

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

**O PARADIGMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo da Companhia
Energética do Rio Grande do Norte (COSERN)**

Ana Karla de Souza do Espírito Santo

**Natal/ RN
2004**

ANA KARLA DE SOUZA DO ESPIRITO SANTO

**O PARADIGMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO NA COMPANHIA
ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE (COSERN)**

Monografia apresentada à coordenação
do Curso de Graduação em
Administração de Empresas da
Faculdade Natalense para o
Desenvolvimento do Rio Grande do
Norte como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientadora:

Carlos Antônio de Lima Moreira, M.Sc.

Natal / RN
2004

RB-24.538

FARN		
BIBLIOTECA		
Nº Reg.	M000460	
25	04	05

M
316.663:658
5288p
2004

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de processos Técnicos

Espírito Santo, Ana Karla de Souza do

O paradigma da responsabilidade social: um estudo na companhia energética do Rio Grande do Norte (COSERN). / Ana Karla de Souza do Espírito Santo, __Natal:FARN, 2004.
40p.

Orientador: Carlos Antonio de Lima Moreira (Msc)

Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte

1. Responsabilidade Social – Monografia 2.Companhia Energética do Rio Grande do Norte – Monografia I. Título

RN/FARN/BC

CDU 658:316.663

LIGA DO ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE

O PARADIGMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO NA
COMPANHIA ENERGETICA DO RIO GRANDE DO NORTE (COSERN)

Ana Karla de Souza do Espírito Santo

Monografia apresentada e aprovada em 13 de dezembro de 2004, pela Banca

Examinadora composta pelos seguintes membros:

Carlos Antonio de Lima Moreira, M. Sc.
Orientador

Catarina S. Souza
Catarina da Silva Souza, M. Sc.
Membro Examinador

Rosângela Bezerra, M. Sc.
Membro Examinador

Natal, ____ de ____ de ____.

ANA KARLA DE SOUZA DO ESPIRITO SANTO

**O PARADIGMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ESTUDO NA
COMPANHIA ENERGETICA DO RIO GRANDE DO NORTE (COSERN)**

A Deus.
A Titá.
Ao meu afilhado Frederico Filho.

**Natal/ RN
2004**

AGRADECIMENTOS

A minha família que não me deixou sozinha em especial aos meus primos Diana e Cléo que sempre me estimularam a pensar.

Ao eterno companheiro Eduardo Cysneiros, que sempre me mostrou o caminho, me ajudou a superar fraquezas e esteve disposto a segurar minhas barras, deixando por vezes suas obrigações para me ajudar.

Em especial minha amiga Ana Angélica que com sua sabedoria me estimulou a não desistir.

As minhas sempre amigas: Karla Joana, Carla PCC, Juliana, Jojó, Ana Maria, Daniela Pacheco e Nalú.

Professor Carlos que sempre foi muito mais que um simples professor ou um facilitador, pessoa que sempre admirei e escolhi como referência. Ouvia meus argumentos com paciência e me mostrava que nem sempre estamos certos. Pelas inúmeras conversas, trocas de experiências, serei eternamente grata. Ao professor Marcílio com sua paciência e bom humor tornou simples o fato de analisar tantos números.

Ao Senador Fernando Bezerra, Dr. Marcos Aranha, Dr. Murilo, o jornalista Luciano Herbert (que me cedeu a primeira fonte de pesquisa para esse trabalho), a todos os amigos do gabinete de Brasília e de Natal que foram capazes de compreender minhas limitações de tempo em minhas funções, para o desenvolvimento desta monografia.

A COSERN, na pessoa do jornalista Edmar Viana, que me forneceu subsídios suficientes para a real coleta dos dados.

A Zizi, Leide, Serginho Freire, Fábio (o mago), Rosana, Maria Antônia, Maryla, Valfrânia, Ana Claudia, Claudinha Saluceste, Lídia, Soraya que tiraram minhas dúvidas, conseguiram soluções através de pesquisas para seus trabalhos e diminuíram minhas dificuldades.

A todos os colaboradores da FARN meu muito obrigado, mas não poderia deixar de agradecer as bibliotecárias D. Lurdes e Elisângela (Inha).

Finalmente a Deus, que todos os dias deixava Seu Filho Jesus bem próximo a mim e fazia o meu caminho cruzar com a caminho de todos que citei anteriormente, cada um com seus valores, suas limitações, mas todos dispostos a sempre me ajudar.

Sou eternamente agradecida a vocês que me ajudaram a superar as dificuldades que passei e a concluir, mas este projeto em minha vida.

Ana Karla de Souza do Espírito Santo

"Nenhum homem vos pode revelar nada que não repouse já meio adormecido na manhã do vosso conhecimento. O mestre que caminha à sombra do templo, entre os discípulos, não reparte a sua sabedoria, mas antes da sua fé e do seu amor. Se for verdadeiramente sábio, não vos convidará a entrar na casa da sabedoria, mas levar-vos-á aos umbrais do vosso próprio espírito."

Gibran Khalil Gibran

RESUMO

De uma maneira geral observou-se que as organizações perceberam a necessidade de inserir em suas estratégias o compromisso com as causas sociais e criaram uma nova forma de conduzir os negócios. O objetivo deste trabalho foi o de verificar até que ponto as práticas sociais desenvolvidas pela COSERN, permitem considerá-la uma organização socialmente responsável. Na sequência pode-se observar alguns conceitos sobre responsabilidade social, o surgimento de uma nova sociedade e que adotar essa nova postura é um poderoso incremento competitivo. Para a realização deste trabalho foram utilizados instrumentos de coleta de dados, como questionário, com os dados coletados, os mesmos foram tabulados e analisados. Finalmente chegou-se a conclusões com algumas recomendações.

Palavras-chave: responsabilidade social, sociedade, organização.

ABSTRACT

In a general way it was observed that the organizations noticed the need to insert in your strategies the commitment with the social causes and they created a new form of leading the businesses. The objective of this work was it of verifying to what extent the social practices developed by COSERN, they allow to consider her/it socially an organization responsible. In the sequence it can be observed some concepts about social responsibility, the appearance of a new society and that to adopt that new posture it is a powerful competitive increment. For the accomplishment of this work instruments of collection of data were used, as questionnaire, with the collected data, the same ones were tabulated and analyzed. Finally it was reached conclusions with some recommendations.

Word-key: social responsibility, society, organization.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Sexo.....	25
Tabela 02 – Faixa etária.....	25
Tabela 03 – Estado civil.....	25
Tabela 04 – Escolaridade.....	26
Tabela 05 – Faixa salarial.....	26
Tabela 06 – Conhecimento acerca do que é Responsabilidade Social.....	27
Tabela 07 – Conhecimento acerca do que é uma empresa socialmente responsável.....	27
Tabela 08 – Conhecimento acerca do número de projetos da COSERN.....	28
Tabela 09 - Estimulo para participar dos projetos desenvolvidos.....	29
Tabela 10 – Sim, sou estimulado da seguinte forma.....	30
Tabela 11 – Não, porque não é estimulado.....	31
Tabela 12 – Voluntário em algum projeto social.....	32
Tabela 13 – Fatores que levaram a COSERN a adotar a prática social.....	32
Tabela 14 – Contribuição dos projetos para combate à exclusão social.....	33
Tabela 15 – O envolvimento em programas voluntários é relevante para a imagem da organização.....	34
Tabela 16 – Benefícios obtidos pelo colaborador voluntário.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Conhecimento acerca do que é Responsabilidade Social.....	27
Gráfico 02 – Conhecimento do número de projetos da COSERN.....	28
Gráfico 03 – Estímulo a participar dos projetos sociais desenvolvidos pela COSERN.....	29
Gráfico 04 – Sim, sou estimulado da seguinte forma.....	30
Gráfico 05 – Não, porque não é estimulado.....	31
Gráfico 06 – Contribuição dos projetos para o combate à exclusão social.....	33
Gráfico 07 – Benefícios obtidos pelo colaborador voluntário da COSERN.....	35

