a evolução da gestão da responsabilidade social empresarial foi criada no ano de 1997 um sistema de certificação de âmbito mundial para monitorar a Responsabilidade Social Corporativa a: SA 8000 – *Social Accountability International*.

De acordo com a Norma Internacional SA8000 – Responsabilidade Social 8000 – (2001) a parte interessada é o indivíduo ou grupo interessado em ou afetado pelo desempenho social da empresa. A SA8000 é uma certificação internacional elaborada com base na Declaração Universal dos Direitos Humanos, na Convenção Nacional das Nações Unidas sobre o Direito da Criança e em Convenções da Organização Internacional do Trabalho, as quais a empresa deve respeitar.

A norma abrange os seguintes requisitos da Responsabilidade Social: trabalho infantil e juvenil; trabalho forçado; saúde e segurança; liberdade de sindicalização e

direito à negociação coletiva; discriminação; práticas disciplinares; horas de trabalho; remuneração e sistema de gestão da responsabilidade social.

Essa norma trata das relações de trabalho e responsabilidade social da empresa e tem por propósito especificar requisitos de responsabilidade social para possibilitar a empresa desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos com o objetivo de gerenciar os temas que a empresa possa controlar ou influenciar e, ainda, demonstrar às partes interessadas que essas políticas, procedimentos e práticas estão de acordo com os requisitos da própria norma.

No escopo da SA 8000 (2001) há a definição de Parte Interessada como: “um indivíduo ou grupo interessado ou afetado pelo desempenho social da empresa”. A comunidade local no entorno da empresa faz parte desse grupo, pois é afetada não apenas pela oferta de mão-de-obra, como também pelos programas e projetos sociais da ação externa da empresa aplicados na comunidade.

A norma abrange um sistema de gestão da responsabilidade social, conforme já mencionado. Este sistema de gestão deve respeitar as leis vigentes no país, definir a política de Responsabilidade Social, a qual deverá estar expressa em relatórios de atividades sociais e permitir o acesso das partes interessadas. No Brasil, o Balanço Social tem sido considerado um relatório relevante para expressar a cidadania empresarial.

2.5 O Balanço Social

O Balanço Social é um documento disponibilizado e publicado pelas empresas sob a forma de um relatório das atividades sociais desempenhadas pela organização.

Souza (1997 apud Siqueira, 2003, p.2), conceitua o balanço social como: “uma avaliação para medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, tanto internamente (empresa/empregados) como externamente (empresa/comunidades)”.

De acordo com Tinoco (2001), não é obrigatória à publicação do Balanço Social no Brasil, em face de não haver ainda uma legislação que estabeleça essa obrigatoriedade. Embora, as primeiras iniciativas do poder legislativo tenham sido tomadas no ano de 1997 visando estabelecer normas para a publicação obrigatória do Balanço Social, para as empresas com 100 ou mais funcionários e todas as empresas públicas o Projeto de Lei 3.116/97 de autoria das então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, este Projeto de Lei foi arquivado no início do mês de fevereiro do ano seguinte.

Siqueira (2003, p.91) cita a iniciativa de outro membro do legislativo, no ano de 1999 por intermédio da reapresentação do projeto das citadas deputadas visando à criação e regulamentação sobre o Balanço Social, desta feita sob o número 032/99. Esse Projeto de Lei de autoria do deputado Paulo Rocha foi aprovado pela Comissão de Trabalho em 17.11.1999 e segue os trâmites na Câmara Federal para a aprovação.

Muitas empresas socialmente responsáveis têm publicado o Balanço Social, mesmo não tendo a obrigatoriedade legal, contudo têm assumido esse compromisso com a sociedade de demonstrar seus indicadores sociais internos, externos e ambientais.

A versão de balanço social desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) é uma das que mais tem sido utilizada. Não seria diferente, pois o objetivo de seu idealizador, o sociólogo Herbert de Souza, foi que o modelo fosse simples e que sua confecção não apresentasse grandes custos ou

problemas de maneira que qualquer empresa, independente de seu porte, pudesse adotar esse modelo de Balanço Social. (SIQUEIRA, 2003, p. 113)

O modelo IBASE divide-se em: base de cálculo, indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais, indicadores do corpo funcional, informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial outras informações. Ambas as empresas alvo do estudo utilizam o modelo IBASE.

O que importa é o grau de conscientização para a publicação do balanço social. A legislação a respeito do assunto pode ainda não ter sido sancionada, mas o que se deseja por parte dos empresários é que o Balanço Social seja uma prática da cidadania empresarial e que integre a missão e visão estratégica da empresa.

2.6 A Gestão da Responsabilidade Social Empresarial Externa

Responsabilidade Social Externa é aquela cujo foco está na comunidade. Tem como objetivo um retorno social. As empresas que executam algum tipo de ação social são reconhecidas pela comunidade: seja pelo processo de comunicação direta entre empresas e comunidades, quando a comunidade vai a empresa ou a empresa por intermédio de seus colaboradores adentra a comunidade e ouve suas expectativas e necessidades; seja pela comunicação indireta pela divulgação de suas atividades sociais, por intermédio dos meios publicitários e da mídia. Caso a empresa seja uma companhia de capital aberto à imagem positiva divulgada pelos meios de comunicação visa, ao final do processo, a riqueza dos seus acionistas.

A execução da Responsabilidade Social Externa pode gerar benefícios para a empresa. A Estratégia Social com foco nas ações externas gera benefícios no nível externo com a melhoria da imagem da empresa e no nível interno com o desenvolvimento de competências humanas essenciais.

No nível interno, de acordo com pesquisas realizadas pelo Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor da FIA-FEA-USP, citada em parte por Melo Neto e Froes (2004, p.87), com dados das empresas que participaram da pesquisa identificaram benefícios obtidos pelos programas sociais, como: elevação da auto-estima que por sua vez, eleva o nível de satisfação, motivação e felicidade das pessoas; desenvolvimento de posturas e relações sociais mais solidárias e cooperativas que propiciam o desenvolvimento do espírito de equipe, trabalhos em grupo, da criatividade e inovação e maior interação no ambiente de trabalho; desenvolvimento de maior simpatia e orgulho por pertencerem a uma empresa que exerce plenamente a sua responsabilidade social.

Entende-se, portanto que uma empresa que realiza a responsabilidade social agrega valor ao seu negócio, traz motivação aos seus funcionários e gera riqueza aos seus proprietários e acionistas.

No nível externo, os principais benefícios das ações sociais ou responsabilidade social externa são: a melhoria da imagem da empresa junto à sociedade e a comunidade ao entorno, o estímulo à consciência social e à responsabilidade social de seus funcionários. Há também, outros tipos de retornos, o publicitário e o retorno para os acionistas. As áreas de atuação da responsabilidade social externa são: educação, saúde, assistência-social, meio-ambiente e outras. Os instrumentos utilizados são parcerias com governo e ONGs, programas e projetos sociais próprios, doações e programas de voluntariado.

Muitas empresas para o desenvolvimento da responsabilidade social externa têm utilizado o marketing de promoção social do produto ou da marca. Outras empresas

utilizam o marketing de patrocínio dos projetos sociais. Nessa modalidade existem dois tipos de patrocínio de projetos sociais: projetos sociais de terceiros ou parceiros e o patrocínio de projetos sociais próprios. Tanto no marketing social da marca ou produto/serviço oferecido quanto no marketing por intermédio de projetos sociais próprios no escopo da estratégia de ação social tais empresas buscam: retorno de imagem, utilizar o marketing social como uma modalidade de promoção da marca, do produto e das vendas e visam à maximização do retorno publicitário e à potencialidade da marca.(MELO NETO e FROES, 2001).

Correa (2003), em uma das conclusões da pesquisa que versa sobre “Marketing e responsabilidade social das empresas: estudo de casos no Brasil”, afirma que quanto à questão sobre a agregação de valor aos negócios e o ganho de imagem, afirma que:

...os entrevistados reconhecem que os projetos sociais realizados consolidam sua imagem, tornando-as mais conhecidas. Reconheceram também que seus produtos, serviços e, principalmente, sua marca obtêm maior visibilidade, aceitação e potencialidade, podendo em longo prazo aumentar seu volume de vendas e conseqüentemente sua lucratividade. (CORREA, 2003, p.103-104)

No caso das empresas objeto do estudo não se espera, logicamente, que os moradores da Maré passem a utilizar os serviços da LAMSA ou a dar preferência ao consumo dos produtos da Petrobras, que originalmente foram pesquisados e desenvolvidos pelo CENPES sem uma razão justificada. Contudo, espera-se que a imagem institucional dessas empresas venha ao encontro das necessidades e expectativas dos residentes nas comunidades da Maré.

2.7 Comunidades, Favelas e Desenvolvimento Sustentável

O conceito de comunidade, de acordo com Curado (2003, p.6), é cada grupo social ou conjunto populacional que habita uma área geográfica específica determinada pelos respectivos membros e irmanado por heranças cultural e histórica comuns. A extensão da área ocupada pela comunidade inclui aspectos econômicos, socioculturais e ambientais, como: educação, saúde, emprego, recursos naturais, criminalidade e qualidade do ar.

As comunidades ou favelas quando agrupadas são também denominadas de Complexo de comunidades populares ou complexo de favelas, ou simplesmente, a expressão: Complexo, como: “Complexo da Maré”, “Complexo do Alemão”, dentre outras.

O termo “favela” teve origem, pela primeira vez, no ano de 1897, quando uma parte dos moradores de cortiços demolidos para a construção da Avenida Rio Branco, localizada no centro da cidade do Rio de Janeiro, transferiu-se para o Morro da Providência, onde então surgiu o “Morro da Favela”, devido às características desse tipo de ocupação, pela densidade ocupacional e por serem as casas construídas pelos próprios moradores. Este fato inicial teria transmitido, de forma generalizada, o nome às demais ocupações com as mesmas características.(SOUZA e SILVA & BARBOSA, 2005, p. 25-27).

De acordo com Souza e Silva & Barbosa (2005), a favela não é um espaço idealizado e de resistência ao mundo, faz parte da cidade, da sua vida e de sua história. Citam os autores que para conhecer o cotidiano das comunidades populares é necessário entrar nas casas e conhecer suas ruas.

Para se ver as condições de crescimento e desenvolvimento de uma comunidade, conforme *Indicators of Sustainability Training*, (apud CURADO, 2003, p.6) é preciso definir os objetivos pretendidos, em alinhamento com a realidade da comunidade considerada. Neste contexto, ouvir os moradores das comunidades do Complexo da Maré é procurar entender sua realidade sociocultural e econômica, os problemas por que passam e suas necessidades e expectativas.

Ainda segundo Curado (2003), o desenvolvimento sustentável de uma comunidade é proporcionado por valores, cooperação de bens comuns, oportunidades para comunicação, em que as condições sócio-econômicas e ambientais estão inter-relacionadas. Para medir o desenvolvimento de uma comunidade foram criados índices que avaliam a qualidade de vida da população de um local e outros indicadores sociais.

O Índice de Desenvolvimento Humano do município do Rio de Janeiro (IDH-M) mede a qualidade de vida da população, por intermédio da: expectativa de vida; taxa de alfabetização para a faixa etária de maiores de 15 anos; renda familiar *per capita*, sendo esse resultado a soma de rendimentos da família dividida pelo número de habitantes de uma moradia, mede também o número médio de anos de estudo da população. Quanto mais próximo de um, melhor.

Nesse contexto, o bairro da Maré apresenta um dos piores neste índice. Dos 161 bairros da cidade do Rio de Janeiro, a Maré ocupa a quinta pior posição, sendo apenas superado por outros quatro bairros em pior situação, nessa ordem: Rocinha, Complexo do Alemão, Santa Cruz e Acari, com a última posição. Os citados dados foram publicados no Relatório de Desenvolvimento Humano, por intermédio de uma parceria entre o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro; citados por Bostein e Zancan (2001).

Os três pilares do desenvolvimento sustentável englobam além da dimensão social, na qual a responsabilidade social empresarial está inserida, a dimensão econômica e a dimensão ambiental. Segundo Melo Neto e Froes (2001), a empresa que participa de ações sociais junto à comunidade exerce sua responsabilidade social e atua no desenvolvimento sustentável.

2.8 Planejamento Estratégico e Responsabilidade Social integrados

Das diferentes visões da responsabilidade social destacam-se no cenário atual aquelas pertinentes ao alinhamento do planejamento estratégico da empresa aos conceitos e ações de responsabilidade social. Há empresas que têm integrado sua missão, visão, e valores às ações de responsabilidade social empresarial.

Planejamento estratégico, segundo Porter (1980), é estabelecer para onde a organização deseja ir e como deverá proceder ou fazer para alcançar seu objetivo. A escola da gestão estratégia competitiva defende que as organizações têm amplo espectro de responsabilidades que vai além da produção de bens e serviços para obter lucro. Na organização que pratica a responsabilidade social as decisões empresariais são guiadas por princípios éticos, ao contrário do pensamento estratégico tradicional.

Curado (2003) apresenta como uma das alternativas o alinhamento ou inclusão dos princípios de Responsabilidade Socioambiental e o desenvolvimento sustentável ao Planejamento Estratégico da empresa, em entendimento com as partes interessadas, tanto os *Stakeholders* quanto os *Shareholders*.

A organização que utiliza o comportamento estratégico analisa seu ambiente externo e interno, os interesses dos *stakeholders* internos e externos e os objetivos da

organização. A combinação entre objetivos da empresa e a análise de seu ambiente externo e interno que é a estratégia embrionária da organização, os quais darão origem a um Plano Estratégico Inicial. (BETHLEM, 2004).

Segundo Bethlem (2004, p.55), no Brasil são poucas as empresas que produzem um plano estratégico e menos ainda as que são capazes de atualizá-los quando as mudanças ambientais recomendam que tais mudanças sejam expressas em planos estratégicos. Recomenda aos gestores que: “planejamento não é uma atividade apenas prévia à ação, mas uma atividade que prossegue e vai coexistir com a ação”.

Alguns conceitos de responsabilidade social empresarial alinhados com a estratégia social integrada, citados por Melo Neto e Froes (2004):

- no desenvolvimento da comunidade: a empresa socialmente responsável assume o papel de agente do desenvolvimento local, junto com o governo e outras entidades;

- como inserção na comunidade: a empresa busca aprimorar suas relações com a sociedade e comunidade, bem como busca definir novas formas de continuar nelas inserida;

- como estratégia de marketing institucional: o exercício da responsabilidade social é orientado para a melhoria da imagem institucional da empresa cidadã. Neste caso, os ganhos institucionais justificam as ações sociais.

- como estratégia de integração social: a empresa parte do pressuposto que seu papel na sociedade contemporânea é criar condições para que a inclusão social no Brasil seja plena.

Diante de tantas alternativas qual o alvo estratégico que os gestores da empresa devem escolher? No nível da empresa não é conveniente a relação custo-benefício de um alvo estratégico geral, por ser de dimensão muito ampla, cujo risco de insucesso pode ser grande devido à quantidade de recursos necessários, como problemas gerais de um país. A empresa cidadã pode optar por alvos estratégicos específicos ou alvos estratégicos possíveis, quando prioriza um segmento da população carente, como meninos de rua, jovens em situação de risco sociais ou idosos desamparados.

No caso de alvos estratégicos específicos, a empresa pode priorizar apenas uma ação social, como educação, saúde, saneamento, assistência social propriamente dita, alimentação, inclusão profissional - cursos profissionalizantes para o mercado de trabalho.

Definido os alvos estratégicos e os segmentos populacionais que a empresa busca atingir, a atenção deve estar focada nos benefícios a serem alcançados e nos custos incorridos para o projeto social. Contador (2000), enfatiza a importância do critério da relação benefício/custo (B/C) que é fator de decisão a ser utilizado na avaliação de projetos sociais:

(...) o critério da relação benefício-custo (B/C) é o que mais problemas apresenta; e mesmo assim, é bastante utilizado. Este indicador consiste na relação entre o valor presente dos benefícios e valor presente dos custos. Segundo a regra, um projeto deve apresentar um B/C maior que a unidade para que seja viável, e quando maior esta relação, mais atraente o projeto. (CONTADOR, 2000, p.58)

2.9 A teoria dos *Stakeholders* – Partes interessadas

De acordo com Gitman (2003), o objetivo da empresa é maximizar a riqueza dos proprietários para quem ela está sendo gerenciada. Todos os gerentes e funcionários

devem buscar esse objetivo de maximizar a riqueza. A riqueza dos proprietários é medida pelo preço das ações. Uma vez que o preço das ações representa a riqueza de seus proprietários, maximizar o preço aumenta a riqueza do proprietário. Portanto, ao final do processo se o preço das ações sobe a riqueza de proprietários também é maximizada.

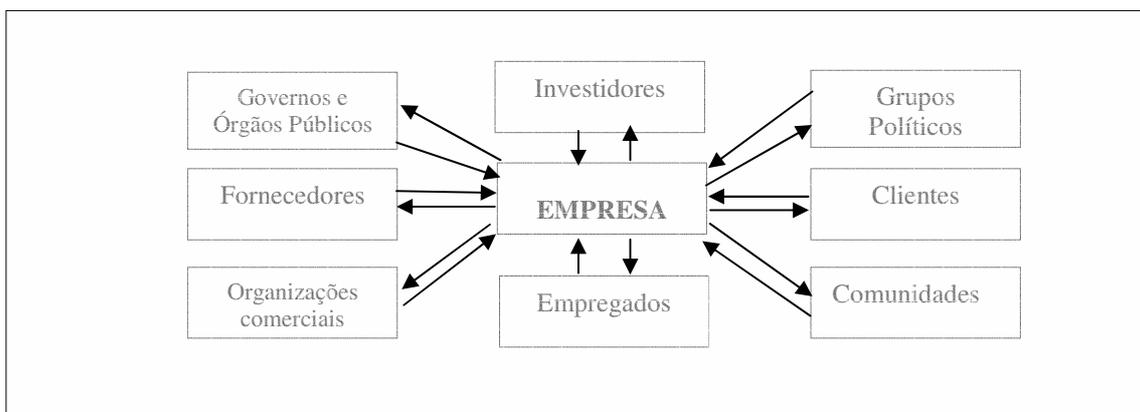
Para muitas empresas esse objetivo básico de maximizar a riqueza de seus acionistas tem incluído o interesse de outras partes interessadas. Gitman (2003, p.239) definiu como partes interessadas ou como *stakeholders* “os grupos de empregados, clientes, fornecedores, credores e os proprietários que têm uma ligação econômica direta com a empresa”. A empresa que tem como parceiros na gestão empresarial outras partes interessadas evita medidas que provocariam ser prejudicial a ela. Manter boas relações com as partes interessadas minimiza a rotatividade de funcionários, conflitos e litígios trabalhistas.

Empresas que têm a visão nos seus *stakeholders*, propiciam aos seus acionistas benefícios de longo prazo. Portanto, a organização pode atingir melhor seu objetivo básico de maximização da riqueza do acionista com a colaboração das partes interessadas, minimizando possíveis conflitos com elas.

Bethlem (2004), amplia o grupo *Stakeholders* com os quais a empresa procura relacionar-se nos negócios. Pertencem a esse grupo: clientes, compradores ou consumidores, Grupo de interesses especiais, a Mídia, Sindicatos de trabalhadores, Instituições Financeiras e competidores. Enfatiza da importância para a empresa do ambiente externo (BETHLEM, 2004, p. 159)

Segundo Borger (2001), a teoria dos *Stakeholders* liga a empresa por uma rede de relações sociais e de negócios com outras partes com as quais as organizações têm obrigação com diversos grupos que compõem a sociedade, além dos proprietários e acionistas.

O conceito de *stakeholder* ultrapassa a visão de um contrato formal entre as partes interessadas. As relações são de cooperação e reciprocidade e estão implícitas entre a empresa e os citados grupos. Se funcionários da empresa, clientes, fornecedores e a comunidade no entorno da empresa mantém laços de mútuo respeito de interesses a empresa tem a obrigação de respeitar o direito da cada grupo no limite estabelecido entre as partes.



Fonte: Tom Donaldson – The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications – Academy of Management Review, N° 1 (1995) apud – Svedsen, 1998, p. 48, apud Bronir 2001, p.64.

Figura 3 – Visão Sistêmica: EMPRESA X STAKEHOLDERS

Observa-se que é importante identificar os pontos comuns de acordo e os pontos conflitantes entre os grupos e a empresa. Berger (2001, p. 55) cita: “...identificar os conflitos de interesse é questão chave porque em muitas situações a administração estará diante de dilemas.” Essa afirmativa se justificativa, pois os *Stakeholders* são grupos, dentro de uma abordagem sistêmica, no qual a organização faz parte do eixo central, conforme mostra a Figura 3. Tais pontos interesses e de conflitos variam de grupo para grupo, ora de forma positiva ou negativa.

Um exemplo da situação anteriormente descrita seria a de um grupo de empregados que pode apresentar situação de conflito, por entender que a empresa realiza ações e projetos sociais junto à comunidade no entorno, por meio da responsabilidade social externa, em prejuízo das ações de responsabilidade social interna. De outra forma seria dizer que, num projeto de inclusão digital junto à comunidade vizinha às instalações da empresa os computadores doados ao projeto fossem de última geração, enquanto os funcionários da empresa trabalham com meios de informática lentos e com idas freqüentes à manutenção.

Melo Neto e Froes (2001) alertam que muitas empresas cometem este erro de estratégia social, pois privilegiam a Responsabilidade Social Externa em detrimento da responsabilidade social interna. Citam os autores que essa forma de agir gera um grande descontentamento entre seus funcionários, confirmando um grave quadro de conflitos, desmotivação e ansiedade.

Não se trata de inverter a situação, ou seja, computadores novos para os seus empregados e aqueles que já não são tão produtivos e por vezes necessitam de manutenção serem doados à comunidade. Caso a empresa optasse por essa estratégia seu projeto social, em pouco tempo, cairia em descrédito junto à população assistida. Se a opção fosse um ponto de equilíbrio: privilegiar tanto seus funcionários e ao projeto de inclusão digital com computadores novos, o grau de cidadania empresarial plena seria atingido pela empresa. Os empregados da organização poderiam produzir melhor e assegurar um bom grau de bem-estar, por meio da qualidade de vida no trabalho. Da mesma forma, um dos anseios da comunidade, a inclusão digital, contribuiria para desenvolvimento local e capacitação profissional.

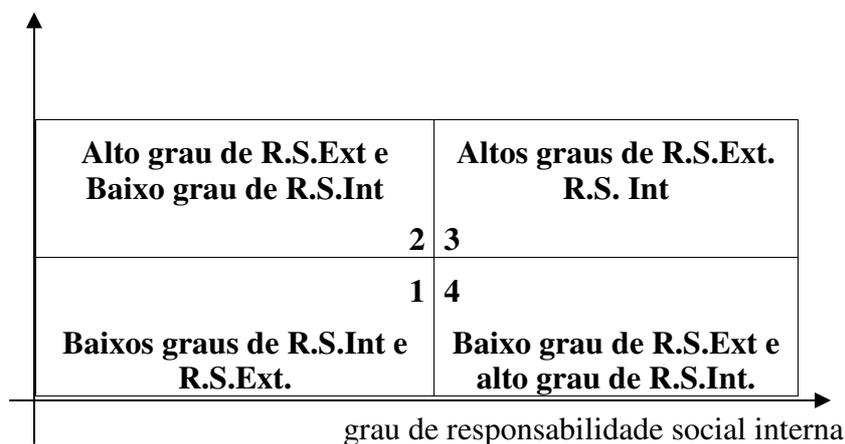
Na Figura 4 são apresentados os estágios de responsabilidade social da empresa.

O quadrante 1 representa as empresas que tanto não valorizam o bem-estar de seus funcionários quanto não se interessam pelas necessidades e expectativas sociais da comunidade.

No quadrante 2 – alto grau de RS Externa e baixo grau de RS Interna para a primeira situação de inclusão digital plena para a comunidade ao entorno em detrimento a responsabilidade social interna (funcionários da empresa).

O quadrante 3, para situações em que há altos graus de RS Externa e RS Interna, no caso, para a opção de equilíbrio, do exemplo citado.

O quadrante 4 é considerado o estágio inicial da responsabilidade social empresarial. As empresas, normalmente, priorizam ações que visem o bem-estar de seus funcionários e de seus dependentes, para posteriormente iniciarem a responsabilidade social externa.



R.S.Int. – Responsabilidade Social Interna

R.S.Ext. – Responsabilidade Social Externa

Fonte: Melo Neto e Froes, p. 86 (2001)

Figura 4 - Os estágios de responsabilidade social da empresa

2.10 As Organizações não-Governamentais (ONGs)

As Organizações Não-Governamentais – ONGs são organizações formais que não são vinculadas ao governo e exercem uma ou mais funções sociais, sem fins lucrativos.

Atualmente as ONGs são entidades mais eficazes e maduras, com bases em ideais de cidadania. Em função dessa maturidade e da Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento e Meio Ambiente – ECO 92, realizada na cidade do Rio de Janeiro, em 1992, o número de ONGs cresceu consideravelmente.

