

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE E  
SECRETARIADO EXECUTIVO  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**PAULO VICTOR DE OLIVEIRA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL:  
UMA INVESTIGAÇÃO DOS IMPACTOS DOS PROJETOS SOCIAIS INTERNOS  
DE UMA EMPRESA NA VISÃO DE SEUS COLABORADORES**

**FORTALEZA**

**2012**

PAULO VICTOR DE OLIVEIRA

RESPONSABILIDADE SOCIAL:  
UMA INVESTIGAÇÃO DOS IMPACTOS DOS PROJETOS SOCIAIS INTERNOS DE  
UMA EMPRESA NA VISÃO DE SEUS COLABORADORES

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Profa. Suzete Suzana Rocha Pitombeira

FORTALEZA

2012

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo

- 
- O48r      Oliveira, Paulo Victor de .  
            Responsabilidade social: uma investigação dos impactos dos projetos sociais internos de uma empresa na visão de seus colaboradores / Paulo Victor de Oliveira . – 2012.  
            56 f. ; enc.
- Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo, Curso de Bacharelado em Administração, Fortaleza, 2012.  
            Orientação: Prof<sup>a</sup>. Suzete Suzana Rocha Pitombeira
1. Responsabilidade social da empresa 2. Qualidade de vida no trabalho 3. Companhia de Água e Esgoto do Ceará – CAGECE. I. Título.

PAULO VICTOR DE OLIVEIRA

RESPONSABILIDADE SOCIAL:

UMA INVESTIGAÇÃO DOS IMPACTOS DOS PROJETOS SOCIAIS INTERNOS DE  
UMA EMPRESA NA VISÃO DE SEUS COLABORADORES

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Ma. Suzete Suzana Rocha Pitombeira (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Me. Carlos Manta Pinto de Araújo  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ma. Andréa Moura da Costa Souza  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

A minha mãe, Liduina.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, que sempre me ilumina, mostrando-me os melhores caminhos.

À minha família, pelo estímulo e apoio constante.

À minha namorada, Aline, pelo amor, amizade, exemplo de pessoa batalhadora e pelo importante apoio durante a elaboração deste trabalho.

À minha orientadora, Professora Suzete, pelo seu auxílio na elaboração deste trabalho, agradeço por sua paciência, dedicação e compreensão.

Aos professores Andréa Moura e Carlos Manta por fazerem parte da banca examinadora e pela valiosa contribuição para o aperfeiçoamento desta monografia.

Aos amigos da FEAACS, que compartilharam os momentos de estudo, trabalhos em grupo, crescimento e trocas de experiências.

Aos meus amigos da Cagece, que gentilmente se disponibilizaram a me auxiliar, respondendo os questionários para a realização do estudo de caso.

À Márcia, Kamille e Gesileuda, pelas informações concedidas sobre a área social e contábil da Cagece.

Aos meus amigos Kathwry, Stephanie e Saulo, que respectivamente me auxiliaram na normalização, no resumo em língua estrangeira e na formatação da minha monografia.

Ao meu amigo Jardel, que me apoiou para a conclusão deste trabalho.

À minha amiga Raphaela, pelo exemplo de humildade e de grande amiga que sempre demonstrou ser.

Aos meus amigos Renata e Queiroz, da Secretaria de Finanças de Fortaleza, pela grande amizade.

E a todos que, de alguma forma, contribuíram na elaboração desta monografia.

