

FARN

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE - FARN**

Eliza do Nascimento Fonseca

**RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA PÚBLICA:
O CASO CAERN**

**NATAL
2007**

ELIZA DO NASCIMENTO FONSECA

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA PÚBLICA: O CASO CAERN

Monografia apresentada ao Curso de Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração com Habilitação em Marketing.

Orientador (a): Karina de O. Costa Bezerra. M.Sc.

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Fonseca, Eliza do Nascimento

Responsabilidade social na empresa pública: o caso CAERN / Eliza do Nascimento-Fonseca. – Natal: FARN, 2007.
46f.

Orientador: Karina de O. Costa Bezerra (M.Sc.)

Monografia (Bacharelado em Administração com Habilitação em Marketing) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Responsabilidade Social – Monografia. 2. Gestão Ambiental Empresarial – Monografia. I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 658

RB- 30485

FARN
BIBLIOTECA
Nº Reg. M000882
14 / 01 / 08

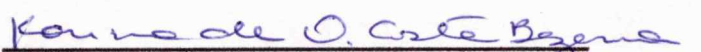
658
F743n
2007
ex 01

NATAL
2007

ELIZA DO NASCIMENTO FONSECA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA PÚBLICA:
O CASO CAERN**

Monografia apresentada ao Curso de Administração com Habilitação em Marketing da Faculdade Nalatense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte aprovado no dia ____/____ de 2007 pela Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:


Karina de O. Costa Bezerra. M.Sc.
Orientadora


Josué Vitor De Medeiros Júnior M. Sc
Membro Examinador

Fátima Cristina de Lara M. Medeiros, M. Sc
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, que me auxilia nos momentos mais importantes.

Aos meus 3 pilares: Mãe, Pai e Nazaré. A vocês todas as conquistas da minha vida.

Agradecimentos especiais:

Aos amigos mais irmãos que uma pessoa pode ter, Gustavo e Augusto.

As amigas que aprendi a amar, Flávia e Manuela.

Luiza, amiga de sempre.

Aos amigos queridos, Bianor, Yuri, Stenio, Rafaela e Marina.

Dr. Rinaldo Barros e Professor Marcílio que auxiliaram no andamento do trabalho.

Colegas da CAERN: Andréia, Polion, Geni, Paula, Marco Aurélio, Vinícius, Marineida, Roberta, Júlio, Isabel e Lili.

Minhas queridas amigas Carla, Graciela e Thais. Vocês foram fundamentais nesses 4 anos.

Eline, amiga que ganhei do destino e levarei para toda minha vida. Obrigada por tudo!

Minha orientadora Karina, pela paciência e empenho.

Todas que participaram desse período de maneira direta ou indireta.

RESUMO

De uma maneira geral, as organizações perceberam a necessidade de inserir em suas estratégias o compromisso com as causas sociais. Uma nova sociedade vem surgindo, com consumidores mais conscientes e exigentes, que buscam conhecer as ações das empresas nas quais são clientes. Atentas para esses novos clientes as organizações vem se preocupando mais com sua imagem institucional, buscando ferramentas para agradar seus clientes. Uma ferramenta bastante usada é a Responsabilidade Social, que é um assunto que vem sendo bastante discutido nos últimos anos. O estudo tem como objetivo avaliar o programa de Responsabilidade Social focado em Gestão Ambiental oferecido pela CAERN. Trata-se de uma pesquisa descritiva-exploratória, em forma de estudo de caso, utilizou-se como instrumento de coleta dos dados um questionário aplicado a uma amostra de 98 usuários do programa, dentro de um universo de 431 pessoas. Constatou-se que o programa é bem aceito e tem sua importância reconhecida pelos usuários, observaram-se alguns problemas a serem resolvidos.

Palavras Chave: Responsabilidade social; Gestão Ambiental

ABSTRACT

In general organizations realized the need to integrate into their strategies the commitment to the social causes. A new society is emerging with consumers more aware and demanding seeking to know the stock of companies in which they are customers. In view for these new clients' organizations has been to concern more with its institutional image seeking tools to please their customers. A tool used is the very Social Responsibility which is a matter that is being discussed much in recent years. The study aims to evaluate the program of Social Responsibility focused on Environmental Management offered by CAERN. Is a search-descriptive exploratory in the form of case studies used as a tool for collecting data a questionnaire applied to a sample of 98 users of the program in a universe of 431 people. It appeared that the program is well accepted and has acknowledged their importance by users noted there are problems will be solved.

Keywords: Social Responsibility; Environmental Management

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Sexo dos Beneficiários.....	51
Tabela 2 – Escolaridade dos Beneficiários.....	51
Tabela 3 – Idade dos beneficiários.....	51
Tabela 4 – Filhos dos beneficiários.....	51
Tabela 5 – Estado Civil dos beneficiários.....	51
Tabela 6 – Eficiência do Programa de Educação Ambiental promovido pela CAERN.....	52
Tabela 7 – Qualidade do Material usado no Programa.....	52
Tabela 8 – Repasse das informações pelo Palestrante.....	52
Tabela 9 - Acessibilidade do palestrante para obtenção de novas informações e esclarecimento de dúvidas.....	52
Tabela 10– Condições das instalações físicas da CAERN.....	52
Tabela 11 – Acessibilidade do Programa.....	52
Tabela 12 – Grau de importância do programa.....	53
Tabela 13 – Prática das instruções recebidas dos palestrantes.....	53
Tabela 14 – Repasse das informações recebidas pelo Programa.....	53

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Sexo dos beneficiários.....	36
Gráfico 2 – Escolaridade dos beneficiários.....	37
Gráfico 3 – Idade dos beneficiários.....	37
Gráfico 4 – Filhos dos beneficiários.....	38
Gráfico 5 - Estado Civil dos beneficiários.....	38
Gráfico 6 – Grau de eficiência do Programa de Educação Ambiental promovido pela CAERN.....	39
Gráfico 7 - Grau de importância do programa de Gestão Ambiental.....	40
Gráfico 8 – Qualidade do Material usado no Programa.....	40
Gráfico 9 – Repasse das informações pelo Palestrante.....	41
Gráfico 10 - Acessibilidade do palestrante para obtenção de novas informações e esclarecimento de dúvidas.....	41
Gráfico 11– Condições das instalações físicas da CAERN.....	42
Gráfico 12 – Prática das instruções recebidas dos palestrantes.....	43
Gráfico 13 – Repasse das informações recebidas pelo Programa.....	43
Gráfico 14 – Acessibilidade do Programa Gráfico	44

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organograma CAERN.....	14
Figura 2 - Tipos de Recursos Naturais e suas classificações.....	30
Figura 3 – Sala da GQM	55
Figura 4 – Entrada da Mini Estação de tratamento Saturnino de Brito.....	55
Figura 5 – Divisórias da mini estação Saturnino de Brito.	56
Figura 6 –Lagoa de captação da estação Saturnino de Brito.....	56
Figura 7 – Bomba da lagoa de captação.....	57
Figura 8 – Estação de tratamento.....	57
Figura 9 – Unidade de armazenagem.....	58
Figura 10 – Tanque de tratamento.....	58
Figura 11 – Divisórias para estudos.....	59
Figura 12 – Entrada do Centro de treinamento.....	59

LISTA DE SIGLAS

ACF - Assessoria Comercial e Financeira
ACS - Assessoria de Comunicação Social
ADCE - Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas
AGT - Assessoria de Gestão Empresarial
AJU - Assessoria Jurídica
ALC - Assessoria de Licitações e Contratos
AMK - Assessoria de Marketing
ASA - Assessoria Administrativa
ASR - Assessoria de Saneamento Rural
AST - Assessoria Técnica
AUD - Auditoria Interna
CAERN Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte
CCI - Comissão de Controle Interno
CEL - Comissão Especial de Licitação
CPL - Comissão Permanente de Licitação
CSN - Comissão de Saneamento de Natal
DA - Diretoria Administrativa
DC - Diretoria Comercial e Financeira
DAE - Departamento de Águas e Esgotos
DSE Departamento de Saneamento do Estado
DT - Diretoria Técnica
ESI - Serviço Social da Indústria
ETE's- Estações de Tratamento de Esgoto
GAP - Gerencia de Administração Patrimonial
GDA - Gerencia de Desenvolvimento Administrativo
GDH - Gerencia de Desenvolvimento Humano
GDO - Gerencia de Desenvolvimento Operacional
GGA - Gerencia de Grandes Adutoras
GGC - Gerencia de Gestão Comercial
GGF - Gerencia de Gestão Financeira
GHP - Gerencia de Hidro. Geolo. Perfuração de Poços
GOB - Gerencia de Obras

GPR - Gerencia de Projetos
GSI - Gerencia de Sistema de Informação
GQM - Gerencia de Qualidade e Produção do Meio Ambiente
INPS - Instituto Nacional de Previdência Social
IPEA - Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas
LBA - Legião Brasileira de Assistência
OUV - Ouvidoria
PR - Presidência
RAS - Regional Assu
PLANASA - Plano Nacional de Saneamento
RCA - Regional Caicó
RLN - Regional Litoral Norte
RLS - Regional Litoral Sul
RMO - Regional Mossoró
RNN - Regional Natal Norte
RNS - Regional Natal Sul
RPF - Regional Pau dos Ferros
SCE - Secretaria Executiva
SADEF Sociedade Amigos do Deficiente Físico
SENAI - Serviço de Aprendizagem da Indústria
SESC - Serviço Social do Comércio
SUDENE - Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
UADH - Unidade de Administração e Desenvolvimento Humano
UCCC - Unidade de Contabilidade e Controle de Custos
UCMI - Unidade Comercial de Micro Medição
UCPC - Unidade Comercial de Clientes Especiais, Órgãos Públicos e Cobrança
UEE - Unidade Executiva Especial
UFCA - Unidade Comercial de Cadastro Faturamento e Controle da Arrecadação
UINF - Unidade de Infra Estrutura
USBC - Unidade de Salários e Benefícios
USMT - Unidade de Segurança e Medicina no Trabalho
USUP - Unidade de Suprimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Caracterização da organização e seu ambiente	13
1.2 Formulação do problema	17
1.3 Objetivos	18
1.3.1 Geral	18
1.3.2 Específicos	18
1.4. Justificativa	19
2 REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1 A nova abordagem empresarial	21
2.2 O papel social do Estado	22
2.3 Ética, Moral e Cultura	23
2.4 Histórico da Responsabilidade Social	25
2.5 Responsabilidade Social Corporativa	28
2.5 Gestão Ambiental	30
2.5.1 Gestão Ambiental Empresarial	31
3 METODOLOGIA	34
3.1 Delineamento da pesquisa	34
3.2 População - alvo do estudo	34
3.3 Plano de coleta de dados	35
3.4 Instrumentos de coletas de dados	35
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	36
4.1 Dados Informativos	36
4.1.1 Sexo	36
4.1.2 Escolaridade	37
4.1.3 Idade	37
4.1.4 Filhos	38
4.1.5 Estado Civil	38
4.2 Dados Avaliativos	39
4.2.1 Grau de eficiência do trabalho de Educação Ambiental promovido pela CAERN	39
4.2.2 Grau de importância do programa de Gestão Ambiental	40

4.2.3 Qualidade do material usado nas palestras e aulas.....	40
4.2.4 Repasse do conhecimento pelo instrutor.....	41
4.2.5 Acessibilidade do Palestrante para novas informações e dúvidas.....	41
4.2.6 Análise das instalações físicas da CAERN.....	42
4.2.7 Prática das recomendações repassadas pelo palestrante.....	43
4.2.8 Nível de repasse das informações obtidas.....	43
4.2.9 Nível de acessibilidade do programa.....	44
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	45
REFERÊNCIAS	
APÊNDICES	
ANEXOS	

1 INTRODUÇÃO

A mudança na gestão empresarial nas últimas décadas é evidente, observa-se que a idéia de direcionamento fixo na produção empresarial vem deixando de existir. Promovida pela globalização e as inovações tecnológicas essa mudança vem exigindo das organizações importantes diferenciais para o sucesso em meio a um turbulento cenário empresarial hiper competitivo.

Na segunda metade do século XX em meio à criação dos movimentos ambientalistas os consumidores despertaram a preocupação e exigência perante as empresas, buscando a redução dos efeitos negativos provocados pelas atividades de produção. Diante a essas exigências às organizações passaram a ter maior cuidado com a imagem passada para seus consumidores. Para construir essa boa imagem as empresas vêm buscando ferramentas como a Responsabilidade Social, que cada dia que passa vem sendo mais posta em evidencia por seus resultados positivos se implantada corretamente.

Nos últimos anos a questão da preservação da natureza e os atuais problemas como o aquecimento global vem sendo bastante discutidos, a sociedade vem se mostrando preocupada com os dados alarmantes divulgados pelos cientistas, com isso, a idéia do consumo consciente vem crescendo cada vez mais. Aliada a conscientização vem às exigências por empresas engajadas na mesma causa, que atuem de forma positiva e responsável. Unindo a Responsabilidade Social com a questão Ambiental surge a prática da Gestão Ambiental, como forma de aliar a produção a preservação.

Com base nessa proposta a presente pesquisa busca analisar o programa de Responsabilidade Social focado em Gestão Ambiental promovido pela Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte – CAERN, enfatizando a importância do programa e como ele é visto pelos beneficiários.