Segundo Melo Neto e Froes (2001), as ONGs freqüentemente implementam projetos junto às populações que demandam do Estado bens e serviços. Essas populações são organizadas em movimentos sociais, os quais são delineados em projetos. Para que os projetos sociais obtenham consistência e sejam efetivados são necessárias às obtenções de recursos, a qualificação do pessoal que irá exercer suas atividades na ONG e, principalmente a avaliação constante com vistas à continuidade dessas organizações sem fins lucrativos.

Nesse contexto, as ONGs segundo a legislação vigente devem atender a no mínimo um segmento de atuação.

Brasil (1999), apud Silveira (2003), afirma os objetivos sociais a que uma ONG tem, no mínimo, por finalidade atender: promoção da assistência social; promoção da cultura; conservação e defesa do patrimônio histórico e artístico; promoção gratuita da educação; promoção gratuita da saúde; promoção da segurança alimentar e nutricional; defesa do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável; promoção do voluntariado; combate à pobreza e promoção do desenvolvimento econômico e social; experimentação de novos modelos sócio-produtivos; assessoria jurídica com promoção de direitos estabelecidos e construção de novos direitos e promoção de valores universais.

De acordo com Melo Neto e Froes (1999, p. 20), os três segmentos de atuação tradicionais de serviços comunitários que mais crescem no Brasil são: a educação; a saúde e os serviços sociais, a cultura e recreação.

Segundo Siqueira (2003), em pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais – ABONG, entidade que reúne mais de 250 ONGs, as principais áreas de atuação são: educação (52,04%), organização e participação popular (38,27%), justiça e promoção de direitos (36,37%) e fortalecimento de outras ONGs e movimentos populares (26,02%). Ainda, de acordo com dados da pesquisa, os beneficiários das ações sociais dessas entidades são: as crianças e adolescentes com 40,31%; mulheres (39,29%); população em geral (29,08%) e 25% beneficiam trabalhadores e sindicatos. Acrescenta-se que as organizações populares e movimentos sociais, são também assistidos por ONGs, totalizam 61,73%.

Em recente pesquisa realizada sob supervisão do Instituto ETHOS e do Jornal *Valor*, intitulada: *Atuação social das empresas: percepção do consumidor*, a respeito da atuação com dados coletados em 2004, e divulgada em 2005, as ONGs, como grupo de defesa do meio ambiente e da área social, são as instituições que gozam de maior confiança da população para trabalhar pelos interesses da sociedade. De uma amostra de 1.000, 25% dos entrevistados declararam ter muita confiança nas ONGs.

As ONGs, conforme dados da pesquisa (tabela 1) superaram outras instituições como: As Nações Unidas (17%); Sindicato de trabalhadores (16%); A imprensa e a mídia (14%); Governo Federal (12%); Grandes companhias brasileiras (12%) e Companhias internacionais no Brasil (8%), quanto a muita confiança para tratar dos interesses da sociedade. Dos pesquisados, 30% informaram que não têm nenhuma confiança nas empresas internacionais sediadas no Brasil.

A tabela 1 consolida os dados quanto ao grau de confiança do entrevistado em diversas instituições elencadas na questão para trabalhar pelos interesses da sociedade.

Tabela 1 - Instituições mais confiáveis para trabalhar pelo interesse social

Por favor, diga o quanto você confia em cada uma das seguintes instituições para trabalhar pelo interesse de nossa sociedade.

Base total da amostra (1000)	Muita confiança	Alguma confiança	Não muita confiança	Nenhuma confiança	NS/NR
	%	%	%	%	%
ONGs como grupo de defesa de meio ambiente e da área social	25	40	20	14	2
As Nações Unidas	17	35	19	25	3
Sindicato de trabalhadores	16	35	23	26	1
A imprensa e a mídia	14	38	26	22	-
Governo federal	12	42	23	23	-
Grandes Companhias brasileiras	12	46	24	17	1
Companhias Internacionais no Brasil	8	31	30	30	1

Fonte: Pesquisa Instituto ETHOS (2004) – Responsabilidade social das empresas: percepção do consumidor brasileiro

De acordo com o Censo Institucional – as empresas da Maré: dados do censo Maré 2000, realizado pelo CEASM e o Observatório de Favelas, com o apoio do SEBRAE/RJ, o número de ONGs encontrado foi de 12 com atividades nas comunidades do Complexo da Maré.

Correa (2003) sugere que sejam estudados casos de empresas que realizam parcerias com ONGs na realização de seus projetos sociais, a fim de analisar como essas ONGs orientam as empresas e de que maneira é escolhido o foco dos projetos sociais.

Pandolfi e Grynszpan (2003, p.162) questionam, em entrevista no Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas, um líder comunitário da Maré que participou da criação da associação de moradores da Nova Holanda, quanto à atuação das ONGs na Maré. O entrevistado, morador da Maré desde 1980, responde que a primeira ONG a ser formada na Maré foi a Maré Limpa, em 1992, cujo foco inicial era o meio ambiente, mas que, posteriormente passou a gerir os Postos de Saúde que funcionavam dentro dos Cieps (Centros Integrados de Educação Pública). No caso da Maré, as necessidades da população geram os movimentos sociais os quais se transformam em ONGs que por sua vez escolhem o foco do projeto social.

Pandolfi e Grynszpan (2003) classificam as ONGs em: ONGs de “dentro” e ONGs “de fora”. As ONGs de dentro são aquelas criadas e existentes na própria comunidade. Segundo os autores, dentre as diversas ONGs que atuavam na região à época da pesquisa do CPDOC, uma das mais importantes era o CEASM. O Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré – CEASM - foi criado em 1997 por moradores e ex-moradores para o desenvolvimento de projetos educativos e culturais, principalmente junto à população mais jovem. Na área cultural desenvolveu o projeto Rede Memória visando resgatar a história da Maré. Desenvolveu, também o Censo 2000 visando o conhecimento sócio-demográfico da região.

Outras ONG de dentro também eram administradas por moradores da comunidade local, como: a União Esportiva Vila Olímpica da Maré – UEVOM, responsável pela administração da Vila Olímpica; a Maré Limpa; O Centro de Integração Corpo e Mente, que oferecia atendimento psicológico e fonoaudiólogo a crianças e adolescentes.

De acordo com estes mesmos autores, o CEASM é considerado uma ONG bem-sucedida de origem local que teve, como outras, sua criação dentro da própria favela. Essas ONGs em comunidades de baixa renda passaram a gerir e executar as ações sociais comunitárias, sendo constituídas em modelos de organização e de captação de recursos. Os recursos alocados passaram a gerar no interior da comunidade benefício a todos pela implementação de projetos.

As ONGs de fora que atuavam na Maré, de acordo com os pesquisadores do CPDOC eram: Ação Comunitária do Brasil, com curso de pedreiro e de datilografia, na Vila do João; Rotary Club, com cursos de corte costura e uma oficina de serralheria; a ONG Enda Brasil e o Viva Rio, desenvolvendo projetos como o Viva Cred, a fim de financiar pequenas e micro empresas da comunidade, e ainda o Balcão dos Direitos e salas para exibição do Telecurso 2000.

Para Pandolfi e Grynszpan (2003) o fato de ser considerada uma ONG de dentro não traduz, em cada uma delas, os anseios da comunidade em projetos e a garantia do financiamento dos projetos, sendo assim prejudicadas suas possibilidades de continuidade e de crescimento. Contudo, outras ONGs passaram a ganhar visibilidade e reconhecimento pelos moradores e por parceiros por exercerem grande capacidade na

gestão de captação de recursos e execução de projetos a um número considerável de pessoas.

2.11. A Importância da Avaliação das ações e Projetos Sociais

O acompanhamento e avaliação das ações sociais externas é a última fase do processo de implantação da responsabilidade social externa. Tal processo além de medir as ações sociais da empresa junto à comunidade em determinado momento é a fase inicial de um ciclo de gerenciamento. Por intermédio de uma constante avaliação do ciclo PDCA (*Plan; Do; Chec; Act*) – Planejamento; Execução; Verificação e Agir de acordo com o avaliado.

A avaliação proporciona aos gestores comparar os resultados de suas metas e objetivos sociais previstos com os efetivamente alcançados.

Para a avaliação das relações com a comunidade e o seu conseqüente apoio à empresa é necessária a participação das partes interessadas na avaliação do processo como um todo. Melo Neto e Froes (2001, p.187) citam que há Entidades no Brasil que criaram prêmios ou selos sociais com o objetivo de incentivar empresas a aderirem às campanhas criadas por elas. Os ganhos para a empresa são medidos por intermédio da simpatia dos clientes, o apoio do governo e o apoio da comunidade, porém sem avaliá-los. Daí a importância da avaliação para a empresa.

Melo Neto e Froes (2004) situam o processo de implantação da responsabilidade social externa em etapas, as quais irão posicionar a empresa ou até consolidar sua posição como empresa-cidadã.

O Quadro 1 indica o grau e etapas de institucionalização da empresa que pratica a responsabilidade social externa.

Quadro 1 - Etapas de Institucionalização das Ações Sociais Externas

1 ^a	Elaboração do Código de Ética da Empresa
2 ^a	Elaboração de um livreto com as Normas e Ações de Responsabilidade Social
3 ^a	Publicação do Balanço Social
4 ^a	Adoção de um Programa de Voluntariado junto aos empregados
5 ^a	Criação de Institutos e Fundações
6 ^a	Certificação Social

Fonte: Adaptado pelo autor, de Melo Neto e Froes (2004)

As empresas que conseguem atingir a fase de criação e manutenção de uma Fundação ou Instituto efetivamente têm compromisso com a sociedade em geral. Tais empresas, normalmente, buscam alcançar a certificação social, pois passaram por todas as demais etapas com o objetivo de consolidar sua posição de empresa-cidadã.

Prates Rodrigues (2005, p. 61) conceitua avaliação como: “a arte de comparar resultados entre o planejado e o efetivamente alcançado”. Para tanto, estabeleceu uma metodologia de Eficácia Pública e Eficácia Privada das ações sociais das empresas (EP2ASE). A autora relata que é preciso focar os projetos nas necessidades da comunidade, do que preferir ampliar as ações sociais para outras áreas também carentes do Rio de Janeiro, quando se refere ao impacto dos projetos sociais da empresa alvo do

seu estudo, na comunidade da Mangueira, localizada no município do Rio de Janeiro, assistida por uma empresa multinacional, há quase 30 anos.

De acordo com a autora, para avaliar é preciso, necessariamente, ouvir os moradores das comunidades e incluir a opinião desses moradores no planejamento dos projetos sociais.

Quanto à eficácia privada da ação social e a percepção dos resultados para a comunidade, Prates Rodrigues (2005, p.23) enfatiza que a divulgação dos resultados se restringe à divulgação pela mídia ou na própria empresa.

Peliano (2000), apud Prates Rodrigues (2005), coordenadora de pesquisa cita que apenas 12% do universo das empresas da região Sudeste declararam realizar avaliações documentais e que praticamente não se avalia os resultados da ação social para a comunidade. Em pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), considerando nas empresas do Rio de Janeiro, constatou-se que quase metade das empresas que efetivamente executam ações sociais no estado não consegue, também, identificar os resultados de tais ações. Na conclusão da pesquisa da FIRJAN há orientações para que as empresas possam integrar suas ações sociais ao seu planejamento estratégico, bem como buscar desenvolver de maneira mais qualificada sobre os resultados que estão sendo alcançados.

A integração das ações sociais ao planejamento estratégico é uma tendência para as empresas envolvidas com a responsabilidade social externa e que buscam o alinhamento de metas e objetivos na gestão de seus negócios a sua responsabilidade e seu papel social junto à sociedade.

No que se refere ao relacionamento da empresa com um dos seus *stakeholders*, em particular a comunidade no entorno beneficiada por ações e projetos sociais, existem pontos relevantes para a avaliação de resultados quanto à eficácia. Ou seja, sob os dois lados da relação empresa x comunidade: se o que a empresa diz que faz para a comunidade e o que efetivamente a mesma está realizando; e o que a empresa planejou em fazer pela comunidade se está conseguindo realizar. (PRATES RODRIGUES, 2005).

2.11.1 Gestão da RS Externa - avaliação das relações empresa-comunidade

A execução da responsabilidade social externa pela empresa como estratégia empresarial deve procurar ser avaliada. Tal atitude por parte de seus gestores visa identificar as oportunidades de melhoria de suas relações com a comunidade ao entorno.

Realizar ações sociais junto à comunidade sem um gerenciamento, pelo simples fato de ter realizado as ações, sem a mensuração, sem foco, sem a definição planejada do tipo de população assistida, ou que tipo de parceiros a empresa passa a ter normalmente não agrega valor à gestão social de seus negócios.

Melo Neto e Froes (2004), como contribuição da gestão da responsabilidade social externa para empresas que visam à certificação social, adotaram um processo de avaliação das relações da empresa com a comunidade. Para tanto, seguiram parâmetros, como: se a empresa realiza projetos sociais próprios ou são estes realizados de forma indireta, através de doações e apoio a outras entidades; se o foco dos problemas sociais, a empresa converge para problemas sociais prioritários ou não; se a empresa direciona-se e define que tipo de populações-alvo, como crianças e adolescentes ou outros segmentos populacionais deve ser direcionado suas ações sociais, ou se com foco divergente para diversas comunidades e segmentos populacionais; tem-se envolvimento com diversos parceiros ou a relação se restringe a apenas uma entidade ou órgão. Por

fim, qual o resultado de suas ações para comunidade com que se relaciona: contribui para a melhoria da qualidade de vida da população assistida ou além dessa contribuição, ainda contribui para o desenvolvimento sustentável.

Visando mensurar a avaliação os autores estabeleceram pesos para classificar o tipo e a natureza da relação empresa-comunidade. Projetos sociais diretos têm peso maior do que relações indiretas com a comunidade. O foco das ações, da mesma forma. Para problemas sociais emergentes peso maior, se não há foco, nas ações também não há fator multiplicador para contagem geral. As ações voltadas para segmentos populacionais de maior carência ou em situação de risco social; as ações que visem o desenvolvimento social da comunidade; bem como aquelas que envolvam mais parcerias estratégicas com mais de três parceiros são no *checklist* de avaliação que consta do Quadro 2 tabulados com maior peso nas relações empresa-comunidade.

Quadro 2 – Checklist de avaliação das relações empresa-comunidade

Item	Quesito	Sim	Não	Peso	valor	Obs
1	A empresa atua no âmbito da responsabilidade social externa, desenvolvendo relações com a comunidade a sua volta?					
2	O tipo de relação é direto através de projetos sociais próprios?			x 3		
3	O tipo de relação é indireto através de apoio a programas sociais do governo ou de entidades?			x 2		
4	Ou, ainda através de doações?			x 1		
5	As ações sociais da empresa são direcionadas para problemas sociais?					
6	São problemas sociais prioritários?			x 2		
7	Ou secundários?			x 1		
8	Ou ainda, problemas sociais emergentes?			x 3		
9	O alvo das ações sociais da empresa é a comunidade?			x 1		
10	Ou segmentos populacionais?			x 2		
11	Ou ainda, os segmentos populacionais de maior carência e em situações de risco?			x 3		
12	As ações sociais da empresa são do tipo voluntariado?			x 1		
13	Ou de inserção na comunidade?			x 2		
14	Ou ainda, de fomento ao desenvolvimento social?			x 3		
15	O escopo das relações da empresa com a comunidade é limitado (envolvendo apenas uma entidade) ?			x 1		
16	Ou é restrito (envolvendo até duas entidades)?			x 2		
17	Ou ainda, de escopo amplo (envolvendo parceiros diversos)?			x 3		

Fonte: Adaptado pelo autor, de Melo Neto e Froes (2004, p.126-128)

De acordo com Melo Neto e Froes, o quadro, depois de preenchido e somado todos os valores de cada resposta: *Sim*, com o valor correspondente ao peso terá um total geral, cujo máximo de pontos são 30. As empresas que alcançarem o total máximo de pontos são as que gerenciam com eficiência e eficácia suas relações com a comunidade.

Empresas que privilegiam ações de melhor foco, alvo, maior número de entidades e natureza, de fomento ao desenvolvimento social, por meio de estratégias sociais bem definidas poderão totalizar entre 11 a 15 pontos nas opções pelas questões de maior pontuação, ou seja com peso 3. Essas empresas podem ser classificadas como boas gestoras de ações sociais em suas relações com as comunidades. Tal estratégia gera maior retorno social ou uma melhor relação custo-benefício, já descrito por Contador (2004) da integração do planejamento estratégico com a responsabilidade social empresarial do item 2.8.

As empresas que estiverem no intervalo entre as duas situações acima descritas, ao atingirem de 16 a 30 pontos, adotam estratégias sociais globalizantes. Tais empresas centralizam suas ações em diversos tipos de relações e canalizam recursos para essas ações.

Para as empresas que totalizam de 6 a 10 pontos, a análise é, segundo os autores, que adotam uma estratégia social com elementos tradicionais e inovadores. Podem até utilizar o foco e alvo adequadamente, contudo a escolha da natureza, do escopo e do impacto de tais ações não são decisões acertadas.

Por fim, as empresas que são conservadoras na gestão da responsabilidade social. Normalmente praticam o assistencialismo em excesso e na soma dos pontos atinge no máximo 5 pontos.

Esta segunda parte do trabalho teve por objetivo apresentar os pontos considerados pertinentes ao tema que constam da revisão da literatura. Iniciou-se com a necessidade de se compreender que a responsabilidade social é abrangente; é dever de todos que fazem parte da sociedade. Nesse contexto, foram apresentadas as conceituações e a evolução da responsabilidade social por parte das empresas e seus níveis desde a filantropia as ações sociais com a comunidade; Buscou-se também de forma breve apresentar o histórico da responsabilidade social empresarial, bem como a relação desta com a Norma SA 8000 de certificação internacional. O balanço social como instrumento de mensuração e avaliação dos fatos sociais vinculados à empresa; a Gestão da responsabilidade social externa e sua execução; as conceituações de Desenvolvimento Sustentável, comunidades e favelas foram apresentadas nesta parte do trabalho de pesquisa.

Foram também abordados no referencial teórico desta pesquisa que o planejamento estratégico e a responsabilidade social podem ser integrados. A Teoria dos *Stakeholders*, o papel das ONGs como parceiras das empresas e a importância da avaliação das ações e projetos sociais e a avaliação das relações empresa-comunidade como uma ferramenta da gestão da responsabilidade social externa foram apresentados neste capítulo.

O capítulo a seguir trata da metodologia e materiais utilizados a para implementar a pesquisa de campo. Partiu-se do geral para o específico, ou seja: da pesquisa social em administração, passando pelos tipos de pesquisa social, como a pesquisa exploratória que é uma técnica de pesquisa a qual tem por objetivo conhecer as características de um determinado fenômeno para procurar, posteriormente, explicações das causas e conseqüências desse fenômeno. Bem como, nesta parte do trabalho, procurou-se da melhor forma possível deixar bem caracterizada a população e

amostra para o estudo de caso e descrever o processo de coleta de dados e seu instrumento de pesquisa e ainda as técnicas de estatística utilizadas e as limitações da pesquisa. Sistematizando esta parte do trabalho é apresentada uma figura na qual constam as etapas relevantes do método da pesquisa (Figura 5).

3. METODOLOGIA

Apresenta-se a seguir a metodologia utilizada para a realização da pesquisa. Neste capítulo aborda-se a pesquisa social em administração: as técnicas de pesquisa social; o estudo de caso. Após essa parte conceitual são descritos o método, a população pesquisada, a amostra da pesquisa, o instrumento de coleta de dados, técnicas estatísticas e o tipo de pesquisa. Em seguida, apresentam-se o tratamento dos dados e as limitações da pesquisa.

3.1 Pesquisa Social em Administração

Com a finalidade de se obter uma visão geral da problemática, a pesquisa foi dividida em quatro partes: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa (YIN, 2001).

De acordo com ECO (2004, p. 20-24), um trabalho de pesquisa pode chamar-se de científico, em sentido lato, quando responde aos requisitos de ser um objeto reconhecível igualmente por outros; dizer a respeito do objeto ou fenômeno social algo que ainda não foi dito ou então, rever sob uma ótica diferente o que já se disse a respeito; fornecer elementos para a verificação ou contestação e, também, que o estudo científico deve ser útil aos demais pesquisadores.

Nesse contexto, a pesquisa sobre responsabilidade social empresarial com duas organizações ao entorno de um conjunto de comunidades, que constituem um recente bairro do município do Rio de Janeiro, enfocou um fenômeno social que retrata as necessidades e expectativas de uma amostra de seus moradores, sob a ótica da teoria da responsabilidade social empresarial, em que a comunidade local é uma das partes interessadas – a teoria do *Stakeholders*.

Da mesma forma, por se tratar de estudo de caso múltiplo do modelo de gestão da responsabilidade social de duas empresas, foram verificadas suas eficiência e eficácia junto à comunidade ao entorno. Teve por meta contribuir com outros investigadores, tanto pesquisador do meio acadêmico, quanto os gestores de empresas, por meio da busca a respostas a questões de como e por quê essas organizações executam a responsabilidade social empresarial.

A metodologia adotada foi a de estudo de caso descrita por Yin (1994). Os estudos de casos têm por meta ajudar os pesquisadores a lidar com perguntas do tipo: “como?” e/ou “por quê?”, e ainda quando o enfoque está em um fenômeno contemporâneo dentro de algum campo em que há poucos dados ou teorias a respeito. O estudo de caso pode contribuir para discernir o entendimento de fenômenos sociais.

3.1.1 Técnicas de Pesquisa Social

A pesquisa exploratória é uma técnica de pesquisa social que tem por objetivo conhecer as características de um fenômeno para procurar, posteriormente, explicações das causas e conseqüências deste fenômeno pesquisado.

De acordo com Vergara (2005), o tratamento dos dados é a forma que se pretende tratar os dados a coletar. Busca-se fazer a relação com os objetivos e formas de atingi-los. Os dados podem ser tratados de forma quantitativa, utilizando-se técnicas estatísticas. Para tratar os dados de forma qualitativa, o pesquisador codifica, apresenta-

os de forma mais estruturada e analisa os dados. É possível tratar os dados quantitativa e qualitativamente no mesmo estudo.

A análise de conteúdo é utilizada para estudar material de tipo qualitativo, ao qual não se podem aplicar técnicas aritméticas. Richardson (1999) orienta que se deve fazer uma primeira leitura para organizar as idéias incluídas para, posteriormente, analisar os elementos que as determinam. Este mesmo autor acrescenta que a análise de conteúdo deve ser eficaz, rigorosa e precisa. Portanto, devem-se extrair os momentos ou palavras mais importantes da frase ou texto. A técnica de análise de conteúdo foi utilizada para as respostas abertas do questionário aplicado aos moradores das comunidades da Maré.

3.1.2 Estudo de caso

De acordo com Richardson (1999, p.327), o estudo de caso é um método que tem por objetivos analisar detalhadamente o presente e o passado, as intenções sociais de uma unidade social, podendo ser essa unidade um grupo, um indivíduo, instituição ou comunidade.

O estudo de caso é circunstanciado a uma ou poucas unidades, podendo ser uma comunidade, empresa ou um órgão público. Pode ou não ser realizado no campo. (VERGARA, 2005).

Estudos de casos permitem ao pesquisador focar no contemporâneo e ainda, tentar responder às questões do estudo de maneira mais flexível a novas descobertas feitas nas fases de coleta e análise dos novos dados coletados. O pesquisador utiliza todo o seu oportunismo em tais fases do estudo de caso (EISENHARDT, 1989)

O estudo de caso pode determinar se as proposições de uma teoria estão corretas ou ainda se há alternativas que poderiam ser mais pertinentes ao estudo. Tal metodologia normalmente pode representar uma contribuição significativa para o conhecimento da teoria construída (YIN, 2004).

Para Vergara (2005) e Richardson (1999) a investigação exploratória é um tipo de pesquisa que é realizada em área na qual há pouco conhecimento sistematizado sobre um fenômeno para o qual se procura explicações, causas e conseqüências.

Por outro lado, Richardson (1999) exemplifica como conhecer as características socioeconômicas da população de um bairro.

A respeito de pesquisa de campo, Vergara cita:

pesquisa de campo é investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não. (VERGARA, 1999, p.48)

3.2 População e Amostra

A população objeto de estudo desta pesquisa é composta dos moradores do Complexo da Maré, localizado no bairro que tem o mesmo nome, no município do Rio de Janeiro, que compreende as dezesseis comunidades existentes no local.

As comunidades da Maré, de acordo com Censo IBGE - 2000, possuem 113.817 habitantes e de acordo com o Censo CEASM – 2000 o número passa para 132.176

pessoas distribuídas em 16 comunidades distintas: Vila dos Pinheiros, Timbau, Baixa do Sapateiro, Nova Holanda, Bento Ribeiro Dantas, Parque União, Conjunto Pinheiros, Vila do João, Roquete Pinto, Rubens Vaz, Praia de Ramos, Conjunto Esperança, Parque Maré, Marcílio Dias, Nova Maré e Salsa e Merengue.

A Tabela 2 mostra a população nas principais Favelas do Município do Rio de Janeiro. A Maré apresenta-se como o complexo de comunidades populares de maior concentração demográfica quando comparada a outros bairros como: Rocinha, Alemão e Jacarezinho.