## RESUMO

O foco do presente estudo de caso são os impactos dos projetos internos de responsabilidade social de uma empresa, sob o ponto de vista de seus colaboradores. A relevância do tema responsabilidade social deve-se ao fato de que crescentemente as organizações estão em busca de atingir de maneira positiva seus acionistas, comunidade, clientes externos e, principalmente, seu público interno, através do desenvolvimento de projetos sociais. Antes de divulgar para o público externo a preocupação com a responsabilidade social, a empresa deve primeiro garantir que está praticando esses princípios com seus funcionários. Partindo dessa questão, este trabalho tem como objetivo geral investigar os impactos dos projetos sociais internos da Companhia de Água e Esgoto do Ceará – CAGECE sob o ponto de vista dos seus colaboradores. A pesquisa classifica-se, quanto aos fins, como exploratória e descritiva; quanto aos meios, como bibliográfica e de campo, tendo sido realizada por meio de um estudo de caso. Quanto à natureza dos dados, é classificada como quantitativa-qualitativa. A análise se deu a partir do estudo da literatura pertinente e da aplicação de questionário junto aos colaboradores da organização. Constatou-se que sob o ponto de vista dos colaboradores da empresa, os projetos sociais internos desenvolvidos por essa impactam na motivação, no bem-estar, na qualidade de vida, no desenvolvimento profissional, no cotidiano de seus familiares e no relacionamento entre si dos funcionários. Desse modo, evidenciou-se, que os projetos sociais internos de uma empresa impactam direta ou indiretamente, sob diversos aspectos, os colaboradores.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social. Balanço social. Público interno.

## ABSTRACT

The focus of the current case study is the impact of an internal social corporate responsibility projects, from the standpoint of the collaborators. The importance of Social Corporate Responsibility (as subject) is due to the fact that organizations are seeking increasingly to reach in a positive way their shareholders, community, external costumers and, especially, their internal public developing social projects. Before disseminating the concern with social corporate responsibility to the external public, the company has to ensure first that it is performing these principles with its employees. Based on this issue, the present work has as general objective to investigate the impacts the internal social projects of the Companhia de Agua e Esgoto do Ceará – Cagece (Water and Sewage Company of Ceará – Cagece) have from its collaborators' point of view. The research is classified, regarding its purpose, as exploratory and descriptive; regarding its means, as bibliographic and with field resources, which was accomplished through case study. As for the data nature, it is classified as quantitative and qualitative. The analysis was based on the study of relevant literature and on the application of questionnaires to the organization's collaborators. It was shown that from the point of view of the company's collaborators, the internal social corporate projects impact motivation, well-being, life quality, professional development, the everyday routine of the employees' relatives and the relationships among the employees. This way was proved that internal social corporate projects impact directly and indirectly the collaborators in several aspects.

**Keywords:** Social corporate responsibility. Social accounting. Internal Public.

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Projetos sociais internos citados pelos colaboradores da Cagece ..... 38

## LISTA DE TABELAS

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1 – Projetos internos de responsabilidade social interna da Cagece .....   | 33 |
| Tabela 2 – Idade dos entrevistados .....  | 34 |
| Tabela 3 – Gênero dos entrevistados .....   | 35 |
| Tabela 4 – Grau de escolaridade dos entrevistados .....                           | 35 |
| Tabela 5 – Tempo em que os entrevistados trabalham na empresa .....               | 35 |
| Tabela 6 – Cargo dos entrevistados .....  | 36 |
| Tabela 7 – Pessoas que conhecem o termo Responsabilidade Social .....             | 36 |
| Tabela 8 – Consideram que a empresa é socialmente responsável .....               | 37 |
| Tabela 9 – Conhecem os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa ..    | 38 |
| Tabela 10 – Como os entrevistados consideram os programas sociais.....            | 39 |
| Tabela 11 – Projetos sociais internos importantes para o trabalho .....           | 40 |
| Tabela 12 – Projetos sociais da empresa e familiares dos funcionários .....       | 41 |
| Tabela 13 – Projetos importantes para os funcionários .....                       | 42 |
| Tabela 14 – Projetos sociais e motivação dos funcionários .....                   | 43 |
| Tabela 15 – Como são informados da existência dos projetos sociais internos ..... | 44 |
| Tabela 16 – Ações de responsabilidade social para os funcionários .....           | 45 |