1.1 Caracterização da organização e seu ambiente

Segundo dados internos da CAERN, o serviço de abastecimento de água em Natal começou a ser efetuado no ano de 1882 por meio de aprovação da Câmara dos Vereadores da época. O sistema de abastecimento era bem reduzido, formado por oito chafarizes e um tanque para 100 mil litros de água. Com o

crescimento da população e a necessidade de um sistema mais eficiente o Governo do Estado no ano de 1910 comprou e arrendou uma estrutura para abastecimento a uma empresa chamada Melhoramentos de Natal.

Com a maior complexidade dos serviços foi criada em 1921 a Comissão de Saneamento de Natal (CSN), a mesma no ano de 1935 efetuou um contrato com o escritório do engenheiro Saturnino de Brito para começar as obras. Durante o período de 1937 a 1964 a CSN passou por várias mudanças de nomenclatura mas foi finalmente chamada de Departamento de Águas e Esgotos (DAE).

Surge então o Plano Nacional de Saneamento, PLANASA¹, como não se tinha uma estrutura administrativa e financeira formada que pudesse captar recursos para obras de saneamento. Foi criada no dia 26 de Junho de 1969, pelo então Governador do Estado Monsenhor Walfredo Gurgel atendendo um dispositivo legal que aprovou a 4ª etapa do Plano Diretor de Desenvolvimento Econômico e Social do Nordeste, coordenado pela SUDENE, a Companhia de Águas e Esgotos do Rio Grande do Norte, CAERN. No dia 2 de Setembro do mesmo ano de criação foi nomeada a primeira Diretoria da CAERN presidida pelo engenheiro Moacyr Tavares Rolim.

No que tange ao abastecimento de água, a CAERN tem a supremacia da prestação de serviços, atuando em 152 das 167 sedes municipais.

O índice global de cobertura destes serviços é da ordem de 80%, e de 94% nas zonas urbanas.

No que se refere aos serviços de esgotamento sanitário, a cobertura é de apenas 20% da população urbana do Estado. Apenas 36 sedes municipais são atendidas e, ainda assim, de forma parcial, estando sendo executadas obras de ampliação em 6 delas e de implantação em mais de cinco sedes municipais. Neste ponto em particular, a situação é considerada crítica.

Para se ter idéia dos déficits de esgotamento sanitário, cite-se, por exemplo, a situação das maiores cidades: Natal, que tem apenas 33% de cobertura, Mossoró aproximadamente 40%, Parnamirim menos de 1% e Caicó 7%.

O índice de cobertura dos serviços de abastecimento de água no Rio Grande do Norte é considerado satisfatório. Isso, contudo, deve-se

¹ O Planasa definiu o modelo institucional que ainda hoje é dominante no setor. Os Estados constituíram empresas públicas ou sociedades de economia mista (Companhias Estaduais de Saneamento Básico – CESBs), que passaram a prestar o serviço nos Municípios, mediante a celebração de contratos de concessão..(PINTO,2005,p.4)

fundamentalmente aos investimentos maciços realizados durante o PLANASA – Plano Nacional de Saneamento, que priorizou na década de 70-80, o abastecimento de água, sendo que a melhoria dos indicadores, no presente, se deve à Construção de Cisternas, de Perfuração de Poços e Instalação de dessalinizadores, fruto de políticas do Governo Estadual, em parceria com o Banco Mundial.

Nos últimos anos, houve significativa melhoria do desempenho operacional da empresa, no entanto, a situação da concessionária estadual ainda é de extrema dificuldade financeira. A empresa continua com passivo elevado, da ordem de R\$ 236.000.000,00 e o lucro operacional do último ano foi insignificante, posto que menor que 0,5 milhões de reais. Justifica-se essa dificuldade financeira por alguns fatores como:

- Incapacidade de gerar e contratar recursos financeiros para investimentos em obras prioritárias de esgotamento sanitário, inclusive para atender às demandas reprimidas;
- Índices de perdas da ordem de 50%, como consequência direta da falta de investimento em novas tecnologias de produção, distribuição e comercialização de água;
- Falta de profissionalismo e autonomia da gestão, associada à descontinuidade administrativa, como fatores impeditivos a qualquer ação planejada, até mesmo de curto prazo;
- A CAERN tem um corpo funcional especializado (nível superior) extremamente antigo, o último concurso realizado pela empresa foi há 30 anos atrás, a empresa se encontra estagnada com funcionários antigos e a grande maioria desmotivados, pois não existe expectativa de crescimento e os servidores se tornaram totalmente acomodados. (COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE, 2006)

A missão da CAERN consiste em:

Atender a toda população do Rio Grande do Norte com água potável, coleta e tratamento de esgotos, de forma a contribuir para a melhoria da qualidade de vida de seus usuários com postura empresarial adequada e inovadora respeitando os demais setores do saneamento básico e respeitando os fatores sócio econômicos e ambientais. (COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE, 2006)

No que diz respeito a políticas ambientais, a CAERN busca definir políticas, planos e programas relativos à operação, manutenção e melhoria das unidades de tratamento dos sistemas de água e esgotos, compatíveis com a preservação do Meio Ambiente, visando à melhoria de vida da população e manutenção de equilíbrio dos ecossistemas. A CAERN atua fortemente no sentido de:

- 1) Cumprir a legislação ambiental e da qualidade da água, visando à preservação do Meio Ambiente e da vigilância sanitária.
- 2) Planejar e monitorar a utilização de recursos hídricos objetivando uma utilização do modo sustentado, bem como a preservação da qualidade da água.
- 3) Promover a capacitação profissional objetivando ações que visem proporcionar melhores condições sanitárias e ambientais aos trabalhadores da empresa.
- 4) Promover e incentivar a busca constante de inovações tecnológicas para a melhoria dos processos de tratamento e de gestão ambiental dos sistemas de abastecimento de água e de esgotamento sanitário em articulação com empresas públicas ou privadas, a sociedade civil organizada e instituições de ensino e pesquisa.
- 5) Autorizar pesquisa de novas práticas e tecnologias, objetivando a prevenção sobre o impacto ambiental e poluição gerada pelas atividades desenvolvidas nas diversas Estações de Tratamento de Esgoto (ETE's). (COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DONORTE, 2006)

Atualmente, a CAERN possui um cronograma organizacional com 51 setores, e sua sede na Avenida Hermes da Fonseca, em Natal, abriga 43 desses setores. Segue abaixo o atual organograma:

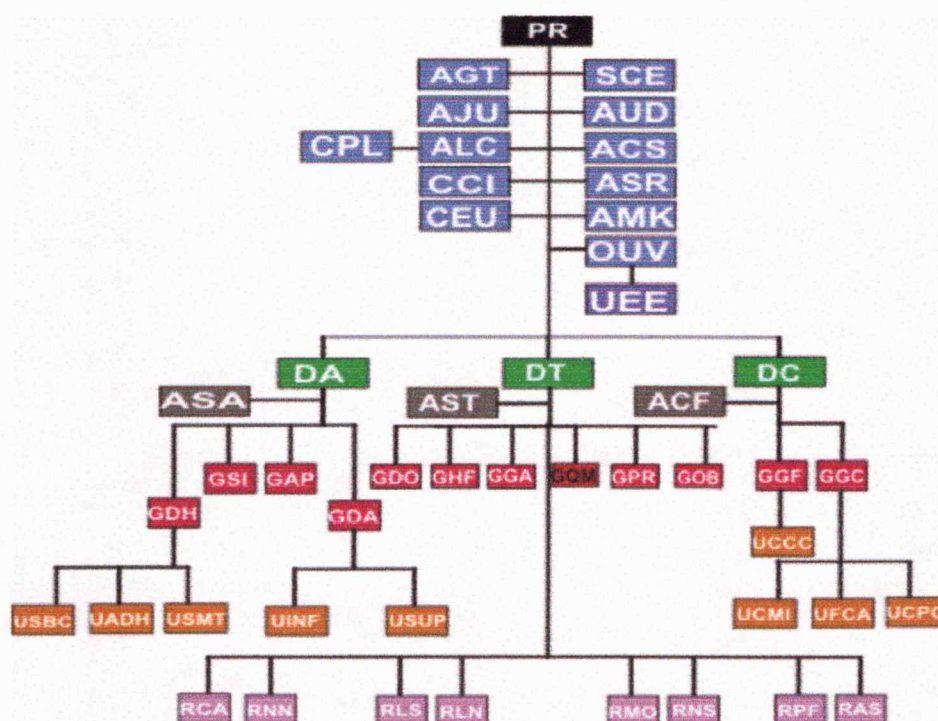


Figura 1 : Organograma CAERN².

Fonte: Companhia de Águas e Esgotos do RN – CAERN

² Para melhor entendimento do organograma, as siglas estão disponíveis no início do trabalho na lista de siglas.

Ao todo a CAERN possui 3 Programas de Responsabilidade Social, o primeiro deles é feito pela Assessoria de Comunicação Social, chefiada por Lígia Maria da Silva Cortez que é responsável pelo Programa de Patrocínio a atletas Norte-Riograndenses, como Magnólia Figueiredo e Clodoaldo Silva. O setor tem um convenio com a SADEF (Sociedade Amigos do Deficiente Físico), por meio da qual repassa a verba para o incentivo aos atletas associados.

O segundo programa é feito por meio da Assessoria Administrativa, proporcionando apoio aos funcionários que sofrem com problemas de saúde psíquica ou dependência química, oferecendo tratamento e reintegração a sociedade.

O último e que será analisado no presente estudo é promovido pela Gerência de Qualidade e Produção do Meio Ambiente (GQM) que oferece um Programa de Responsabilidade Social ligado ao Meio Ambiente e preservação, o setor é ligado a Diretoria Técnica, sendo mediado pela Assessoria Técnica. A GQM é Gerenciada pela engenheira Paula Melo, e sua parte de educação ambiental é de responsabilidade da Assistente Social Roberta Borges Falcão e pela técnica em engenharia Marineida Oliveira, sendo coordenadas pela engenheira Maria Geni Formiga. O Programa funciona em um prédio anexo a CAERN, onde se encontra a mini-estação de tratamento Saturnino de Brito, a qual é usada em visitas feitas pelas instituições de ensino de todo estado. O Programa promove palestras e Teatro educativo visando difundir a prática da preservação ambiental mostrando a real importância da água para a vida humana.

1.2 Formulação do problema

Para obter uma boa imagem institucional que segundo Costa (1997) consistem em:

É um diferencial decisivo em relação à concorrência. Para que um produto desperte a atenção do consumidor, é preciso promover um amplo e complexo processo de comunicação que se inicia – e se sustenta – na imagem institucional da empresa que o produz. Por meio dessa imagem é possível saber que por trás do design, do desempenho tecnológico e da modernidade de um produto ou serviço está o compromisso da empresa com a qualidade e o respeito aos seus acionistas, colaboradores e consumidores.

As organizações brasileiras passaram a utilizar a Responsabilidade Social como forte aliada, passando assim a imagem de uma empresa politicamente correta, que valoriza aspectos éticos ligados à cidadania.

A CAERN oferece atualmente três Programas de Responsabilidade Social, sendo um em Gestão Ambiental, no qual se faz a conscientização da população para o bom uso da água e combate à degradação de mananciais; o segundo é patrocínio para atletas Norte-Riograndenses (Clodoaldo e Magnólia Figueiredo) e, por último, um Programa voltado para o público interno, oferecendo reabilitação dos funcionários que sofrem com problemas químicos.

Nesse estudo focaliza-se o programa ligado a Gestão Ambiental, que visa a conscientização da população sobre a atual situação da água no mundo, seu mau uso pela população e sua importância para o planeta e servir de instrumento para maior interação empresa sociedade, por meio das visitas realizadas a CAERN onde são oferecidas palestras e atividades ligadas a água e o seu tratamento. Diante desse contexto, foi estudado o seguinte problema: Como o Programa de Responsabilidade Social focado em Gestão Ambiental, criado pela CAERN e visto pelos seus beneficiários?

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar o Programa de Responsabilidade Social focado em Gestão Ambiental criado pela CAERN.

1.3.2 Específicos

- a) Identificar o perfil dos beneficiários do Programa de Gestão Ambiental.
- b) Como as ações realizadas pelo Programa são vistas pelos beneficiários.
- c) Captar os pontos fortes e fracos do Programas de Responsabilidade Social focado em Gestão Ambiental implantado pela CAERN.
- d) Sugerir melhorias para o desenvolvimento eficaz desse Programa, onde o potencial humano dos funcionários seja bem aproveitado e a população obtenha o máximo de vantagens.

1.4 Justificativa

O presente estudo busca por meio de pesquisa apresentar os atuais resultados obtidos pelo Programa de Responsabilidade Social direcionado a Gestão Ambiental promovido pela CAERN, essas informações tanto servirão para a instituição quanto para a sociedade em geral, que terá um documento pronto para análise.

Por meio desse estudo a CAERN poderá analisar e corrigir erros antes não percebidos e potencializar os pontos fortes do Programa, visando à melhora contínua dos processos.

A população poderá analisar o real propósito do Programa de Gestão Ambiental, seus benefícios e objetivos. Conhecendo melhor as atividades promovidas poderá haver até uma maior procura pelo Programa.