Tabela 2 – População nas Principais Favelas do Município do Rio de Janeiro

Localidade	1991	1996	2000
Rocinha	42.892	45.585	56.313
Alemão	51.591	54.795	65.637
Jacarezinho	37.393	34.919	36.428
Maré	62.458	68.817	113.817/132.176 *

Fonte: Censo IBGE –2000; * Censo CEASM – 2000

Da Tabela 2 observa-se que houve um crescimento da população entre os anos de 1996 e 2000, segundo os dados do IBGE. De acordo com a análise do Censo 2000 – Maré (2000, p. 37) até 2000, o IBGE considerou a população da Maré composta por apenas nove comunidades: Timbau, Baixa do Sapateiro, Parque Maré, Nova Holanda, Rubens Vaz, Parque União, Praia de Ramos, Roquete Pinto e Marcílio Dias. As outras comunidades da Maré foram consideradas pelo IBGE como Conjuntos Habitacionais.

Da mesma Tabela 2 observa-se uma diferença entre o total de habitantes do bairro. O Censo realizado pelo CEASM registrou 132.176 moradores enquanto o Censo do IBGE totalizou 113.817, ou seja, uma diferença de 18.359 habitantes. Tal diferença é justificada pelos elaboradores do Censo Maré em função do procedimento adotado pelos entrevistadores do Censo gerido pelo CEASM que foram remunerados com valor fixo, havendo a necessidade de contatar todos os moradores e domicílios. Seus organizadores, acrescentam no relatório: “houve casos que o entrevistador teve que ir cerca de cinco vezes à casa do morador para conseguir a entrevista” (CEASM, A Maré em dados: Censo Maré -2000, p. 38).

Considerada a população de quase 132.000 pessoas, de acordo com o último Censo do IBGE, a Maré possui um número de habitantes superior a municípios da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, como: Queimados (121.688), Japeri (83.160), Itaguaí (81.952), Maricá (76.556) e Seropédica com 65.020 habitantes.

Quanto à amostra, trata-se de uma amostra de conveniência. O pesquisador entrou em contato com 15 membros do Complexo da Maré, apresentados por um líder religioso das imediações do Complexo. Com esses 15 membros o pesquisador realizou um estudo piloto, em que testou o questionário (Anexo 1).

3.3 Instrumento

Um questionário com 18 itens foi utilizado como instrumento para a coleta de dados. Os itens 1 a 5, sobre o perfil dos respondentes; o conhecimento dos moradores sobre Responsabilidade Social nas perguntas 6 a 12 e a respeito das expectativas e necessidades dos moradores os itens 13 a 18.

O questionário é uma espécie de roteiro de entrevista estruturada que tem por objetivo medir determinadas variáveis de um grupo social e descrever suas características (RICHARDSON, 1999).

O questionário aplicado na coleta de dados foi semi-estruturado e conteve perguntas abertas e fechadas. No caso, a maioria das questões foi fechada, havendo seis subitens abertos (Anexo1). Havia itens fechados em que o respondente deveria assinalar uma única alternativa e itens em que deveria ordenar as alternativas.

Nos itens abertos, o respondente era solicitado a expressar a sua compreensão acerca de um conceito, listar projetos sociais e ONGs do Complexo, completar com novas alternativas de resposta, justificar o que respondeu e acrescentar algo de novo (sua opinião ou sugestão) acerca do que foi abordado.

Na construção do questionário foi utilizada a escala de Likert. O método Likert utiliza uma escala de cinco opções de resposta que proporciona maior informação ao respondente, o qual tem a opção de até não conhecer o assunto (Apêndice 1).

A Escala de Likert, segundo Richardson (1999), determina melhor a existência de uma ou mais atitudes no grupo de itens considerados, e a escala construída a partir desses itens mede o fator mais geral.

Para a aplicação do questionário o método utilizado foi o contato direto. Na aplicação direta há menos possibilidades de os entrevistados não responderem ao questionário ou de deixarem algumas perguntas em branco. Neste caso, o pesquisador e as pessoas multiplicadoras orientadas por ele puderam explicar os objetivos da pesquisa e do questionário.

Segundo Richardson (1999, p. 205), dentre as vantagens do questionário destacam-se: permitir abranger uma área geográfica ampla, sem ter a necessidade de treinamento demorado aos aplicadores desse instrumento de pesquisa e, também por não incluir o nome do entrevistado, o mesmo pode sentir-se com maior liberdade para expressar sua opinião. Tais vantagens se aplicaram ao contexto dos moradores do bairro Maré.

Para Richardson (1999, p. 202), o pré-teste é a aplicação prévia do questionário a um grupo que apresente as mesmas características da população incluída na pesquisa. Não se trata apenas de uma revisão do instrumento, mas um teste do processo de coleta e tratamento dos dados. Desta forma, o questionário deve ser testado em sujeitos com as mesmas características da população-alvo da pesquisa, tornando-se assim relevante fazer o teste do questionário.

Verificou-se neste estudo piloto que a linguagem do instrumento mostrou-se adequada e que era importante introduzir mais um item: “Deseja acrescentar sua opinião ou sugestão a algo que foi perguntado”? Tendo em vista o seu conhecimento e facilidade de circulação no Complexo, os 15 participantes do estudo piloto cooperaram com o pesquisador aplicando o instrumento em outros moradores com os quais tinham contato, principalmente vizinhos. A maioria dos 15 colaboradores relatou que só teria penetração na comunidade em que morava.

3.4 Coleta de dados

Os dados que subsidiaram este estudo foram coletados por intermédio de um questionário com 18 perguntas (Anexo 1) que visou identificar características (perfil) dos moradores, atividades de Responsabilidade Social que as empresas próximas desempenham na comunidade e necessidades e expectativas dos moradores quanto à Responsabilidade Social Empresarial.

A coleta de dados foi desenvolvida nos meses de outubro de 2005 a janeiro do ano seguinte. Para tanto, o pesquisador solicitou a algumas pessoas que fazem parte de uma Instituição Religiosa e que são moradores da Maré, que cada morador fosse um multiplicador e que aplicasse de 10 a 15 questionários com os vizinhos ou outras pessoas integrantes da comunidade.

Acrescenta-se que foi dada uma orientação prévia pelo pesquisador a esses moradores multiplicadores para que os mesmos orientassem quem fosse responder o questionário.

A estratégia de coleta de dados anteriormente descrita teve por base uma experiência bem sucedida por outro pesquisador em trabalho de pesquisa sobre avaliação das ações de promoção da saúde em contexto de pobreza e vulnerabilidade social em Manguinhos, bairro com características bem próximas ao bairro Maré. Para tanto a autora usou a estratégia de trabalho de campo:

Para o trabalho de campo foram envolvidos moradores e jovens representantes das associações locais, tendo em vista seu conhecimento da área e a facilidade de circulação no local. A estratégia mostrou-se inteiramente acertada e estimulante, na medida em que envolvia e capacitava a equipe enquanto pesquisadores de campo. (BODSTEIN, et al. 2001, p.14)

Para a coleta de dados, também foi observado o princípio de rede de relações sociais, citado por Souza e Silva (2003). Segundo o autor as relações sociais na favela possuem um diferencial de outras áreas da cidade ocupadas por setores médios da sociedade. Na favela essas relações sociais têm um sentido mais amplo. A amizade, o parentesco e a vizinhança tornam-se instrumentos de acesso à educação, ao emprego e a outros serviços indispensáveis no meio urbano, pois é fator de facilidades como ter alguém que ajude nos momentos difíceis, ter com quem deixar os filhos para ir trabalhar ou estudar até mesmo, pegar algo emprestado.

No Censo Maré 2000 – As empresas da Maré (2004) é citado que: “as relações sociais na favela são um dado importante para se pensar sobre o grau de vulnerabilidade das famílias.” De acordo com o referido Censo (2004, p. 22) se a rede é forte e ampla implica em mais possibilidades para seus integrantes; se tal rede não existir ou for frágil, os membros da família tornam-se mais vulneráveis, principalmente as crianças e os adolescentes.

De acordo com Fonseca e Martins (1993) a amostra acidental é formada por elementos que vão aparecendo à frente do entrevistador e que são acidentalmente escolhidos, os quais são possíveis de se oferecer respostas ao instrumento de pesquisa.

Cabe também esclarecer que o pesquisador se deslocou para o campo. Durante a coleta de dados, o pesquisador adentrou nas principais ruas de algumas das comunidades e da forma descrita anteriormente realizou a pesquisa.

Para facilitar seu percurso e segurança, o pesquisador foi aos sábados pela manhã a quatro comunidades, tendo pessoalmente aplicado o procedimento a 30 participantes. No total participaram do estudo 214 moradores do Complexo da Maré. Cabe destacar o fato da pesquisa tratar-se de uma amostra não probabilística.

Ressaltam-se a seguir algumas experiências relevantes no trabalho de campo, bem como dificuldades e facilidades encontradas no acesso ao local.

O pesquisador visitou as duas sedes do CEASM, no Timbau e em Nova Holanda, e a uma biblioteca no interior desta comunidade, ladeada por uma construção de uma Creche. Em tais locais foi acompanhado por um ex-aluno do curso pré-vestibular comunitário, facilitando desta forma o acesso a estas Instituições. Da observação, constatou salas de aula bem estruturadas e as secretarias das duas sedes da ONG com mobiliário e computadores novos.

Constatou-se que aos sábados, do início da manhã até o meio da tarde, os moradores das quatro comunidades visitadas freqüentavam o comércio local que em sua maioria fica nas ruas principais e com boa freqüência de moradores. Neste momento as pessoas aparentam estar mais disponível a responderem o questionário. O pesquisador visando o aproveitamento deste êxito e a boa receptividade das pessoas não teve dificuldades para a realização da pesquisa tanto próxima de instituições quanto do comércio local. Diferente de outra oportunidade em que adentrou em uma das comunidades, a Vila do João, próximo do fim da tarde e início da noite quando os moradores retornam aos seus lares. Para esse tipo de dificuldade de acesso e abordagem contou com a colaboração de outros moradores que foram multiplicadores do instrumento de pesquisa, conforme já mencionado.

3.5 Técnicas Estatísticas

No presente estudo foi empregado o pacote estatístico comercial *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) para a produção de estatísticas descritivas.

O SPSS é um *software* que permite produzir análises estatísticas de dados de pesquisa, inclusive análises mais complexas multi-variadas e fatoriais. A entrada de dados é feita lançando-se as variáveis da pesquisa na Planilha do SPSS. Em seguida, utilizam-se os dados da planilha para as análises estatísticas de natureza exploratória, descritiva e inferencial. A versão utilizada foi a SPSS.13 (MICROSOFT, 2006).

Nessa pesquisa foram utilizadas as técnicas de estatística não paramétrica adaptáveis aos dados das Ciências do Comportamento. A estatística não-paramétrica independe dos parâmetros populacionais e o teste de adequação do ajustamento – teste do qui-quadrado é um teste não-paramétrico que é utilizado para verificar se há adequação de ajustamento entre as freqüências observadas e as freqüências esperadas. (FONSECA e MARTINS, 1999).

De acordo com Siegel (1979), este teste é uma prova não paramétrica que visa comparar as divergências entre freqüências observadas e as esperadas. De outra forma seria dizer, quando o pesquisador pretende testar a dependência entre duas variáveis, ou seja as freqüências observadas na coleta de dados de um quesito com outras questões do questionário.

Nesse contexto, o teste do qui-quadrado foi utilizado para comprovar se existe diferença significativa entre a frequência observada e a frequência esperada de respostas.

3.6 Limitações da Pesquisa

A seguir são apresentadas as limitações desta pesquisa.

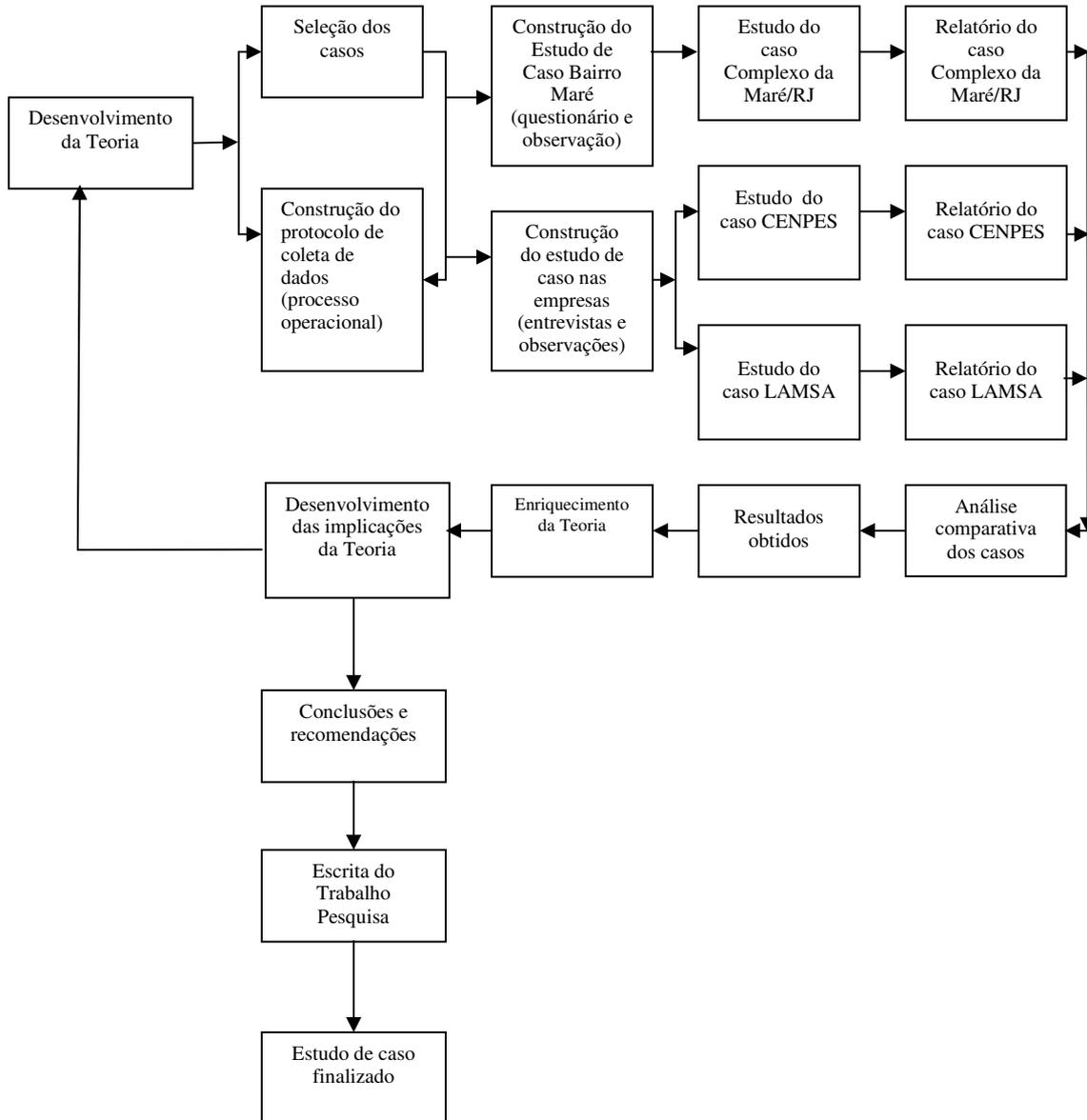
Por ter sido escolhida a metodologia de estudo de caso, este trabalho de cunho exploratório analisou apenas duas empresas alvo da pesquisa, fato que impossibilita a análise de estudos em outras áreas afins de maneira genérica.

Apesar de terem sido visitados o Departamento socioambiental, de uma empresa e o de Energia e Desenvolvimento Sustentável (comitê de Responsabilidade Social e Ambiental) da segunda organização, outras áreas ou departamentos de tais empresas tam quanto importantes poderiam ser também visitados e outros agentes poderiam ser entrevistados. Tal alternativa decorrente dessa entrevista pode ter gerado uma visão subjetiva do entrevistado, com o viés da sua opinião individual, bem como uma possível interpretação equivocada do entrevistador por relatar sua visão sobre o assunto.

A amostra de questionários respondidos poderia ser maior do que o planejado em face do universo dos moradores das comunidades da Maré. Os resultados alcançados na coleta de dados foram bastante importantes, contudo não representam a totalidade dos habitantes das dezesseis comunidades que fazem parte do bairro da Maré. A propósito, os recenseadores no Censo Maré - 2000 encontraram também dificuldades de acesso pleno aos moradores na utilização efetiva do instrumento de pesquisa na coleta de dados de sua pesquisa social.

Outro fator de limitação da pesquisa foi referente à localização exata da comunidade em que moradores da Maré residem. Os limites são tão indefinidos que pode ter ocorrido de um morador respondente ter informado que reside em uma determinada comunidade enquanto que o local da residência já pertence à outra comunidade. Por este motivo, a pesquisa não analisou isoladamente os dados por comunidade e sim pela totalidade dos questionários respondidos.

Etapas Relevantes do Método de Pesquisa



Fonte : Adaptado pelo autor, de Jóia & Cavalcante Neto (2004, p.29-47)

Figura 5 - Etapas Relevantes do Método de Pesquisa

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta parte do trabalho tem por objetivo apresentar os resultados da pesquisa de campo e realizar uma discussão dos mesmos. A pesquisa desenvolveu-se em duas etapas conforme descrito na metodologia. Iniciou-se com a descrição dos casos: O Complexo da Maré propriamente dito e de forma bem sintetizada os eventos principais que fizeram parte do histórico das comunidades da Maré. Os motivos que despertaram interesse para a pesquisa das empresas alvo do estudo, e ainda o histórico, missão, visão e valores das empresas e a percepção dos representantes dessas entidades. Também se utilizou um quadro de avaliação de gestão de responsabilidade social externa da relação empresa-comunidade descrito no último item da Revisão da Literatura. Por fim, apresenta-se a discussão dos resultados da pesquisa de campo com os moradores da Maré.

4.1 Descrição dos casos

4.1.1 O Complexo da Maré: o estudo de caso

O Complexo da Maré/RJ tem sido fonte para estudos realizados por importantes centros de pesquisa acadêmica e trabalhos estatísticos voltados para melhor entender à realidade sócio-demográfica do atual bairro Maré, como o Censo Maré -2000. O Centro de Pesquisa e Documentação Histórica Contemporânea do Brasil (CPDOC), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), durante os anos de 2000 e 2001, com o objetivo de compreender o impacto produzido por projetos do poder público e de ONGs em favelas do Rio de Janeiro, reuniu depoimentos de doze líderes comunitários de favelas da cidade do Rio de Janeiro, dentre os quais dois líderes da Maré.

O trabalho de pesquisa transformou-se em um livro: “*A favela fala*”, de Pandolfi e Grynszpan, publicado em 2003. Para melhor entendimento do foco do trabalho ora realizado, teve-se o pesquisador a premissa descrita no objetivo que buscou o estudo do CPDOC, intitulado: “um estudo dos efeitos das ações de organismos governamentais e não-governamentais em comunidades de baixa renda”, ou seja dirigir o olhar para aqueles que deveriam ser contemplados com os projetos – os moradores – e não somente para quem executava e marcava sua presença na favela. Além disso, buscou-se verificar as ações propostas e implementadas por agências e seus agentes eram efetivamente apropriadas pelas populações locais.

De fato, com base nos depoimentos de dois líderes comunitários, um ex-presidente da União das Associações de moradores da Maré e da Vila Olímpica da Maré, o outro que ocupou cargo na Diretoria da Associação da Nova Holanda – uma das comunidades do bairro Maré, tornou-se mais fácil entender as aspirações, necessidades e expectativas dos moradores, na fala de seus dois líderes comunitários.

Visando atingir os objetivos geral e específicos deste estudo, iniciou pelo histórico das comunidades que compõem o bairro da Maré e, ainda fatos que contribuíram para sua formação sócio-demográfica e as necessidades e expectativas de seus moradores.

4.1.2 Histórico das comunidades da Maré

Atualmente o bairro da Maré tem uma localização geográfica privilegiada por estar próximo das três principais vias expressas que ligam a outros bairros da cidade e

até outros municípios do Rio de Janeiro. Algumas de suas comunidades têm acesso ao hospital universitário da UFRJ que dispõe de diversos serviços oferecidos à sociedade.

A história da população que compõe as dezesseis comunidades do bairro da Maré é caracterizada por momentos de muita dificuldade e luta. Das palafitas, na Baixa do Sapateiro e no Parque Maré, passando pelos aterros de parte da Baía de Guanabara quando surgiram as comunidades de Nova Holanda, Rubens Vaz e Parque União, bem como os galpões provisórios de habitação, construídos pelo governo de Carlos Lacerda no final da década de 60, e também a mudança na topografia original local no Morro do Timbau, Praia de Ramos e ainda com agregação realizada pelo governo municipal ao bairro da Maré das comunidades de Roquete Pinto, Praia de Ramos e Marcílio Dias até comunidades mais recentes da Maré com seus conjuntos habitacionais: Vila do João, Nova Maré, Salsa e Merengue e Bento Ribeiro Dantas.

O Quadro 3 resume a história das principais comunidades da Maré de forma cronológica e cita os anos de alguns dos fatos que modificaram os traços de delimitação de suas comunidades por intermédio da construção de grandes obras da engenharia civil como: a Cidade Universitária, Avenida Brasil, Linha Vermelha e Linha Amarela.

Quadro 3- Histórico das comunidades e principais eventos relacionados à Maré

Comunidade - Evento Ano	Histórico – características
1940 - os primeiros moradores da Maré	Os primeiros moradores da Maré vieram do nordeste para trabalharem na construção de grandes obras do governo, como a Cidade Universitária e Avenida Brasil, durante o primeiro período de governo do presidente Getúlio Vargas (1937-1945). O ano 1940 é considerado o marco inicial das ocupações populares na Maré.
Parque Maré – 1951 Rubens Vaz - 1952	As comunidades de Parque Maré e Rubens Vaz surgiram no início dos anos de 1950. Esse período coincidiu com o segundo governo de Getúlio Vargas, marcado por grandes obras de infra-estrutura e ganhos trabalhistas (1951-1954). Um fato histórico deu origem ao nome de uma comunidade da Maré: o atentado contra Carlos Lacerda, ocorrido em 1954, no bairro de Copacabana, que resultou na morte do major da Aeronáutica Rubens Vaz. Parque Maré constitui 11,65 %, com 15.399 habitantes e Rubens Vaz 6,0% da população da Maré, com 7.996 moradores.
Parque União - 1958	Havia uma área ao lado do canal da Portuária que fora aterrada por uma firma, a qual precisou repassar o terreno para a Caixa de Amortização. Um advogado chamado Margarino iniciou a demarcação dos lotes e o arruamento do atual Parque União. Sua intenção era criar um bairro proletariado de boas condições de habitação e circulação. Dos lotes ocupados era exigida uma taxa destinada às benfeitorias do local. Batizou o lugar de Parque União em face às lutas contra as tentativas de remoção do governo. População: 17.796 habitantes

<p>Nova Holanda – 1961</p>	<p>E originado da política de habitação do governo Carlos Lacerda – 1960. Concebido como Centro de Habitação Provisória (CHP). Os CHP funcionavam como um local de triagem que visava retirar moradores de favelas de outras áreas nobres da cidade. Uma grande área da baía de Guanabara foi aterrada para construção do CHP. Para o local foram famílias oriundas das favelas do Esqueleto, Praia do Pinto, Morro da Formiga e morro do Querosene, e ainda desabrigados das margens do rio Faria Timbó. Foram construídas 981 casas de madeira, o que era provisório tornou-se definitivo. Do projeto Holanda surgiu o nome da comunidade: Nova Holanda. População: 11.295 habitantes</p>
<p>Projeto Chagas Freitas - 1971</p>	<p>O projeto tinha como meta a construção de habitações para 100 mil pessoas, as quais seriam removidas de palafitas. O referido projeto não foi implementado por ter sido apresentado ao Banco Nacional de Habitação (BNH) no final do mandato do governo Chagas Freitas, em 1974.</p>
<p><u>Projeto Rio</u> – Erradicação das Palafitas – 1979 a 1990 (Timbau, Baixa do Sapateiro, Parque Maré e Nova Maré,)</p>	<p>O Projeto Rio teve por objetivo em seu planejamento o saneamento de parte da orla da Baía de Guanabara. Tal projeto previa num trecho de 27 Km a criação de espaços para abrigar populações de baixa renda e criação de condições de ambientação ecológica e paisagística do trecho mais poluído da Baía de Guanabara. O projeto visava à erradicação das palafitas, que segundo levantamento inicial do projeto era constituído cerca de um terço dos habitantes da área da Maré. Esses habitantes faziam parte de seis favelas: Timbau, Baixa do Sapateiro, Parque Maré, Nova Holanda, Rubens Vaz e Parque União. Para construção de mais de 9.500 unidades habitacionais o BNH criou o PROMORAR (Programa de Erradicação da Subhabitação) no ano de 1979.</p> <p>O Projeto Rio previa a urbanização do Parque União e do Timbau que estivessem em áreas não alagadas, por intermédio da implantação de rede de esgoto, abastecimento de água, ampliação da rede de energia elétrica e alinhamento das ruas. Previa a construção de creches, escolas, e postos de fornecimento de material de construção, financiados a baixo do custo. O Ministério do Interior, em 1985, expediu um relatório a respeito das obras realizadas. Houve contestação por parte da associação de moradores que conseguiram a retomada das obras de saneamento a cargo da CEDAE. Em relatório a CEDAE, em 1990, informou encerradas as obras na Maré com: 99% da rede de esgoto concluída; 98% do abastecimento de água, drenagem (98%) e 84% das pavimentações e urbanizações previstas e concluídas.</p>

Vila do João – 1982	A Vila do João foi inaugurada em agosto de 1982. O conjunto de casas multicoloridas recebeu essa denominação em homenagem ao então Presidente da República João Batista Figueiredo, que inaugurou a obra. Na Vila do João foram construídas 1.400 casas dentro do programa PROMORAR do BNH. Nesta área das casas havia anteriormente o Aeroporto de Manguinhos, terreno que pertencia ao Ministério da Aeronáutica que foi adquirido pelo BNH. O projeto previa a remoção das palafitas da Baixa do Sapateiro e do Parque da Maré para sobrados de 19 a 44 m ² , cujos moradores escolhiam as cores e o formato das casas. A Vila do João possui 3000 domicílios e a população de 10.651 habitantes.
Vila dos Pinheiros 1983	A ilha do Pinheiro foi anexada ao continente pelo Projeto Rio visando à construção de unidades habitacionais. Anteriormente, nesta ilha eram mantidos macacos pelo Instituto Oswaldo Cruz. No local eram realizadas experiências em laboratório de pesquisa da Instituição. Em 1980 foram aterrados 69 hectares da Baía de Guanabara pelo DNOS para a construção de 2.300 casas. No ano de 1983 o BNH removeu cerca de 15.000 pessoas das palafitas para as casas recém construídas. Tal fato eliminou todas as palafitas da área da Maré. A vila de casas geminadas foi batizada de Vila dos Pinheiros, cuja população corresponde a 11,7% da Maré
Conjunto Pinheiros 1989	No setor Pinheiro próximo às casas da Vila dos Pinheiros foram construídos 1.380 apartamentos. Estes apartamentos destinavam-se às famílias que detivessem renda e que haviam feito inscrição no Projeto Rio. A finalidade era promover a auto-sustentação do projeto com a venda dos imóveis, o que não ocorreu. O conjunto de apartamentos foi denominado de Conjunto Pinheiros. Os moradores correspondem a 3,6% da população da Maré. A relação habitante/ domicílio corresponde a 3,58.
Inauguração da Linha Vermelha 1992	A primeira etapa da Via expressa – Linha Vermelha, com extensão de 7,2 Km, foi inaugurada em 21 de abril de 1992. Sua construção teve com objetivo desafogar o trânsito na Avenida Brasil e concretizar um antigo projeto formulado por governos estaduais como: Carlos Lacerda -Plano Doxiades; governo Chagas Freitas – Plano Acesso Norte e em 1979 o Projeto Rio. O complexo da Maré ficou limitado entre a Avenida Brasil e a Linha Vermelha. Houve remoções entre o Parque Alegria e Boa Esperança, sendo construído um conjunto de casas onde existia o Aterro Sanitário do Caju; bairro próximo ao bairro Maré.
Nova Maré - 1996	O Conjunto Nova Maré é originado do programa “Morar sem Risco” da Secretaria Municipal de Habitação do Rio de Janeiro. O conjunto foi criado em 1996 para uma população que fora removida de áreas de palafitas da comunidade Roquete Pinto e de outras áreas da cidade que habitavam as margens dos rios. Para essa população foram construídas 500 casas. Constitui 2,4% da população do bairro Maré.