## SUMÁRIO

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | INTRODUÇÃO .....   | 10 |
| 2     | RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA .....  | 15 |
| 2.1   | Conceitos de responsabilidade social corporativa .....                                   | 16 |
| 2.2   | A responsabilidade social e os <i>stakeholders</i> .....                                 | 18 |
| 3     | O BALANÇO SOCIAL .....   | 19 |
| 3.1   | O balanço social como objetivo estratégico da organização .....                          | 20 |
| 3.2   | Indicadores de desempenho social .....   | 21 |
| 3.2.1 | <i>Indicadores de Responsabilidade Social</i> .....                                      | 21 |
| 3.2.2 | <i>Indicadores segundo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas</i> ..... | 23 |
| 3.3   | Legalização da responsabilidade social nas empresas .....                                | 24 |
| 4     | A RESPONSABILIDADE SOCIAL COM FOCO NO PÚBLICO INTERNO..                                  | 25 |
| 5     | ESTUDO DE CASO .....   | 29 |
| 5.1   | Caracterização da Cagece .....   | 29 |
| 5.1.1 | <i>Histórico da Cagece</i> .....   | 29 |
| 5.1.2 | <i>Prêmios e certificados</i> .....  | 31 |
| 5.3   | Projetos e ações de responsabilidade social interna desenvolvidos pela CAGECE .....      | 32 |
| 5.4   | Análise e interpretação dos dados da pesquisa .....                                      | 34 |
| 5.4.1 | <i>Perfil dos entrevistados</i> .....  | 34 |
| 5.4.2 | <i>Questionário</i> .....  | 36 |
| 5.5   | Síntese dos resultados .....   | 45 |
| 6     | CONSIDERAÇÕES FINAIS .....   | 47 |
|       | REFERÊNCIAS .....  | 49 |
|       | APÊNDICES .....  | 52 |
|       | ANEXOS .....   | 55 |

## 1 INTRODUÇÃO

Responsabilidade Social é um termo que vem sendo bastante usado no mundo corporativo atual, e está sendo bastante difundido por estudiosos da área da administração de empresas.

Observa-se a rapidez com que as informações e os processos de produção estão se modificando em função de novas descobertas tecnológicas. Além disso, os modelos de desenvolvimento econômico e humano consideram, atualmente, a elevação da qualidade de vida, a melhoria da renda da população e a conservação do meio ambiente como requisitos para o progresso da sociedade.

Os negócios são uma atividade moral quando ultrapassam suas obrigações econômicas e legais, unindo a geração de lucros ao dever de levar melhorias para a sociedade, além das obrigações econômicas e legais, e também através de ações de filantropia. (MCINTOSH, 2001).

Para Reis e Medeiros (2007, p. 01),

A existência de uma consciência empresarial responsável é fundamental para que haja possibilidade de engajamento de todos no processo de desenvolvimento, objetivando a preservação do meio ambiente, do patrimônio cultural, a promoção dos direitos humanos e a construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa.

Uma empresa, ao desenvolver projetos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), está em busca de atingir de maneira positiva seus *stakeholders*, os quais são compostos por acionistas, comunidade, clientes externos e clientes internos (colaboradores).

Esta mesma empresa, ao estabelecer ações de RSE, verifica as características, problemas e opiniões dos seus *stakeholders*, os quais estão inseridos em um conjunto de fatores como o meio-ambiente, a cultura organizacional e o modelo de gestão da empresa.

Existe também a possibilidade de observar as formas pelas quais a empresa atua para operacionalizar essas ações sociais, como ela age socialmente para beneficiar seus *stakeholders*, e como principalmente, pontuar observações e opiniões que os próprios colaboradores, diga-se público interno, demonstram em relação a estas iniciativas.

Conforme Spers e Siqueira (2010, p. 23), “os funcionários têm os seus empregos e em grande medida sua vida pessoal dependente da organização. Em

troca de seu trabalho esperam da organização salários, segurança, benefícios, entre outros.”

A sociedade exige das organizações uma postura ética em relação aos seus investimentos, uma atitude de proteção ao meio ambiente, uma política de não-polução e ideias para um mundo melhor. Nesse contexto, surgiu o interesse de estudar o assunto Responsabilidade Social.

Para Oliveira (2003, p. 04),

Existe uma carência de serviços sociais básicos no Brasil que afeta uma grande parte da população. O país sofre devido a uma série de problemas sociais como: desigualdade de renda; baixa qualidade da educação básica; trabalho infantil; analfabetismo persistente; uma das mais altas taxas de acidentes do trabalho do mundo; mortalidade infantil elevada em algumas regiões; violência contra a mulher etc. Portanto, há muito espaço para as organizações do terceiro setor atuarem.