A Responsabilidade Social é um assunto que vem sendo abordado com maior frequência nas últimas décadas. Será realizada uma pesquisa para o aprofundamento do tema, o qual mesmo em evidência, não possui ainda definições concretas. Apresentando uma profunda complexidade, a Responsabilidade Social acaba sendo muitas vezes confundida com simples filantropia, e deixa de ser aplicada por falta de conhecimento por parte de alguns dirigentes das empresas acerca dos benefícios a serem obtidos, se implantada.

Por meio do presente estudo, estudantes, professores e interessados em geral no assunto poderão encontrar informações sobre teoria e prática do assunto com seus reais significados.

Nesse estudo abordaremos uma série de conteúdos que se interligam formando uma visão geral de Responsabilidade Social na empresa Pública, especificamente o caso da CAERN.

Por ser um tema teoricamente novo, começou-se o estudo dissertando sobre a nova abordagem empresarial que cita às mudanças acontecidas no cenário empresarial durante as últimas décadas, após expor às características do atual meio empresarial, entra-se mais especificamente na Responsabilidade Social em si, começando pelo Papel Social que o Estado desempenha, logo após entra-se nos conceitos de ética, Moral e Cultura, que são os 3 pilares para implantação eficiente da Responsabilidade Social. Cita-se o Histórico da Responsabilidade Social e a Responsabilidade Social Corporativa, que expõe a implantação e os benefícios

desse tipo de iniciativa. Finalizando o Projeto será exposta uma visão de Gestão ambiental, que proporcionará o maior entendimento de como essa Gestão deve ser usada e a sua importância perante a sociedade.

Será feita uma pesquisa de campo com os beneficiários do Programa de Gestão Ambiental ,por meio dessa pesquisa serão elaborados gráficos e análises dos resultados, proporcionando também a sugestão de melhorias para o Programa.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 A nova abordagem empresarial

A cada dia que passa os consumidores estão mais conscientes de seus direitos e sua força perante as atividades empresariais. A partir dessa conscientização, o consumidor vem impondo ao mercado seus desejos e preferências, começa a surgir uma demanda crescente por uma nova instituição, ou seja, uma empresa que não seja apenas responsável por fazer lucro ou produzir mercadorias, mas por contribuir de forma simultânea à solução dos problemas políticos, sociais éticos e ambientais que surgem em nossa complexa sociedade moderna. Duarte apud Karkotli (2006).

Os modelos tradicionais de administração visavam apenas os aspectos internos da organização, desprezando por completo a interação com o meio externo. Somente a partir das abordagens da teoria estruturalista e de novos sistemas para a administração, passa-se a observar a ênfase voltada tanto para o interior quanto para o exterior das empresas. Karkotli (2006, p. 32).

Somente a partir da escola estruturalista tem início a análise das organizações em interação com o ambiente externo, ao ser influenciada pelas abordagens dos sistemas abertos.

As organizações operam dentro de um contexto, do qual depende seu desenvolvimento e a sua sobrevivência.

É do ambiente que as organizações obtêm recursos e informações necessários para o seu funcionamento, e é nele que coloca o resultado de suas operações. Na medida em que ocorrem mudanças no ambiente, as operações das organizações são influenciadas por essas mudanças.

Observa-se que a nova abordagem empresarial engloba uma série de mudanças por parte das organizações impondo uma transformação na sua forma de agir e pensar, o principal fator direcionador é a sociedade, que segundo Karkotli (2006, p. 70) "esta cada vez mais consciente, articulada e engajada na fiscalização de práticas empresariais e em defesa dos cidadãos, contribuintes e consumidores."

O conceito de empresa-ilha que segundo Bonilla apud Karkotli (2006) consiste na maximização dos benefícios (lucros a serem apropriados pelos acionistas) e a socialização dos prejuízos (distribuídos entre empregados, clientes, comunidade, etc) vem desaparecendo, surge um conceito de empresas modernas,

que trabalham em parceria com os consumidores buscando se posicionar de maneira correta perante o público que usufrui seus produtos e serviços, totalmente consciente do mercado competitivo acirrado e da real importância de atender as exigências desses consumidores.

2.2 O papel social do Estado

Nem sempre o Estado teve um papel social perante a sociedade, essa responsabilidade surgiu a partir de um determinado demarcador temporal. Com o surgimento de necessidades advindas de crises sócio econômicas, foi necessário a participação ativa do Estado no que diz respeito à assistência social para a parcela necessitada da população. Segundo Fontes (2005) a questão Social vem se modificando ao passar do tempo, na Idade antiga o papel social era feito pelos clãs que auxiliavam os membros mais carentes com seus próprios recursos, mantendo assim total independência e ausência de um Estado unificado.

Chegando a Idade Média as práticas sociais foram associadas a uma atividade caritativa e cristã, porém com a chegada da Idade Moderna e a decadência da Igreja Católica ocasionada pela Reforma Protestante essa face das práticas sociais volta a se modificar, com a elevação da classe burguesa essas práticas passaram a ser consideradas fenômenos sociais.

Com a Revolução Industrial a estrutura social ficou mais complexa, necessitando assim de uma reavaliação e reestruturação econômica. Já reestruturada, a Idade Contemporânea mostra uma nova questão Social, trazendo ações como conflitos de classes, que exigem novas estratégias por parte da burguesia dominante para evitar a quebra da sociedade. Para amenizar essa crise foram criadas instituições assistenciais que oferecem aos trabalhadores condições mínimas de vida, essas instituições são símbolos do início da política assistencial moderna, essa política tem a característica de restritamente amenizar a miséria, deixando de repensar a partir dela novas condições de existência de acordo com Fontes (2005).

Para se manter dominante na sociedade, a burguesia tentou de todas as formas deixar o poder público fora do controle da política econômica social, fracassando nesse aspecto pois sua estratégia de controlar o mercado não foi eficaz. Com fatores como o pauperismo, novas estratégias foram implantadas e a

participação do Estado foi necessária. Foi criado então o Estado do Bem Estar Social que de acordo com a classificação de Fontes (2005 p. 2):

Estado do Bem Estar Social surge com o compromisso de mediar interesses de mercado e as reivindicações do trabalho. Surge, principalmente no cenário europeu do pós Segunda Guerra, e se fortalece no contexto da guerra fria, o Estado de Bem Estar Social. Sua essência reside na proteção oferecida pelo governo na forma de padrões mínimos de renda, alimentação, saúde, habitação e educação, assegurada a todos os cidadãos como um direito. Em outras palavras, o Estado de Bem Estar Social representa a institucionalização dos direitos sociais nos marcos do capitalismo, em sua era de ouro.

Visando solucionar esses problemas por meio de políticas assistenciais, o Estado ocupou o cargo de principal suporte de proteção à sociedade necessitada.

O Estado do Bem Estar Social teve fim quando a restrição dos gastos públicos aumentou, consequência da rigidez da produção pelo crescimento capitalista.

Com o surgimento do Neoliberalismo no final do século XX vem à tona a proposta de um Estado que controle os gastos sociais e ao mesmo tempo não tenha forças para intervir no mercado. Para amenizar as consequências do modo de produção capitalista agora mais forte pela globalização e pelas políticas Neoliberais, foi preciso criar novas estratégias sociais.

De um lado a grave crise da questão social, do outro a burguesia lutando para que o Estado não reassumisse o poder e o controle sob a economia, era necessário uma solução para que o Estado não tivesse esse poder e ameaçar os propósitos da burguesia, parte dessa solução foi a criação da “Responsabilidade Social Empresarial” passando parte das responsabilidades do direito social coletivo para o setor privado da sociedade.

2.3 Ética, Moral e Cultura

A Responsabilidade é um assunto complexo, não se pode falar sobre ela de maneira isolada, segundo Ashley (2006, p.3) “Há um reconhecimento de que ética, cultura e valores morais são inseparáveis de qualquer noção de Responsabilidade Empresarial”.

De acordo com Do Vale (2002, p. 1) pode-se classificar ética como:

Ética pode ser conceituada como o estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente à determinada sociedade, seja de modo absoluto.

Percebe-se que a ética é variável a cada sociedade, regida por valores individuais que direcionam o ser humano a diferenciar o certo do errado.

No que diz respeito à Responsabilidade ética Carroll apud Ashley (2006 p. 5) define como:

Atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados (no sentido positivo) ou proibidos (no sentido negativo) por membros da sociedade, apesar de não codificados em leis. Elas envolvem uma série de normas, padrões ou expectativas de comportamento para atender àquilo que os diversos públicos (*stakeholders*) com as quais a empresa se relaciona consideram legítimo, correto, justo ou de acordo com seus direitos morais ou expectativas.

Observando o conceito de Moral segundo Sprour apud Ashley (2006, p. 5) “a moral pode ser vista como um conjunto de valores e de regras de comportamento que as coletividades, sejam elas nações, grupos sociais ou organizações, adotam por julgarem corretos e desejáveis”, pode-se perceber a relação direta entre a moral e a ética. A relação entre os dois conceitos é tão estreita que até o século XX não possuíam diferenciação semântica, a distinção dos conceitos foi feita por Michael Foucault, Miranda (2002 p.235) relaciona os dois conceitos “Moral é o código escrito ou tácito que rege uma determinada sociedade, ética é como cada um dos indivíduos dessa sociedade se relaciona com o código.” Ashley (2006, p. 5) estabelece essa relação como:

A ética é mais sistematizada e corresponde a uma teoria de ação rigidamente estabelecida. A moral, em contrapartida é concebida menos rigidamente, podendo variar de acordo com o país, o grupo social, a organização ou mesmo o indivíduo em questão.

Com a globalização os valores éticos e morais ficaram mais rigorosos, as empresas precisam mostrar a seus consumidores uma imagem politicamente correta. É justamente nessa hora que a adoção de programas de Responsabilidade Social ajudam a organização a obter essa imagem diferenciada, acompanhando

assim as constantes mudanças do cenário empresarial. Nesse cenário empresarial as empresas devem ter atitudes como:

- Preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam todos os públicos/ stakeholders envolvidos (entendidos da maneira mais ampla possível);
- Promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;
- Respeito ao meio ambiente e contribuição para sua sustentabilidade em todo o mundo;
- Maior envolvimento nas comunidades que se insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social, em parceria com governos ou isoladamente. (ASHLEY, 2006, p. 7)

O terceiro termo chave para o total entendimento da Responsabilidade Social é a cultura. Toda organização possui uma cultura, essa cultura serve como base para todas as atividades e processos realizados dentro da organização. Barbosa apud Ashley (2006, p. 9) conceitua cultura como “um sistema específico de valores e visões de mundo em cujo contexto se dão as ações e práticas de determinada sociedade.”

Utiliza-se o termo cultura organizacional para definir o tipo de cultura que direciona as atividades e parâmetros da empresa em geral. Como exemplo de ações da cultura organizacional temos a Responsabilidade Social Corporativa.

2.4 Histórico da Responsabilidade Social

Pode-se demarcar a questão da Assistência Social no Brasil em 5 fases. Sendo cada uma delas, resultado de formas distintas de governo.

A primeira fase é a da Republica Velha, o Estado se posicionava de forma omissa, tentando de todas as formas se livrar da responsabilidade de criar alternativas para solucionar os problemas sociais da época. Segundo Fontes (2005 p. 3) “até a Revolução de 30, no Brasil, a pobreza e suas conseqüências eram consideradas” caso de polícia “por parte do Estado. Os problemas sociais eram mascarados sob a forma de fatos esporádicos , uma disfunção dos indivíduos.”

O cenário político brasileiro passou por uma total mudança, ocorreu a Revolução de 1930, também conhecida como Era Vargas. A questão social passa a ser considerada uma causa política, o Estado assume uma postura diferenciada das décadas anteriores, nesse período forma-se uma verdadeira política assistencialista onde os direitos sociais são institucionalizados, destaca-se a criação dos ministérios do trabalho, saúde e educação para gerenciar as ações promovidas pelo Estado. A questão social deixa de ser “caso de polícia” e passa a ser objeto de política, sendo usada como mecanismo para atenuar tensões sociais, sem é claro, atentar contra a propriedade privada ou tocar nas relações de produção. Fontes (2006).

Na era Vargas destaca-se também a criação de órgãos assistencialistas, foram eles: Legião Brasileira de Assistência (LBA), Serviço de Aprendizagem da Indústria (SENAI), em 1964 o Serviço Social da Indústria (SESI) e o Serviço Social do Comércio (SESC).

Diante desses serviços oferecidos pelo Estado, o setor público se liga diretamente à assistência social, que foi uma das principais características desse período governamental.

Após a Era Vargas, começou o período da Ditadura Militar, o governo pretendia manter sob seu domínio toda população, usou o assistencialismo como uma das armas, a principal medida social tomada nesse período foi a unificação dos institutos de previdência, criando assim o Instituto Nacional de Previdência Social (INPS).

A questão da Responsabilidade Social no Brasil ainda é muito recente. As discussões sobre o tema se iniciaram na década de 1970, tendo como pioneira a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) do Brasil³, que promoveu os primeiros debates sobre Balanço Social. Essas discussões mostram o despertar do interesse por parte das empresas nesse novo conceito de organização responsável, que por meio da Responsabilidade Social obtém um diferencial competitivo no mercado.

A partir de 1990 a produção acadêmica sobre o tema Responsabilidade Social foi bastante intensificada, criaram-se também várias formas de propagação do conceito.