<p>Novo Pinheiro (Salsa e Merengue) 1997</p>	<p>O Conjunto Novo Pinheiro, também conhecido como Salsa e Merengue, foi criado em 1997 para abrigar diversas populações removidas em função das chuvas de verão de 1992 que ficaram desabrigadas. Até ocuparem definitivamente o conjunto habitacional, passaram por barracões do Exército e por galpões provisórios. Devido à pressa para a conclusão das obras, na época da ocupação as casas apresentavam problemas de acabamento, como piso em cimento bruto. Constituem 4,0 % da população do bairro.</p>
<p>Bento Ribeiro Dantas 1994</p>	<p>O conjunto Bento Ribeiro Dantas foi construído no terreno onde havia a Favela do Rala Coco, a qual foi erradicada na década de 1970. Foi criado pela Companhia Estadual de Habitação (CEHAB) em 1992 foi entregue em 1994. Sobre o aterro onde existiu o Porto de Inhaúma e a favela foi construída a Avenida Bento Ribeiro Dantas ligando a Cidade universitária á Avenida Brasil. Seus moradores vieram de outras comunidades da Maré, bem como de Manguinhos e de Duque de Caxias. Durante as obras da Linha Amarela a Avenida Bento Ribeiro Dantas foi urbanizada. A comunidade conta com uma praça e quadra de esportes inauguradas em 2001 e ainda com a limpeza e coleta de lixo todos os dias. População: 2.199 habitantes.</p>
<p>Marcílio Dias Roquete Pinto Praia de Ramos</p>	<p>Marcílio Dias é a comunidade mais distante do bairro Maré. Geograficamente é bem separada das outras comunidades, pois pertencia a Penha, bairro próximo. Da avenida Brasil até a comunidade é uma grande distância. Em 1994, com a criação do bairro, o governo municipal agregou a comunidade de Marcílio dias à Maré. Sua população é de 5,4% do total de habitantes da Maré. Também foram agregados ao bairro Maré as comunidades Roquete Pinto (1,9%) e Praia de Ramos (3,62%). Roquete Pinto: 2.514 habitantes e Praia de Ramos com 4.794 habitantes.</p>
<p>Linha Amarela 1997 – 1998</p>	<p>A linha Amarela foi inaugurada no ano de 1997. A cobrança do pedágio iniciou-se em 01 de janeiro de 1998. O trecho que liga o bairro de Bonsucesso ilha do Fundão foi concluído em 1999. Tal trecho margeia as comunidades da Vila do João, Vila dos Pinheiros, Conjunto Pinheiros, Timbau, Baixa do Sapateiro e Bento Ribeiro Dantas. A exploração econômica do pedágio da Via Expressa é realizada pela LAMSA e é considerada a primeira no Brasil dentro do mesmo município.</p>

Fontes: Censo Maré 2000/CEASM e História da Maré - *O Cidadão* - Jornal do Bairro Maré, CEASM: Rio de Janeiro, n. 19-28, 2002-2003.

Visando ter um panorama geral das dezesseis comunidades do bairro Maré, a Tabela 3 apresenta alguns dados com base no Censo Maré 2000: a população de cada comunidade da Maré, os números da relação habitante por domicílio da comunidade e o percentual da comunidade com base no total de 132.176 pessoas. O Censo Maré foi realizado pela ONG local, CEASM - Centro de Estudos e Ações Sociais da Maré, com o apoio do IPEA, do Instituto Pereira Passos (IPP) a Escola Nacional de Ciências e Estatística (ENCE), com recursos financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Parque União tem a maior população do bairro, com 13,6% ou 17.796 habitantes. Em seguida, Vila Pinheiros (11,7%) e Parque Maré com 11,65% da população. Em função da iniciativa do governo do município do Rio de Janeiro com o programa “morar sem risco” foram construídos três conjuntos habitacionais: Nova Maré, Bento Ribeiro Dantas e Novo Pinheiro, também conhecido como Salsa e Merengue. A comunidade de Nova Maré apresenta a média de 4,5 habitantes por domicílio, seguido por Salsa e Merengue (3,94) e para Bento Ribeiro Dantas com 3,9 moradores por residência.

Tabela 3 - População, habitantes por domicílios das comunidades da Maré

	Comunidades	População	Habitante/ Domicílio	% da população da Maré
01	Parque União	17.796	3,0	13,5
02	Vila Pinheiros	15.485	3,6	11,7
03	Parque Maré	15.399	3,35	11,65
04	Nova Maré	13.142	4,5	2,4
05	Baixa do sapateiro	11.467	3,47	8,7
06	Nova Holanda	11.295	3,81	8,6
07	Vila do João	10.651	3,55	8,0
08	Rubens Vaz	7.996	3,1	6,0
09	Marcílio Dias	7.179	3,8	5,4
10	Morro do Timbau	6.031	3,2	4,6
11	Conjunto Esperança	5.728	3,4	4,3
12	Salsa e Merengue	5.309	3,94	4,0
13	Praia de Ramos	4.794	3,52	3,62
14	Conjunto Pinheiros	4.767	3,58	3,6
15	Bento Ribeiro Dantas	2.199	3,9	1,7
16	Roquete Pinto	1.276	2,9	1,9
Total				100,0

Fonte: Censo CEASM – 2000

Os Mapas (Apêndice II) representam a Evolução Urbana da Maré (MAPA 1) ao longo dos anos de 1940 a 1990; o Uso do Espaço (MAPA 2) com base cartográfica do Instituto Pereira Passos e atualizados pelo Censo Maré 2000-2002 a Densidade Habitacional (MAPA 3) realizado pelo CEASM - Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré.

4.2 Descrição das empresas alvo do estudo de caso

Ambas empresas alvo do estudo de caso enfrentam desafios relacionados ao contexto de violência urbana por estarem no entorno do Complexo da Maré.

A Linha Amarela S/A oferece aos seus clientes o serviço viário de chegar até o outro extremo da cidade, posto que o consumidor dá preferência em utilizar a via expressa na relação custo-benefício: custear o pedágio e chegar ao destino com rapidez e segurança. Se a via expressa é interrompida por distúrbios sociais, com fortes sinais de violência e criminalidade oriundos, por vezes, da rivalidade entre facções que adentram nas comunidades ou outras causas que não são do interesse nem dos moradores e da empresa, a LAMSA deixa de arrecadar receita, prejudicando o seu fluxo de caixa e a gestão de seus negócios.

No caso do CENPES, as vias de acesso que ligam à sede da empresa, localizada na Ilha do Fundão, são ladeadas por algumas das comunidades da Maré, se enquadrada na mesma situação de violência urbana pode afetar no desempenho funcional da empresa, posto que seus funcionários não chegarão ao local de trabalho até que a situação seja normalizada.

As situações hipotetizadas para as duas empresas são consideradas ameaças à estratégia, conforme descrito no modelo que constou da figura 2 do referencial teórico. Como também podem ser oportunidades de melhoria com alguns dos seus *stakeholders* (comunidades, governos e outros).

4.2.1 Por que as empresas CENPES e LAMSA despertaram interesse para o estudo de caso?

Os motivos que levaram ao estudo das empresas CENPES e LAMSA na pesquisa sobre a gestão de responsabilidade social empresarial foram:

- ambas as empresas têm ao entorno as comunidades da Maré, considerada pelos dados do Censo IBGE 2000 a maior população de favelas do estado do Rio de Janeiro, recentemente transformadas em um bairro e que apresenta um dos piores índices de desenvolvimento humano do município do Rio de Janeiro (IDH-M);

- A LAMSA torna ostensivo, anualmente, seus indicadores sociais por intermédio da publicação do Balanço Social. O CENPES relaciona seus projetos sociais que constam do Balanço Social da Petrobras que consolida os indicadores da empresa e suas subsidiárias como um todo. Portanto, essas empresas alvo do estudo já realizavam ações e projetos sociais, os quais podem ser avaliados por pesquisa junto aos moradores das comunidades da Maré que estão no entorno do CENPES e da LAMSA;

- A Vila Olímpica da Maré está localizada à margem da Linha Vermelha. O usuário dessa via expressa vê pintado nas arquibancadas e torre da Vila Olímpica a logomarca acrescida do nome da empresa: Petrobras; Qual tipo de retorno essa empresa busca com o patrocínio dos projetos sociais na Vila Olímpica da Maré?

4.2.2 Histórico do CENPES – Missão, Visão e Valores

O CENPES - Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Leopoldo Américo Miguez de Mello tem por objetivo atender às demandas tecnológicas que impulsionam a Petrobras. A expansão da Petrobras no cenário da energia mundial depende muito do resultado das pesquisas realizadas na área tecnológica. Petrobras domina inúmeras tecnologias o que a faz a maior empresa brasileira e a 15ª do mundo, de acordo com os critérios da publicação Petroleum Intelligence Weekly (PIW).

O CENPES conta com mais de 1500 empregados distribuídos em uma área de 122 mil metros quadrados. Possui 30 unidades-piloto e 137 laboratórios que atendem aos órgãos da Companhia. As tecnologias desenvolvidas no CENPES resultaram em 950 pedidos de patentes internacionais e 500 patentes nacionais, além de um considerável número de marcas registradas.

Em 1973 o centro de pesquisas da petrobras, devido à expansão, muda-se para uma área maior, com 122 mil metros quadrados, cedida pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) na Ilha do Fundão, onde está instalado até hoje.

Considerado como o maior Centro de Pesquisas da América Latina, em 1992 o CENPES é premiado pela mais importante entidade do setor petróleo mundial. A partir desse mesmo ano a Petrobras passa a destinar ao Centro 1% de sua renda bruta, passando a integrar as companhias que mais investem em pesquisa e desenvolvimento do mundo.

No decorrer de sua trajetória histórica o CENPES conquistou vários prêmios internacionais em função de suas pesquisas e desenvolvimento de novos produtos de cunho tecnológico. Em face da necessidade de ampliação de sua área física, em 2004 é aprovada a licitação para a ampliação num espaço de 183 mil metros quadrados localizado também na Ilha do Fundão.

Os Princípios Estratégicos do CENPES são:

- Missão: Promover e antecipar soluções tecnológicas, com visão de inovação e sustentabilidade, que suportem o Sistema Petrobras.

- Visão: Ser símbolo de excelência em tecnologia na indústria do petróleo e energia.

- Valores-Chaves para o CENPES: Excelência, criatividade e resultado.

- Valores:

* Valorização dos principais públicos de interesse, como: acionistas, clientes, empregados, sociedade, governo, parceiros, fornecedores e comunidades em que a Companhia atua;

* Espírito empreendedor e de superar desafios;

* Foco na obtenção de resultados de excelência;

* Espírito competitivo inovador com foco na diferenciação em serviço e competência tecnológica;

* Excelência e liderança em questões de saúde e segurança e preservação do meio ambiente;

* Busca permanente da liderança empresarial.

Destaca-se nos seus princípios de comportamento, a transparência nas relações com os acionistas, empregados, comunidades e com os demais públicos de interesse da Petrobras.

Quanto à política de Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS), destaca-se:

- educar, capacitar e promover os trabalhadores com questões de SMS, envolvendo fornecedores, comunidades, órgãos competentes, entidades representativas dos trabalhadores e demais Partes Interessadas.

Das suas diretrizes quanto ao relacionamento do CENPES com a comunidade:

- A empresa deve zelar pela segurança das comunidades onde atua, bem como mantê-las informada sobre impactos e/ou riscos eventualmente decorrentes de suas atitudes.

4.2.3 Histórico da LAMSA – Missão, Visão e Valores

A Linha Amarela tornou-se modelo de concessão de serviços públicos, posto ser a primeira e atualmente a única concessão rodoviária municipal do país. Buscou ser uma solução pioneira da parceria entre o governo municipal e a empresa construtora.

Durante a construção da obra no final do ano de 1995, foi criada a Linha Amarela S/A - LAMSA, com atribuições de acompanhar a execução do projeto, fruto da parceria entre a Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro e a Construtora OAS - Empresa de Engenharia que financiou a obra e teve o direito de explorar por 25 anos a cobrança do pedágio da via expressa, tendo por responsabilidade sua manutenção e operação.

A linha Amarela foi inaugurada em 24 de novembro de 1997, contudo a cobrança do pedágio só teve início em janeiro de 1998, com tarifa de R\$ 1,90 por carro de passeio, de acordo com condições previstas no contrato de concessão.

Na execução de seus serviços a concessionária é responsável pela manutenção e operação da via, prestação de serviços de socorro mecânico e atendimento médico em caso de acidente aos usuários. Para tanto, a LAMSA opera com sistemas e tecnologias de ponta e equipes especializadas a fim de oferecer alta qualidade no atendimento, fluidez do tráfego, boas condições físicas da rodovia e segurança viária.

A Linha Amarela liga a Barra da Tijuca, na Zona Oeste, à Ilha do Fundão, na Zona Norte da cidade do Rio de Janeiro e ao longo dos seus 20 quilômetros de extensão em seu eixo principal, atravessa 14 bairros. De acordo com seu Balanço Social no ano de 2004 recebeu média diária de 340 mil veículos, sendo 72% dos veículos utilizaram trechos da via expressa sem passar pela praça do pedágio.

A Linha Amarela S/A – LAMSA e a Concessionária Litoral Norte S/A – CLN são empresas do grupo INVEPAR. Em novembro de 2004 na Linha amarela foi inaugurado o Instituto INVEPAR com o objetivo de promover a gestão social e ambiental entre as empresas do Grupo INVEPAR. A atuação do Instituto tem como tema transversal o meio ambiente nas áreas de Cultura, Educação, Esporte e Geração de Trabalho e Renda para o desenvolvimento auto-sustentável das comunidades de baixa renda localizadas no entorno das empresas controladas pelo grupo.

De acordo com seu Balanço Social, o Instituto é um instrumento de alavancagem de investimentos sociais e ambientais agregando parcerias com outras empresas, governo e ONGs. O Instituto INVEPAR é uma Organização de Sociedade Civil de interesse Público dotado de estrutura organizacional e jurídica adequadas.

A seguir, apresenta-se a Missão, Visão e Valores da LAMSA:

- Missão: Administrar a Linha Amarela com Ética e Responsabilidade Social, proporcionando o melhor caminho para a satisfação dos usuários, colaboradores e acionistas.

- Visão: Ser referência: na excelência dos serviços prestados no relacionamento com os usuários; como uma empresa socialmente responsável; na utilização de tecnologia de ponta.

- Valores e Crenças: Acredita: no ser humano e na sua capacidade de trabalhar com criatividade e espírito empreendedor; em lideranças que obtenham resultados e reconheçam de forma justa a participação da equipe; na ética e transparência que expressem as relações entre processos e pessoas; Na sua atuação em favor do desenvolvimento sócio-ambiental e econômico da comunidade na qual está inserida; que o usuário é a nossa razão de existir; no permanente compromisso de todos quanto aos custos e resultados.

- Objetivos Permanentes:

- Garantir um alto padrão de qualidade nos serviços prestados;
- Aprimorar o modelo de gestão empresarial com foco em processos e pessoas;
- Garantir a integridade econômica e financeira do negócio;
- Fortalecer a imagem institucional da LAMSA;
- Consolidar a LAMSA como uma empresa socialmente responsável.

4.3 Percepção dos entrevistados nas empresas

4.3.1 Percepção dos Representantes do CENPES

A entrevista foi realizada nas instalações do Centro de Pesquisas da Petrobras - CENPES com dois integrantes do Comitê de Responsabilidade Social e Ambiental desse Órgão. Essa entrevista foi fonte de essenciais informações para o estudo de caso. Para tanto, a mesma foi agendada sendo informado o tema, os objetivos propostos no estudo, bem como da importância das informações que fossem prestadas.

Os dois profissionais entrevistados envolvidos com as atividades de responsabilidade social propiciaram ao entrevistador uma visão ampla sobre o tema em questão e o seu processo de funcionamento. Após as apresentações iniciais e da escolha de uma sala, a entrevista foi conduzida de forma espontânea. Segundo Yin (2001, p.112) essa forma de entrevista permite que se indague aos respondentes-chave sobre os fatos de uma maneira ou peça-se a opinião ou maiores detalhes sobre determinado evento.

Desta forma, na entrevista não estruturada, o diálogo foi conduzido de maneira espontânea em que os entrevistados ficaram à vontade para relatar as ações e projetos sociais da empresa em favor da comunidade ao entorno do CENPES, bem como fatos e experiências vivenciadas relativas a essa área de atuação.

O pesquisador deu preferência a ouvir atentamente os entrevistados durante o curso da entrevista, a qual teve o conteúdo registrado e posteriormente analisado por ambas as partes. Acrescenta-se ainda que os dados obtidos na entrevista foram corroborados com informações de outras fontes, dentre elas as disponíveis no *site* da Petrobras, em particular a respeito do CENPES.

Inicialmente foi esclarecido que, embora o Relatório de Responsabilidade Social e Ambiental seja realizado a partir de um esforço centralizado na sede da Companhia, as Unidades de Negócio (UNs), detém autonomia para a realização de projetos sociais em comunidades situadas no entorno. O CENPES com atividades de pesquisa para a inovação e desenvolvimento tecnológico prioriza esses dois pilares e presta conta a *Holding* de suas atividades, inclusive os projetos de responsabilidade social.

Segundo um dos entrevistados, desde a sua criação em 1953 a Petrobras tem um viés para o social, pois tem sua origem relacionada a um movimento social que resultou

em sua criação: “O petróleo é nosso”. A partir da década de 90 do último século, a Petrobras passou a ter maior comprometimento com as causas socioambientais, passou a adotar um programa denominado – Programa de Criança da Petrobras. Esse Programa foi, em seu início direcionado para atender às comunidades do entorno das refinarias de petróleo e por onde passasse oleodutos. Posteriormente, o programa de crianças teve extensão em outras unidades da empresa, dentre as quais o CENPES.

A Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento, conhecida como Rio 92, foi um marco na organização da Sociedade Civil, assim como para uma conscientização das empresas sobre as conseqüências socioambientais de suas operações. O desenvolvimento de projetos na Maré está relacionado às oportunidades de parceria a partir da criação do CEASM - Centro de Estudos de Ações Solidárias da Maré, em 1998.

O CENPES procurou formas de viabilizar o apoio à comunidade ao entorno de sua sede, localizada na ilha do fundão, bairro Cidade Universitária, município do Rio de Janeiro. A comunidade vizinha à empresa escolhida foi a da Maré, que apresentava sensíveis níveis de carência e de problemas socioeconômicos.

De maneira embrionária, a partir de 1994, iniciou-se atividades sociais com a comunidade dentro do Clube de Empregados (CEPE), e em seguida, a partir das oportunidades em decorrência da criação do CEASM. No ano de 1998 o CENPES conheceu o Centro de Estudos de Ações Solidárias da Maré (CEASM), uma ONG local formada por moradores da comunidade, a qual apresentou um projeto consistente para educação de crianças e de adolescentes.

No ano de 1998, foram 120 crianças assistidas com recursos do programa. Em 2000, esse número passou para 2000 crianças e de acordo com os últimos dados mencionados pelo entrevistado, até o ano de 2005, alcançou o número de 2.500 crianças, ao ano, visando priorizar a qualidade do projeto. Tal projeto prioriza crianças em faixa de risco, na faixa etária de 7 a 14 anos. São desenvolvidas atividades após as aulas seculares, numa abordagem que vê a educação para a cidadania. Os alunos das escolas da comunidade têm a oportunidade de saírem e conhecerem outros lugares, dentre outras atividades culturais e educativas.

Outro projeto desenvolvido com o apoio do CENPES em parceria com a Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro é a Vila Olímpica da Maré, segundo os entrevistados a maior da América Latina.

Por motivo de um acordo em função de um derramamento de óleo na baía de Guanabara, no ano de 2000 e suas conseqüências para os moradores, principalmente dos pescadores da comunidade, a Petrobras, por intermédio do CENPES, como medida compensatória, se comprometeu com a criação da Vila Olímpica.

Outras empresas ajudaram com recursos para a Vila Olímpica, contudo a Petrobras foi a que teve maior participação. A prefeitura concedeu a administração da Vila Olímpica a UEVOM – União Esportiva Vila Olímpica da Maré, uma ONG formada por moradores, líderes comunitários, professores e empresários com o propósito de administrar o pólo esportivo.

O foco da Petrobras para o projeto Vila Olímpica foi que deveria ser dirigidos aos cidadãos menos favorecidos residentes em comunidades populares, orientado para cooperação e não com o objetivo da competição ou formar atletas competidores, ser ao mesmo tempo, uma área de lazer e com potencialidade para reprodução da cidadania na comunidade da Maré. O projeto se destinava à população em geral, portadores necessidades especiais, a terceira idade, com prioridade para jovens em situação de risco social. Neste particular o esporte é utilizado como vetor para o desenvolvimento social.

As atividades esportivas são também oportunidades para a melhoria da qualidade de vida, considerando os impactos sobre a saúde dos participantes, em particular os hipertensos, na terceira idade e complementação alimentar para crianças em situação de subnutrição.

Em 2004, o número de inscritos na Vila Olímpica chegou a quase 10.000 inscrições, nas diversas categorias esportivas, considerado pelo total das atividades disponíveis, significando um benefício para cerca de 5.000 indivíduos somente neste ano. Os recursos alocados pela Petrobras na Vila Olímpica, em 2004, foram de R\$ 1,1 milhão de reais, segundo informação de um dos entrevistados.

Com o viés da ação social a Petrobras/CENPES teve o convênio assinado com a UEVOM. As oportunidades de ação social foram: nutrição, identificar adolescentes em situação de risco social e a terceira idade (idosos). Para atacar o problema da desnutrição as crianças e adolescentes dispunham de médicos e nutricionistas. Psicólogos foram disponibilizados para adolescentes e jovens em situação de risco social. O grupo da terceira idade, em torno de 300 pessoas, dispôs de médicos para o acompanhamento de atividades físicas, inclusive hidroginástica.