LISTA DE SIGLAS

Stakeholders – pessoas/ organizações afetadas pelo funcionamento de uma organização

SA – Socialmente responsável

CEPA – Conselho Econômico de Prioridades e Credenciamento de Agências

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS

LISTA DE GRÁFICOS

LISTA DE SIGLAS

1 INTRODUÇÃO.....	09
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	10
1.2 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	11
1.3 OBJETIVOS.....	13
1.3.1 Geral.....	14
1.3.2 Específicos.....	14
1.4 JUSTIFICATIVA.....	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL: CONCEITOS.....	15
2.2 BARREIRAS E MUDANÇAS DA NOVA ORGANIZAÇÃO.....	16
2.3 A NOVA SOCIEDADE.....	17
2.4 NA CONTRAMÃO DO CONCEITO.....	18
2.5 RESPONSABILIDADE SOCIAL COM ÉTICA.....	19
2.6 A NOVA CERTIFICAÇÃO.....	21
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA.....	23
3.2 UNIVERSO E AMOSTRA.....	23
3.3 COLETA DE DADOS.....	24
3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	24
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	25
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	36
REFERÊNCIAS.....	38
ANEXOS.....	40

1 INTRODUÇÃO

Observa-se que, nas últimas décadas, as organizações perceberam a necessidade de inserir em suas estratégias o compromisso com as causas sociais e criaram uma nova forma de conduzir os negócios, conscientes de que responsabilidade social não pode ser gerida como atividade separada do negócio.

O objetivo desse estudo foi verificar até que ponto as práticas sociais desenvolvidas pela COSERN, permitem considerá-la uma organização socialmente responsável.

A escolha do tema justifica-se porque através deste trabalho pretende-se incentivar e conscientizar os meios sociais, acadêmicos, as organizações de qualquer porte, a desenvolverem a prática da responsabilidade social e dessa forma contribuir para amenizar os impactos causados a sociedade pelas diferenças sociais.

O corpo deste trabalho encontra-se estruturado em 5 (cinco) capítulos, incluindo esta introdução.

O capítulo 2 (dois) trata do referencial teórico que aborda os seguintes aspectos: ser socialmente responsável transformou-se num poderoso incremento competitivo, a sociedade passou a ser mais crítica exigindo da organização uma nova postura e que a lacuna deixada no social, não apenas, pelo poder público precisa ser preenchida.

O capítulo 3 (três) refere-se ao tipo de metodologia a ser usada. A metodologia empregada identificou que se trata de um estudo de caso e que a pesquisa utilizada foi do tipo descritiva, tomando-se como base 87 (oitenta e sete) colaboradores de um universo de 642 (seiscentos e quarenta dois) colaboradores. O instrumento de coleta de dados utilizado foi o questionário composto por perguntas simples, com amostragem do tipo aleatória simples, com 95% de confiabilidade.

O capítulo 4 (quatro) nos apresenta os resultados do questionário aplicado junto aos colaboradores da COSERN, no qual diante dos dados coletados e

analisados, permitiu o alcance do objetivo macro desse estudo, ou seja, identificar se as práticas sociais desenvolvidas pela COSERN permitem considerá-la socialmente responsável. Assim, as etapas que seguem contêm dados legítimos que foram apresentados e analisados de forma a contribuir para a melhoria da prática da responsabilidade social.

Enfim, o capítulo 5 (cinco) possibilita apresentar as conclusões e sugestões acerca do assunto estudado.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Atualmente, a responsabilidade social vem constituindo-se num fenômeno amplamente discutido, especialmente, nas empresas. O conceito de ser socialmente responsável não é, simplesmente, o de ajudar ao próximo ou uma comunidade, mas o de mover dentro das organizações um processo de transformação social. Confunde-se comumente, responsabilidade social com um investimento que a organização realiza em uma comunidade e isso tem um raio de atuação bem mais abrangente do que possa parecer.

Em razão disso, percebe-se mudanças e inquietudes por parte das organizações que vêm buscando assumir essa nova postura. A responsabilidade social apresenta-se como um conceito cada vez mais importante, causando impactos nos objetivos das organizações, nas suas estratégias e na própria missão. Responsabilidade social não pode ser uma atividade separada do negócio.

Tem-se falado demasiadamente em organização socialmente responsável. O assunto se torna complexo no momento em que questiona-se que tipo de interesse move uma organização a criar, desenvolver e estimular tal prática.

Diante do contexto exposto apresenta-se o seguinte problema de pesquisa:

No início dos anos 80 a COSERN passou por sérias dificuldades devido à política do governo federal, bem como suas limitações, junto ao setor público. Importa registrar que mesmo com a contenção de gastos, a empresa lançou, nesse mesmo período, projetos como O Terra Verde e o Vilarejo, além de expandir sua rede conseguindo chegar a atender, em 1985, 478 localidades e 325 mil consumidores.

Em 1990, a organização atravessou, novamente, dificuldades devido à escassez de recursos, tendo que tomar medidas drásticas para não suspender suas obras de expansão. No final de 1991, a companhia contava com 2298 empregados e com 414 mil consumidores.

No ano de 1997, a organização passou por uma grande mudança. Deixou de ser uma empresa estatal para tornar-se uma empresa privada controlada pela Iberdrola Energia, Banco do Brasil, Previ e a Uptick, cabendo à Iberdrola Energia a função de operadora. A organização contava com 594.385 mil consumidores.

Para a COSERN, 1998 foi um ano de ajustes. Foi elaborada uma nova estrutura organizativa, uma nova forma de trabalho, pautada em um projeto de empresa onde figuram sua missão, valores, princípios, políticas e objetivos. Apoiando-se na ampla experiência da operadora, a COSERN norteou suas ações na direção da melhor qualidade ao menor custo possível no desempenho de sua principal atividade, que é o fornecimento de energia elétrica e serviços finais que seu uso comporta. O balanço patrimonial da empresa apresentou entre outros indicativos, uma considerável mudança. Nesse mesmo ano, a COSERN lançou como missão ser uma das melhores empresas brasileiras no fornecimento de energia elétrica a seus clientes, em condições de excelência em qualidade e atendimento, a um preço competitivo e com rentabilidade adequada. A Companhia fechou o ano de 1998 com um aumento expressivo em seu consumo passando a ter 625.770 mil consumidores.

A nova estrutura da Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN) passou a contar com três níveis hierárquicos, com três diretorias corporativas (Diretoria de Desenvolvimento Corporativo; Diretoria de Economia,

Finanças e Relações com o Mercado; e Diretoria de Recursos Humanos) e três diretorias operativas (Diretoria de Gestão de Ativos, Diretoria Comercial e Diretoria de Coordenação Territorial).

A COSERN apresentou, em 1999, uma melhoria significativa nos resultados de suas operações. Apesar da crise econômica que o Brasil vem atravessando houve um crescimento no consumo de 5,66%, passando de 625.770 mil consumidores para 651.825 mil consumidores. Sem contar que a companhia melhorou a qualidade dos serviços oferecidos aos seus clientes, interno e externo.