³ A ADCE – Brasil é uma entidade constituída de empresários cristãos, que possui como fundamento de suas praticas os princípios estabelecidos pela doutrina social da igreja, todas as atividades ligadas à responsabilidade e ao balanço social das empresas dirigidas pelos membros da associação seguem tais princípios. Ashley (2006 p. 69)

O cenário já se alterou bastante desde meados da década de 1970, em especial no final da década de 1990, pela crescente produção acadêmica, lançamento de premiações e fundação de organizações associativas promotoras do conceito, em especial o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social⁴ fundado em 1998. (ASHLEY, 2006, p.72)

Outra importante mostra de que o conceito de Responsabilidade Social vem evoluindo é a implantação do tema nos cursos de graduação nas Instituições de Nível Superior. A tendência é que o tema continue sendo discutido cada vez mais. De acordo com Ashley (2006,p.73)

Algumas empresas com atividades no país já têm a responsabilidade social como assunto constante em suas agendas de negócios. E muitos empresários brasileiros já perceberam que contribuir para o bem-estar de seus funcionários, da comunidade em que atuam e promover práticas de governança e transparência com seus stakeholders⁵.

Quando se fala em números pode-se citar a pesquisa promovida pelo Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) em 1999, a pesquisa buscou um diagnóstico sobre a Responsabilidade social no Brasil. De acordo com Karkotli (2006,p.48)

A mesma pesquisa revelou que 300 mil empresas, ou quase dois terços do universo pesquisado, realizam algum tipo de ação social, que abrangem desde pequenas doações até grandes projetos bem estruturados. Tem-se como grande incentivador da ação social empresarial a filantropia, sendo que 81% das empresas o fazem por motivos humanitários, e também que 86% dos proprietários de pequenas empresas se declaram responsáveis pelas atividades sociais realizadas.Outro dado importante é que são poucas as empresas (12%) que acompanham de perto o que acontece com as ações sociais que elas apóiam ou realizam.

A partir desses dados pode-se dizer que as empresas brasileiras ainda não têm total consciência do sentido pleno de responsabilidade social, percebe-se

⁴ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. (ETHOS, 2007)

⁵ Há alguns anos vem se observando que as empresas estão sendo pressionadas, por agentes externos e internos, a dotarem um comportamento que leve em conta os aspectos sociais e éticos, além dos econômico-financeiros. A esses agentes dá-se o nome de Stakeholders. Nessa categoria estão incluídos todos os grupos de interesse da organização, quais sejam clientes, funcionários, fornecedores, acionistas, proprietários, governo e comunidade local. (KARKOTLI, 2006, p.16)

isso quando ainda se liga o termo a filantropia, essa ligação acaba provocando o erro de implantação da responsabilidade social da organização, muitas vezes é ocorrido por falta de pesquisa e de interesse da própria empresa:

É conveniente registrar que a elaboração e implementação dos programas de responsabilidade social empresarial devam ser conduzidos por profissionais especializados e habilitados, evitando-se assim que estas iniciativas resultem tópicas, descontinuas ou que situem no campo de simples filantropia. (KARKOTLI, 2006, p.43).

Ainda segundo os dados do IPEA, os maiores investimentos em ações sociais por parte das empresas é feito na Região Sudeste, cerca de R\$ 3,5 bilhões. Em contrapartida a Região Sul (em foco o Rio Grande do Sul) apenas 39% das empresas se envolvem em atividades sociais, justifica-se esses números por a população local ter maior grau de cidadania e melhores serviços público as a disposição.

O principal argumento das empresas quando indagadas sobre a pouca participação na área social foi à falta de recursos.

2.5 Responsabilidade Social Corporativa

No ato da implementação de um programa de Responsabilidade Social a empresa obtém um diferencial de mercado, as opiniões sobre o uso da Responsabilidade Social como forma de promoção são adversas. Alguns estudiosos defendem que não se deve usar a Responsabilidade Social como uma forma de autopromoção, por outro lado, a maioria das empresas defende que essa responsabilidade adquirida, por causar o bem estar da população e simultaneamente o crescimento dos lucros deve ser exposta como diferencial competitivo, se não exposta pode acarretar problemas financeiros e até o fim de sua existência.

Deve-se levar em conta que a Responsabilidade Social eficiente não é apenas filantropia e doações, e sim uma atividade bem mais complexa que exige uma reformulação de toda a razão de ser da empresa.

Algumas empresas não utilizam a Responsabilidade Social de maneira correta, apenas “fingem” para os consumidores que são empresas “socialmente

responsáveis” buscando um diferencial competitivo inexistente. A prova disso é a possível análise interna da empresa, onde se pode perceber que os valores adotados são contrários aos exigidos por programas de Responsabilidade Social. De acordo com Morales (2006, p.62):

Muitas organizações transmitem uma falsa idéia de preocupação com qualidade de vida da sociedade e satisfação do consumidor apenas objetivando os benefícios trazidos. Isso pode ser notado pela ausência de valores relativos a responsabilidade social em sua cultura e baixo grau de comprometimento com o conceito.

Por ser um processo bastante complexo a implantação da Responsabilidade Social em uma empresa exige diversas mudanças em alguns atos e pensamentos empresariais. Segundo Karkotli (2006, p.40):

Pode-se concluir que é extremamente difícil implementar uma gestão de responsabilidade social em uma organização como máquina, pois para a mesma é irrelevante o ambiente externo e sua cultura organizacional é desumanizante. Já fica fácil implementar uma gestão da área social em uma organização como ser vivo, pois esta considera de extrema importância tanto o ambiente interno como o externo, além de sua cultura organizacional ser pautado em valores éticos, espírito empreendedor, reconhecimento da importância do meio ambiente, cargos na estrutura que possibilitem o desenvolvimento do autocontrole e da criatividade e humanização da organização.

Observa-se assim que a implantação da Responsabilidade Social Corporativa é muito além de simples filantropia por parte das empresas, e sim um processo detalhado mudando totalmente a “maneira de pensar” da mesma.

A Responsabilidade Social traz consigo a diferenciação do mercado tão almejada pelas organizações. Segundo Karkotli (2006, p.51):

As empresas têm que se adaptar às novas realidades, globalização, novos valores pessoais, novos paradigmas, portanto devem assumir um papel mais amplo, que transcenda ao de sua vocação básica de geradora de riquezas, voltando-se cada vez mais para o social, ou seja, o investimento social.

A empresa que utiliza a Responsabilidade Social Corporativa se diferencia e ainda cumpre com suas responsabilidades com a sociedade na qual atua.

2.6 Gestão Ambiental

Para a produção dos produtos e serviços necessários ao ser humano são usados inúmeros tipos de recursos naturais, Barberi (2004, p.6) define esses recursos como “elementos ou partes do meio ambiente físico e biológico, como solo, plantas, animais, minerais e tudo que possa ser útil e acessível à produção da subsistência humana.” Esses recursos podem ser classificados em Renováveis e Não renováveis. Os renováveis como o próprio nome já diz, se renova constantemente, já o não renovável é finito, pois não ocorre renovação. Barbieri(2004, p.7) faz essa separação “Recurso renovável se entende aquele que pode ser obtido indefinidamente de uma mesma fonte, enquanto o não renovável possui uma quantidade finita, que em algum momento vai se esgotar se for continuamente explorado.” A figura 2 representa os tipos de recursos naturais e a sua classificação:

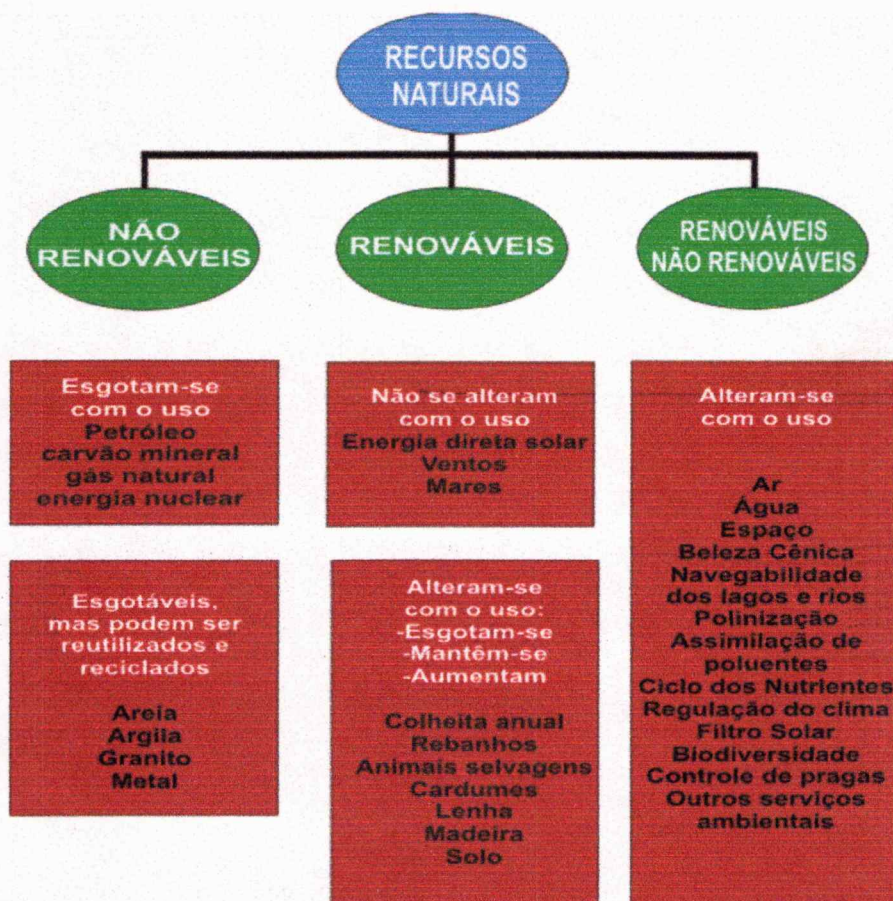


Figura 2: Tipos de Recursos Naturais e suas classificações

Fonte: Adaptado de (BARBIERI, 2007, p.7)

É notório o crescimento populacional ocorrido nas ultimas décadas, de uma maneira proporcional a esse crescimento é a extração dos recursos naturais para suprir as necessidades da população. O uso acelerado dos recursos não permite a sua reposição natural, tornando cada vez mais próxima a escassez desses recursos. Essa atual situação de crescimento X uso faz com que a população busque algumas formas de evitar os efeitos como o fim dos recursos naturais, uma medida usada é a Gestão Ambiental, que Barbieri (2004, p.19) define como :

Os termos administração ou gestão do meio ambiente, ou simplesmente gestão ambiental, serão aqui entendidos como as diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, tais como planejamento, direção, controle, alocação e recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que eles surjam.

A gestão ambiental consiste em atividades que procuram gerir da melhor forma possível os recursos ambientais, sejam elas ações governamentais ou de empresas privadas, esta chamada de gestão ambiental empresarial.

2.6.1 Gestão Ambiental Empresarial

As empresas têm com principal matéria prima para a produção de seus bens e serviços os recursos naturais. Recai sobre elas a responsabilidade pelo uso e os danos causados pela sua produção.

A sociedade e o Estado passaram a cobrar das organizações o uso de forma responsável dos recursos naturais, ou seja, a criação de uma gestão ambiental empresarial.

Infelizmente essa preocupação com os danos causados pela produção, não partiu diretamente das organizações, um conjunto com 3 forças impulsionaram as empresas a adotar esse modelo de gestão. A primeira dessas forças é a sociedade que por meio de Ong's e movimentos organizados pressionam as empresas utilizando denuncias e manifestos, exigindo assim que as organizações assumam sua responsabilidade e ajustem suas atividades respeitando o meio ambiente. Outra forma de cobrança da sociedade é a procura de produtos detentores de rótulos ambientais. A segunda força é o Governo que cada dia vem

estabelecendo mais Leis Ambientais formando uma parceria com a comunidade. O terceiro fator é o mercado, isso se deve ao peso que as Leis ambientais tem sobre o comercio internacional. Segundo Barbieri (2004, p.100):

A intensificação dos processos de abertura comercial expõe produtores com diferenças pronunciadas de custos ambientais e sociais a uma competição mais acirrada e de âmbito mundial tem sido uma poderosa força indutora de regulamentação e auto-regulamentação socioambientais.

Dentro do mercado, visualizando uma possível surpresa no que diz respeito a futuras ações contra seus negócios, os investidores também vem cobrando das organizações políticas de gestão ambiental.

Uma das ações de gestão ambiental é a educação ambiental. Por meio dessa educação a população recebe informações válidas para o melhor aproveitamento dos recursos utilizados e a importância da preservação dos mesmos. Pelicione (2004,p.467) classifica Educação ambiental como “educação ambiental, como processo de educação política busca formar para que cidadania seja exercida e para uma ação transformadora, a fim de melhorar a qualidade de vida da coletividade.”.

Para que a educação realmente seja eficaz não basta iniciativa apenas do educador, os educandos precisam estar motivados e conscientes da importância daquilo que esta sendo passado. Pelicione (2004,p.467) afirma isso quando cita “O educador estimula o educando que, motivado, valoriza as idéias, de modo a ter certeza que elas serão significativas para a sua vida.” Jacobi (2002,p.4) defende a importância da educação ambiental:

Existe, portanto, a necessidade de incrementar os meios de informação e o acesso a eles, bem como o papel indutivo do poder público nos conteúdos educacionais, como caminhos possíveis para alterar o quadro atual de degradação socioambiental. Trata-se de promover o crescimento da consciência ambiental, expandindo a possibilidade de a população participar em um nível mais alto no processo decisório, como uma forma de fortalecer sua co-responsabilidade na fiscalização e no controle dos agentes de degradação ambiental.