Para avaliar os resultados e qualidade de gestão da Vila Olímpica foi contratada uma instituição competente que certificou os bons resultados, assim como, em decorrência do investimento social realizado avaliou positivamente a imagem da Petrobras entre os membros da comunidade.

Em 2004 houve uma paralisação das atividades da Vila Olímpica da Maré, as quais foram reiniciadas em setembro de 2005.

Segundo os entrevistados a Petrobras/CENPES visa a manter uma boa relação com as partes interessadas, dentre as quais a comunidade, um dos stakeholders prioritários, conforme consta no planejamento estratégico da empresa.

Outras ações de cunho social foram recentemente tomadas pelo CENPES, além dos projetos Vila Olímpica da Maré e Programa de Criança Petrobras.

A obra de expansão do CENPES, em um terreno ao lado da empresa, foi viabilizada pela cessão do terreno pela UFRJ que teve como parte da contrapartida investimentos socioambientais, tais como: escritórios modelo para o curso de Direito, consultórios de psicologia e investimentos no Hospital Universitário, que indiretamente passarão a dar melhor qualidade de vida aos moradores do bairro vizinho à UFRJ.

A construção do prédio trouxe, também uma nova oportunidade para cerca de 400 moradores, por intermédio do Programa de Qualificação Profissional na área da construção civil numa parceria entre o SENAI, a Petrobras/ENGENHARIA e uma ONG. Esse projeto visa a aumentar o grau de empregabilidade dos moradores da Maré, melhorar o nível socioeconômico do local e o relacionamento com a comunidade. São cursos de pedreiro, ladrilheiro e ajudantes e outros ligados à construção civil.

Foi também mencionado na entrevista, a visão da empresa de atuar em conjunto com outras empresas e instituições locais de forma a construir ações positivas e próativas visando a promoção do desenvolvimento local sustentável com a conseqüente a redução das taxas de violência nas comunidades da Maré e de Manguinhos.

Para finalizar foram feitas duas perguntas. Se o CENPES procurava divulgar sua marca na comunidade e demonstrar para os seus moradores o valor significativo para a comunidade a Instituição CENPES.

Em resposta foi dito que o CENPES não tem uma marca. A visão da Petrobras é ter uma única marca em todos os lugares em que estiver. Na torre da caixa d'água que

fica no centro da empresa e nas arquibancadas da Vila Olímpica estão pintadas as cores e duas letras que lembram a empresa Petrobras. O CENPES é a unidade de pesquisa da Petrobras.

A entrevista foi finalizada com a segunda pergunta: Quando há conflitos urbanos com sinais de violência bem próximos ao CENPES se influencia no comportamento organizacional dos empregados. A resposta dos entrevistados foi: Sim, logicamente há influência no bem-estar da força de trabalho.

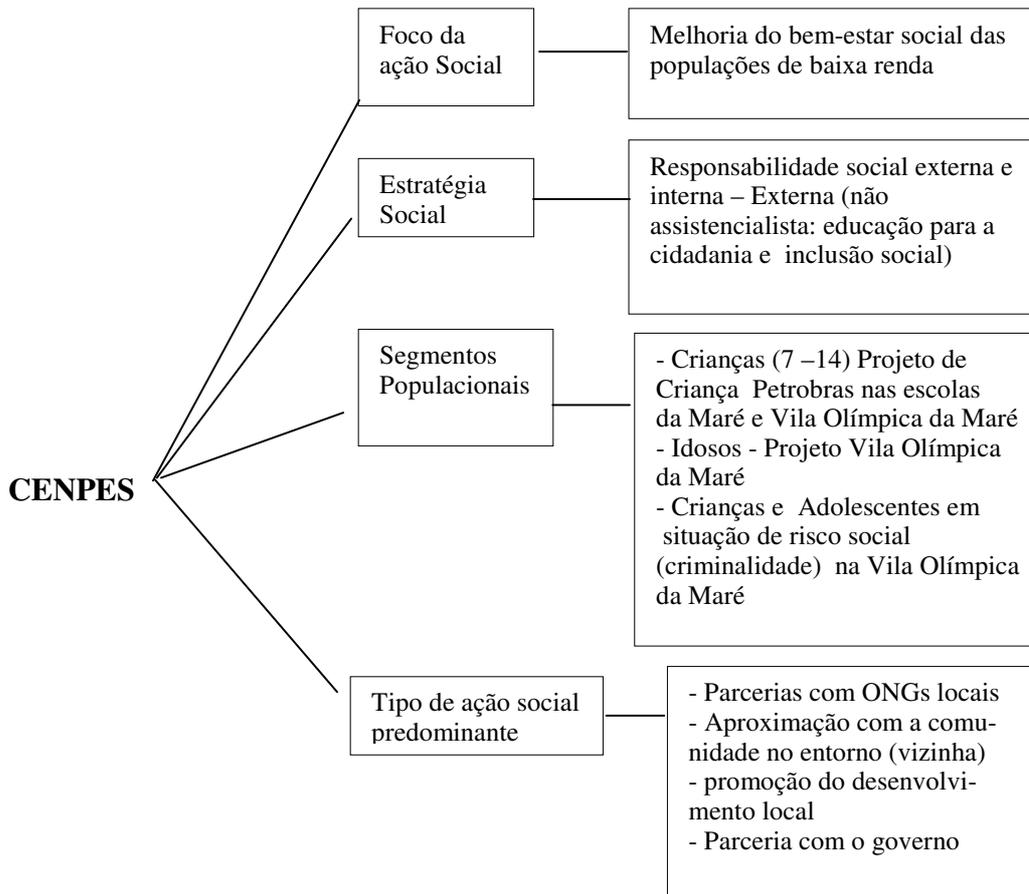


Figura 6 - Modelo de Gestão da Responsabilidade Social Externa - CENPES

4.3.2 Percepção dos Representantes da LAMSA

A entrevista foi realizada com um integrante da Coordenação de Desenvolvimento Socioambiental na sede da LAMSA – Linha Amarela S/A, concessionária que administra a Linha Amarela.

Essa entrevista foi desenvolvida nos mesmos moldes que a realizada com a primeira empresa alvo do estudo de caso. A LAMSA protocolou o ofício de solicitação de pesquisa acadêmica e agendou o horário e local. Na ocasião em que a entrevista foi realizada foi informado o tema do trabalho, os objetivos propostos no estudo e a contribuição para o meio acadêmico e empresarial que se teria com as informações que fossem prestadas.

A profissional apresentou a equipe de trabalho na área socioambiental, bem como as demais instalações da empresa. Tal procedimento propiciou ao entrevistador melhor entendimento sobre as atividades diárias de trabalho, em destaque para a missão, visão, valores cultuados pela entidade e o que se tem feito em relação à Responsabilidade Socioambiental constantes do Balanço social da empresa, os quais estão previstos no Planejamento Estratégico da empresa.

Para a entrevista foi utilizada uma ampla sala de reuniões, segundo a entrevistada a mesma onde é realizado o Fórum Comunitário com as várias lideranças comunitárias de entidades e comunidades do entorno da Linha Amarela apoiadas pela empresa. Neste local e ocasião a entrevista foi conduzida de forma espontânea a fim de permitir que o profissional entrevistado relatasse os projetos e histórico da área social da empresa de uma maneira geral e outros que expressassem maiores detalhes sobre um determinado evento que o entrevistador objetivasse dirimir.

De acordo com Yin (2001), a entrevista realizada de forma espontânea permite que se indague ao respondente sobre fatos de uma maneira geral ou sobre maiores detalhes de determinado evento.

Durante o curso da entrevista a entrevistada foi ouvida atentamente. O conteúdo relatado foi registrado, analisado e posteriormente transcrito. Acrescenta-se que foram ofertados pela empresa o último Balanço Social do ano de 2004 e outros materiais produzidos pela área de comunicação e marketing da empresa, ao quais foram acrescentados aos dados obtidos na entrevista e outros disponibilizados na página da empresa na Internet para a análise do caso.

Inicialmente foi informado quando e porque surgiu a preocupação com as causas sociais. Desde a criação da LAMSA, em 1997, houve a preocupação da empresa com os impactos sociais que a obra poderia ocasionar aos bairros da cidade do Rio de Janeiro por que a via expressa passaria. Desapropriação de imóveis, passagem de moradores para o lado oposto da via e a influência para o comércio local com a passagem da Linha Amarela foram alguns dos principais problemas enfrentados pela LAMSA. Diante de tais problemas a empresa procurou formas de compensar esses impactos sociais. De imediato, buscou indenizar de forma mais justa possível aos moradores proprietários dos imóveis que foram desapropriados. Em seguida, contratou pessoas das comunidades ao entorno do trajeto da via expressa, sem experiência, para os serviços operacionais e de cobrança de pedágio (caixa) capacitando-os por um período inicial de dois meses antes da efetiva cobrança do pedágio que teve início em 1º de janeiro de 1998.

A responsabilidade social na LAMSA foi materializada na sede da empresa com uma sala de serviço social desde sua criação. Com o passar dos anos esse trabalho embrionário passou a constituir-se em um Departamento, o qual é atualmente denominado de Socioambiental da empresa.

Em 1999 foi inaugurado o restante do trecho que liga o bairro de Bonsucesso à ilha do Fundão. A Linha Amarela, desta feita, passou cortar algumas das comunidades do Complexo da Maré. A empresa balizada em seus valores, crenças e missão, por intermédio de um grupo de funcionários procurou às associações de moradores locais da Maré que ficam às margens da via expressa para dialogar a respeito do melhor local onde seria colocada a uma passarela. O local escolhido foi uma área entre a Bento Ribeiro Dantas e a Vila dos Pinheiros. Uma das reivindicações da Bento Ribeiro Dantas foi que fizessem uma placa na Linha Amarela indicando o acesso ao local e que ali havia uma comunidade, procurando desta forma, segundo a entrevistada, “uma identidade,” isto é, “a comunidade existe e tem nome”.

Atendida tal reivindicação e visando uma aproximação melhor com as comunidades do Morro do Timbau, Baixa do Sapateiro, Conjunto e Vila dos Pinheiros, bem como a própria Bento Ribeiro Dantas, a LAMSA passou a procurar atender a outras necessidades e expectativas dos moradores, dentro dos princípios da empresa e com foco na geração de emprego e renda, esportes e no desenvolvimento da cidadania, tudo por intermédio de projetos sociais locais.

Descartou-se qualquer forma de assistencialismo ou filantropia tradicional. A LAMSA procurou implantar prioritariamente seus próprios projetos socioambientais.

Inicialmente a LAMSA adentrou a algumas das comunidades ao entorno e ouviu suas lideranças locais e a partir de então priorizou três áreas com projetos: Laboratório de Informática, Esportes e Geração de Emprego e Renda.

A direção da empresa em conjunto com o Departamento socioambiental decidiu priorizar o tipo de ação social predominante e a população assistida. A entrevistada que está na empresa desde a inauguração lembrou o lema da LAMSA: “Procurar fazer bem as ações sociais com poucas comunidades e com limites físicos à Linha Amarela”. As comunidades do Complexo da Maré priorizadas e próximas as margens da via expressa foram: Morro do Timbau; Baixa do Sapateiro, Bento Ribeiro Dantas; Conjunto Pinheiros e Vila dos Pinheiros. Acrescentou que a LAMSA participa de 19 projetos de cidadania ao longo da Linha Amarela compreendendo outras comunidades de outras áreas do município do Rio de Janeiro, como a Cidade de Deus.

Criou-se o projeto Fórum Comunitário da Maré na sede da empresa, cujas lideranças locais das comunidades assistidas vinham a LAMSA para participarem de um Painel. Nessa oportunidade, as lideranças dos moradores acrescentavam sobre o segmento populacional a ser assistido, como: crianças e adolescentes em situação de risco social e mães que trabalhavam e não tinham creche ou com quem deixarem seus filhos menores, e ainda ouviam e avaliavam os projetos realizados durante o ano pela empresa. A LAMSA, por sua vez, ouvia as necessidades e o tipo de população priorizada pelos moradores e colocava soluções simples e práticas, dentro de suas possibilidades da relação custo benefício.

Segundo a profissional, para a falta de creche, a LAMSA em parceria com o SESC criou o projeto “Mães Cegonhas” que além de proporcionar as mães que fossem trabalhar a tranquilidade de deixar seus filhos, dentro da comunidade, com outras mães vizinhas, conferia a essas mães cegonhas um curso de três semanas capacitando-as e expedindo um certificado proporcionando saúde, qualidade de vida e geração de trabalho e renda.

Para as crianças e adolescentes, visando à inclusão social através do esporte, a empresa doava material para a prática de futebol (bola, coletes e outros) e contratava um profissional para ministrar aulas. Ainda, para esse segmento populacional, mantém

um projeto de Transporte Escolar e ônibus Cultural, visando segurança no acesso à escola e diminuição da evasão escolar.

Acrescentou-se que a LAMSA têm outros projetos sociais: O Cinemaneiro, que visa à profissionalização na área cinematográfica, para adolescentes e jovens; Caminho da Cultura – profissionalização na área teatral e geração de trabalho e renda para jovens e adolescentes; Trânsito Legal – palestra nas escolas e divulgação de cartilhas às crianças para educação e segurança no trânsito; projeto COOTRABOM (Meio Ambiente) - retirar do meio ambiente garrafas plásticas através de moradores de comunidades ao entorno e utilizando maquinário de compactação para reciclagem deste material visando a geração de trabalho e renda aliada a proteção do meio ambiente. E ainda, Feiras de Cidadania – disponibilizar diversos serviços às comunidades.

A respeito de parcerias com ONGs a LAMSA mantém parceria com o CEASM e Ação Comunitária. Não utiliza as “ONGs de fora”. Prefere trabalhar com seus próprios projetos e com ONGs formadas e gerenciadas por moradores e ex-moradores de comunidades.

Quanto à imagem institucional da empresa, não havia divulgação das atividades sociais da LAMSA até a dois anos quando foi criado o Departamento de Marketing da empresa. Via Expressa é a denominação do periódico distribuído aos usuários que passam pelo pedágio da Linha Amarela. De acordo com o setor de controle de tráfego em média de noventa a cem mil carros/dia pagam o pedágio.

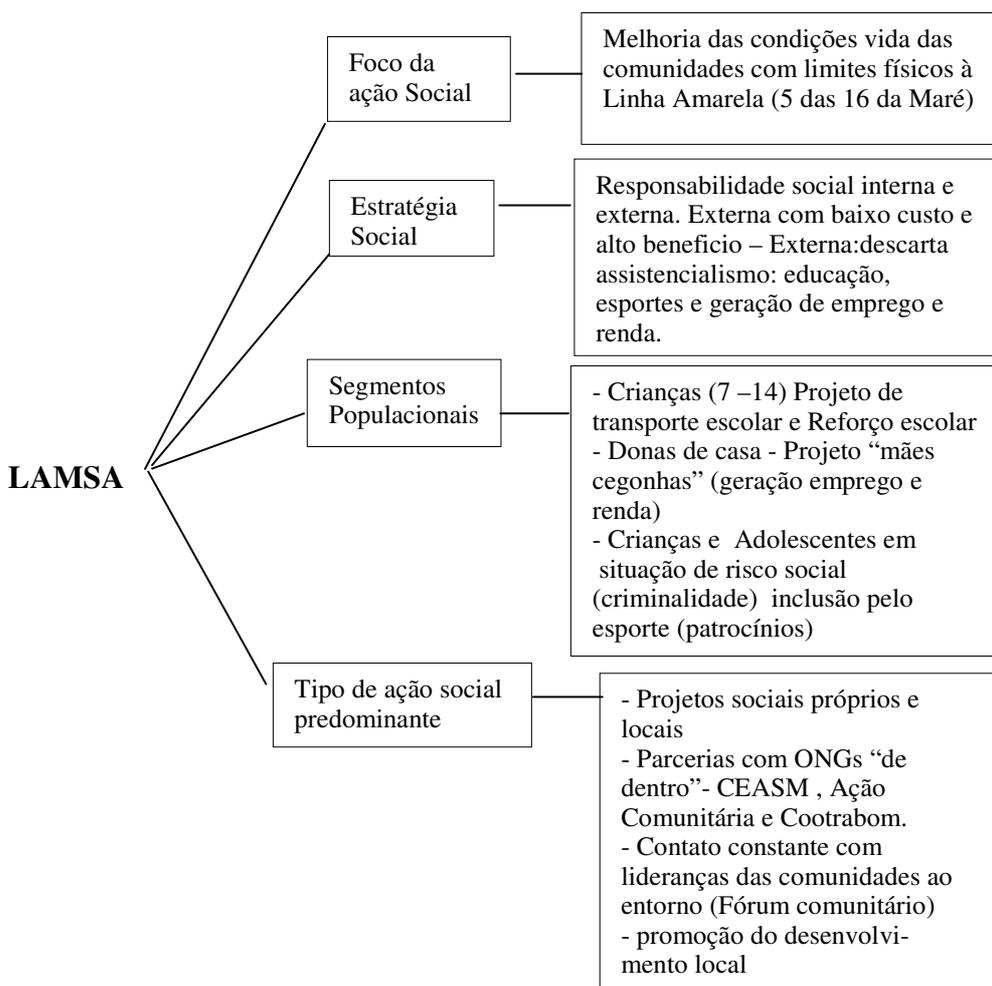


Figura 7 - Modelo de Gestão da Responsabilidade Social Externa – LAMSA

A partir do modelo de Gestão da Responsabilidade Social Externa das empresas CENPES e LAMSA criou-se um modelo Teórico a seguir apresentado. O modelo de Responsabilidade Social é composto dos seguintes elementos: o escopo; a natureza dos projetos sociais; o foco das ações sociais; os segmentos populacionais alvo das ações sociais; as áreas temáticas e a amplitude de relacionamento com a comunidade ao entorno da organização.

Inicia-se pela identificação do escopo da Responsabilidade Social da empresa, se interna (RSInt) ou externa (RSExt), conforme já descrito no referencial teórico, podendo ocorrer gestão simultânea das duas modalidades: em prol de seus integrantes e a favor, também de um dos seus *stakeholder*, a comunidade. O desenho do modelo de gestão social finaliza com o grau de amplitude de relacionamento da organização com a comunidade, se amplo ou restrito.

Assim torna-se possível esquematizar o modelo de gestão social de uma determinada organização com base nos elementos que compõe o modelo teórico.

Modelo teórico de Gestão da Responsabilidade Social Externa

Escopo	RSInt	RSExt	Ambos	
Natureza dos Projetos Sociais	Próprios	De Terceiros	Ambos	
Foco das Ações Sociais	Prioritárias	Secundárias	Emergentes	
Segmentos populacionais Alvo das Ações Sociais	Crianças	Jovens	Adultos	Idosos
Tipos de Ações Desenvolvidas	Voluntariado	De Inserção na Comunidade	Fomento da Ação Social	
Alvo das Ações Sociais	Segmentos Populacionais	Comunidades	Ambos	
Áreas Temáticas	Educação	Saúde	Segurança	Emprego Outras
Amplitude de Relacionamento Com a Comunidade	Restrito		Amplio	

Fonte: Elaboração do autor.

Figura 8 - Modelo teórico de Gestão da Responsabilidade Social Externa

4.4. Avaliação das relações empresa -comunidade

4.4.1. Avaliação da Gestão da RS Externa: relações empresa CENPES - comunidade da Maré

Item	Quesito	Sim	Não	Peso	valor	Obs
1	A empresa atua no âmbito da responsabilidade social externa, desenvolvendo relações com a comunidade a sua volta?	X			1	
2	O tipo de relação é direto através de projetos sociais próprios?	X		x 3	3	
3	O tipo de relação é indireto através de apoio a programas sociais do governo ou de entidades?			x 2	2	
4	Ou, ainda através de doações?			x 1		
5	As ações sociais da empresa são direcionadas para problemas sociais?	X			1	
6	São problemas sociais prioritários?			x 2	2	
7	Ou secundários?			x 1		
8	Ou ainda, problemas sociais emergentes?	X		x 3	3	
9	O alvo das ações sociais da empresa é a comunidade?	X		x 1		
10	Ou segmentos populacionais?	X		x 2	2	
11	Ou ainda, os segmentos populacionais de maior carência e em situações de risco?	X		x 3	3	
12	As ações sociais da empresa são do tipo voluntariado?			x 1		
13	Ou de inserção na comunidade?	X		x 2	2	
14	Ou ainda, de fomento ao desenvolvimento social?	X		x 3	3	
15	O escopo das relações da empresa com a comunidade é limitado (envolvendo apenas uma entidade) ?			x 1		
16	Ou é restrito (envolvendo até duas entidades)?	X		x 2		
17	Ou ainda, de escopo amplo (envolvendo parceiros diversos)?			x 3	3	

Total de pontos: 25

Análise: O CENPES, na gestão da responsabilidade social externa, está situado no intervalo de 16 a 30 pontos, conforme modelo (checklist) de avaliação das relações empresa-comunidade de Melo Neto e Froes, demonstrado na revisão da literatura. A empresa, por utilizar os valores da Petrobras adota estratégia social globalizante. Ao alcançar a pontuação se aproxima da pontuação máxima de 30 pontos, destinados a empresas que gerenciam com eficiência e eficácia suas relações com a comunidade.

4.4.2. Avaliação da Gestão da RS Externa: relações empresa LAMSA -comunidade da Maré

Item	Quesito	Sim	Não	Peso	valor	Obs
1	A empresa atua no âmbito da responsabilidade social externa, desenvolvendo relações com a comunidade a sua volta?	X			1	
2	O tipo de relação é direto através de projetos sociais próprios?	X		x 3	3	
3	O tipo de relação é indireto através de apoio a programas sociais do governo ou de entidades?	X		x 2	2	
4	Ou, ainda através de doações?	X		x 1	1	
5	As ações sociais da empresa são direcionadas para problemas sociais?					
6	São problemas sociais prioritários?	X		x 2	2	
7	Ou secundários?			x 1		
8	Ou ainda, problemas sociais emergentes?	X		x 3	3	
9	O alvo das ações sociais da empresa é a comunidade?	X		x 1	1	
10	Ou segmentos populacionais?	X		x 2	2	
11	Ou ainda, os segmentos populacionais de maior carência e em situações de risco?	X		x 3	3	
12	As ações sociais da empresa são do tipo voluntariado?	X		x 1	1	
13	Ou de inserção na comunidade?	X		x 2	2	
14	Ou ainda, de fomento ao desenvolvimento social?	X		x 3	3	
15	O escopo das relações da empresa com a comunidade é limitado (envolvendo apenas uma entidade) ?			x 1		
16	Ou é restrito (envolvendo até duas entidades)?	X		x 2	2	
17	Ou ainda, de escopo amplo (envolvendo parceiros diversos)?			x 3		

Total de pontos: 25

Análise: A empresa está situada no intervalo de 16 a 30 pontos. Neste intervalo, de acordo com a avaliação das relações empresa-comunidade da gestão da responsabilidade social externa, constante do referencial teórico, é boa gestora de ações sociais em suas relações com a comunidade. A LAMSA canaliza seus recursos para diversas ações sociais priorizando o foco e a melhor relação benefício-custo.

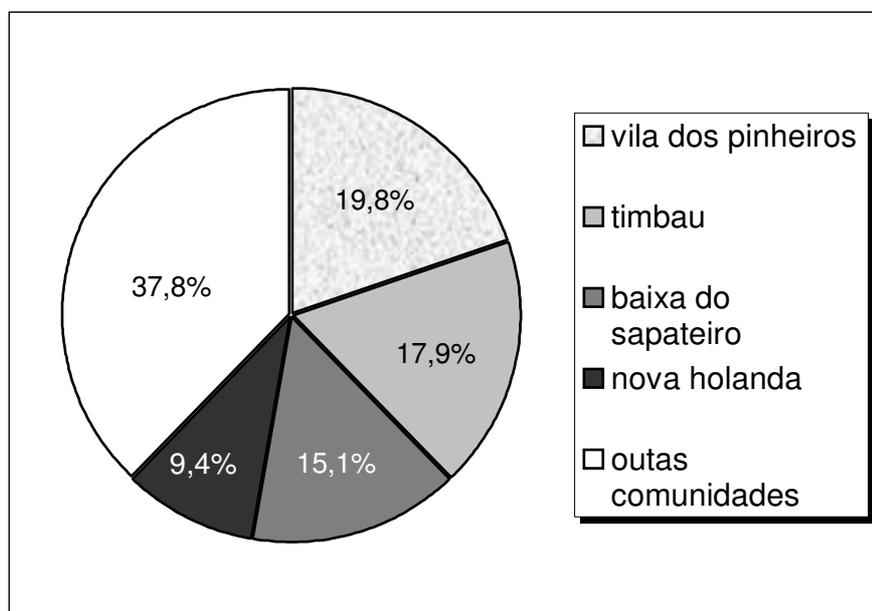
4.5 Resultado e Análise do Questionário

Esta fase do trabalho de pesquisa apresenta os resultados da análise do questionário utilizado na coleta de dados com uma amostra dos moradores da Maré.