Em 2000, a COSERN tornou-se conhecida como uma das 33 melhores distribuidoras do país. No que diz respeito aos recursos humanos, a empresa dedicou um esforço significativo para capacitá-los, ainda mais.

No ano seguinte, ou seja, em 2001, passou a apresentar em sua estrutura uma redução no quadro funcional devido às mudanças operacionais realizadas na empresa. Apesar da redução a organização conseguiu obter uma melhor qualidade no seu atendimento. A COSERN passa a contar com um quadro funcional de 618 colaboradores e 744.950 consumidores.

No ano de 2002, com um quadro funcional de 619 colaboradores, a COSERN continuou investindo em melhorias na distribuição de energia e passou a atender 772.680 clientes. Nesse mesmo ano, a COSERN apresentou um desempenho excelente em termos de indicadores operacionais e econômico-financeiros considerando-se o ambiente de dificuldades em todo o país.

Finalmente, no ano de 2003, a COSERN encerrou suas atividades com muitos motivos para comemorar.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Geral

Analisar se as práticas sociais desenvolvidas pela Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN) permitem considerá-la uma organização socialmente responsável.

1.3.2 Específicos

- a) caracterizar uma organização socialmente responsável;
- b) identificar as práticas sociais desenvolvidas pela COSERN;
- c) identificar o grau de participação dos colaboradores da COSERN, em relação às práticas sociais desenvolvidas.

1.4 JUSTIFICATIVA

A presente proposta de estudo justifica-se por permitir a complementação da formação acadêmica da pesquisadora, assim como possibilitar um maior conhecimento acerca da temática.

Ademais a escolha do tema deveu-se à crescente atenção que o assunto vem merecendo nos meios acadêmico, social e empresarial.

Por fim, pretende-se com esse estudo conscientizar e incentivar as organizações acerca da importância de se tornarem socialmente responsáveis e contribuir para que a Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN) passe a desenvolver melhor os trabalhos sociais já existentes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL: CONCEITOS

Há alguns anos, uma organização empenhada na causa social era chamada de mecenas ou caridosa. Essa atitude muitas vezes era considerada como uma decisão pessoal e não como uma postura empresarial responsável.

Silva (apud RODRIGUES FILHO, 2003, p.27) relata que o verdadeiro significado da responsabilidade social nas empresas teve como referencial a proclamação da declaração dos direitos do homem, pela Organização das Nações Unidas (ONU).

No Brasil, foi o filósofo francês Augusto Comte, autor da frase que está em nossa bandeira nacional, ordem e progresso, que pensou pela primeira vez os termos da responsabilidade social. São eles muito simples: a idéia básica, fundamental, é que a sociedade é um todo e não uma coleção de indivíduos.

O engajamento social, principalmente do setor privado, vem crescendo significativamente, uma vez que agregar valor social aos negócios transformou-se num poderoso incremento competitivo de mercado. Além disso, essa postura influencia diretamente um dos principais ativos de uma organização, ou seja, sua reputação.

Segundo Ashley (2002, p.5),

A expressão "responsabilidade social" suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, é um dever fiduciário, que impõe às empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio. Há os que traduzem de acordo com o avanço das discussões, como prática social, papel social e função social. Outros vêem associada ao comportamento eticamente responsável ou a uma contribuição caridosa. Há ainda os que acham que seu significado transmitido é ser responsável por ou socialmente consciente

e os que a associam a um simples sinônimo de legitimidade ou a um antônimo de socialmente irresponsável ou não responsável.

2.2 BARREIRAS E MUDANÇAS DA NOVA ORGANIZAÇÃO

Sabe-se que o que há de interessante e novo não é a pressão, a indução ou simplesmente o modismo de cuidar de responsabilidade social nas organizações, mas a convicção crescente de que este é um novo e eficaz jeito de se relacionar com clientes internos e externos.

Toda essa mudança e alteração de comportamento, por parte das organizações, é uma consequência dos questionamentos e das críticas recebidas nos últimos anos por estarem adotando uma política baseada estritamente na economia de mercado. Entretanto, ser socialmente responsável ainda é alvo de polêmicas por suas fortes conotações políticas e ideológicas.

Cumpre frisar, que as políticas a serem adotadas pela nova administração devem valorizar estratégias sociais e não meramente assistenciais de modo que, combater a exclusão social em todos os seus aspectos, signifique fortalecer a capacidade de pensar e projetar um futuro.

Contudo, gerir investimentos de natureza social exige um esforço de adaptação por parte das organizações, isto é, planejar de forma estratégica. Executar essas obras exigirá a realização de um esforço organizacional amplo, que vai desde o nível operacional até o gerencial.

Quando uma organização se propuser a abarcar todas essas mudanças anteriormente expostas, estará sinalizando para uma nova forma de gestão empresarial.

Grajew (1999, p.1) questiona o conceito de cultura das empresas:

Estamos tratando da relação ética, da relação socialmente responsável de empresa em todas as suas ações, em todas as suas políticas, em todas as suas práticas, em todas as suas relações. Isso significa responsabilidade da

empresa em relação a comunidade, aos seus empregados, aos seus fornecedores, aos fornecedores de seus fornecedores, aos fornecedores dos seus fornecedores dos fornecedores, ao meio ambiente, ao governo, ao poder público, aos consumidores, ao mercado, aos acionistas.

E continua em outro trecho:

Há muitos casos no Brasil de empresas que tem ações junto à comunidade, investem em projeto de educação informal. E quando perguntamos a essas empresas se elas sabem qual o grau de escolaridade de seus empregados, muitas vezes a resposta é "não". Embora aquela empresa esteja destinando uma verba para uma organização que atende crianças carentes, ela não perguntou qual é a situação educacional dos filhos de seus empregados.

2.3 A NOVA SOCIEDADE

Evidencia-se que um fator importante é notado diante de todas essas mudanças que estão ocorrendo nas organizações: a sociedade passou a ter uma nova consciência. Passou a ser mais crítica e política, bem como vem exigindo das organizações uma maior responsabilidade para com a comunidade onde está inserida.

Torna-se importante indagar: Até que ponto todas essas mudanças de comportamento, por parte da sociedade e das organizações, decorrem realmente de uma lacuna deixada apenas pelo poder público?

Imagina-se que, se todas as organizações cumprissem suas obrigações sociais grande parte de carências sociais existentes já teriam sido sanadas.

Do ponto de vista de Friedman (apud CORRÊA; MEDEIROS, 2001, p.2).

A empresa está sendo socialmente responsável ao ser lucrativa já que desta forma ela é capaz de gerar empregos, pagar salários justos que colaborem para a melhora da vida de seus funcionários e pagar seus impostos em dia, contribuindo para o bem-estar público.

Hoje em dia, os empresários reconhecem as limitações do Governo em relação às questões sociais. Por esse motivo, cabe a cada organização gerar resultados através dos seus próprios projetos de responsabilidade social.

Importa registrar que, uma sociedade que aprende os seus direitos e os seus deveres passa a questionar o que realmente uma organização responsável

pode fazer por ela. E o que a sociedade espera dessa nova organização é possível. A sociedade precisa de ações que incentive talentos, potencialize habilidades, ordene responsabilidades e articule interesses comuns.