Por meio da Educação Ambiental, são expostos os problemas que vem ocorrendo e é demonstrada a população sua influencia sob esses problemas,

tornando assim uma sociedade mais atuante e motivada, que deixa para trás a idéia de que sua colaboração não tem nenhuma valia por ser insignificante perante o mundo.

3 METODOLOGIA

3.1 Delineamento da Pesquisa

Segundo os critérios de classificação das pesquisas, quanto ao tipo do estudo, foi realizada uma pesquisa descritiva, que Gil (1996, p.46) caracteriza como “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” Segundo Vergara(199,p. 45) “a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza”. Além de descritiva a pesquisa também será exploratória que para Gil (1991,p.45), tem a finalidade de proporcionar maior familiaridade com o problema abordado, buscando torná-lo explícito. Esse tipo de pesquisa foi usado pois o estudo visa analisar o perfil dos beneficiários do Programa de Gestão Ambiental oferecido pela CAERN. Além desse perfil buscou-se saber como as ações realizadas pela CAERN são vistas pelos beneficiários.

Quanto ao subtipo, foi realizada uma Pesquisa de Campo que é definida como Vergara (1998,p.45) como “investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispões de elementos para explicá-lo.” A pesquisa pode ser considerada além de Pesquisa de Campo, um estudo de caso que é definido por Gil (1996,p.58) como “profundo e exaustivo de um ou poucos objetivos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados.” O Programa de Responsabilidade Social estudado é bastante complexo, por esse motivo foram estudados apenas alguns pontos em profundidade, para que se obtenha uma visão geral dos resultados.

3.2 Definição da população alvo do estudo

O universo da pesquisa foi formado pelos beneficiários do Programa estudado, são eles: Professores e alunos. Com base no primeiro Semestre de 2006, foram atendidas 431 pessoas, sendo elas professores e alunos acima de 15 anos. Com margem de 6% de erro e 95% de confiabilidade foram distribuídos 98

questionários as escolas e instituições que visitaram a CAERN nesse período, sua distribuição foi proporcional ao número de alunos e professores que vieram a vista. O tipo de amostragem usada foi a estratificada não proporcional, que se enquadrou perfeitamente no estudo realizado.

3.3 Plano de coleta de dados

Para obter os dados necessários para a presente pesquisa foram usados instrumentos como entrevistas e questionários. Optou-se por entrevistas informais na presente pesquisa. A entrevista consiste no ato de realizar uma série de perguntas e o entrevistado responde a elas oralmente. Foram realizadas as entrevistas informais que são representadas por uma conversa aberta, onde o entrevistador busca coletar os dados necessários no decorrer da conversa. (VERGARA, 1998)

Na pesquisa foram usados apenas questionários estruturados com perguntas fechadas.

3.4 Instrumentos de coleta de dados

Após a captação dos dados, a tabulação foi feita utilizando os programas Microsoft Word e Microsoft Excel, depois de tabular foram produzidos gráficos utilizando os mesmos programas. De acordo com a intenção do projeto, os dados serão tratados de forma qualitativa e quantitativa, pois se analisa os dados utilizando procedimentos estatísticos e ao mesmo tempo será realizada uma análise mais estruturada, codificando e apresentando esses dados acompanhados com as devidas interpretações.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir serão apresentados gráficos representando as informações obtidas por meio dos questionários distribuídos na segunda quinzena de Agosto do ano de 2007 a amostra de 98 beneficiários do programa de Gestão Ambiental promovido pela CAERN.

4.1 Dados informativos: Perfil dos beneficiários do programa

4.1.1 Sexo

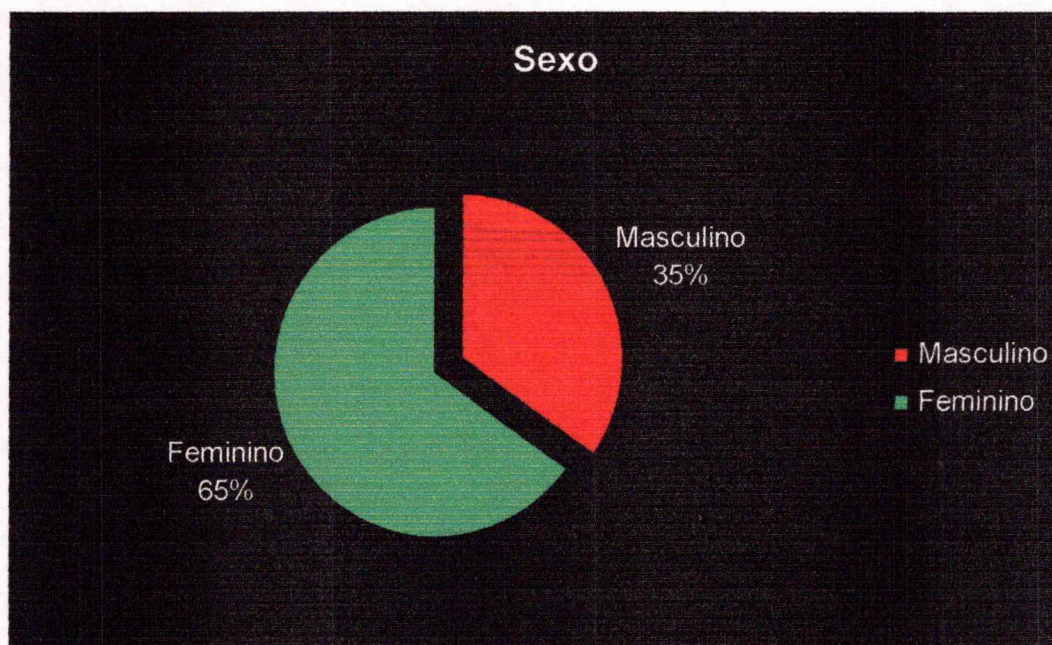


Gráfico 1 – Sexo dos beneficiários

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Como mostra o gráfico acima, a maioria dos beneficiários do Programa oferecido pela CAERN é do sexo feminino representado por 66%, mais da metade dos entrevistados.

4.1.2 Escolaridade

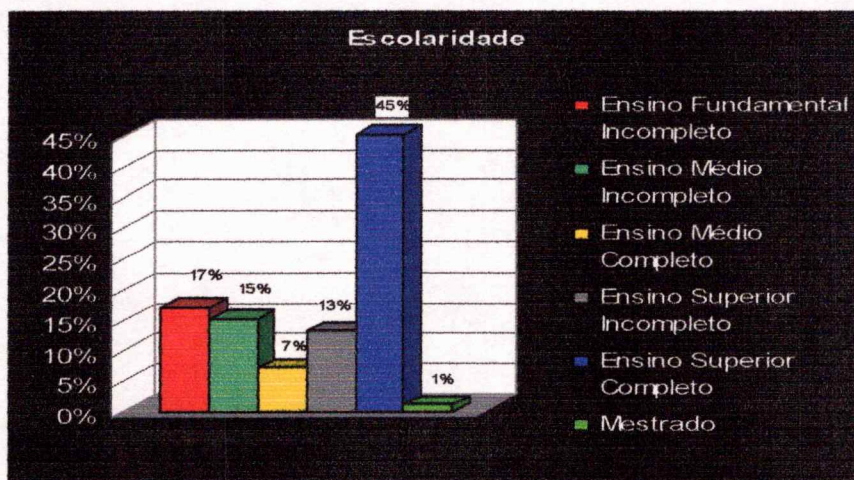


Gráfico 2 – Escolaridade dos beneficiários

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

No que diz respeito à escolaridade dos beneficiários a maioria representada por 45% tem o Ensino Superior Completo, seguido por 17% com o Ensino Fundamental Incompleto, 15% tem o Ensino Médio Incompleto, 13% o Ensino Superior Incompleto, o 7% Ensino Médio Completo e 1% dos entrevistados possuem Mestrado. Pode-se observar que a maioria dos entrevistados possui um grau satisfatório de formação.

4.1.3 Idade

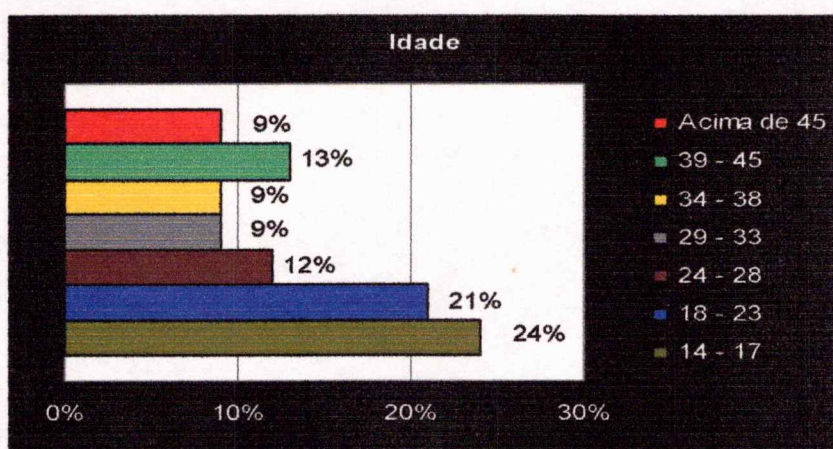


Gráfico 3 – Idade dos beneficiários

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

A maioria dos entrevistados representados por 24% tem idade de 14 a 17 anos, seguidos por 21% com 18 a 23 anos, 13% com 39 a 45 anos, 12% com 24 a 28

anos, 10% com 29 a 33 anos, 10% com 34 a 38 anos e 9% acima de 45 anos. A idade dos entrevistados é bem variada de acordo com os dados obtidos.

4.1.4 Filhos

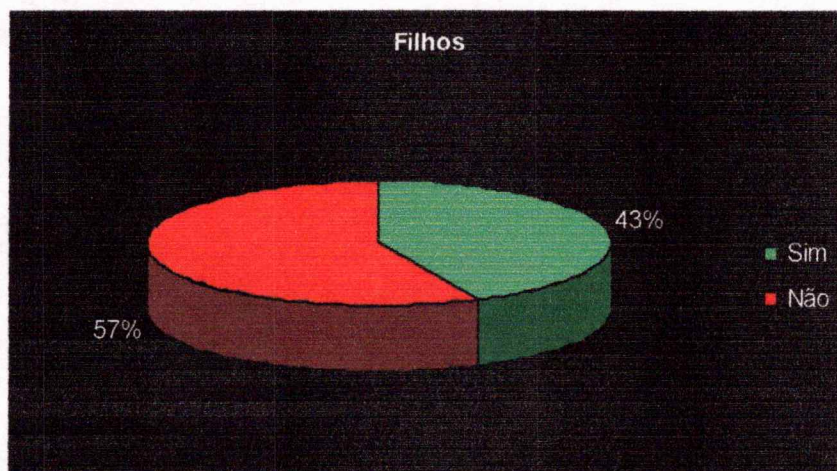


Gráfico 4 – Filhos dos beneficiários

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

O percentual dos entrevistados com filhos é bastante significativo, representado por 43%, podendo se considerar que cada um desses beneficiários pode divulgar informações obtidas nas palestras em casa para os filhos.

4.1.5 Estado Civil

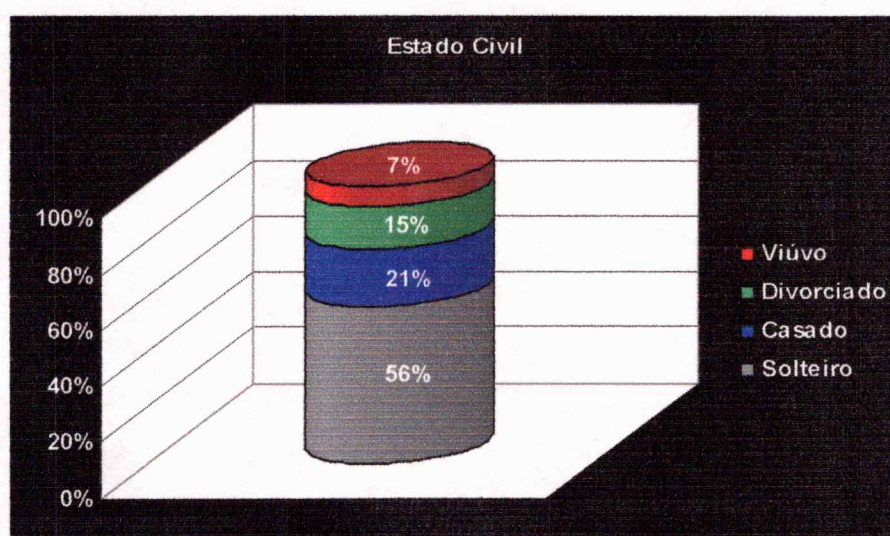


Gráfico 5 – Estado Civil dos beneficiários

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Prevalecem os beneficiários solteiros, representados por 57%. O restante dos entrevistados se dividem em 51% casados, 15% divorciados e 7% viúvos.

4.2 Dados Avaliativos

4.2.1 – Grau de eficiência do trabalho de Educação Ambiental promovido pela CAERN.