O questionário foi composto de 18 perguntas. As cinco primeiras perguntas tiveram por finalidade a identificação de alguns dados sócio-demográficos: sexo; idade, estado civil; nível de instrução e qual comunidade do Complexo da Maré o respondente mora. Os resultados destas cinco questões são apresentados a seguir.

Participaram do estudo 214 moradores do Complexo da Maré constituído por 16 comunidades. Em sua maioria, os participantes eram da Vila dos Pinheiros (19,6%), 17,8% do Timbau, 15% da Baixa do Sapateiro e Nova Holanda com 9,3%. Outras comunidades da Maré totalizaram 37,8 %, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1 – Frequência relativa dos moradores da Maré, segundo a comunidade



Fonte: Dados da pesquisa

As outras comunidades que totalizaram o percentual de 37,8% foram: Bento Ribeiro Dantas (8,5%); Parque União (8,0%); Conjunto Pinheiros (7,5%); Vila do João (6,1%); Roquete Pinto (4,2%) e ainda as comunidades de: Rubens Vaz, Praia de Ramos, Conjunto Esperança, Nova Maré e Parque Maré com menos de 1% cada.

Do total de questionários respondidos, 65,2% eram do gênero feminino e 34,8% do gênero masculino. Quanto ao estado civil foram 55,7% solteiros, 36,0% casados, 3,3% viúvos e 2,4% divorciados. Quanto à idade, a maioria (32,4%) tinha de 21 a 30 anos. Em relação ao nível de instrução, 43,4% apresentava o ensino médio incompleto ou completo, 36,8% o ensino fundamental, 19,3% o superior e 0,5% pós-graduação.

A Tabela 4 identifica a faixa etária com frequências e percentagem dos participantes da pesquisa. Estes dados retratam que houve uma distribuição próxima da equitativa entre as faixas etárias. Não houve portanto, uma concentração para uma determinada faixa de idade.

Tabela 4 – Frequência simples e percentagem de participantes por faixa etária

Faixas etárias	Frequência	Percentagem
14-20 anos	48	22,5
21-30 anos	69	32,2
31 a 40 anos	57	26,6
41 ou mais	39	18,2
Não respondeu	01	0,5

A análise a seguir é referente à sexta questão: o conhecimento da expressão Responsabilidade Social por parte dos moradores da Maré, descrito na Tabela 5, bem como uma amostra com alguns respondentes que justificaram o conhecimento de “Responsabilidade Social” (Quadro 4).

Utilizou-se o teste do qui-quadrado, descrito no referencial teórico, com a finalidade de comprovar se existe diferença significativa entre a frequência observada e a frequência esperada em cada categoria. No caso, o grau de conhecimento do termo Responsabilidade Social e o grau de instrução dos respondentes. Esperava-se que o grau de instrução, por intermédio dessa prova não-paramétrica, se enquadrasse com o grau de conhecimento de responsabilidade social. A Tabela 6 apresenta a distribuição do grau de instrução pelos níveis de instrução.

Os dados da Tabela 5 indicam que a maioria (59,1%) dos participantes desconhece a expressão “responsabilidade social” ou apenas ouviu falar dela, enquanto 34,2% conhecem ou conhecem muito.

Tabela 5 - Conhecimento sobre o termo Responsabilidade Social

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Não conheço	85	39,7	41,5	41,5
já ouvi falar	36	16,8	17,6	59,0
Conheço pouco	22	10,3	10,7	69,8
Conheço	49	22,9	23,9	93,7
Conheço muito	12	5,6	5,9	99,5
Não respondeu	1	0,5	0,5	100,0
Total	205	95,8	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

A Tabela 6 mostra o grau de conhecimento do termo Responsabilidade Social por nível de instrução. Do total dos respondentes com nível instrução superior (64,3%) conhecem ou conhecem muito o termo “responsabilidade social”. Se considerado o total com ensino médio, o percentual é de 31,4%. Quanto aos respondentes com grau de instrução ensino fundamental (76,3%) não conhecem ou apenas ouviram falar de responsabilidade social.

Tabela 6 - Nível de instrução/conhecimento do termo Responsabilidade Social

Nível de instrução	Você conhece o termo Responsabilidade Social?					Total
	Não conheço	já ouvi falar	conheço pouco	conheço	Conheço muito	
Ensino fundamental	45	13	10	4	3	76
Ensino médio	37	13	9	24	3	86
Ensino superior	2	10	3	21	6	42
Total	84	36	22	49	12	204

O resultado do teste revelou que os dados esperados correspondem aos dados coletados. Seis (6) células (33,3%) têm uma expectativa menor que cinco (5). O mínimo de expectativa é 0,00 (Zero).

Tabela 7 - Aplicação do teste do Qui-quadrado (Chi-Square Tests)

	Valor	df	Asymp. Sig. (Significância)
Pearson Chi-Square (teste qui-quadrado)	53,272(a)	10	,000
Likelihood Ratio	62,371	10	,000
Linear-by-Linear Association (Associação linear-linear)	34,923	1	,000
N dos casos Válidos	204		

O Quadro 4 sintetiza o conceito de responsabilidade social dos moradores que desejaram justificar seu conhecimento sobre responsabilidade social na 6ª questão do instrumento de pesquisa. Tendo como referência as informações deste quadro, pode-se afirmar que o nível de conhecimento dos respondentes a este respeito é próximo de 20% da amostra, pois apenas 41 entrevistados expressaram suas opiniões.

Quadro 4 – Conceito de Responsabilidade Social por parte dos moradores da Maré

Questionário	Conceito
Q2	São as empresas que se preocupam com as comunidades.
Q7	E o que você pode fazer para melhorar o local onde vive.
Q8	E quando uma empresa investe parte do seu lucro no desenvolvimento social.
Q9	Significa maior participação da sociedade e empresas no desenvolvimento social e econômico da população marginalizada.
Q11	Integração de pessoas pouco informadas a ter acesso a esportes, saúde e melhor expectativa de vida.
Q12	São trabalhos sociais, ONG e ajuda do governo em áreas carentes.
Q16	A sociedade é responsável pelo todo.

Q18	Responsabilidade com os direitos e deveres sociais com a comunidade
Q19	É a responsabilidade que parte das empresas em diminuir as desigualdades sociais.
Q22	Uma forma das empresas devolverem para a sociedade uma parte de seus lucros.
Q24	Forma capitalista para fazer dos trabalhadores e dos recursos naturais meios sustentáveis para a sobrevivência do capitalismo.
Q26	Compromisso que as empresas têm com seus funcionários, meio ambiente a comunidade no entorno buscando o desenvolvimento sustentável.
Q29	Atingir grande parte da população que não tem acesso aos meios culturais e educativos.
Q39	É o mínimo de condições de vida oferecido para um cidadão.
Q42	E você cumprir as normas e leis sociais.
Q59	E o que as empresas podem fazer para promover o bem-estar social, através de projetos ou financiando-os.
Q73	E a responsabilidade de todos.
Q76	E o que a população brasileira necessita com urgência.
Q82	Ajudar o próximo e reivindicar direitos.
Q84	Direito e dever de cada um.
Q85	Contribuir com a limpeza da comunidade e encaminhar menores que trabalham nas ruas a projetos.
Q87	E fazer o possível para melhorar as condições da sociedade.
Q90	E o compromisso de participar com ajuda pessoal na comunidade.
Q95	Tudo que pode ser feito para melhorar a comunidade e que for para o bem de todos.
Q99	Quando uma ONG ajuda um bairro carente.
Q112	Obediência às leis.
Q133	É quando uma pessoa física ou jurídica assume uma responsabilidade beneficente.
Q139	É a responsabilidade no que diz respeito à sociedade e tem repercussão social.
Q140	Responsabilidade das empresas em apoiarem e investirem em ações sociais.
Q142	É saber se socializar com outro, se integrando.
Q144	É o dever de trabalhar em comum acordo; visa o bem-estar do próximo.
Q151	A preocupação de uma empresa pela comunidade onde esta inserida.
Q155	Empresas que implantam projetos sociais e educacionais em comunidades.
Q158	É dar todos os direitos à sociedade (pobres, brancos, pretos, todas as raças)
Q171	É quando numa comunidade existe uma carência e a sociedade tenta ajudar.
Q173	É a gente ser social; ter vida social na comunidade.
Q174	É a responsabilidade do governo com a população em geral.
Q192	Projetos que beneficiam a sociedade.
Q194	Trabalhar com pessoas carentes ver quais as necessidades delas.
Q203	É tudo que a pessoa faz para melhorar o bairro em que vive.
Q206	É a busca de integração de uma comunidade com os meios globais e sociais.

As perguntas do questionário, compreendidas entre a 7ª e a 12ª questões, versam sobre o nível de conhecimento com relação às empresas alvo do estudo; o número de pessoas residentes na Maré que conhecessem e trabalham em uma das empresas e o que elas sabem sobre os projetos da LAMSA ou CENPES em prol de alguma comunidade da Maré.

A empresa LAMSA (Linha Amarela S/A) é conhecida por 56,2% e desconhecida por 43,9% dos participantes. Consideraram-se as opções de conhecer pouco até conhecer muito, a Tabela 8 identifica de forma mais detalhada esse grau de conhecimento. Os maiores percentuais recaem em “Conheço” (37,3%), seguido de “Não conheço” (25,5%).

Tabela 8 - Conhecimento sobre a empresa LAMSA

Escala	Frequência	Percentual	Validade Percentual (I)	Percentual Cumulativo
Não conheço	54	25,2	25,5	25,5
Já ouvi falar	39	18,2	18,4	43,9
Conheço pouco	30	14,0	14,2	58,0
Conheço	79	36,9	37,3	95,3
Conheço muito	10	4,7	4,7	100,0
Total	212	99,1	100,0	
Não respondeu	2	,9		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

De acordo com os dados da pesquisa (Tabela 9), no que se refere à empresa CENPES (Centro de Pesquisas da Petrobras S/A– sede Fundão), pode-se afirmar que a mesma é desconhecida por 60% dos entrevistados e conhecida por apenas 40% dos participantes. O desconhecimento do nome da empresa CENPES pode ter ocorrido por parte dos respondentes em face de não conhecerem propriamente dito o Centro de Pesquisas da Petrobras, mas simplesmente a Petrobras. Ou, por outra razão, de não estar exatamente nos limites físicos das comunidades da Maré, como é caso da LAMSA – Linha Amarela, a qual tem por margens algumas das comunidades.

Tabela 9 - Conhecimento sobre a empresa CENPES

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Válido (I)	Percentual Cumulativo
Não conheço	79	36,9	37,6	37,6
já ouvi falar	47	22,0	22,4	60,0
Conheço pouco	20	9,3	9,5	69,5
Conheço	55	25,7	26,2	95,7
Conheço muito	9	4,2	4,3	100,0
Total válido	210	98,1	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

O objetivo das questões 7 e 8 do questionário foi verificar se os moradores das comunidades da Maré conhecem algumas das empresas que realizam projetos sociais nas comunidades da Maré; no caso específico às empresas objeto da pesquisa. Algumas

comunidades são assistidas diretamente por programas sociais desenvolvidos pelas empresas LAMSA e CENPES. Ora por intermédio de parcerias com ONGs locais – “ONG de dentro”, ora por projeto executados por funcionários da empresa.

De acordo com o referencial teórico as empresas obtêm benefícios com a execução de projetos ou programas sociais nas comunidades no entorno. A valorização da imagem institucional da empresa é um desses benefícios.

Quanto à pergunta se o respondente conhece alguma pessoa que trabalha na empresa LAMSA que reside em alguma das comunidades do bairro Maré. Os participantes declararam em sua maioria (91,5%) que não conhecem nenhuma pessoa da comunidade que trabalha na LAMSA.

Por outro foco, em compensação dos 212 questionários respondidos chegam ao número de 60 pessoas que são lembradas pelos moradores por trabalharem na LAMSA, se considerado a frequência e quantitativo de duas pessoas ou mais. A Tabela 10 representa tal situação.

Tabela 10 - Conhecimento de alguém que trabalhe na LAMSA e resida no Bairro Maré

	Frequência	Percentual	Percentual Válido (I)	Percentual Cumulativo
Nenhuma	195	91,1	91,5	91,5
Uma pessoa	4	1,9	1,9	93,4
Duas pessoas	8	3,7	3,8	97,2
Três pessoas	1	,5	,5	97,7
Quatro ou mais pessoas	5	2,3	2,3	100,0
Total	213	99,5	100,0	
Não respondeu	1	,5		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Com relação ao número de moradores do Bairro Maré que trabalham no CENPES, a maioria dos respondentes (84,9%) declarou que desconhecem qualquer morador do complexo da Maré que trabalhe nesta empresa.

Tabela 11 - Conhecimento de alguém que trabalhe no CENPES que resida na Maré

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Nenhuma	180	84,1	84,9	84,9
Uma pessoa	17	7,9	8,0	92,9
Duas pessoas	7	3,3	3,3	96,2
Três pessoas	3	1,4	1,4	93,6
Quatro ou mais pessoas	5	2,3	2,4	100,0
Não respondeu	2	,9		
Total Válido	212	99,1	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

Considerando os dados da Tabela 11, da mesma forma que considerado para os dados da outra empresa analisada, o número de pessoas lembradas pelos entrevistados que trabalham CENPES pode chegar a 60 pessoas se considerada que as pessoas não são as mesmas lembradas por outros respondentes.

Uma grande percentagem de participantes (83%) desconhece qualquer projeto social desenvolvido pela LAMSA, conforme mostra a Tabela 12.

Em relação a LAMSA 83% desconhecem qualquer projeto social da empresa, o que mostra uma situação bastante similar entre as duas instituições.

Tabela 12 - Conhecimento de algum projeto social da LAMSA realizado na Maré

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Não conheço	176	82,2	83,0	83,0
Já ouvi falar	12	5,6	5,7	88,7
Conheço pouco	7	3,3	3,3	92,0
Conheço	12	5,6	5,7	97,6
Conheço muito	5	2,3	2,4	100,0
Não respondeu	2	,9		
Total Válido	212	99,1	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

Da análise qualitativa das respostas dos que relacionaram qual projeto ou projetos a LAMSA é responsável, de acordo com a Tabela 13, verificou-se que foram seis projetos citados, sendo quatro deles desenvolvidos diretamente pela própria empresa, os quais foram: o Transporte Escolar, por meio de dois ônibus, para alunos de uma escola pública do ensino fundamental localizada na ilha do Fundão até a comunidade, ida e volta, duas vezes por dia, de segunda-feira a sexta-feira. O “Cine maneiro”, como o nome do projeto já indica cinema para adolescentes e jovens da comunidade e o projeto Cootrabom (Cooperativa dos Trabalhadores do Complexo de Bonsucesso) que visa à preservação do meio ambiente por intermédio da troca de um agente poluidor, garrafa *pet*, por terra e semente usando a mesma embalagem transformada em vaso de plantas e distribuída e trabalhada por uma comunidade ao entorno da Linha Amarela.

As ONGs de dentro, são aquelas que nasceram na comunidade e são dirigidas por moradores ou ex-moradores, o CEASM – Centro de Ações Solidárias da Maré e a Rede Memória da Maré, que visa a resgatar e valorizar a história do local e seus moradores através dos tempos. Essas ONGs foram lembradas duas vezes mais que os projetos realizados diretamente pela própria LAMSA.

Tabela 13 - Projetos Sociais desenvolvidos pela LAMSA

Direto - Própria Empresa	Transporte Escolar	Cine Maneiro	Cootrabom	-	-	Karatê Vila do João	Total
ONG “dentro”				CEASM	Rede Memória		
ONG “Fora”							
Total	4	3	1	5	10	1	24

A Tabela 14 mostra o conhecimento dos moradores da Maré em relação a algum projeto social desenvolvido por essa empresa CENPES e quais projetos. Do percentual válido da pesquisa 82,7% dos respondentes afirmaram que não conhecem os projetos sociais dessa empresa.

Tabela 14 - Projetos sociais do CENPES realizados na Maré

Projetos Sociais – n = 23

n = 23	Programa de crianças Petrobras	Parceria com CEASM	Vila Olímpica da Maré	Clube da Petrobras (CENPES)
Maré	12	8	2	1

Por outro lado, a Tabela 15 mostra que a participação nos projetos desenvolvidos pelas instituições analisadas é bastante insignificante porque apenas seis dos entrevistados participaram ou participam de algum projeto social.

Tabela 15– participação em algum dos projetos

	Participou	participa	Não participou
Maré	6	1	207

Os objetivos das questões 13, 14 e 17 do questionário respectivamente, foram: que os moradores das comunidades da Maré priorizassem o que consideravam mais necessário até o menos necessário, quanto à contribuição que as empresas LAMSA e CENPES poderia oferecer a eles. Para o quesito seguinte a prioridade de 1 para o mais necessário e até 5 para o menos necessário, quanto ao tipo de população de deveria ser atingida por programas sociais. Para a questão 17 foram elencadas opções como: construção de creches comunitárias; implantação de atividades culturais; saneamento e limpeza de ruas; cursos profissionalizantes; manutenção de Posto de Saúde, bem como uma opção para o entrevistar acrescentar: outros.

Alguns moradores não colocaram os números de 1 a 5, do mais necessário para o que não fosse tão necessário. Provavelmente eles não entenderam e optaram em colocar um “x” em apenas uma opção, entendendo como apenas e exclusivamente aquela opção ser a mais necessária. Foi tabulada a primeira e única prioridade. Outros colocaram 1 em todas as opções, desta feita não possível identificar a opção que o morador desejou priorizar, na tabulação foram considerados como erro esse tipo de preenchimento. Alguns moradores deixaram em branco, não respondendo o quesito.

Em termos da contribuição social das duas empresas, encontra-se na (Tabela 16) a frequência do que a comunidade do Bairro da Maré considera necessário em primeiro lugar, ou seja, a mais alta prioridade, do mais ao menos frequente. O mais importante para os moradores é educação (36,9%), seguida de inclusão profissional (24,3%) e assistência social (13,1%).

Tabela 16 – Tipo de contribuição social esperada das empresas alvo do estudo

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)
assistência social	28	13,1	14,1
alimentação	22	10,3	11,1
educação	79	36,9	39,9
saneamento básico	16	7,5	8,1
inclusão profissional	52	24,3	26,3
outras contribuições sociais	1	,5	,5
Total	198	92,5	100,0
Não respondeu	16	7,5	
Total	214	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

A educação é considerada a prioridade número 1 dos moradores, com 39,9% do percentual válido. Ainda como opção de primeira prioridade para 26,3% dos entrevistados que responderam corretamente a questão à opção por inclusão profissional ficou em segundo lugar.

Destaca-se da tabela anterior que a inclusão profissional (26,3%), por meio de cursos profissionalizantes, sinaliza que os moradores da Maré, assim como as empresas alvo do estudo, descartam a filantropia tradicional. Tais moradores buscam a geração de emprego e renda, não querem esmolas; Estes moradores querem oportunidades de trabalho. A filantropia não agrega valor por intermédio da geração de emprego e renda e não gera o Desenvolvimento Sustentável, conforme mencionado no referencial teórico. Os projetos “mães cegonhas”, administrado pela LAMSA e a inclusão profissional de moradores no recrutamento e seleção de profissões básicas ligadas à engenharia civil pelo setor de Engenharia da Petrobras evidenciam a preocupação dessas empresas com o desenvolvimento sustentável da Maré e geração de emprego e renda para uma parte de seus habitantes.

Quanto à contribuição social que as duas empresas LAMSA e CENPES que a comunidade do Bairro da Maré considera necessário e que as duas empresas também poderiam oferecer encontra-se na Tabela 17 e representa a frequência da segunda maior prioridade.

Da mesma forma que a primeira prioridade a educação também é priorizada como a segunda opção. O Censo Maré 2000 (A Maré em dados: 2000, p.38) detectou uma informação bastante significativa quanto à estrutura populacional da Maré: crianças e pré-adolescentes, na faixa etária de 0 a 14 anos representam 30% dos habitantes da Maré, sendo 16% desse total pertencente à faixa de idade 0 a 6 anos, na idade pré-escolar. O segundo grupo de 7 a 14 anos representa 14% que estão em idade escolar. O Censo realizado pela ONG CEASM conclui que para esse tipo de população há demandas específicas em termos de educação e cultura.

Para a 13ª questão houve a opção para o respondente lançar em “outros” sua prioridade esperada pelas empresas LAMSA e CENPES. Alguns poucos respondentes acrescentaram as seguintes opções, as quais constam em número das tabelas pertinentes a essa questão de prioridade, porém sem percentual significativo: tratamento

odontológico; esportes; cursos profissionalizantes, saúde; posto médico 24 horas e segurança.

Tabela 17 – Segunda prioridade de contribuição social esperada das empresas

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)
assistência social	36	16,8	18,8
alimentação	38	17,8	19,8
educação	64	29,9	33,3
saneamento básico	17	7,9	8,9
inclusão profissional	36	16,8	18,8
outras contribuições sociais	1	,5	,5
Total Válido	192	89,7	100,0
Erro ou não respondeu	22	10,3	
Total	214	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

Em termos da contribuição social das duas empresas, encontra-se na (Tabela 18) a frequência do que a comunidade do Bairro da Maré considera necessário em terceiro lugar, ou seja, a terceira maior prioridade, do mais ao menos freqüente, onde a alimentação e a assistência social também aparecem de modo prioritário.

Tabela 18: Terceira prioridade de contribuição social esperada das empresas

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)
assistência social	41	19,2	21,8
alimentação	48	22,4	25,5
educação	32	15,0	17,0
saneamento básico	33	15,4	17,6
inclusão profissional	32	15,0	17,0
outras contribuições sociais	2	,9	1,1
Total Válido	188	87,9	100,0
Erro ou não respondeu	26	12,1	
Total	214	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

Em termos da contribuição social das duas empresas, encontra-se abaixo a frequência do que a comunidade do Bairro da Maré considera menos necessário ou necessário em último lugar, do mais ao menos freqüente. O saneamento básico foi o item mais citado em quinto e último lugar de prioridade. Tal opção corrobora com o citado por Souza e Silva (2003) que identifica o saneamento básico e a coleta regular de lixo como raros indicadores urbanos positivos que a Maré apresenta. A própria história das comunidades da Maré (Quadro 2) sinaliza as ações realizadas pelo Estado visando à erradicação das palafitas com construção de casas e apartamentos em arruamentos com implantação da rede de esgoto e abastecimento de água. Das 16 comunidades da Maré, nove foram construídas pelo poder público.

Tabela 19 – Última prioridade em contribuição social esperada das empresas

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)
assistência social	33	15,4	19,0
alimentação	34	15,9	19,5
educação	4	1,9	2,3
saneamento básico	63	29,4	36,2
inclusão profissional	39	18,2	22,4
outras contribuições sociais	1	,5	
Total Válido	174	81,3	100,0
Erro ou não respondeu	40	18,7	
Total	214	100,0	

(I) corresponde aos questionários válidos.

As ações e programas sociais das empresas também foram analisados em termos de prioridade, nas mesmas bases da questão anterior. Os respondentes afirmaram que as ações são direcionadas principalmente para crianças (30,9%) e adolescentes (27,2%), totalizando esses dois grupos 58,1%. Se for considerado os jovens o percentual cumulativo atinge 64,9%. Chefes de famílias desempregados (24,6%) representam uma parte considerável, pois estão na faixa etária considerada ativa para força de trabalho. O Censo Maré 2000 evidenciou que menos de 1/3 dos trabalhadores locais afirmaram receber mais de 2 salários mínimos por mês. Os idosos, donas de casas e jovens isoladamente não são priorizados destas ações por parte dos respondentes.

Tabela 20 – Prioridade de população a ser assistida por programas sociais

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
crianças	59	27,6	30,9	30,9
adolescente	52	24,3	27,2	58,1
jovens	13	6,1	6,8	64,9
idosos	15	7,0	7,9	72,8
chefes de família desempregados	47	22,0	24,6	97,4
donas de casa desempregadas	5	2,3	2,6	100,0
Total Válido	191	89,3	100,0	
Erro ou não respondeu	23	10,7		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Em termos da população a qual é dirigida à ação ou programa social das empresas, a Tabela 21 evidencia as frequências de cada população, no segundo lugar em prioridade.

Para a segunda prioridade, os adolescentes foram priorizados (32,3) em seguida com maior frequência para a 2ª prioridade os jovens com 25,3% do percentual válido.

Isto sinaliza que na primeira prioridade as crianças e adolescentes mais vulneráveis ao risco social. Na segunda prioridade os jovens que também passam por problemas sociais e econômicos e risco social alto.

Tabela 21 – Segunda prioridade de população a ser assistida por programas sociais

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Crianças	27	12,6	14,5	14,5
Adolescentes	60	28,0	32,3	46,8
Jovens	47	22,0	25,3	72,0
Idosos	17	7,9	9,1	81,2
chefes de família desempregados	20	9,3	10,8	91,9
donas de casa desempregadas	15	7,0	8,1	100,0
Total Válido	186	86,9	100,0	
Erro ou não respondeu	28	13,1		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Em terceiro lugar em prioridade para qual população devem ser focados as ações ou programas sociais, a Tabela 22 evidencia as frequências e destaca os jovens com a 3ª prioridade na opinião dos moradores da Maré.