2.4 NA CONTRAMÃO DO CONCEITO

Sabe-se que o povo brasileiro é solidário. Tal solidariedade encontra-se enraizada em nossa cultura, estimulada na tradição religiosa e por uma infeliz realidade de exclusão social que leva grande parte da população a uma situação de extrema carência.

Ademais, acompanhamos essa solidariedade como expectadores de uma série de campanhas veiculadas através dos meios de comunicação.

Indiscutivelmente, trata-se de uma prática salutar que deve ser enaltecida. No entanto, o que se constata, após anos de campanha é que o país continua condenando milhões de cidadãos à miséria absoluta.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil continua sendo o segundo maior país do mundo em termos de desigualdades sociais.

A solidariedade hoje praticada pelos brasileiros, não é suficiente para substituir as políticas públicas e nem devem.

Ao contrário, nos moldes em que são realizados hoje, tornam-se apenas um paliativo para o grave quadro social porque, na maioria dos casos, não tem continuidade das ações, concentrando-se apenas em ações episódicas como enchentes ou secas.

Mas, a solidariedade precisa fazer parte de um projeto mais amplo, chamado responsabilidade social. Torna-se importante e necessária a criação de políticas que promovam a distribuição de renda e que garantam a sociedade uma

condição social justa e que haja a garantia dos direitos básicos de cidadania, além da contribuição para a construção de um cenário economicamente sustentável.

É inegável que a prática solidária vem amadurecendo. Cresce a consciência de que esse tipo de ação deverá ser constante, persistente e, acima de tudo, com compromisso, envolvendo todos os atores sociais: governo, organizações e a sociedade.

Portanto, pode-se entender solidariedade como sendo igual a ajuda e responsabilidade social como sendo igual a comprometimento.

2.5 RESPONSABILIDADE SOCIAL COM ÉTICA

De acordo com DICIONÁRIO... (2004), ética é definida como "[Do lat. ethica < gr. ethiké.]S. f. Filos. 1. Estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente a determinada sociedade, seja de modo absoluto."

É sabido que ter responsabilidade social implica em uma preocupação verdadeira pelo bem-estar, não apenas das organizações, mas também dos indivíduos, o que exige uma atitude ética por parte das pessoas e um código ético de conduta prescrito pelas organizações.

Nos Estados Unidos a preocupação com a ética, principalmente nas organizações socialmente responsáveis, vem crescendo em ritmo acelerado. Seguindo esse momento, as escolas de administração incluíram os cursos de ética em suas grades curriculares e os executivos são os mais interessados. Criaram-se importantes programas de treinamento nesse campo, inclusive um dos cargos que mais têm surgido nas organizações norte-americanas é o de gerência de ética. O novo cargo tem como objetivo o de promover programas de treinamento e desenvolvimento para que as pessoas possam lidar com os dilemas éticos que acontecem no dia-a-dia.

Importa-se registrar que, assim como a responsabilidade social, a ética vem sendo um importante diferencial competitivo.

As organizações vêm sendo submetidas, de certa forma a essas novas pressões. A de serem éticas de um lado, e por outro lado, de possuírem compromisso social.

Movimentos sociais e éticos que, aliás, têm crescido muito com a transparência a nível nacional e internacional e com a organização de ações contra a corrupção no mundo, fizeram com que a sociedade passasse a ter expectativas em relação às organizações que não podem deixar de serem cumpridas, sob pena de pagarem um preço muito alto para corrigirem os erros.

A ética empresarial envolve desde as praticas utilizadas pela organização na venda de seus produtos ou serviços até o relacionamento transparente com todos os *stakeholders*.

Sabe-se que a organização, tem o dever ser ética e socialmente responsável, não somente com a sociedade, clientes e sociedade mas também com seus colaboradores. A participação nos lucros, por exemplo, é uma forma de reconhecer a contribuição daqueles colaboradores para com o desenvolvimento e desempenho da organização. A organização que motiva aumenta o envolvimento e comprometimento com as diretrizes estabelecidas por ela. Em contrapartida devem ser estabelecidos critérios para demissões e de oferecer oportunidades iguais independentemente de sexo, raça, idade ou origem.

A ética e a responsabilidade social são condições básicas para manter as empresas no mercado globalizado, aumentando sua competitividade. Não é possível, por exemplo, se dizer ético e desviar parte da verba destinada a obras sociais ou explorar de forma escrava a mão-de-obra infantil ou ainda participar de esquemas de corrupção.

Muitas organizações não triunfam pela falta de objetivos definidos e de uma filosofia responsável. Organizações modernas que acompanham a evolução

global do mercado possuem diretrizes fundamentais claras e valores e princípios sempre pautados na ética.

2.6 A NOVA CERTIFICAÇÃO

No final do ano de 1997 foi criada pelo *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPA), a nova certificação *Social Accountabilitz* (SA) que pode ser simplesmente traduzida como a prestação de contas sociais.

A obtenção de um Certificado SA 8000 é capaz de comprovar que um sistema de responsabilidade social foi avaliado em relação as melhores práticas.

A SA 8000 vem buscando um novo foco dentro das organizações, o da qualidade de vida tanto de quem consome quanto a de quem produz bens e serviços certificados pela ISO 9000.

Importa registrar que, a SA 8000 é uma norma abrangente, global e de fácil verificação para ser comprovada por auditoria e certificação sobre os tipos de práticas sociais utilizadas. Ademais a SA 8000 pode ser aplicada em organizações de qualquer porte que queiram mostrar aos seus clientes internos e externos que se importa com eles.

A essência da nova norma é acreditar que todos os lugares de trabalho são geridos de forma a respeitar os direitos humanos básicos. A SA se detém basicamente aos seguintes pontos:

- proíbe o trabalho infantil,
- proíbe o trabalho forçado,
- exige saúde e segurança no local de trabalho,
- liberdade para os colaboradores serem associados a sindicatos ou associações de classe,
- não pode haver discriminação seja de qualquer tipo,
- jornadas de trabalhos de 48h semanais,
- salários justos e

- profissionais aptos a gerir organizações.

A nova prática veio, enfim, para confirmar uma nova tendência global: a de que as organizações não devem apenas visar o lucro e sim estender esse lucro até as comunidades contribuindo assim para a diminuição dos fortes impactos sociais causados à sociedade.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA

Para a realização do presente estudo, optou-se por realizar uma pesquisa do tipo descritiva. Esse tipo de pesquisa visa descrever as características de uma determinada população ou fato.

Marion; Dias ;Traldi (2002, p. 62) afirmam que uma pesquisa descritiva,

Objetiva descrever as características de determinado fenômeno ou população, correlacionar fatos ou fenômenos (variáveis) sem, no entanto, manipulá-los. Implica observação, registro e análise do objeto que está sendo estudado.

Conforme Santos (2001, p.26),

Um estudo descritivo é o levantamento das características conhecidas, componentes do fato/ fenômeno/ problema. É feito na forma de levantamento e observações sistemáticas do fato/ fenômeno/ problema escolhido.

Quanto às características do estudo a pesquisa descritiva pode ser classificada em um estudo de caso.

De acordo com Marion; Dias e Traldi (2002, p 62),

Foca-se um estudo de caso/ fenômeno contemporâneo que esteja ocorrendo na vida real, para descrever a totalidade do contexto onde se dão as relações, privilegiando o processo em detrimento dos resultados, na tentativa de captar a evolução do evento, do projeto ou do programa estudado.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

O estudo será realizado tomando-se como base o universo de 642 colaboradores da Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN).

Oliveira (1997, p.160) define que "universo ou população é o conjunto de seres animados ou não que apresentam pelo menos uma característica em comum".