De acordo com Triviños (1987, p. 107), “a questão de pesquisa representa o que o investigador deseja esclarecer. Neste sentido, a Questão de Pesquisa é profundamente orientadora do trabalho do investigador.”

Diante do exposto, a questão de pesquisa desta monografia é responder a seguinte pergunta: “Qual o impacto dos projetos sociais internos de uma organização sob o ponto de vista de seus colaboradores?”

Um dos assuntos que mais se comenta atualmente é a temática Responsabilidade Social. Esse tema é muito discutido nos jornais, revistas, internet, universidades e empresas públicas e privadas.

É fato considerar a necessidade de discussões acerca de temáticas sobre ações socialmente responsáveis porque estas ações estão sendo verificadas como um item diferencial para as empresas em um mercado competitivo e globalizado.

Nesse sentido, surge o interesse e a necessidade de estudar o tema em questão, observando a maneira como as empresas se relacionam com seus *stakeholders*, em especial com seus colaboradores.

A presente pesquisa pode contribuir no sentido de viabilizar melhores planos e ações estratégicas do ponto de vista social, bem como o conhecimento das percepções e entendimento do corpo funcional de uma empresa em relação a estas ações e, neste caso, justifica-se o trabalho da empresa em questão pela mesma vir realizando projetos e ações de cunho social para com seus colaboradores. Dessa forma, tem importância tanto para a empresa em estudo como para a comunidade

na qual a mesma se insere e para posteriores estudos acadêmicos que possam acontecer.

Esta monografia tem como objetivo geral investigar o impacto dos projetos sociais internos de uma empresa sob o ponto de vista dos seus colaboradores.

Como objetivos específicos para esta monografia têm-se:

- a) identificar os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa;
- b) conhecer indicadores de responsabilidade social corporativa;
- c) verificar os impactos dos projetos sociais internos na visão dos colaboradores.

Para a classificação da pesquisa quanto aos objetivos específicos e ao seu delineamento, tomou-se como base a taxionomia apresentada por Vergara (2005), que qualifica a pesquisa em dois aspectos: fins e meios.

Quanto aos fins é exploratória e descritiva. Exploratória, porque pretende proporcionar uma visão da realidade de uma organização, em termos da relação entre projetos sociais da empresa e o cotidiano dos funcionários. Descritiva, porque objetiva descrever e avaliar os impactos que os projetos sociais causam nos colaboradores, sob o ponto de vista dos mesmos. Quanto aos meios, esta pesquisa é bibliográfica e de campo, por meio do estudo de caso. É bibliográfica por pesquisar, em material escrito e em meio virtual, a fundamentação teórico-metodológica do estudo.

A pesquisa exploratória tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema” (GIL, 1991, p. 45). Para Vergara (2005), a pesquisa descritiva expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno, podendo também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza, abordando o problema sob aspecto qualitativo, interpretando os fenômenos e atribuindo um significado às conclusões.

A pesquisa bibliográfica tem a intenção de explicar um problema a partir de referências teóricas. De acordo com Marconi e Lakatos (2007), esse tipo de pesquisa abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde documentos publicados de forma avulsa, jornais, revistas, livros, monografias e teses; até meios de comunicação orais e audiovisuais, como o rádio, filmes e televisão.

O estudo de caso, segundo Yin (2005, p. 20), “é utilizado em muitas situações, para contribuir com o conhecimento que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e de grupo, além de outros fenômenos relacionados.”

Quanto à natureza, esta pesquisa é classificada como quantitativa-qualitativa.

É qualitativa porque se dedica investigar o ponto de vista de colaboradores de uma organização sob determinado assunto, respondendo a questões dos tipos “o quê?”, “por quê?” e “como?”. Também é quantitativa porque o pesquisador procurou quantificar os dados e aplicá-los em uma forma de análise estatística.