Tabela 22 – Terceira prioridade de população a ser assistida por programas sociais

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Crianças	32	15,0	17,4	17,4
Adolescente	30	14,0	16,3	33,7
Jovens	52	24,3	28,3	62,0
Idosos	25	11,7	13,6	75,5
Chefes de família desempregados	29	13,6	15,8	91,3
Donas de casa desempregadas	16	7,5	8,7	100,0
Total Válido	184	86,0	100,0	
Erro ou não respondeu	30	14,0		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

As tabelas 23 e 24 mostram as frequências de cada população, no penúltimo e último lugar em prioridade, em termos da população a qual devem ser dirigidos as ações ou programas sociais das empresas. Para a penúltima prioridade, os idosos foram para os respondentes do questionário o grupo que tem menor prioridade com 24,7% do

percentual válido. As donas de casa desempregadas ou ociosas foram às últimas em prioridade com 42,2%, seguidas pelo grupo dos idosos, para a última prioridade 24,2% (Tabela 24).

Tabela 23 – Penúltima prioridade de população a ser assistida por programas sociais

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Crianças	24	11,2	13,8	13,8
Adolescentes	21	9,8	12,1	25,9
Jovens	16	7,5	9,2	35,1
Idosos	43	20,1	24,7	59,8
chefes de família desempregados	34	15,9	19,5	79,3
donas de casa desempregadas	35	16,4	20,1	99,4
Outros	1	,5	,6	100,0
Total Válido	174	81,3	100,0	
Erro ou não respondeu	40	18,7		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Acrescenta-se que os respondentes tiveram a oportunidade de lançarem no questionário a opção outros, para a 14ª questão. Alguns poucos moradores optaram por escreverem como prioridade em termos de assistência em programas sociais: portadores de necessidades especiais e outra opção para viciados em drogas.

Tabela 24 – Última prioridade de população a ser assistida por programas sociais

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Crianças	7	3,3	10,6	10,6
Adolescente	2	,9	3,0	13,6
Jovens	8	3,7	12,1	25,8
Idosos	16	7,5	24,2	50,0
chefes de família desempregados	4	1,9	6,1	56,1
donas de casa desempregadas	28	13,1	42,4	98,5
Outros	1	,5	1,5	100,0
Total Válido	66	30,8	100,0	
Erro ou não respondeu	148	69,2		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Quanto ao conhecimento de ONGs que desenvolvem atividades no Complexo da Maré, 61,7% não conhecem nenhuma ONG ou apenas ouviu falar, e apenas 37,9% afirmaram que conhecem. Estes índices não são os ideais, pois sendo uma região tão carente era de se esperar que mais moradores tivessem conhecimento dessas ações sociais.

Tabela 25 - Conhecimento sobre alguma ONG que atua na Maré

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
não conheço	112	52,3	54,4	54,4
já ouvi falar	15	7,0	7,3	61,7
conheço pouco	10	4,7	4,9	66,5
conheço	47	22,0	22,8	89,3
conheço muito	21	9,8	10,2	99,5
Erro	1	,5	,5	100,0
Total	207	96,3	100,0	
Erro ou não respondeu	7	3,3		
Total	8	3,7		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

A ONG mais conhecida pelos entrevistados é o Centro de Estudos de Ações Solidárias da Maré - CEASM, citada por 64,57% dos entrevistados. Em seguida as demais ONGs mencionadas foram o Observatório de Favelas, UERE, Ação-Comunitária, Jovem pela Paz (Luta pela Paz) e outras (Tabela 26) citadas por menos de 7 % dos entrevistados. Isso ocorre provavelmente porque não há divulgação efetiva junto à população a qual são dirigidos tais ONGs ou o processo de comunicação das empresas que subsidiam tais ONGs apresenta falhas e deve ser melhorado para a divulgação dos resultados positivos alcançados.

Tabela 26 – ONG que tem atividades na Maré

ONG n = 88	CEASM	Observatório de Favelas	Ação Comunitária	UERE	Jovem pela Paz	Maré Alta	Projeto da Light
Frequência	57	5	4	6	2	2	2
%	64,77	5,68	4,55	6,82	2,27	2,27	2,27

ONG n = 88	Terra Azul	ViVa Rio	Lona Cultural	UEVON
Frequência	2	3	4	1
%	2,27	3,41	4,55	1,14

A Tabela 27, mostra que entre os que conhecem as ONGs, os que participam ou participaram de alguma atividade tem-se que a maioria deles participou do Pré Vestibular CEASM e do Reforço Escolar. Isso parece vir de encontro à necessidade maior dos respondentes, analisada anteriormente, que era a educação. Lamentável que o nível de participação seja muito baixo.

Tabela 27 - Frequência simples e percentual de participação em alguma ONG

Participação ONG n = 38	Pré- Vestibular CEASM	Reforço escolar	Inclusão Digital	Na administração	Maré da Leitura	Observatório de favelas	Censo Maré 2000
Frequência	9	5	4	2	2	2	1
%	23,68	13,16	10,52	5,26	5,26	5,26	2,63

Participação ONG	Preparatório Ensino Médio CEASM	Curso de Inglês	Corpo de Dança da Maré	ONG Graça Pereira	CEASM
Frequência	3	1	1	1	7
%	7,89	2,63	2,63	2,63	18,42

Os moradores das 16 comunidades do Complexo da Maré, de acordo com dados apurados na pesquisa (Tabela 28), em sua maioria (76,2%) responderam que não se beneficiam na totalidade de suas comunidades da Vila Olímpica da Maré. Na seqüência na tabela seguinte justificam o porquê por diversos motivos, os quais estão elencados na Tabela 29, cujo conteúdo das respostas foram tabulados e analisados e grupados por palavras chave para este material de cunho qualitativo, conforma descrito na metodologia da pesquisa.

Tabela 28 - Vila Olímpica: se benefícios atendem a todos os moradores da Maré

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Sim	49	22,9	23,8	23,8
Não	157	73,4	76,2	100,0
Total Válido	206	96,3	100,0	
Não respondeu	8	3,7		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

As justificações dos moradores que responderam “não” a questão que versa se todos os moradores das 16 comunidades distintas do Complexo da Maré se beneficiam da Vila Olímpica da Maré.

O principal motivo desta questão foi à violência dentro da Maré. Respostas como: “por causa da guerra do tráfico”; “pouca segurança para chegar à Vila Olímpica”; “A Vila Olímpica não está no local neutro”; “Os moradores de uma comunidade têm medo de entrar em outra comunidade, por causa da rivalidade entre facções”, dentre outras respostas relacionadas à violência urbana, correspondem a 61,3% dos que justificaram a resposta negativa. A distância até chegar a Vila Olímpica (15,3%) foi a segunda maior frequência seguido do motivo de não haver vagas suficientes (9,5%). Tais motivos ultrapassam as expectativas dos moradores e das empresas que investiram

recursos financeiros e humanos em parceria com o poder público para a construção da Vila Olímpica da Maré.

Tabela 29 –Vila Olímpica: Justificativas porque não atende a todos os moradores da Maré

Vila Olímpica n = 137	Violência no bairro	Comunidade distanciada Vila Olímpica	Falta de divulgação	Custo do Transporte	Não há vagas suficientes para a Vila Olímpica	Nem todos têm acesso	Não vale a pena ou indiferente
Frequência	84	21	9	2	13	6	2
%	61,3	15,3	6,5	1,5	9,5	4,3	1,5

A penúltima pergunta do questionário teve por objetivo que os moradores da Maré ordenassem em prioridade os serviços urbanos mais necessários para o de menor necessidade para as comunidades da Maré (Tabela 30). Os cursos profissionalizantes (30,2%) e os postos de saúde (30,7%) empataram na primeira prioridade. Essas expectativas e necessidades em serviços urbanos corroboram com o que consta do referencial teórico. Uma ONG, cujo foco inicial foi o meio-ambiente mudou para a gestão de alguns postos de saúde que funcionavam dentro dos Centros Integrados de Educação Pública – CIEP, em face às necessidades mais emergentes da população.

A aspiração por cursos profissionalizantes dos moradores foi o foco tanto da LAMSA, como por exemplo as “mães cegonhas” – mulheres da comunidade capacitadas por curso de três semanas em convênio com o SESC, com a expedição de certificado, que as habilitam a cuidarem de crianças na idade pré-escolar - quanto pelo CENPES, por intermédio do Programa de Qualificação Profissional na área da construção civil com cursos para cerca de 400 moradores em convênio com o SENAI para a construção das novas instalações da empresa utilizando mão-de-obra da comunidade ao entorno. Tais exemplos constam da percepção dos representantes das empresas no item 4.3. dos Resultados e Discussão.

Tabela 30 – Prioridade em serviços urbanos

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
creches comunitárias	34	15,9	18,0	18,0
atividades culturais	13	6,1	6,9	24,9
saneamento e limpeza	25	11,7	13,2	38,1
cursos profissionalizantes	57	26,6	30,2	68,3
postos de saúde	58	27,1	30,7	98,9
outros serviços	2	,9	1,1	100,0
Total	189	88,3	100,0	
Erro ou Não Respondeu	25	11,7		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Quanto à 2ª prioridade (Tabela 31) os resultados identificam as mesmas prioridades, ou seja postos de saúde (29%) seguido de cursos profissionalizantes (22,6%), isto significa que se um respondente do questionário não colocou em primeira prioridade confirmou sua prioridade como segunda opção.

Tabela 31 – Segunda prioridade em serviços urbanos

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
creches comunitárias	35	16,4	18,8	18,8
atividades culturais	29	13,6	15,6	34,4
saneamento e limpeza	26	12,1	14,0	48,4
cursos profissionalizantes	42	19,6	22,6	71,0
postos de saúde	54	25,2	29,0	100,0
Total	186	86,9	100,0	
Erro ou Não Respondeu	28	13,1		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Para a terceira prioridade cursos profissionalizantes com 26,3% do percentual válido da pesquisa, de acordo com a Tabela 32.

Tabela 32 – Terceira prioridade em serviços urbanos

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
creches comunitárias	43	20,1	24,0	24,0
atividades culturais	27	12,6	15,1	39,1
saneamento e limpeza	38	17,8	21,2	60,3
cursos profissionalizantes	47	22,0	26,3	86,6
postos de saúde	23	10,7	12,8	99,4
outros serviços	1	,5	,6	100,0
Total	179	83,6	100,0	
Erro ou Não respondeu	35	16,4		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Quanto à última prioridade o resultado ficou identificado conforme Tabela 33. As atividades culturais (36,6%) e o saneamento básico e limpeza (29,1%) são os serviços urbanos que os moradores têm menor necessidade em relação a outros serviços considerados prioritários. Tais alternativas podem ser entendidas com atender primeiro as necessidades fisiológicas relacionadas com a sobrevivência do indivíduo em detrimento das necessidades como as atividades culturais, ou seja somente quando uma

necessidade de nível básico da pirâmide - Teoria da hierarquia das necessidades de Maslow (Chiavenato, 1993, p. 539-541) é satisfeita é que o nível imediatamente superior passa a ser prioritário.

Quanto ao saneamento básico, o bairro da Maré passou por muitas transformações, sendo ao longo de sua história atendido pelo poder público, conforme descrito no histórico das comunidades (Quadro 2) desta parte do trabalho, sinalizando que não é por parte das empresas que esse serviço de infra-estrutura deve ser focado como prioridade para atender aos moradores do bairro no entorno.

Tabela 33 – Última prioridade em serviços urbanos

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
creches comunitárias	21	9,8	12,0	12,0
atividades culturais	64	29,9	36,6	48,6
saneamento e limpeza	51	23,8	29,1	77,7
cursos profissionalizantes	13	6,1	7,4	85,1
postos de saúde	26	12,1	14,9	100,0
Total	175	81,8	100,0	
Erro ou Não Respondeu	39	18,2		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Quanto à necessidade de locais mais próximos às comunidades para o desenvolvimento de atividades sociais, culturais e educativas, 87,9% declararam que há necessidade (Tabela 34).

Tabela 34 – Locais próximos à Maré para atividades sociais, culturais e educativas

Escala	Frequência	Percentual	Percentual Valido (I)	Percentual Cumulativo
Sim	182	85,0	87,9	87,9
Não	25	11,7	12,1	100,0
Total Válido	207	96,7	100,0	
Não respondeu	4	1,9		
Erro	3	1,4		
Total	7	3,3		
Total	214	100,0		

(I) corresponde aos questionários válidos.

Os diversos motivos que a maioria dos moradores que participaram da pesquisa justificou sua resposta para a existência de mais locais próximos às comunidades visando o desenvolvimento de atividades sociais, culturais e educativas foram sintetizados pela análise de conteúdo das respostas de cunho qualitativo.

A Tabela 35 sintetiza tais motivos e justificativas. Novas áreas para a Inclusão Social dos moradores de todo o Complexo da Maré teve 41,66% dos 144 moradores que

justificaram no questionário a necessidades de mais locais pra atividades educativas, culturais e educativas. Em seguida, devido a grande extensão territorial e por ser a Vila Olímpica como umas das poucas opções (27,77%) identificaram estarem distantes de algumas das comunidades da Maré, principalmente as localizadas do lado oposto da Linha Amarela ou margeando a Avenida Brasil. Tal fato viabiliza que mais comunidades usufríssem atividades sociais, educacionais e culturais, conforme consta da Tabela 35.

Tabela 35 – Justificativas de mais locais para atividades sociais, culturais e educativas

n = 144	Novas áreas para a Inclusão social dos moradores	A Maré é muito extensa. As áreas existentes não são suficientes	Para atividades sociais, culturais e educativas para mais comunidades	Afastar da violência urbana crianças, adolescentes e jovens	Não há vagas para todos nas áreas já existentes	Falta de divulgação de pontos já existentes
Frequência	60	40	19	11	11	3
%	41,66	27,77	13,19	7,64	7,64	2,08

Alguns moradores desejaram acrescentar sugestões sobre os tópicos abordados no questionário. O Quadro 5 apresenta essas sugestões que podem ser avaliadas por outros atores que executam trabalhos sociais na Maré e ainda, inicio de novos estudos sobre os assuntos enfocados por alguns habitantes do bairro.

Quadro 5 – Sugestões dos moradores da Maré apresentadas no questionário

Questionário	Sugestões dos moradores
Q2	As empresas deveriam priorizar cursos profissionalizantes.
Q8	Com desenvolvimento de projetos sociais as empresas conseguem isenção de impostos e os projetos não resolvem o problema.
Q10	Criar um projeto para chegar à população da Maré o conhecimento dos projetos já existentes para que os moradores possam usufruir.
Q12	Deveriam ser publicadas as ONGs que estão beneficiando a Maré.
Q13	As ONGs precisam olhar mais para o Parque União.
Q14	Criar convênio comunidades/universidades próximas para atender quem não tem como pagar ou submeter-se as ONGs.
Q42	Novos projetos que ajudem Complexo da Maré por ser uma “grande cidade” e ter novos talentos que podem ser aproveitados.
Q96	Por que não colocam uns computadores aqui no Bento Ribeiro Dantas para fazermos aulas de informática?
Q110	Organização melhor dos postos de saúde, no atendimento às necessidades da comunidade.
Q148	Se possível, gostaria que acabassem com a marginalidade.
Q176	Precisamos de projetos que qualifiquem jovens para mercado de trabalho. Eles têm fome de aprender mais.
Q189	Na minha comunidade não tem cursos profissionalizantes. Temos que procurar em outro local.
Q195	Os projetos devem ser mais divulgados e dar mais ênfase a cultura, educação e lazer aos ociosos.
Q200	Que os pais possam ensinar os filhos a seguir uma religião.

Este capítulo teve por finalidade apresentar os resultados colhidos e tabulados na pesquisa de campo junto aos moradores da Maré que participaram do estudo, bem como a discussão referente a esses resultados, com fulcro na revisão da literatura apresentada no segundo capítulo e observada a metodologia proposta para a pesquisa.

Da mesma forma, os resultados das entrevistas realizadas nas empresas alvo do estudo e do material disponibilizado para a análise foram confrontados com os resultados apurados por meio das respostas dos questionários tabulados através das técnicas estatísticas descritas na metodologia deste estudo. Tal procedimento teve por finalidade tentar responder as questões da pesquisa e alcançar os objetivos geral e específicos descritos na primeira parte do trabalho.

CONCLUSÃO

O presente estudo analisou os resultados de uma pesquisa de campo realizada em dois momentos. O primeiro refere-se ao estudo dos moradores da Maré, por intermédio da aplicação de questionários e a posterior tabulação e análise das respostas de cunho quantitativo, no caso das questões fechadas e pela ordenação de prioridades para as respostas abertas do instrumento de pesquisa. O segundo momento refere-se à pesquisa nas empresas LAMSA e CENPES, realizada por intermédio de entrevistas semi-estruturadas com os gestores, respectivamente, nos departamentos Socioambiental, e de Energia e de Desenvolvimento Sustentável dessas empresas.

As principais atividades de responsabilidade social que os moradores da Comunidade da Maré têm conhecimento e tomam parte são: o pré-vestibular do CEASM – Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré, a principal ONG local; o reforço escolar para as crianças, tanto executado pela LAMSA e pela Petrobras – Programa de Crianças Petrobras, empresa da qual o CENPES faz parte.

Quanto à prioridade da população a ser assistida por projetos sociais, os idosos e adultos que responderam ao questionário não priorizaram a si próprios. Segundo esse grupo, as crianças e adolescentes devem ser priorizados em termos da população à qual deve ser dirigida às ações ou programas sociais das empresas com 58,1 % do percentual válido. Se somar a esse universo os jovens como população a ser também assistida, o percentual cumulativo passa a ser de 64,9%.

Esse resultado se assemelha às prioridades dos projetos sociais executados pelas empresas LAMSA e CENPES, bem como os dados de uma pesquisa feita pelo Instituto ETHOS com algumas empresas do setor industrial e comercial, que priorizam também crianças e adolescentes ao traçarem seus programas de Responsabilidade Social Externa, conforme descrito no referencial teórico.

O grau de conhecimento do termo: “responsabilidade social” quando comparado com o grau de instrução dos respondentes, por meio do teste do qui-quadrado, revelou que quanto maior o grau de instrução dos respondentes maior conhecimento do termo responsabilidade social, isto é, houve adequação de ajustamento entre as frequências observadas e as frequências esperadas.

Portanto, o conhecimento da responsabilidade social está associado o grau de instrução dos respondentes do questionário. A conscientização desses moradores por uma sociedade mais justa em termos socioeconômicos e culturais passa pela educação. A propósito, a educação foi em ordem de prioridade à primeira opção para a maioria dos moradores que participaram da pesquisa, bem como as crianças e adolescentes a população alvo dos programas sociais a serem assistidas, sinalizando que os moradores em questão buscam mudanças para o momento atual visando resultados mais efetivos para o futuro.

As empresas LAMSA e CENPES realizam a Responsabilidade Social porque está previsto no Planejamento Estratégico dessas empresas. Buscam manter e estreitar uma boa relação com o *stakeholder*: comunidade ao entorno. No caso da LAMSA o projeto de responsabilidade social é revisto a cada dois anos. Na missão, visão e valores da empresa está previsto o apoio e preocupação com as comunidades no entorno. De acordo com os seus representantes O CENPES durante o planejamento da ampliação de suas instalações inclui os moradores da Maré na geração de emprego e renda, por meio de Programa de Qualificação Profissional visando estreitar o relacionamento com a comunidade ao entorno.

Embora as empresas alvo do estudo executem projetos sociais nas comunidades, a maioria dos moradores que respondeu ao questionário informou desconhecer estes projetos. Tal resultado sinaliza que o processo de comunicação entre empresa e comunidade, por intermédio da valorização de imagem institucional das empresas, necessita ser mais bem trabalhado e avaliado, para que mais pessoas se envolvam em tais atividades.

A empresa CENPES (Petrobras) investiu quantia considerável para a construção da Vila Olímpica da Maré para o benefício e uso dos moradores das comunidades. Contudo, problemas relacionados à criminalidade, rivalidade entre facções rivais, “guerra do tráfico” e outros termos utilizados pelos respondentes impedem que moradores das diversas comunidades ao entorno da Vila Olímpica usufruam os projetos sociais. Portanto, a busca de soluções para minimizar problemas relacionados à violência urbana é, para os moradores e empresas ao entorno da Maré, bastante relevante.

Quanto às etapas do processo de institucionalização das ações sociais externas, ambas as empresas, LAMSA e CENPES, se posicionam na quinta e sexta etapas, respectivamente: criação de Institutos e Fundações e Certificação Social, descritas do Quadro I do referencial teórico. Anualmente, essas empresas publicam o Balanço Social e buscam se posicionar e se consolidarem como empresas-cidadã. A marca social da Linha Amarela, por intermédio da “LAMSA-CIDADÃ” e do Instituto INVEPAR, inaugurado em 2004, com o objetivo de promover a gestão social e ambiental do Grupo INVEPAR, do qual a LAMSA faz parte. Por outro lado, o CENPES por ser integrante da Petrobras que tem abrangência nacional e em outros países, procura divulgar a marca Petrobras por intermédio dos projetos socioculturais. O Centro de Pesquisas da Petrobras, em particular, busca alcançar o desenvolvimento sustentável da região em que esta instalada, com compromisso com a sociedade em geral e imbuída seu papel social como empresa de notoriedade internacional.

Por fim, os resultados das duas partes da pesquisa mostraram que há uma tendência ao alinhamento dos objetivos, necessidades e expectativas dos moradores da Maré e as estratégias sociais desenvolvidas por ambas empresas.

5.1 Sugestão para as comunidades e as empresas pesquisadas

Uma das opções para contribuir com maior número de áreas para o desenvolvimento de atividades socioculturais e econômicas para os moradores do Bairro da Maré é a alienação ou permuta da área atualmente ocupada pelo 24º Batalhão de Infantaria Blindado, que é uma área militar localizada entre algumas das comunidades da Maré, inclusive com seu perímetro delineado pela comunidade Roquete Pinto, pertencente ao Complexo da Maré. O Exército Brasileiro na época da pesquisa manifestou intenção para licitar a venda ou permuta do local.

Se a comunidade tiver mais espaço destinado à execução de atividades de responsabilidade social, com certeza mais pessoas terão acesso aos projetos de cunho social idealizadas e/ou realizadas por empresas e ONGs no entorno. O que trará benefícios a curto, médio e longo prazo para todos os moradores da comunidade e para muitas outras pessoas que se beneficiarão indiretamente destas ações.

5.2 Sugestão para futuras pesquisas

Este estudo mostrou que as ONGs de dentro têm maior poder de atrair moradores para participarem de obras de cunho social, no entanto nem sempre elas têm

capacidade financeira para suportar ações de maior alcance, principalmente por falta de recursos das mais diversas naturezas como capital, espaço e mão-de-obra. Diante do exposto, sugere-se que futuros estudos sejam realizados com o intuito de avaliar e comparar o impacto da ação das ONGs e das empresas de grande porte em outras regiões do estado e do país.

Sugere-se, também que as futuras pesquisas visem avaliar a eficácia dos instrumentos de comunicação e divulgação efetivamente utilizados pelas empresas e ONGs existentes no local na execução de projetos sociais junto aos moradores de comunidades que apresentam grau de carência significativo. Em tal contexto, esses habitantes, por vezes, até reconhecem que há novos atores na execução de ações e projetos em favor da comunidade além do poder público; contudo, não identificam de maneira contundente que determinada organização empresarial investiu recursos financeiros e humanos como parceira da comunidade ao entorno.

O estudo identificou que ex-moradores da comunidade que, por esforço próprio e superando adversidades, obtiveram sucesso profissional em diversas carreiras, principalmente às ligadas ao magistério superior, retornaram às comunidades, mesmo fixando residência em outros locais da cidade, para a formação de ONGs “de dentro” com o propósito de beneficiarem adolescentes e jovens em situação de risco social e ensinar-lhes a superarem dificuldades e alcançarem seus sonhos. Sugere-se o estudo de dos fatores de motivação que levaram esses profissionais a desenvolverem projetos de cunho social e se tais fatores podem ser aplicados dentro de uma empresa na gestão de pessoas visando à capacitação de mão-de-obra através de cursos ministrados por pessoas que também superaram adversidades e alcançaram sucesso profissional dentro das Organizações.

Sugere-se ainda que novos estudos sejam realizados para avaliar a gestão da responsabilidade social de outras empresas vizinhas ao bairro da Maré como: o Aeroporto Internacional do Galeão - Aeroporto Tom Jobim, uma das portas de entrada de turistas estrangeiros que chegam à cidade do Rio de Janeiro e necessariamente utilizam as vias expressas que margeiam as comunidades da Maré para chegarem a outras áreas da cidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BETHLEM, Agrícola de Souza, *Estratégia Empresarial: conceitos, processo e administração estratégica*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BODSTEIN, Regina & ZACAN, Lenira. *Avaliação das ações de promoção da saúde em contexto de pobreza e vulnerabilidade social*. Disponível em: <<http://www.abrasco.org.br/gts/gt%20promocao/Capitulo%2011%20-%20%20Regina%20%20Lenal.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2005.