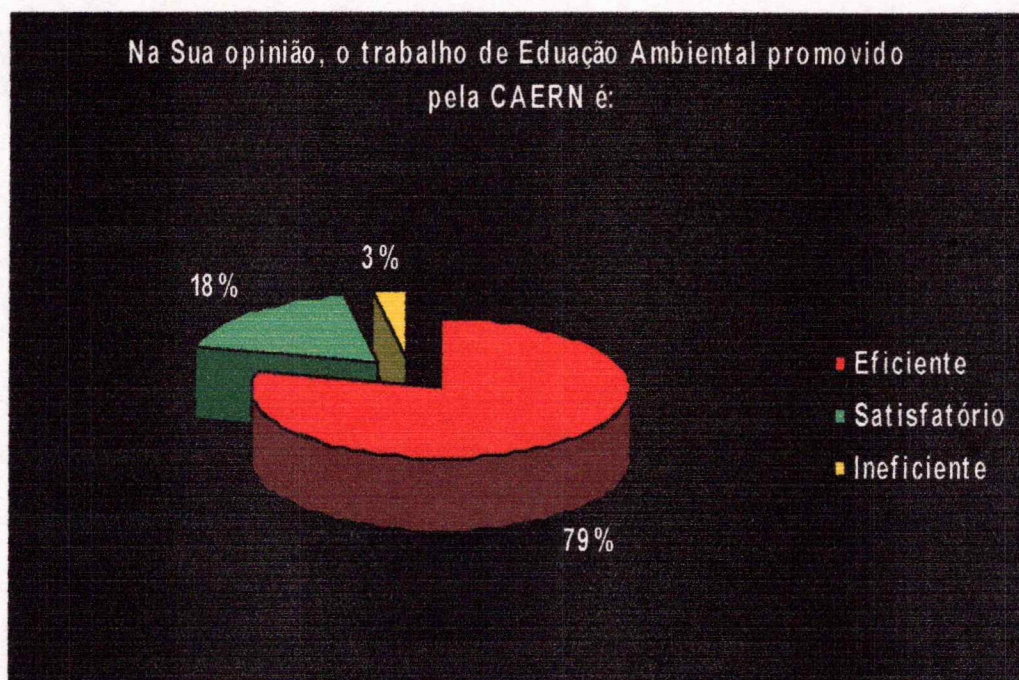


Gráfico 6 – Grau de eficiência do Programa de Educação Ambiental promovido pela CAERN
Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Pode-se observar que a grande maioria representada por 79% dos beneficiários entrevistados acha que o programa oferecido pela CAERN é eficiente, seguido por 18% que consideram o programa satisfatório e 3 % que acham o programa ineficiente. Esses números demonstram que o trabalho realizado pela CAERN está atingindo seu desejado grau de eficiência.

4.2.2 Grau de importância do programa de Gestão Ambiental

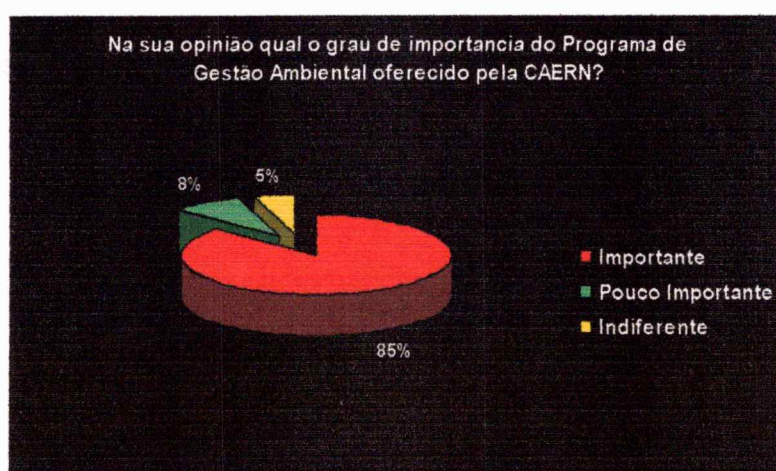


Gráfico 7– Grau de importância do programa

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

No que diz respeito à importância do programa, a grande maioria representada por 85% dos entrevistados acha o programa importante, 8% acha o programa indiferente e 5% acham o programa pouco importante.

4.2.3 Qualidade do material usado nas palestras e aulas.

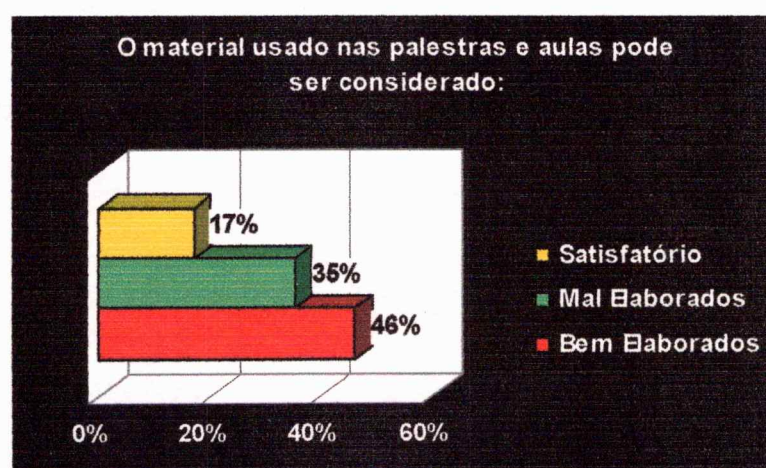


Gráfico 8 – Qualidade do Material usado no Programa

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

A maioria dos entrevistados representados por 49% acha o material usado pelo Programa satisfatório, 34% mal elaborado e 17% bem elaborado. Ao serem questionados porque o material não é considerado bem elaborado os entrevistados justificaram que o mesmo material usado para uma turma de ensino fundamental é usado para palestras ministradas a uma turma de ensino superior.

material de escritório como armários, livros antigos, filmes e documentos antigos da CAERN. Os armários com esse material foram colocados perto da mini lagoa de captação. Nas divisórias projetadas para estudos, também localizadas na mini estação foram colocados entulhos como cadeiras quebradas e caixas. Além da falta de limpeza do ambiente, causando muita poeira. Observou-se também que a água da mini lagoa esta com uma coloração esverdeada, é posto cloro porém o esvaziamento e a lavagem da lagoa não é feito periodicamente.

4.2.4 Repasse do conhecimento pelo instrutor

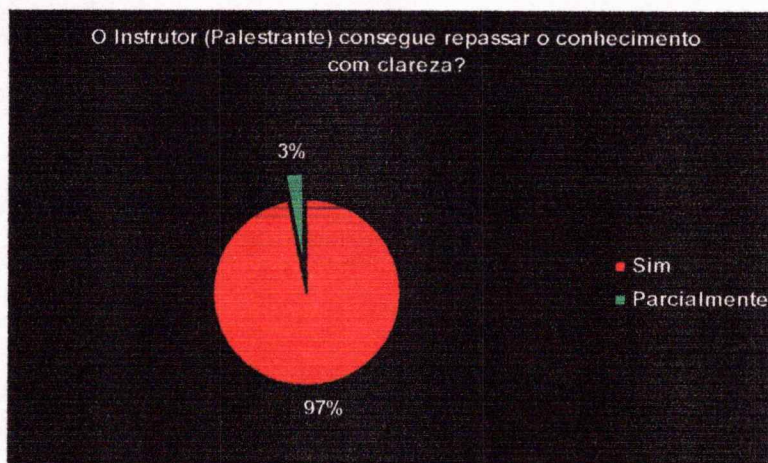


Gráfico 9 – Repasse das informações pelo Palestrante

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Os entrevistados em sua maioria de 97% consideram que o instrutor (Palestrante) consegue passar seus conhecimentos com clareza, 3% dos entrevistados discordam, afirmam que o instrutor não consegue passar seus conhecimentos de maneira clara.

4.2.5 Acessibilidade do Palestrante para novas informações e dúvidas

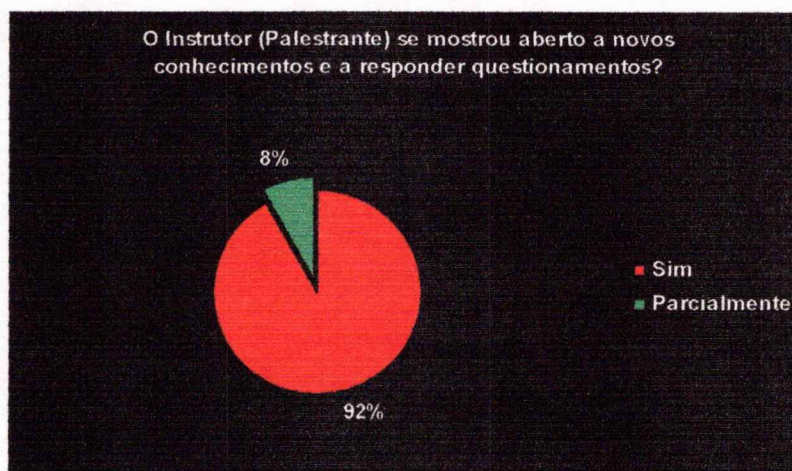


Gráfico 10 - Acessibilidade do palestrante para obtenção de novas informações e esclarecimento de dúvidas.

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

O Instrutor (Palestrante) se mostrou aberto a novos conhecimentos e a responder questionamentos no decorrer das palestras de acordo com 92% dos

entrevistados, 8% acham que o palestrante não é aberto a interrogações ou novos conhecimentos.

4.2.6 Análise das instalações físicas da CAERN

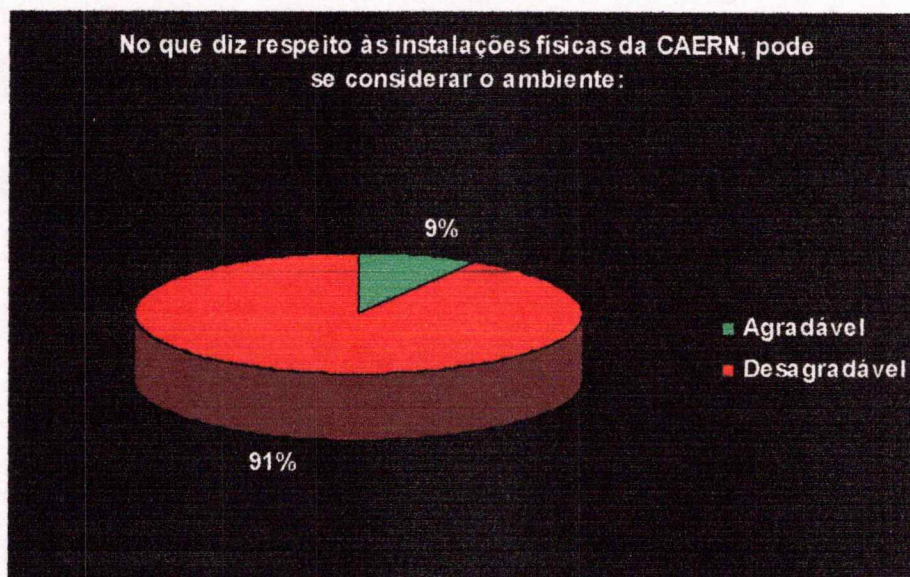


Gráfico 11– Condições das instalações físicas da CAERN

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Ao serem questionados sobre as instalações físicas da CAERN, a grande maioria representada por 91% dos entrevistados consideram essas instalações como desagradáveis. Nas entrevistas informais os beneficiários citaram que a mini estação de tratamento Saturnino de Brito esta sendo utilizada como um depósito de material de escritório como armários, livros antigos, filmes e documentos antigos da CAERN. Os armários com esse material foram colocados perto da mini lagoa de captação. Nas divisórias projetadas para estudos, também localizadas na mini estação foram colocados entulhos como cadeiras quebradas e caixas. Além da falta de limpeza do ambiente, causando muita poeira. Observou-se também que a água da mini lagoa esta com uma coloração esverdeada, é posto cloro porém o esvaziamento e a lavagem da lagoa não é feito periodicamente.

4.2.7 Prática das recomendações repassadas pelo palestrante

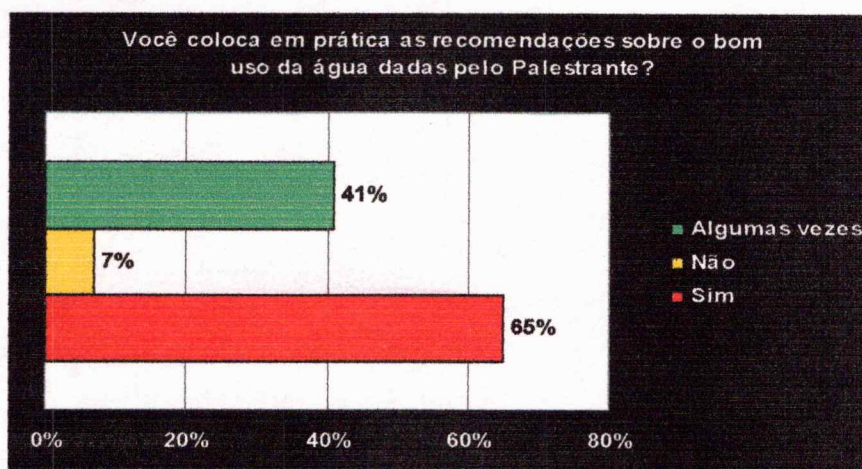


Gráfico 12 – Prática das instruções recebidas dos palestrantes

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Dos entrevistado, 67% pratica as ações recomendadas pelos palestrantes para a melhor utilização da água, 40% pratica apenas algumas vezes, ao serem questionados por que não praticam sempre os entrevistados afirmaram que “esquecem” algumas vezes dessas práticas. 7% afirmam que não praticam os conhecimentos, justificando-se que já tem o mau costume de não utilizar bem a água.