As pesquisas científicas podem ser classificadas em três modalidades: a qualitativa, a quantitativa e a quanti-quali. A pesquisa qualitativa se dedica à compreensão dos significados dos eventos, sem a necessidade de apoiar-se em informações estatísticas. Na pesquisa quantitativa, a base científica vem do Positivismo, que durante muito tempo foi sinônimo de ciência, considerada como investigação objetiva que se baseava em variáveis mensuráveis e proposições prováveis. A pesquisa quanti-quali, como o próprio nome sugere, representa a combinação das duas citadas modalidades, utilizando em parte do trabalho a visão positivista, e em outra parte a visão fenomenológica, aproveitando-se o que há de melhor em cada uma delas (ARAÚJO; OLIVEIRA, 1997).

Como instrumento de coleta de dados, foi utilizado um questionário com dez questões abertas. Foram aplicados questionários com a participação de 50 (universo de 3000) colaboradores (funcionários próprios) da empresa, na unidade sede em Fortaleza, no mês de maio de 2012. Foi analisado na primeira parte idade, gênero, escolaridade, tempo de empresa e cargo e, na segunda parte foram analisadas questões relacionadas aos projetos sociais da empresa.

Segundo Cervo e Bervian (1996), o questionário é a mais utilizada técnica de coleta de dados. Tecnicamente falando, o questionário constitui um meio de obter respostas sobre determinado assunto de maneira que o respondente forneça as informações de seu domínio e conhecimento. Um questionário compreende uma série de perguntas ordenadas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do pesquisador. Cervo e Bervian (1996) nos dizem que todo questionário

deve ser impessoal, assegurando, dessa forma, a uniformidade na avaliação de uma situação.

Este trabalho está estruturado em seis capítulos, sendo que o capítulo 2 descreve o histórico da responsabilidade social nas empresas, expõe conceitos de responsabilidade social corporativa e mostra a relação dos *stakeholders* perante a responsabilidade social nas empresas. O capítulo 3 versa sobre o balanço social nas organizações, apresentando conceitos sobre o mesmo, relacionando-o como uma forma de estratégia para a empresa. Nesse capítulo, também foi apresentado indicadores de responsabilidade social propostos por diversos autores e a importância da legalização do balanço social para as corporações. O capítulo 4, por sua vez, aborda a temática responsabilidade social corporativa com foco no público interno, ou seja, voltada para os funcionários, demonstrando a importância dos projetos sociais na vida dos colaboradores das empresas. O capítulo 5 apresenta e analisa o estudo de caso, apresentando a Cagece, seu histórico, prêmios, certificados, os projetos de responsabilidade social interna desenvolvidos pela empresa. Por fim, na conclusão foi organizado um resumo geral do estudo, indicando possíveis limitações, apresentando os resultados e o alcance do objetivo.

## 2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Como relata Reis e Medeiros (2007), desde o início do debate a respeito do significado do termo Responsabilidade Social, várias questões têm sido objeto de discussão nos meios acadêmico e empresarial. É importante destacar que entre os interlocutores do tema existem divergências e convergências fundamentais a respeito do que realmente leva as empresas a adotarem um comportamento responsável socialmente na gestão dos negócios – não mais conseguir permanecer indiferente frente à gravidade dos problemas sociais que assolam a humanidade, assumindo um compromisso social que contribua para maior bem-estar da sociedade e sustentabilidade do planeta, ou somente interesses econômicos e privados de sustentabilidade da própria empresa.

Dos anos 20 aos 50, o tema responsabilidade social não despertou muito interesse na sociedade em geral. Contudo, destaca-se o livro de *“Howard Bowen, Social Responsibilities of the Businessman”*, publicado em 1953, considerado um marco do entendimento e da sistematização da responsabilidade social nas empresas. Depois disso, a idéia começou a ser difundida nas universidades e em parte do empresariado americano (TORRES, 2004).

De acordo com Reis e Medeiros (2007, p. 38), “o desenvolvimento de modelos melhor elaborados e a divulgação do Balanço Social começaram a ser efetuados no início dos anos 70, na América do Norte e na Europa.”

Ainda conforme Reis e Medeiros (2007, p. 39), “a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas, consolidando a própria necessidade de divulgação dos chamados Relatórios ou Balanços Sociais.”