A amostragem foi do tipo aleatória simples, com 95% de confiabilidade e um erro amostral de 10%. A amostra será composta por um total de 87 (oitenta e sete) colaboradores.

Segundo o mesmo autor, amostra "é uma porção ou parcela, convenientemente selecionada do universo; é um subconjunto do universo".

3.3 COLETA DE DADOS

O tipo de instrumento a ser utilizado foi o questionário, estruturado, ou seja, composto por perguntas fechadas.

De acordo com o DICIONÁRIO... (2004) o questionário é definido como, "[De questão + -ário, seg. o padrão erudito.] S.m. 1. série de questões ou perguntas. 2. interrogatório".

Para Oliveira (1997, p.182),

O rigoroso controle na aplicação dos instrumentos de pesquisas é fator fundamental para evitar erros e defeitos resultantes de entrevistadores inexperientes ou informantes tendenciosos.

3.4 TRATAMENTO PARA ANÁLISE DOS DADOS

Após a aplicação do questionário, os dados serão organizados, filtrados e apresentados em tabelas e / ou gráficos com o auxílio de softwares computacionais do tipo Word e Excel.

Em seguida, partir-se-á para a confecção das tabelas e/ ou gráficos.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Tabela 01 - Sexo

Sexo	Nº de Entrevistados	%
Masculino	59	68
Feminino	28	32
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/ 2004

A tabela 01 representa o sexo dos colaboradores da COSERN. O resultado revela que o maior percentual é formado por colaboradores do sexo masculino representado pelo percentual de 68%, enquanto 32% dos colaboradores são do sexo feminino.

Tabela 02 - Faixa etária

Faixa etária (em anos)	Nº de Entrevistados	%
até 25	7	8
26 a 35	28	32
36 a 45	48	55
46 a 50	0	0
acima de 50	4	5
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 02 representa à faixa etária dos colaboradores da COSERN. Observa-se que 55% dos entrevistados estão compreendidos na faixa etária entre 36 e 45 anos.

Tabela 03 - Estado Civil

Estado Civil	Nº de Entrevistados	%
solteiro	24	28
casado	51	59
divorciado	9	10
viúvo	3	3
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 03 representa o estado civil dos colaboradores da COSERN. O questionário revela que 59% dos colaboradores entrevistados na COSERN são casados.

Tabela 04 - Escolaridade

Estado Civil	Nº de Entrevistados	%
1º grau	1	1
2º grau	20	23
3º grau incompleto	24	28
3º grau completo	42	48
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 04 representa o grau de escolaridade dos colaboradores da COSERN. Verifica-se que 48% dos colaboradores entrevistados da COSERN têm 3º grau completo.

Tabela 05 - Faixa Salarial

Faixa Salarial (em sal. min.)*	Nº de Entrevistados	%
de 1 a 5	12	14
de 6 a 10	41	47
de 11 a 15	20	23
de 16 a 20	5	6
de 21 a 25	6	7
acima de 26	3	3
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004,

* Valor do salário mínimo R\$ 260,00.

A tabela 05 representa a faixa salarial dos colaboradores da COSERN. O resultado do questionário Identificou que 47% dos colaboradores entrevistados ganham entre 6 e 10 salários mínimos, tendo-se como base o salário mínimo no valor de R\$ 260,00 (duzentos e sessenta reais) vigente no ano de 2004.

Tabela 06 - Conhecimento acerca do que é responsabilidade social

	Quantidade	Percentual
sim, conheço o assunto	43	49%
sim, conheço um pouco o assunto	42	48%
não conheço o assunto	2	2%
nunca ouvi falar	0	0%
Total	87	100%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COSERN, out/2004

DADOS AVALIATIVOS

Verifica-se na Tabela 06, que 97% dos entrevistados afirma que "sim, conheço o assunto" e "sim, conheço um pouco o assunto". Ou seja, quase a totalidade dos colaboradores da COSERN sabe o que é responsabilidade social. Apresenta-se, abaixo, uma outra forma de visualização dos dados.

Gráfico 01

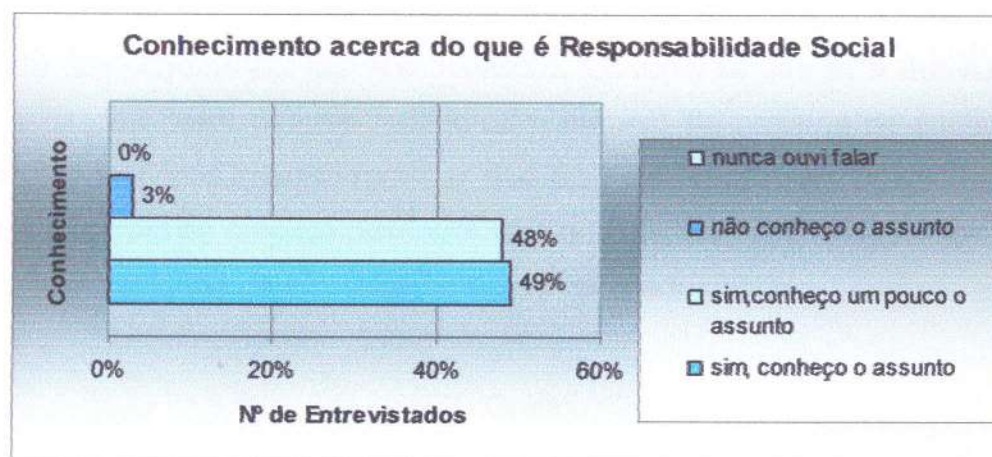


Tabela 07 - Conhecimento acerca do que é uma empresa socialmente responsável

	Quantidade	Percentual
sim	80	92%
mais ou menos	0	0%
não	7	8%
Total	87	100%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 07 representa o conhecimento acerca do que é uma empresa socialmente responsável. O resultado obtido revela um percentual expressivo. Dos 87 colaboradores entrevistados, 80 responderam que "sim" sabem o que é uma empresa socialmente responsável, representando um percentual de 92% dos colaboradores entrevistados.

Tabela 08 - Conhecimento acerca do número de projetos da COSERN

	Quantidade	Percentual
1 projeto	7	8%
2 projetos	6	7%
3 projetos	13	15%
4 Projetos	2	2%
5 projetos	1	1%
6 projetos	6	7%
7 projetos	1	1%
não sei	51	59%
Total	87	100%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 08 representa o conhecimento dos colaboradores da COSERN acerca dos projetos por ela desenvolvidos. Observa-se que 59% dos colaboradores entrevistados desconhecem realmente o número de projetos de cunho social que são desenvolvidos. Importa registrar que apenas 1% dos entrevistados assinalou o numero correto de projetos desenvolvidos que são de 7 projetos. Abaixo, apresenta-se uma outra forma de visualização desse resultado obtido.