4.2.8 Nível de repasse das informações obtidas

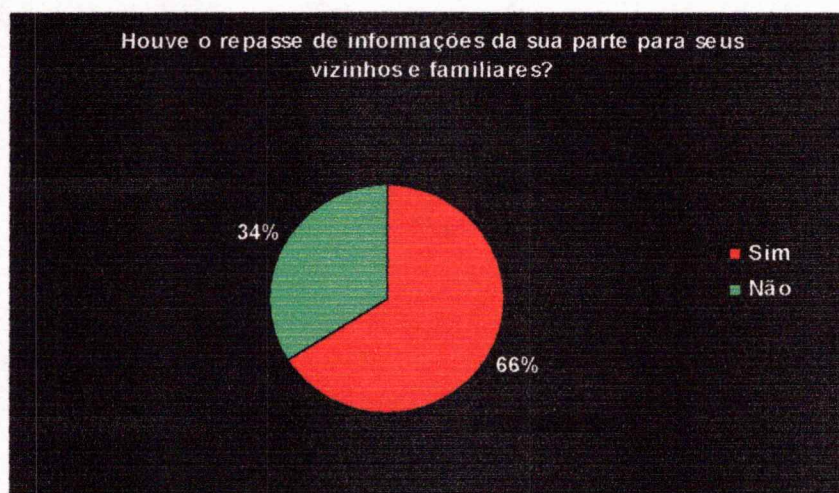


Gráfico 13 – Repasse das informações recebidas pelo Programa

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

No que diz respeito ao repasse de informações a vizinhos e familiares 67% dos entrevistados afirma repassar as informações, afirmam que o repasse é tão importante quanto a obtenção das informações. Já 33% afirmam não repassarem essas informações, alguns por falta de tempo e outros por comodismo.

4.2.9 Nível de acessibilidade do programa.

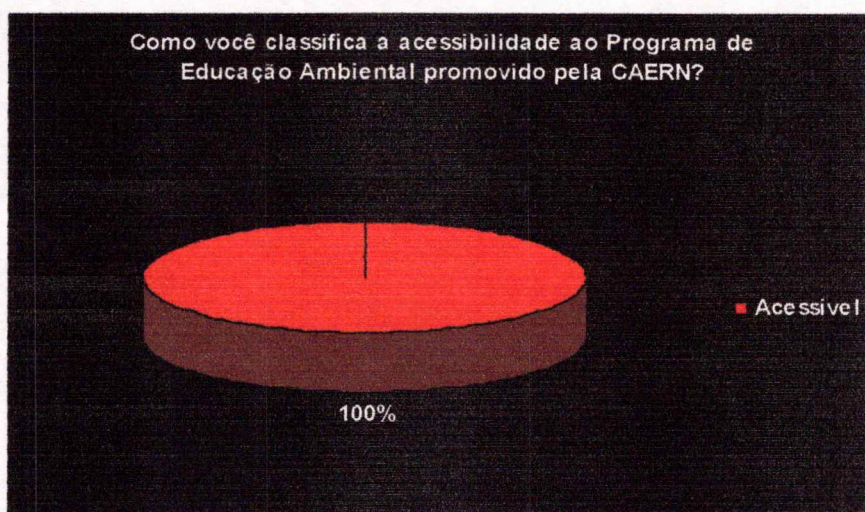


Gráfico 14 – Acessibilidade do Programa

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

A totalidade dos entrevistados afirmou que o programa é acessível. E que a resposta da CAERN a solicitação das visitas é imediata, ao ligarem para marcar as visitas são bem atendidos e orientados.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Analisando os principais pontos das entrevistas e questionários distribuídos aos beneficiários do Programa de gestão ambiental promovido pela CAERN, observou-se pontos importantes como a idade do público atendido bem variada, vão de jovens até adultos acima de 45 anos. 43% desses beneficiários tem filhos, e tendem a repassar as informações recebidas para os filhos, podendo repassar instruções diretas até a simples implantação das ações em casa.

A eficiência do programa foi reconhecida pela maioria dos entrevistados que representam 79%. O material usado foi considerado satisfatório por 49%, dos entrevistados, e mal elaborado por 34%, esse alto percentual de material não elaborado foi justificado pela falta de material específico para cada turma recebida pelo programa. O palestrante se mostrou aberto a informações e a dúvidas.

Sobre as instalações físicas da CAERN, 91% dos entrevistados consideraram as instalações desagradáveis, por causa do entulho depositado na mini estação e a atual situação da lagoa de captação, que não é limpa a bastante tempo, estando atualmente com uma coloração esverdeada. Além da poeira em todo o ambiente.

O programa foi considerado acessível por 100% dos entrevistados, que elogiaram a atenção dada pelas assistentes sociais às escolas.

A importância foi reconhecida por 85% dos entrevistadas, e o programa foi considerado eficiente por 79% deles.

Observando os dados coletados por meio da entrevista informal e dos questionários alguns aspectos do programa devem ser revistos e reformulados. O material didático deve ser adaptado para cada turma visitante, pode-se produzir materiais de acordo com a faixa etária, um tipo para crianças, outro para adolescentes e o último deles para os adultos (professores). Cada um com estrutura e linguagem específica.

No que diz respeito à estrutura física a instituição pode fazer uma reforma na mini estação, começando pela limpeza e retirada dos entulhos como mesas e cadeiras quebradas, armários antigos com documentos antigos da instituição. A mini lagoa de captação deve ser esvaziada e ter suas paredes limpas periodicamente, além do cuidado com a troca da água e a bomba submersa. As divisórias devem ser reutilizadas colocando cadeiras e mesas, tornando-as uma espécie de laboratório.

O Programa não tem nenhuma espécie de divulgação na mídia, a CAERN pode incluí-lo em suas propagandas de TV e rádio.

Atualmente as palestras são ministradas no auditório da CAERN, que é usado por todos os setores da instituição, muitas vezes o auditório precisa ser ocupado com urgência e as assistentes sociais tem que atender os visitantes em pé na mini estação ou em uma sala minúscula que fica constantemente fechada, que acaba juntando muita poeira e mofo. Existem cerca de 3 salas na mini estação que estão sem uso, algumas com entulhos e material de escritório inativo. Pode ser feito o uso dessas salas exclusivamente para o programa, fazendo uma reforma física (pintura, troca de instalações elétricas e limpeza) equipando-as com cadeiras e mesas.

Os instrumentos para as palestras como data show, laptop, projetor também são utilizados por toda a instituição, causando assim o mesmo problema do auditório, sugere-se a compra de um data show juntamente com o laptop apenas para o programa que precisa desse material com uma grande frequência.

Observou-se que o público interno da CAERN não tem conhecimento do programa oferecido, apenas os setores mais próximos a GQM, o trabalho pode ser feito também com esse publico interno, que muitas vezes mesmo trabalhando no órgão responsável pela água do Estado não tem informações de como utilizá-la da melhor forma.

Pode-se concluir que a CAERN atualmente implantou a Responsabilidade Social de maneira superficial, os valores internos da empresa demonstrados por seus funcionários são conflitantes com os valores necessários para a implantação correta da Responsabilidade Social que vão desde a cultura da organização até as atividades diretas com o público. Observa-se isso com a pouca importância interna dada ao Programa (falta de estrutura adequada, investimentos e reconhecimento) e as ações da própria companhia que são conflitantes com o ideal de Responsabilidade Social como por exemplo o alto teor de nitrato nas águas do Estado.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2005. 340 p.

BARBIERI. **Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos**. São Paulo: Saraiva, 2004. 328 p.

COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório Interno**. Natal, 2006.

COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE. **Organograma**. Natal, 2006.

COMPANHIA DE ÁGUAS E ESGOTOS DO RIO GRANDE DO NORTE. **Políticas ambientais**. Natal, 2006.

COSTA, Paulo Roberto Pereira da. A Força da Imagem. **Revista Comunicação Empresarial**, São Paulo, Ano 7, n.22, 1997. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/novopub_revista_anteriores.asp#> Acesso em 12 maio.2007.

DO VALE. T; GREIK, M; CAMPOS, M. História da Ética. **CienceFico**. Salvador, v.1, ano11, ago.2002. Disponível em: <<http://www.cientefico.frb.br/Textos%20CienteFico%202002.2/PSciologia/%C3%89tica/Historia%20da%20Etica.pdf>> Acesso em: 17 maio.2007.

DUARTE, Glenso D; DIAS, José Maria M. **Responsabilidade social: A empresa hoje**. Rio de Janeiro: LTC, 1986

FONTES, Andréa de Sousa. A Responsabilidade Social empresarial em questão: O pensamento pedagógico do Instituto Ethos. **Revista Eletrônica do Neddade**. 3 ano, número 3, 2005. Disponível em: < [http://www.uff.br/trabalhonecessario/Andrea% 20T N3.htm](http://www.uff.br/trabalhonecessario/Andrea%20T N3.htm)>

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar um Projeto de Pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996. 159p.

JACOBI, Pedro. **Educação Ambiental, Cidadania e Sustentabilidade**. São Paulo.2002. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>> Acesso em 14 maio.2007.

JÚNIOR, A; ROMÉRO, M; BRUNA, G. **Curso de Gestão Ambiental**. Barueri, SP: Manole, 2004. 1038 p.

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006. 157p.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 2ed. São Paulo: Atlas, 1998. 90p.

PINTO, Vitor Carvalho. A Privatização do Saneamento Básico, Consultoria Legislativa, Brasília, 2003. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/conleg/artigos/direito/APrivatizacaoDoSaneamentoBasico.pdf>> Acesso em 2 abril.2007.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 2ed. São Paulo: Atlas, 1998. 90p.

APÊNDICES

APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO SOBRE NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS BENEFICIARIOS DO PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL- EDUCAÇÃO AMBIENTAL DA CAERN.

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE - FARN**

DADOS INFORMATIVOS:

Sexo: ☐ Feminino ☐ Masculino
Escolaridade:
Idade:
Filhos:
Estado Civil: ☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Divorciado ☐ Viúvo

DADOS AVALIATIVOS:

1) Na sua opinião o trabalho de Educação Ambiental promovido pela CAERN é:

☐ Eficiente ☐ Satisfatório ☐ Ineficiente

2) O material usado nas palestras e aulas é:

☐ Bem elaborado ☐ Satisfatório ☐ Mal elaborado

3) O instrutor (palestrante) consegue repassar o conhecimento?

☐ Sim ☐ Parcialmente ☐ Não

4) Sobre as instalações da CAERN:

☐ Agradáveis ☐ Satisfatórias ☐ Deficientes

5) Como você classifica o acesso ao Programa de Educação Ambiental oferecido pela CAERN?

☐ Acessível ☐ Difícil acesso

6) Qual o grau de importância do Programa de Educação Ambiental realizado pela CAERN para o desenvolvimento do RN?

☐ Muito importante ☐ Indiferente ☐ Pouco importante

7) Após receber as orientações do Programa de Educação Ambiental você colocou em prática o que foi aprendido?:

☐ Sim ☐ Não

8) Houve o repasse das informações de sua parte para seus vizinhos e familiares ?

☐ Sim ☐ Não

APÊNDICE B: TABELAS DOS DADOS OBTIDOS POR MEIO DOS QUESTIONÁRIOS APLICADOS A AMOSTRA DE 98 BENEFICIÁRIOS DO PROGRAMA.

Tabela 1 – Sexo dos Beneficiários

Sexo	Número de entrevistados	Percentual
Masculino	34	35%
Feminino	64	65%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007.

Tabela 2 – Escolaridade dos Beneficiários

Escolaridade	Número de entrevistados	Percentual
Ensino Fundamental Incompleto	17	17%
Ensino Médio Incompleto	15	15%
Ensino Médio Completo	7	7%
Ensino Superior Incompleto	13	13%
Ensino Superior Completo	46	45%
Mestrado	1	1%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 3 – Idade dos beneficiários

Idade	Número de entrevistados	Percentual
14 - 17	24	24%
18 - 23	21	21%
24 - 28	12	12%
29 - 33	9	9%
34 - 38	9	9%
39 - 45	13	13%
Acima de 45	9	9%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 4 – Filhos dos beneficiários

Filhos	Número de entrevistados	Percentual
Sim	42	43%
Não	56	57%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 5 – Estado Civil dos beneficiários

Estado Civil	Número de entrevistados	Percentual
Solteiro	55	56%
Casado	21	21%
Divorciado	15	15%
Viúvo	7	7%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 6 – Eficiência do Programa de Educação Ambiental promovido pela CAERN

Na Sua opinião, o trabalho de Educação Ambiental promovido pela CAERN é:	Número de entrevistados	Percentual
Eficiente	77	79%
Satisfatório	18	18%
Ineficiente	3	3%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 7 – Qualidade do Material usado no Programa

O material usado nas palestras e aulas podem ser considerados:	Número de entrevistados	Percentual
Bem Elaborados	45	46%
Mai Elaborados	34	35%
Satisfatório	17	17%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 8 – Repasse das informações pelo Palestrante

O instrutor (Palestrante) consegue repassar o conhecimento com clareza?	Número de entrevistados	Percentual
Sim	95	97%
Não	0	
Parcialmente	3	3%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 9 - Acessibilidade do palestrante para obtenção de novas informações e esclarecimento de dúvidas.