Para Friedman (1984), a RSE é uma idéia subversiva, embora considerasse como compromisso social de qualquer organização o respeito à ética e a obediência às leis em uma constante auto-procura do lucro. Para ele, a utilização de recursos para ações sociais em lugar de aplicá-los a produção representa uma redução da eficácia da empresa. Para Friedman (1984), os problemas sociais são de competência do Estado.

Como relata Tinoco (2006), a partir da década de 60, a sociedade passou a exigir mais das organizações. Os trabalhadores, principalmente europeus e americanos, passaram a exigir das organizações mais informações sobre seu

desempenho econômico e social. Isso evidenciou a discussão do tema responsabilidade social.

Schommer e Fischer (1999) acrescentam que a idéia de responsabilidade social empresarial ganhou impulso no Brasil especialmente a partir da criação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em setembro de 1998.

Dentre outras iniciativas, no ano de 1993 muitas empresas passaram a realizar, anualmente, a divulgação do seu balanço social (LOURENÇO, SCHRODER, 2003).

## **2.1 Conceitos de responsabilidade social corporativa**

Conforme relata as autoras Spers e Siqueira (2010, p. 206) em relação ao tema RSE, “uma das primeiras definições sobre Responsabilidade Social foi definida por Bowen em 1953, como sendo uma obrigação do homem de negócios tomar decisões e desenvolver linhas de ação que tenham certa compatibilidade com os fins e valores da sociedade.”

Para Oliveira (2003), o conceito de Responsabilidade Social é muito amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e relações com todos os públicos com os quais a empresa interage, diga-se *stakeholders*. A questão da Responsabilidade Social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa, além de tudo, mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na responsabilidade social das relações e na geração de valor para todos.

Segundo o Instituto Ethos (2012), a Responsabilidade Social Empresarial é definida pela gestão, relação ética e transparente da organização com todos aqueles com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas que promovem a diminuição das desigualdades sociais.

O Sistema Firjan (2008) relata que uma organização deve ter em vista que para manter operações social e ambientalmente responsáveis, possuem custos menores do que grandes riscos financeiros que a ausência de boas práticas em sustentabilidade pode representar a médio e longo prazo. Trata-se da sustentação e sobrevivência do próprio negócio. Pagar impostos, garantir saúde e segurança dos

empregados, controlar efluentes e recuperar áreas degradadas são obrigações. As ações voluntárias e de cidadania empresarial é que fazem a diferença.

Oliveira (2003) cita alguns tópicos que envolvem a Responsabilidade Social, dentre eles a visão e missão da empresa, ética, práticas gerais de recursos humanos (apoio às famílias, incentivo à educação), relações de trabalho/sindical e saúde, relação com acionistas, marketing social, balanço social, meio ambiente, ações culturais e apoio à comunidade (filantropia e voluntariado).

Para Melo Neto e Froes (1999, p. 84),

A responsabilidade social é vista como um compromisso da empresa com relação à sociedade e a humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originalmente não lhe pertencem.

A gestão combinada dos recursos tecnológicos, físicos e trabalhadores nas organizações, realizada de forma competente, agrega valor para a empresa, isto é, provoca aumento nos lucros e, conseqüentemente, no Patrimônio Líquido e no Ativo da empresa, pois, para as empresas com fins lucrativos, o objetivo a ser alcançado é a maximização, no tempo e no espaço, do seu patrimônio. Assim, elas investem em recursos físicos e humanos, para produzirem bens e serviços, os quais deverão proporcionar ganhos que beneficiarão a organização, os funcionários, os investidores, os clientes, os fornecedores e o governo, bem como a comunidade, que obterá bens e serviços com qualidade (TINOCO, 2001).

A dimensão filantrópica da responsabilidade social “diz respeito às contribuições das empresas à sociedade, que espera que elas contribuam para sua qualidade de vida e bem-estar” (FERREL, 2001, p. 83), incluindo as comunidades locais. Mais do que satisfação das necessidades básicas de sobrevivência, as pessoas querem a preocupação das empresas com o oferecimento de produtos e serviços que melhorem sua qualidade de vida. A responsabilidade das empresas com o bem-estar das comunidades vizinhas a sua operação engloba doativos para obras de caridade, patrocínios e prestação de serviços comunitários. Caso essa ajuda seja utilizada para divulgação externa pela área de marketing, ela é chamada de filantropia estratégica (FERREL, 2001).