Gráfico 02

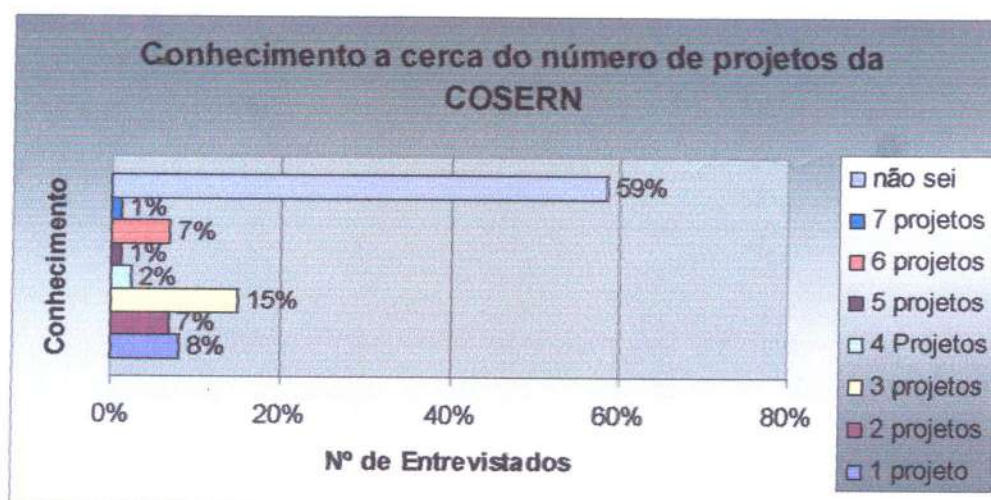


Tabela 09 – Estímulo para participar dos Projetos desenvolvidos

	Quantidade	Percentual
sim	68	78%
não	19	22%
Total	87	100%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 09 representa o grau de estímulo recebido pelo colaborador da COSERN para participar dos projetos sociais por ela desenvolvidos. O resultado obtido é satisfatório e contraditório levando-se em consideração o relevante dado obtido na tabela 08 anterior. Observando-se melhor o gráfico 02, verifica-se que um percentual de 59% dos entrevistados não conhece os projetos realizados pela organização. Em contrapartida a tabela 09 e ou o gráfico 03 nos revela um percentual expressivo de 78% dos entrevistados afirmando receber estímulo para participar dos projetos desenvolvidos. Para melhor visualização desta análise observa-se o gráfico abaixo.

Gráfico 03

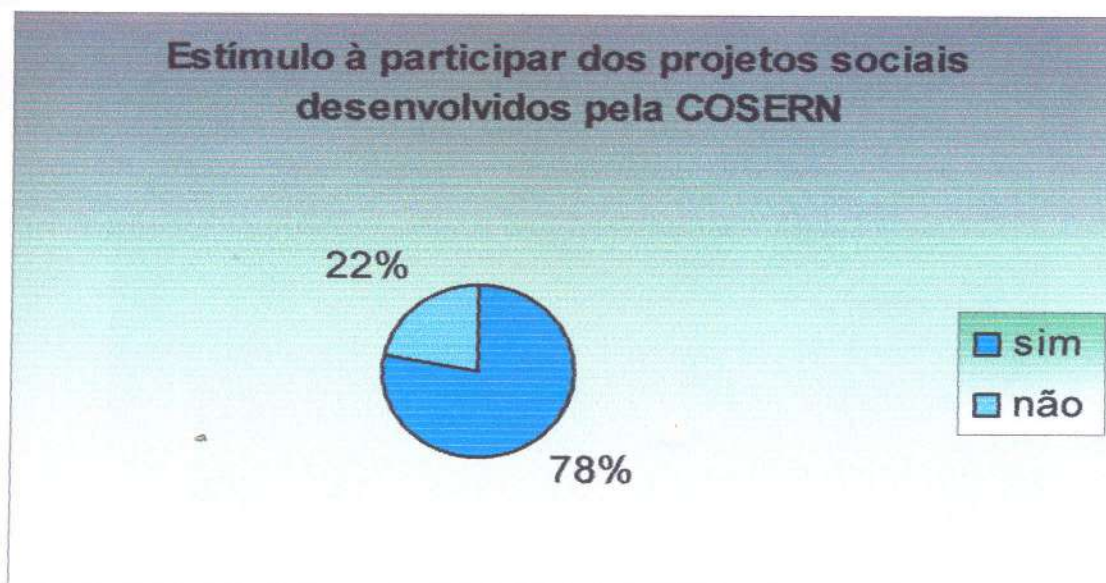


Tabela 10 - Sim, sou estimulado da seguinte forma

	Quantidade	Percentual
liberado algumas horas durante o meu período de expediente	1	1%
sou estimulado através de e-mails, cartas e reuniões	58	67%
ganho premiações na forma de remuneração ou incentivos	0	0%
por ocasião da apresentação dos projetos sociais	9	10%
Total	68	78%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 10 apresenta a forma mais utilizada pela COSERN para estimular seus colaboradores a participarem dos projetos sociais desenvolvidos. A pergunta relativa a esse assunto foi respondida pelo colaborador entrevistado que respondeu "sim" no questionamento anterior representado pela tabela 09. Desta forma dos 87 entrevistados foram obtidas 68 respostas. O percentual de maior representatividade foi de 67% dos colaboradores entrevistados que afirmaram receber estímulo através de ferramentas como e-mails, cartas e reuniões.

Para melhor visualização dos resultados obtidos, observar o gráfico abaixo.

Gráfico 04

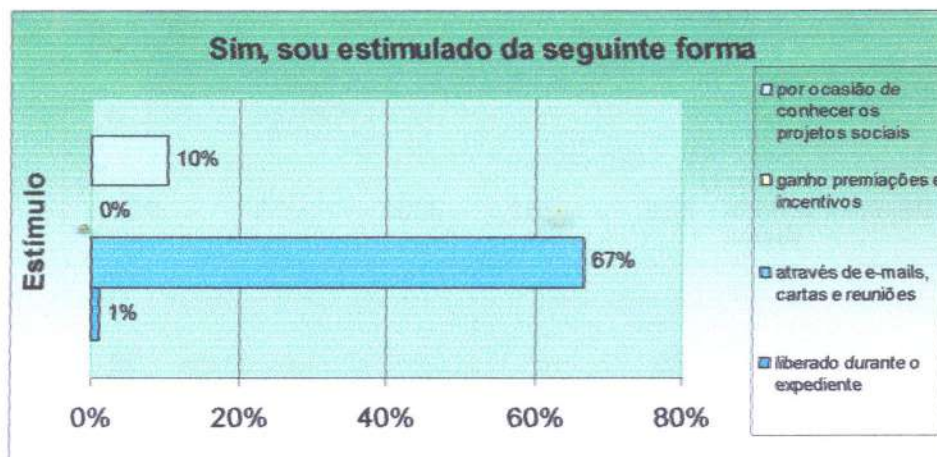


Tabela 11 - Não, porque não é estimulado

	Quantidade	Percentual
não tenho tempo para me envolver em projetos sociais	5	6%
não conheço os projetos	14	16%
falta comunicação interna por parte do departamento responsável	0	0%
Total	19	22%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 11 apresenta dados coletados verificando-se o motivo pelo qual não se sente estimulado a participar dos projetos sociais desenvolvidos pela COSERN. A pergunta relativa a esse assunto foi respondida pelo colaborador entrevistado que respondeu "não" no questionamento anterior representado pela tabela 09. Desta forma obteve-se o percentual relativo a 16% que afirmam não se sentir estimulado a participar dos projetos sociais desenvolvidos pela COSERN por não conhecerem os mesmos. Abaixo outra forma de visualização dos dados aqui comentados.