O instrutor (Palestrante) se mostrou aberto a novos conhecimentos e a responder questionamentos?	Número de entrevistados	Percentual
Sim	90	92%
Não	0	
Parcialmente	8	8%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 10– Condições das instalações físicas da CAERN

No que diz respeito às instalações físicas da CAERN, pode se considerar o ambiente:	Número de entrevistados	Percentual
Agradável	9	9%
Desagradável	89	91%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 11 – Acessibilidade do Programa

Como você classifica a acessibilidade ao Programa de Educação Ambiental promovido pela CAERN?	Número de entrevistados	Percentual
Acessível	98	100%
Inacessível	0	

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 12 – Grau de importância do programa

Na sua opinião qual o grau de importância do Programa de Gestão Ambiental oferecido pela CAERN:	Número de entrevistados	Percentual
Importante	83	85%
Pouco Importante	8	8%
Indiferente	5	5%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 13 – Prática das instruções recebidas dos palestrantes

Você coloca em prática as recomendações sobre o bom uso da água dadas pelo Palestrante?	Número de entrevistados	Percentual
Sim	64	65%
Não	7	7%
Algumas vezes	40	41%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

Tabela 14 – Repasse das informações recebidas pelo Programa

Houve o repasse de informações da sua parte para seus vizinhos e familiares?	Número de entrevistados	Percentual
Sim	65	66%
Não	33	34%

Fonte: Pesquisa realizada na segunda quinzena de Agosto de 2007

ANEXOS

Figura 3 – Sala da GQM



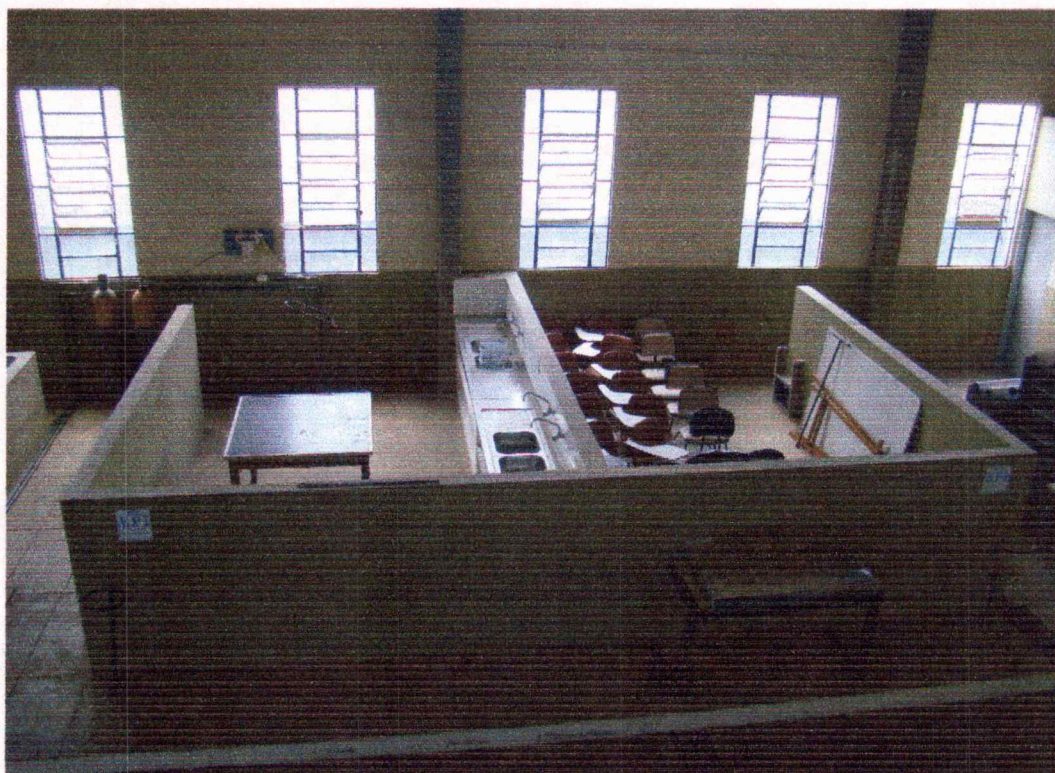
Fonte: Elaboração própria.

Figura 4 – Entrada da Mini Estação de tratamento Saturnino de Brito



Fonte: Elaboração própria.

Figura 5 – Divisórias da mini estação Saturnino de Brito.



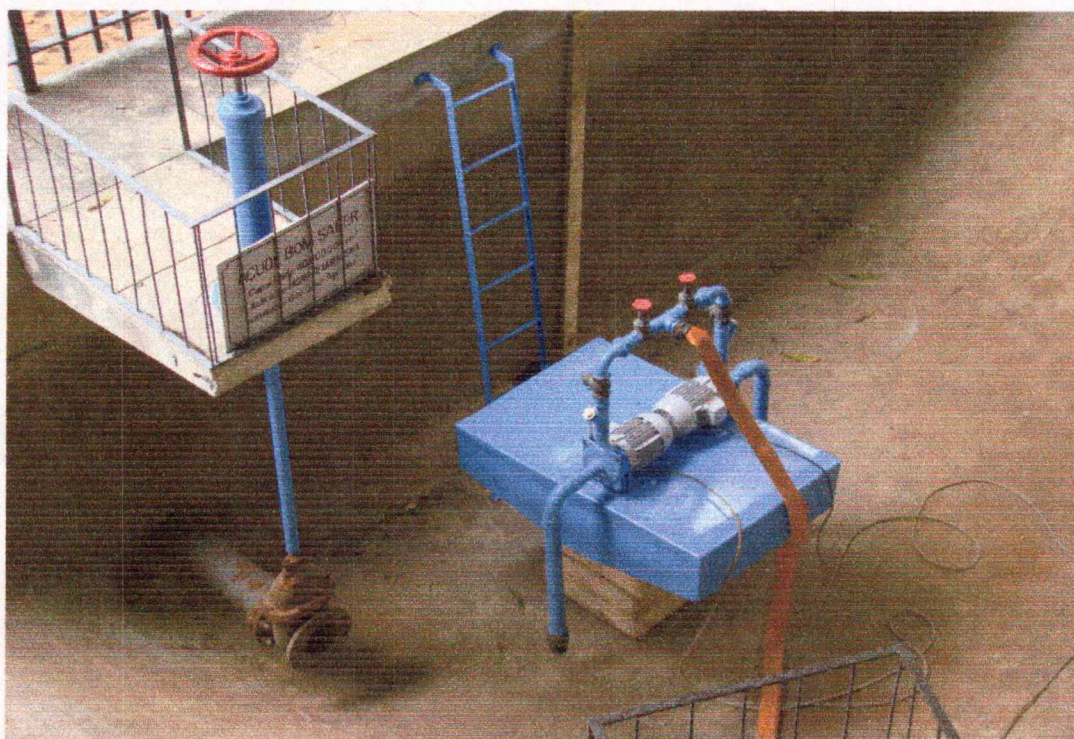
Fonte: Elaboração própria.

Figura 6 –Lagoa de captação da estação Saturnino de Brito



Fonte: Elaboração própria.

Figura 7 – Bomba da lagoa de captação



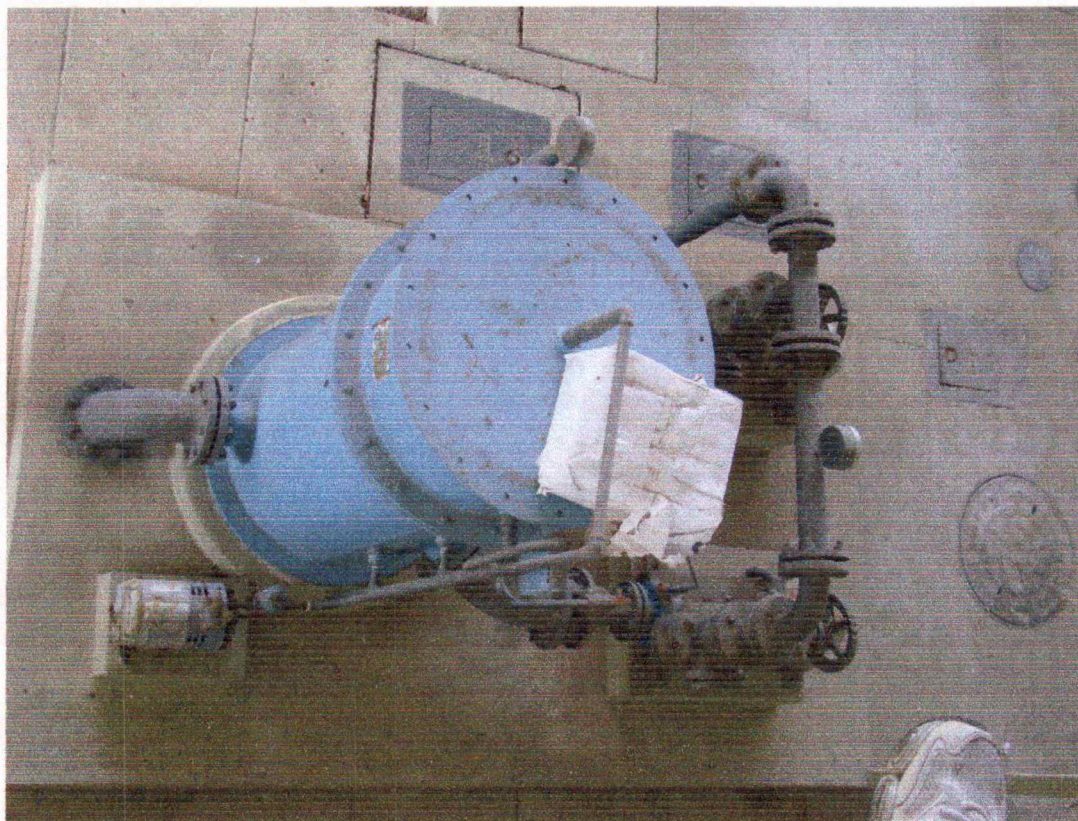
Fonte: Elaboração própria.

Figura 8 – Estação de tratamento



Fonte: Elaboração própria.

Figura 9 – Unidade de armazenagem



Fonte: Elaboração própria.

Figura 10 – Tanque de tratamento



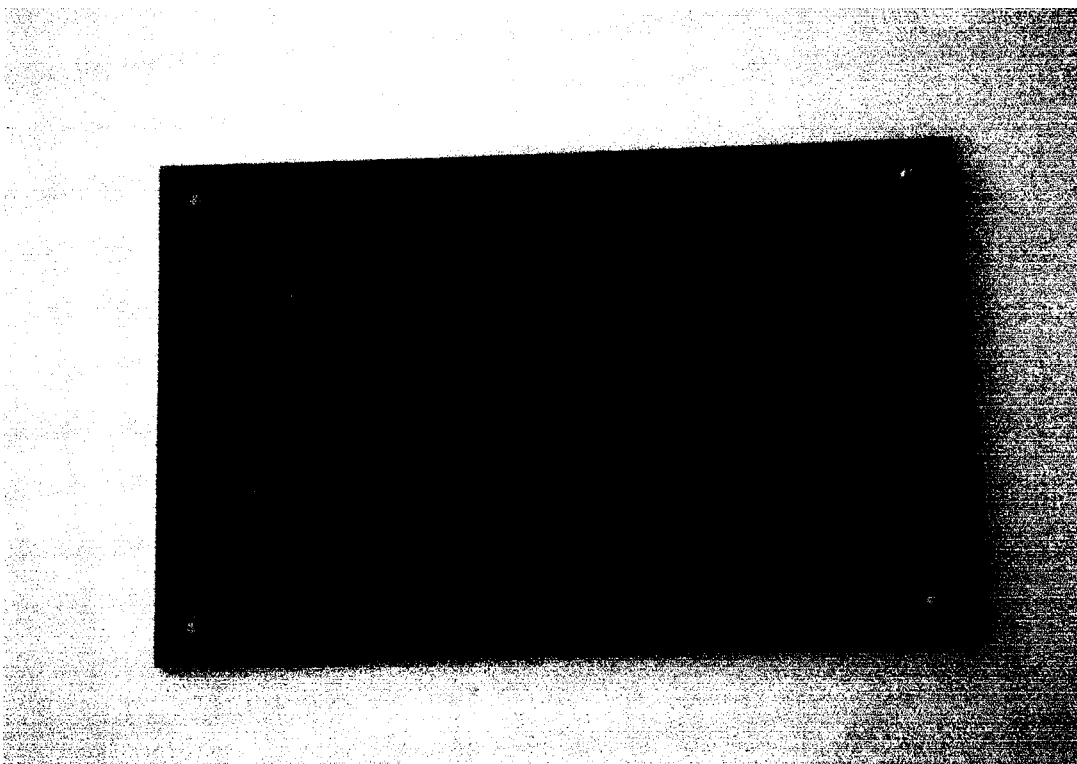
Fonte: Elaboração própria.

Figura 11 – Divisórias para estudos



Fonte: Elaboração própria.

Figura 12 – Placa de Inauguração.



Fonte: Elaboração própria.