## 2.2 A responsabilidade social e os *stakeholders*

Os *stakeholders* são os agentes, quer sejam estes internos ou externos, com os quais uma organização interage, sofre influência ou mantém relacionamentos que são necessários à sua sobrevivência.

Para Spers e Siqueira (2010), há dois tipos de *stakeholders*, os primários e os secundários. Os primários são aqueles que possuem direitos legais e estabelecidos sobre os recursos financeiros e econômicos da empresa, ou seja, são os acionistas e credores. Os secundários são aqueles que não possuem direitos definidos sobre os recursos da empresa, mas que possui algum direito baseado em critérios de lealdade ou em obrigações éticas, ou seja, são os consumidores, a comunidade e os funcionários da empresa.

Uma empresa que se orienta a interagir com seus *stakeholders*, possui uma boa relação com os mesmos e uma possível troca de benefícios.

De acordo com Savitz (2007), a rede de *stakeholders* se tornou mais qualificada, influente, perseverante e eficaz do que em qualquer época. Como consequência disso, as preocupações dos *stakeholders* com o meio ambiente, trabalho e direitos humanos, relações com a comunidade, proteção dos consumidores e responsabilidade social tornaram-se cada vez mais importantes para as empresas.

Para Savitz (2007), os *stakeholders* incorporam as novas expectativas de que as organizações ajam com mais responsabilidade. Além disso, o uso mundial do termo mostra que as empresas estão mais responsáveis, não só perante os acionistas, mas também em relação a outros que têm interesse em suas atividades. As avaliações de cada *stakeholder* dependerão inteiramente da atual situação da empresa, assim como dos desafios com que ela se defronta hoje.

Dentro desse contexto, o grande desafio da administração moderna é criar relacionamentos saudáveis e sustentáveis com os *stakeholders*. Para isto, estas partes necessitam se envolver socialmente, desenvolvendo um sentido de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) coerente com a estratégia do negócio.

### 3 O BALANÇO SOCIAL

Com o objetivo de reunir informações sobre projetos, benefícios e ações sociais direcionadas aos *stakeholders*, as organizações publicam um demonstrativo denominado Balanço Social. Neste relatório, é demonstrada a responsabilidade social e empresarial, construindo vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente, refletindo a preocupação da empresa com a causa social.

Para Torres (2004, p. 74),

Em meados de 1997, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) chamou a atenção dos empresários e toda a sociedade para a importância e a necessidade da realização do Balanço Social das empresas em um modelo único e simples.

O Balanço Social informa aos interessados, sejam estes acionistas, clientes, funcionários e comunidade em geral, informações econômicas e sociais que divulgam informações do desempenho financeiro da empresa aliado à sua atuação em benefício da sociedade.

De acordo com Reis e Medeiros (2007, p. 62),

O Balanço Social é definido como o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitem identificar a sua atuação social durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados nos resultados econômicos e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente (Projeto de Lei nº 3.116, 1997).

Kroetz (1997, p. 36) relata que,

O Balanço Social, antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, é considerado uma ferramenta gerencial, pois reúne dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas, as relações sociedade/ambiente e outros, os quais poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo como instrumento de controle e de auxílio para a tomada de decisões e adoção de estratégias.

De Luca (1998) ressalta que o Balanço Social permite verificar a situação da empresa no âmbito social e registra as realizações feitas nele. Avalia também as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade.

Kroetz (2000) relata que o objetivo do Balanço Social é evidenciar, através de seus indicadores, a contribuição da entidade para a melhoria da qualidade de vida da população. Também tem como objetivo as interações sociais

da entidade com os clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores, universidades e outros.

Anda de acordo com Kroetz (2000, p. 80), o Balanço Social permite, “clarificar os objetivos e as políticas administrativas, julgando a administração não apenas em função do resultado econômico, mas também dos resultados sociais.”