Gráfico 05

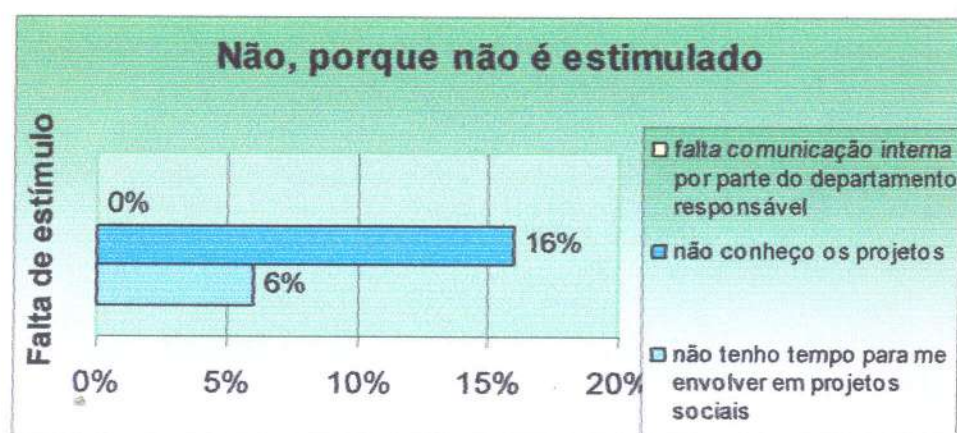


Tabela 14 - Contribuição dos projetos para o combate à exclusão social

	Quantidade	Percentual
contribuem muito	19	22%
contribuem	50	57%
contribuem razoavelmente	11	13%
contribui pouco	3	3%
não contribuem de forma alguma	4	5%
Total	87	100%

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 14 representa a percepção dos colaboradores quanto a contribuição dos projetos sociais em combater a exclusão social. Verificam-se dados percentuais que revelam 57% dos entrevistados afirmam "contribuir" e 22% acreditam que os projetos "contribuem muito", ou seja, 79% dos colaboradores acreditam que a prática de projetos de cunho social auxilia no combate aos excluídos da sociedade. Abaixo gráfico para melhor visualização dos resultados.

Gráfico 06

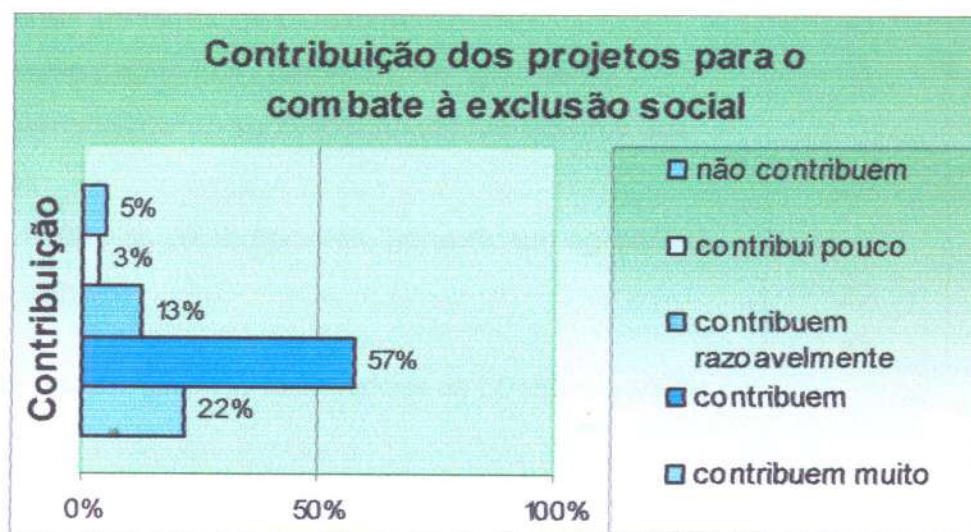


Tabela 15 - O envolvimento em programas voluntários é relevante para a imagem da organização

	Quantidade	Percentual
concordo totalmente	42	48%
concordo parcialmente	3	3%
concordo	35	40%
nem concordo, nem discordo	4	5%
não concordo	3	3%
Total	87	

Fonte: Pesquisa realizada junto aos funcionários da COSERN, out/2004

A tabela 15 representa a imagem que a COSERN obtém junto ao público interno e externo ao praticar a responsabilidade social. O percentual obtido foi que 48% afirma que desenvolver projetos sociais melhora a imagem da empresa. Somando-se os percentuais positivos, verifica-se que 92% dos colaboradores acredita que a empresa melhora sua imagem ao desenvolver projetos.

Tabela 16 - Benefícios obtidos pelo colaborador voluntário

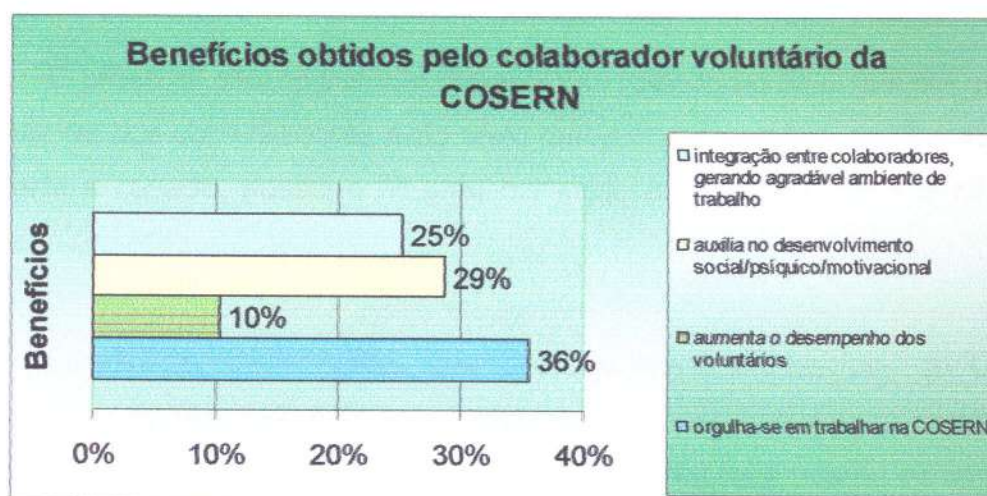
	Quantidade	Percentual
sente orgulho em trabalhar na COSERN	31	36%
aumenta o desempenho dos colaboradores voluntários	9	10%
auxilia no desenvolvimento social/psíquico/motivacional dos colaboradores	25	29%
há integração entre os colaboradores, gerando um agradável ambiente de trabalho	22	25%
Total	87	100

Fonte: Pesquisa realizada junto aos colaboradores da COSERN, out/2004

A tabela 16 apresenta os benefícios obtidos pelo colaborador da COSERN ao ser voluntário em algum projeto social desenvolvido pela própria organização. O percentual revelado é que 36% dos entrevistados sentem orgulho em trabalhar na COSERN por ser uma organização socialmente responsável. Diante desse resultado obtido importa registrar que o questionário revela ainda que trabalhar em uma organização e participar dos projetos realizados por ela aumenta positivamente no

colaborador seu desenvolvimento social, psíquico e contribui para exercer melhor suas funções. Abaixo gráfico para melhor visualização dos resultados avaliados.

Gráfico 07



5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A experiência de realização do presente estudo permite que se estabeleçam algumas considerações de natureza conclusiva acerca da consecução de seus objetivos.

O presente estudo permite concluir, em relação ao perfil dos entrevistados, que a maioria dos colaboradores é do sexo masculino, possui entre 36 e 45 anos, a maior parte é casado, possui o 3º grau completo e ganham entre 6 e 10 salários mínimos.

Conclui-se, inicialmente, que atitudes como as práticas da COSERN precisam ser seguidas por outras organizações independentemente de seu porte. Certamente aparecerão organizações de fachada social, que usarão do conceito de responsabilidade social apenas para conquistarem mercado.