BORGER, Fernanda Gabriela, *Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*, 2001. 251f. Tese (Doutorado) - Departamento de Administração – Pós-Graduação - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/USP, São Paulo, Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponoveis/12/12139/tde-04022002-105347/publico/RSEFGB.pdb>>. Acesso em: 10 ago. 2005.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988*. 6ª ed. São Paulo: Saraiva. 2001.

_____. Projeto de lei nº 3.116 de 1997. *Cria o balanço social para as empresas e dá outras providências*. Disponível em : http://www.balanco-social.org.br/media/PL_3116-97.doc. Acesso em 15 mar. 2005.

CARROL, Archie B. *Corporate Social Responsibility*. Business and Society, Chicago, volume 38, p.268-295, set. 1999.

CASOTTI, Letícia & SUAREZ, Maribel. *A Iniciativa Nobre e Lucrativa de Responsabilidade Social das Empresas*. Economia & Conjuntura /UFRJie, Rio de Janeiro, p.30-33, fev. 2002.

CASTELO, .*Petrobras: empresa cidadã – Junho 2003*, Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br/rj/port/ApresentacoesEventos/Apresentacoes/pdf/Castelo_junho2003.pdf> Acessado em 17 dez. 2005.

CEASM - Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré, *Quem somos? Quantos somos? O que fazemos? A Maré em dados: Censo 2000*: Rio de Janeiro: Maré das Letras, 2003.

_____, *As empresas da Maré: dados do Censo Maré 2000 / Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré: CEASM – Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2004.*

CHIAVENATO, Idalberto, *Introdução à Teoria Geral da Administração*, 4ª ed. São Paulo: Makron Books, 1993.

CONTADOR, Cláudio Roberto, *Projetos Sociais, Avaliação e Prática*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

CORREA, Renata de Oliveira Castro, *Marketing e responsabilidade social das empresas: Estudo de Casos no Brasil*. 2003, 115f. Dissertação (Mestrado) COPPEAD/UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

DRUCKER, Peter. *What business can learn from nonprofits*. Harvard Business Review, v.67, n.4, p.88-93, July-August 1989.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese* Tradução: Gilson César Cardoso de Souza. 19ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

EINSENHARDT K. M. *Buuilding theories from Case Study Research*. Academy of Management Review. Vol. 14, nº 4, pp. 532-550.

LIMONGI, Ana Cristina e outros, *Qualidade de Vida no Trabalho e Responsabilidade Social*, ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM MEIO AMBIENTE E SOCIEDADE (II ANAPPAS), abr. 2004.

FONSECA, Jairo Simon da & MARTINS, Gilberto de Andrade. *Curso de Estatística*. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1993.

FURTADO, João S. *Gestão com responsabilidade socioambiental*, São Paulo, mar. 2003. Disponível em:
<<http://www.gerenciamento.ufba.br/Downlods/Desenvolvimento%20sustentavel%20e%20comunidade.pdf>>. Acesso em: nov. 2005.

GITMAN, Lawrence Jeffrey, *Administração financeira: Uma Abordagem gerencial*, São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2003.

HISTÓRIA da Maré, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 19, abr. 2002, p.16.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 19, abr. 2002, p.16.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 20, mai. 2002, p.20.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n.22, jul. 2002, p.20.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 23, ago. 2002, p.24.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n.24, out. 2002, p.24.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 25, nov. 2002, p.16.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 26, jan. 2003, p.16.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n.27, fev. 2003, p.20.

_____, *O Cidadão – O Jornal do bairro Maré*, Rio de Janeiro: CEASM, n. 28, abr. 2003, p.20.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, *Censo Demográfico 2000*, IBGE: Rio de Janeiro.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Bondade ou Interesse? Como e porque as empresas atuam na área social*. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Responsabilidade Social de Empresas: Percepção do consumidor brasileiro. Pesquisa Versão 2004*. Disponível em: www.ethos.org.br/pri/oen/publicações/. Acesso em: Jun 2005.

LINHA AMARELA S/A, *Balanço Social 2004 – Linha Amarela S/A – LAMSA*. Rio de Janeiro: Pró-via Comunicação e Marketing, 2006.

MELO NETO, Francisco Paulo de & FROES César, *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

_____. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o Caso Brasileiro*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualymack, 2004.

JÓIA, Luiz Antonio & CAVALCANTE NETO, Aristides Andrade, *Fatores Críticos de Sucesso na Construção de Processos Government-to-Government*, ORGANIZAÇÕES & SOCIEDADE. Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia. Salvador, BA: EAUFBA. Vol 11 n. 29, jan./abr, 2004.

PANDOLFI, Dulce Chaves e GRZYNSZPAN, Mario (orgs.). *A Favela Fala: Depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

PASSADOR, Cláudia Souza. *A Responsabilidade Social no Brasil: Uma Questão em Andamento*. In: VII CONGRESSO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESPAÇO Y DE LA ADMINISTRACION PÚBLICA: 2002, Lisboa, Portugal 8-11 outubro, 2002.

PELIANO, Ana Maria T. Medeiros. (coord.). *A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas do sudeste brasileiro*. Brasília: IPEA, mar. 2000.

PETROBRAS. *O Cenpes: Histórico*. Disponível em: <
http://www2.petrobras.com.br/expo/extra_cenpes1.htm. Acesso em: 13 nov. 2005.

PORTER, Michael E. *Competitive Strategy*. New York: Macmillian Publishing Co., 1980. p. xviii – xx.

PÓS-GRADUAÇÃO. Manual de Orientações para Dissertações e Teses da UFRRJ. Seropédica: UFRRJ, 2002. Disponível em: www.ufrj.br/posgrad. Acesso em: 15 mar. 2004.

PRATES RODRIGUES, Maria Cecília. *Ação Social das empresas privadas: como avaliar resultados?: a metodologia EP2ASE*. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

RICHARDSON, Roberto Jerry (Org). *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SIEGEL, Sidney. *Estatística não Paramétrica para Ciências do Comportamento*. McGraw Hill, 1979.

SIQUEIRA, José Ricardo Maia de, *Mensuração e Avaliação do Impacto Social das Organizações: uma Análise Crítica dos Balanços Sociais e Propostas para um Novo Modelo*, 2003, 232f. Tese (Doutorado) - COPPE - Engenharia de Produção/UFRJ, Rio de Janeiro.

SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNACIONAL. *Responsabilidade Social 8000: Norma Internacional SA 8000*. Disponível em: < www.sai-intl.org>.

SOUZA E SILVA, Jailson de. “*Por que uns e não outros*”? : *Caminhada de Jovens Pobres para a Universidade*. Rio de Janeiro: 7letras, 2003.

_____ & BARBOSA, Jorge Luiz. *Favela: Alegria e Dor na Cidade*. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2005.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. *Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade Pública das Organizações*. Atlas:2001.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

WOOD, Donna J. *Business and Society*. USA: Harper Collins, 1990.

YIN, Robert K. *Case Study Research: Design and Methods*, sage Publications, 2 nd. Edition, Thousand Oaks, Califórnia, 1994.

_____, *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Apêndice I - QUESTIONÁRIO

Prezado Senhor (a), gostaríamos que respondesse este questionário, o qual é parte de uma pesquisa desenvolvida pela UFRRJ, por intermédio de aluno do curso de mestrado do Programa de Pós Graduação em Gestão e Estratégia em Negócios desta Universidade.

Este questionário levará no máximo 10 minutos para ser respondido. Obrigado por sua cooperação.

Das perguntas abaixo assinale apenas uma única alternativa.

1. Sexo: () masculino; () feminino.

2. Idade:

() Menos de 15 anos; () 15 – 20 anos; () 21- 30; () 31- 40; () 41 e mais anos.

3. Estado Civil:

() solteiro; () casado; () viúvo; () divorciado; () outros

4. Nível de instrução:

() Não tem; () Ensino fundamental – até 8ª série; () Ensino médio – até 3ª (antigo 2º grau); () Superior; () outros

5. Em qual das comunidades do Complexo Maré o Sr (a) mora ?

() Timbau; () Parque União; () Baixa do Sapateiro; () Rubens Vaz;
() Vila do João; () Conjunto Esperança; () Vila dos Pinheiros; () Nova Maré;
() Bento Ribeiro Dantas; () Conjunto Pinheiros; () Roquete Pinto; () Parque Maré;
() Praia de Ramos; () Nova Holanda; () Marcílio Dias; () Outras

6. O Sr (a) conhece Responsabilidade Social ?

() Conheço muito; () conheço; () pouco; () já ouvi falar; () não conheço.

Se conhece, o que é

7. O Sr (a) conhece a empresa LAMSA (Linha Amarela S/A)?

() Conheço muito () conheço () pouco () já ouvi falar () não conheço

8. O Sr (a) conhece a empresa CENPES (Centro de Pesquisas da Petrobrás S/A – sede Fundão).

() Conheço muito () conheço () pouco () já ouvi falar () não conheço

9. O Sr (a) conhece alguma pessoa que trabalha na empresa LAMSA (Linha Amarela S/A) que reside (mora) em alguma das comunidades do bairro Maré.

() 4 ou mais pessoas () 3 pessoas () 2 pessoas () 1 pessoa () nenhuma

10. O Sr (a) conhece alguma pessoa que trabalha na empresa CENPES (Centro de Pesquisas da Petrobrás S/A – sede Fundão) que reside (mora) em alguma das comunidades do bairro Maré.

() 4 ou mais pessoas () 3 pessoas () 2 pessoas () 1 pessoa () nenhuma

11. O Sr (a) conhece algum projeto social da empresa LAMSA (Linha Amarela S/A) pela comunidade do bairro da Maré.

() Conheço muito () conheço () pouco () já ouvi falar () não conheço

Se conhece Qual (is)?.....

Já participou ou participa deste projeto?.....

12. O Sr (a) conhece algum projeto social da empresa CENPES (Centro de Pesquisas da Petrobrás S/A – sede Fundação) para as comunidades do bairro Maré?.

() Conheço muito () conheço () pouco () já ouvi falar () não conheço

Se conhece Qual (is)?.....

Já participou ou participa deste projeto?.....

13. O Sr (a) poderia colocar em **ordem de prioridade**, de 1 para o mais necessário 2, 3, 4 até 5 para o menos necessário, o que as comunidades da Maré precisam ou que esperam de contribuição social das empresas LAMSA e CENPES:

() Assistência Social

() Alimentação

() Educação

() Saneamento

() Inclusão profissional

() Outros

14. O Sr (a) poderia colocar em **ordem de prioridade**, de 1 para o mais necessário 2, 3, 4 até 5 para o menos necessário, qual população deveria ser atingida por programas sociais:

() Crianças 0 – 12 anos

() Adolescentes 13 – 17 anos

() Jovens 18 – 25 anos

() Idosos (acima de 60 anos)

() Chefes de família desempregados

() Donas de casa desempregadas ou ociosas

() Outros

15. O Sr (a) conhece alguma ONG (Organização Não Governamental) que tem atividades nas comunidades do bairro da Maré?.

() Conheço muito () conheço () pouco () já ouvi falar () não conheço

Se conhece Qual (is)? a(s) ONG

Já participou ou participa de projeto dessa ONG?.....Qual?.....

16. Para o Sr (a) no Complexo da Maré todos moradores das 16 comunidades distintas se beneficiam da Vila Olímpica da Maré?

() Sim () Não

Por quê?.....

17. Para o Sr (a) dos chamados serviços urbanos abaixo relacionados **ordene em prioridade** 1 para o mais necessário 2, 3, 4 até 5 para o menos necessário para o bairro Maré:

() Construção de creches comunitárias;

() Implantação de atividades culturais;

() Saneamento e limpeza das ruas

() Cursos profissionalizantes

() Manutenção de Posto de Saúde

() Outros.....

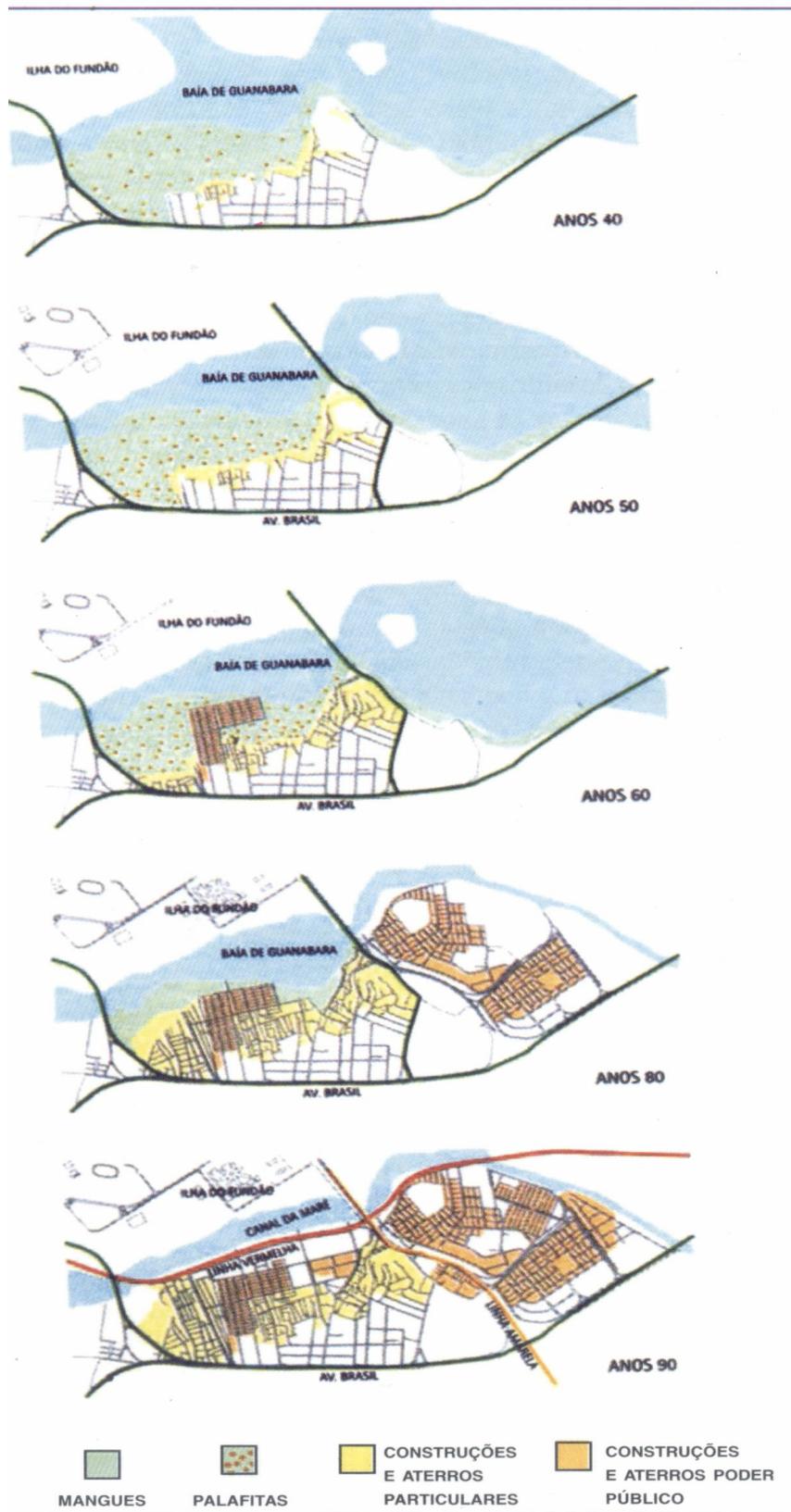
18. Para o Sr (a) há necessidade de mais locais próximos às comunidades para o desenvolvimento de atividades sociais, culturais e educativas?

() Sim () Não

Por quê?.....

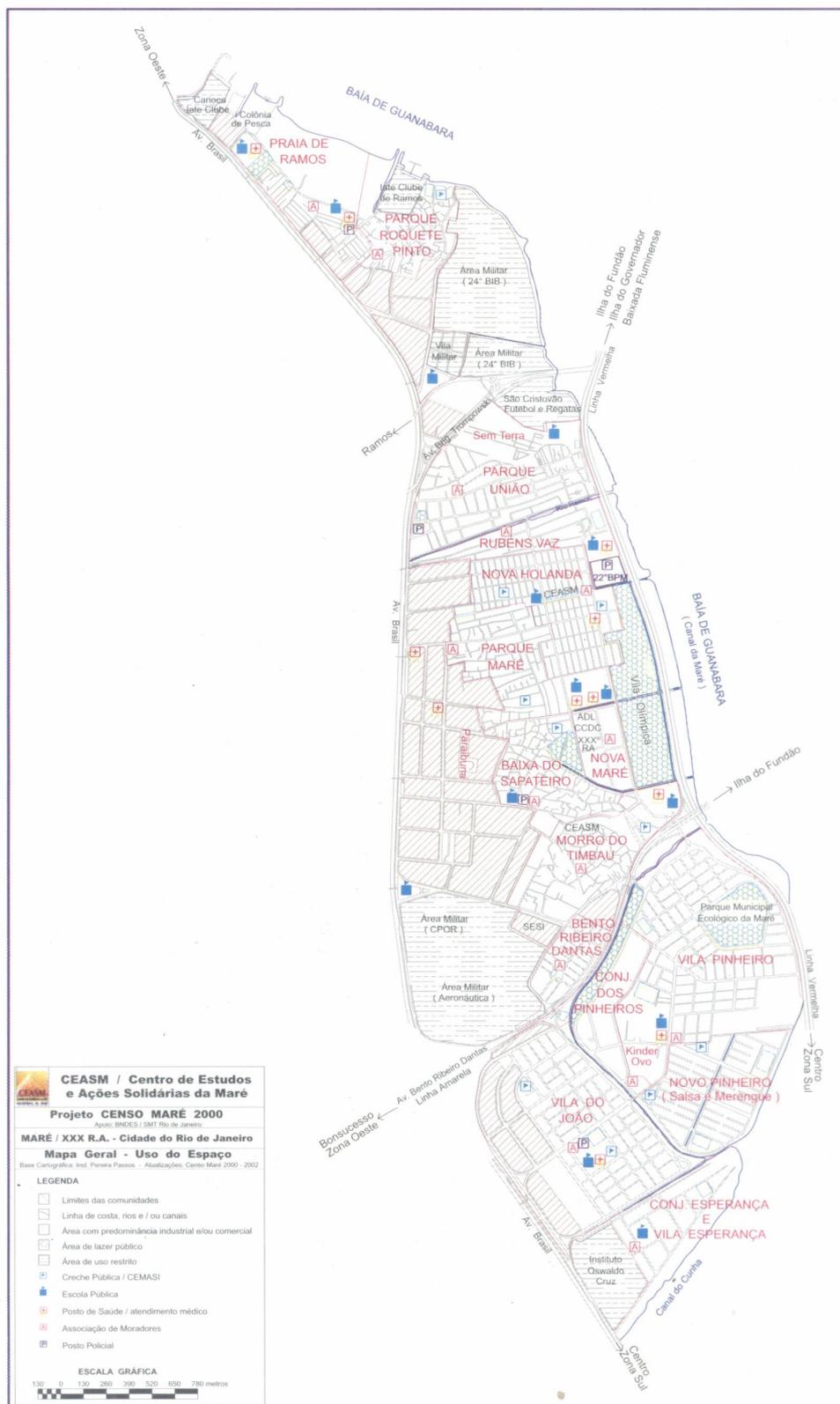
Deseja acrescentar sua opinião ou sugestão a algo que foi perguntado?.....

APÊNDICE II - Anexo 2 Mapa 1 – Evolução Urbana da Maré



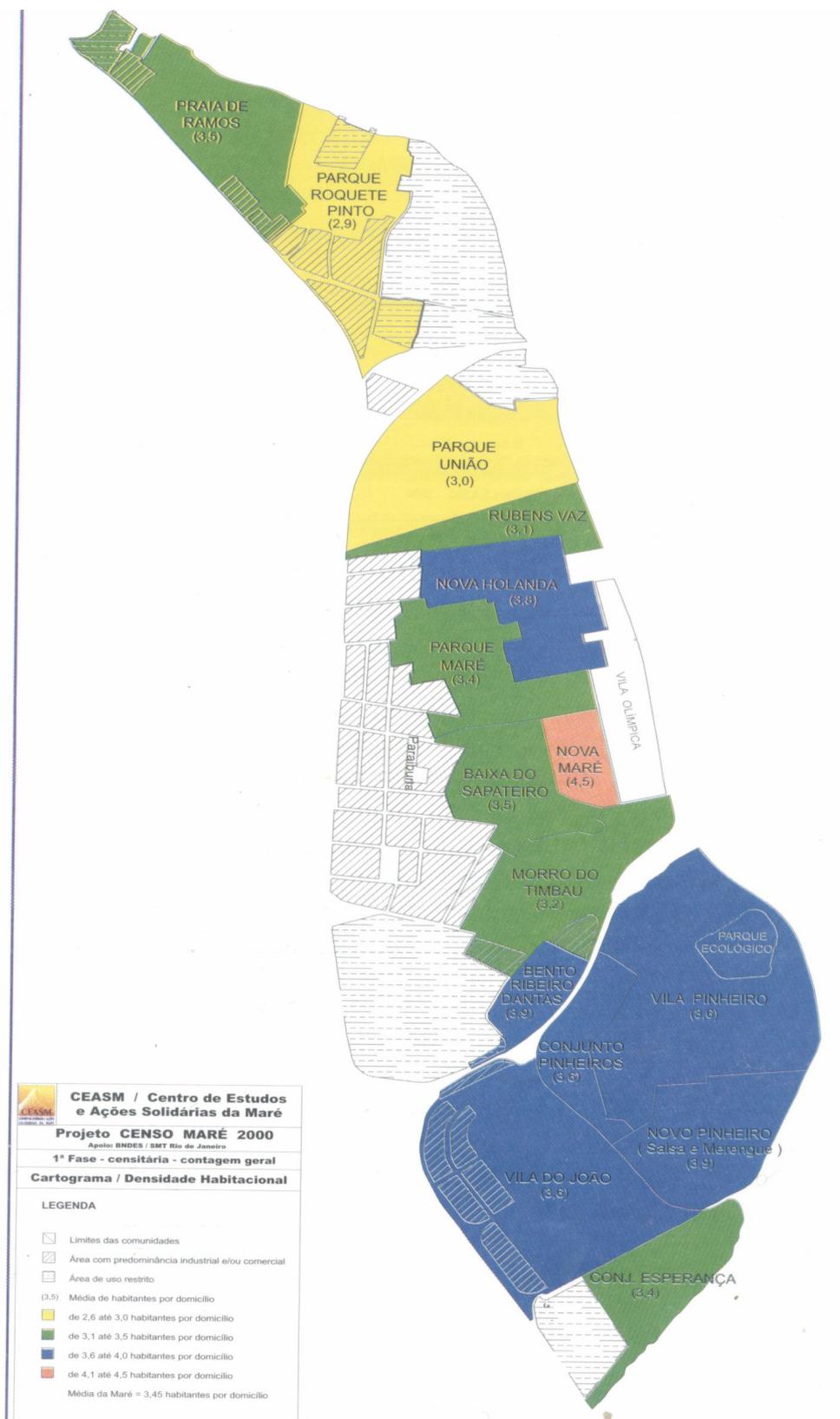
Fonte: Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré - CEASM / Censo Maré 2000

APÊNDICE II - Anexo 2 Mapa 2 – Uso do Espaço na Maré



Fonte: Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré - CEASM / Censo Maré 2000

APÊNDICE II - Anexo 2 Mapa 3 – Densidade Habitacional da Maré



Fonte: Centro de Estudos e Ações Solidárias da Maré - CEASM / Censo Maré 2000

GLOSSÁRIO

Alinhamento	Consistência entre planos, processos, ações, informações e decisões para apoiar as estratégias, objetivos e metas globais da organização.	*
Estratégia	É um conjunto de decisões que orientam a definição das ações a serem tomadas pela organização. O caminho escolhido para proporcionar a organização de forma competitiva e garantir sua sobrevivência no longo prazo, com a subsequente definição de atividades e competências inter-relacionadas para entregar valor às partes interessadas.	*
Expectativas	Necessidades importantes das partes interessadas, em relação à organização, que normalmente não são explicitadas.	*
Metas	Níveis de desempenho pretendidos para um determinado período de tempo.	*
Missão	A razão de ser de uma organização, as necessidades sociais a que ela atende e seu foco fundamental de atividades.	*
Necessidades	Conjunto de requisitos, expectativas e preferências das partes interessadas.	*
Parceria	Estágio de relacionamento especial e estreito entre duas organizações obtido em função de fatores e razões diversas. As parcerias objetivam o fortalecimento dessas relações.	*
Partes interessadas	Um indivíduo ou grupo de indivíduos com interesse comum no desempenho da organização e no ambiente em que opera.	*
Valores organizacionais	Entendimentos e expectativas que descrevem como os profissionais da organização se comportam e sobre os quais todas as relações organizacionais estão baseadas.	*
Visão	Estado que a organização deseja atingir no futuro. A visão tem a intenção de propiciar o direcionamento dos rumos de uma organização.	*

* Fonte: Primeiros Passos para Excelência, 2003, da FPNQ - Fundação para o Prêmio Nacional da Qualidade (FPNQ, p.48-53, 2003)