Diante dos resultados obtidos, torna-se importante registrar que os dados, em sua maioria, se mostraram conflitantes.

Deve-se analisar esses números para se constatar que conquistar certificações apenas atestando a prática da responsabilidade social não é suficiente para obter junto ao público interno e a sociedade o direito de se aclamar socialmente responsável.

Para tanto, algumas mudanças na cultura interna deverão ser promovidas a fim de conquistar os alicerces necessários a uma prática da responsabilidade social eficiente e eficaz. Significa comprometer-se a trabalhar em conjunto com a sociedade e com a comunidade para aprimorar os projetos e seus objetivos fins.

Parcela significativa dos colaboradores acredita que a prática da responsabilidade social é necessária para combater a exclusão social. Em contrapartida muitos afirmam que a organização passou a adotar a prática da responsabilidade social apenas como ferramenta de marketing e esse dado é

refletido no momento em que grande parte dos colaboradores não são voluntários nos projetos.

Os resultados revelam a importância em registrar que uma das dificuldades encontradas pelos colaboradores da COSERN diz respeito à falta de políticas que estimulem a participação nos projetos sociais. A atual forma de estímulo não se mostra eficiente, podendo ser melhorada com a apresentação dos projetos e seus resultados finais.

Incorporar a responsabilidade social em suas operações significa que a organização está procurando o equilíbrio entre o desempenho social e econômico de seu negócio. Significa, ainda, que a organização se compromete a trabalhar em conjunto com a sociedade e comunidade para aprimorar a qualidade de vida de todos diminuindo diferenças sociais existentes hoje em nossa sociedade.

O estudo realizado mostrou-se fundamental para a COSERN, no sentido de que, além de proporcionar em pouco tempo uma avaliação acerca da prática da responsabilidade social, permitiu que a organização percebesse melhor o nível de envolvimento de seus colaboradores, assim como os anseios que existem em relação às práticas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social das empresas no Brasil**. São Paulo: Saraiva 2002.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 1998**. Natal: COSERN, [1999].

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 1999**. Natal: COSERN, 2000.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 2000**. Natal: COSERN, 2001.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 2001**. Natal: COSERN, 2002.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 2002**. Natal: COSERN, 2003.

COMPANHIA ENERGÉTICA DO RIO GRANDE DO NORTE. **Relatório anual 2003**. Natal: COSERN, 2004.

CORRÊA, Felipe Toscano de Brito Simões; MEDEIROS, João Ricardo Costa de. **Responsabilidade social corporativa para quem?**. Campo Grande: UFMS, 2001. monografia (graduação em Administração) – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2001.

DICIONÁRIO Aurélio. versão 3.0. [S.L] : Microsoft, 2004.

GARCIA, Bruno Gaspar et al. **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MARION, José Carlos; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria Cristina. **Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia**. São Paulo: Atlas, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. 2. ed. Rio de Janeiro: qualitymark, 2001.

ODED, Grajew. **O que é responsabilidade social**. 1999. Palestra proferida no Simpósio Nacional de Empresas e Responsabilidade Social, em Ribeirão Preto, nov. 1999.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: pioneira, 1998.

RODRIGUES FILHO, Artur. Responsabilidade Social das Empresas no Brasil. **RBA**, Brasília, v.13, n.42, p.24-32, set. 2003.

SALOMON, Delcio Vieira. **Como fazer uma monografia**. 9. ed. São Paulo: Martins fontes, 1999.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 4.ed.Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

SENADO FEDERAL. **Manual de Padronização de Textos: normas básicas de editoração para elaboração de originais, composição e revisão**, Brasília: secretaria especial de editoração e publicações, 2003.

SILVA, Osvaldo dos Santos. **Responsabilidade social: uma abordagem estratégica lucrativa?** Campo Grande: UFMS, 2001.

UM POUCO de história da COSERN em 40 anos. **COSERN Hoje**, natal, n.33, p.12-13, dez.2001.

ANEXO

ANEXO I
QUESTIONÁRIO
O PARADIGMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: um estudo na
Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN)

I - PERFIL DO ENTREVISTADO

1- Sexo:

1() masculino 2() feminino

2- Faixa etária (em anos):

1() até 25 2() 26 a 35 3() 36 a 45 4() acima de 50 anos

3- Estado Civil:

1() solteiro(a) 2() casado(a) 3() divorciado(a) 4() viúvo(a)

4- Escolaridade:

1() 1º grau 2() 2º grau 3() 3º grau incompleto 4() 3º grau completo

5- Faixa Salarial (em salários mínimos):

1() de 1 a 5 2() de 6 a 10 3() de 11 a 15 4() de 16 a 20

5() de 21 a 25 6() acima de 26

II – DADOS AVALIATIVOS

6- Você sabe o que é responsabilidade social?

1() sim, conheço o assunto 3() sim, conheço um pouco acerca do assunto

2() não conheço o assunto

7- Você sabe o que é uma empresa socialmente responsável?

1() sim 2() não

8- Você sabe quantos projetos sociais a COSERN desenvolve?

(É possível assinalar apenas uma alternativa)

1() 1 projeto 2() 2 projetos 3() 3 projetos 4() 4 projetos

5() 5 projetos 6() 6 projetos 7() 7 projetos 8() não sei

9- Você é estimulado a participar dos projetos sociais desenvolvidos pela COSERN?

1() sim 2() não

10- Caso positivo, de que forma você é estimulado?

1() sou liberado algumas horas durante o meu período de expediente

2() sou estimulado através de e-mails, cartas e reuniões

3() ganho premiações na forma de remuneração ou incentivos

4() por ocasião apresentação dos projetos sociais

11- Caso negativo, isso acontece por que :

1() não tenho tempo para me envolver em projetos sociais devido às funções que desempenho

2() não conheço os projetos

3() falta comunicação interna por parte do departamento responsável em desempenhar essa função

12- Você é voluntário de algum projeto social?

1() sim 2() não

13- Assinale a(s) principal (is) variável (is) que levou (aram) a COSERN a praticar a responsabilidade social:

(É possível assinalar mais de uma alternativa)

1() o novo comportamento da sociedade 2() para cumprir determinação da ANEEL

3() é moda 4() é uma nova ferramenta de marketing

5() identificou que havia uma lacuna deixada pelo poder público na área social

6() outras organizações do mesmo segmento adotaram essa prática

7() outros. Qual (is)? diretriz da empresa

8() não sei

14- Em sua opinião, os projetos sociais desenvolvidos pela COSERN contribuem para combater a exclusão social ?

1() contribuem muito 2() contribuem 3() contribuem razoavelmente

4() contribui pouco 5() não contribuem de forma alguma

15- Na sua opinião, há por parte da COSERN consciência de que o envolvimento em programas voluntários é relevante para a imagem da empresa ?

1() concordo totalmente 2() concordo 3() concordo parcialmente

4() nem concordo, nem discordo 5() não concordo

16- Que benefícios são obtidos pelo colaborador voluntário da COSERN?

1() ao se identificar com as causas sociais e desenvolve-las, trabalha-se com orgulho de pertencer ao quadro funcional da COSERN

2() aumenta o desempenho dos colaborador-voluntário em suas funções

3() auxilia no desenvolvimento social/ psíquico/ motivacional de todos os colaboradores

4() há uma maior integração entre os colaboradores o que gera um agradável ambiente de trabalho