### **3.1 O balanço social como objetivo estratégico da organização**

A relevância do balanço social no processo estratégico pode caracterizar-se como um diferencial competitivo a curto e longo prazo, pois pode fomentar o bem-estar social e processos produtivos mais limpos, elevando a credibilidade e a imagem empresarial, bem como a aceitação e consolidação no mercado por meio do efetivo compromisso com a qualidade de vida dos funcionários e da comunidade.

Conforme Oliveira (2003, p. 07),

A Responsabilidade Social vem se transformando numa poderosa vantagem competitiva para as corporações e seus executivos. Participar das ações comunitárias é fundamental para as empresas que quiserem fazer a diferença daqui para frente. Com isso, as organizações adquirem a preferência do consumidor, o respeito dos clientes e a admiração de seus colaboradores.

Para De Luca (2005, p. 25),

O exercício da responsabilidade social incorpora na cultura da empresa a busca do bem-estar da sociedade associado ao crescimento da própria organização. Com a prática da responsabilidade social e a sua evidenciação pelo Balanço Social, as empresas adquirem retorno institucional e a valorização da sua imagem, gerando benefícios tanto para ela como para a sociedade.

Conforme Kroetz (2000) vários objetivos estão envolvidos para a divulgação do Balanço Social, dentre eles está o de, conjuntamente com as demais demonstrações contábeis, demonstrar a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da organização.

De acordo com Oliveira (2003, p. 06), “no Brasil uma pesquisa indicou que 56% das empresas desenvolvem algum tipo de atuação social, e 79% dessas empresas melhoraram a sua imagem institucional e sua relação com a comunidade a partir dessas ações.”

Ainda de acordo com Oliveira (2003, p. 7),

Atualmente, serviços e produtos de qualidade, preços de padrão mundial e marketing inteligente deixaram de ser diferenciais competitivos. É necessário que as empresas possuam todas essas características e ainda façam com que as pessoas se identifiquem com sua marca e tenham satisfação em se relacionar com a organização ou trabalhar no seu negócio.

Com isso, investir em ações de Responsabilidade Social se transformou em uma poderosa vantagem competitiva para as organizações e seus executivos.

Para Spers e Siqueira (2010), muitas pessoas acreditam que a Responsabilidade Social Corporativa é um tema da moda, transitório e passageiro, o que na verdade não corresponde a realidade. As organizações que ainda não praticam ações de RS ou que praticam apenas ações pontuais na sua comunidade, sem associá-las aos seus negócios não demorarão em perceber sua influência no desenvolvimento empresarial.

### **3.2 Indicadores de desempenho social**

Para Savitz (2007, p. 170), “indicadores-chave de desempenho são ferramentas básicas que, como os instrumentos no painel de um carro, permitem que você avalie as chances de chegar ao destino”.

Para Reis e Medeiros (2007), indicadores de desempenho dizem respeito à exposição dos indicadores de desempenho relativos à responsabilidade social da empresa e relatos complementares que exponham seu contexto e outras questões de interesse geral, constituindo-se de informações relevantes na viabilização do diálogo com as partes interessadas, como acionistas, comunidade e empregados.

#### ***3.2.1 Indicadores de Responsabilidade Social***

Conforme o site do Instituto Ethos, os Indicadores Ethos foram desenvolvidos com o propósito de oferecer às empresas uma ferramenta de gestão para o diagnóstico e planejamento das práticas de responsabilidade social empresarial, disponíveis desde 1999 e atualizados ao longo dos anos.

Trata-se de uma ferramenta de uso essencialmente interno, que permite a auto-avaliação da gestão no que diz respeito à incorporação de práticas de responsabilidade social, além do planejamento de estratégias e do monitoramento

do desempenho geral da empresa, abrangendo os seguintes indicadores: (I) valores, transparência e governança, (II) público interno, (III) meio ambiente, (IV) fornecedores, (V) consumidores e clientes, (VI) comunidade, (VII) governo e sociedade.

De acordo com Oliveira (2003), o balanço contém a mensagem do presidente da empresa, uma descrição do perfil da organização, apresenta um breve histórico da empresa, sua estrutura, seus princípios, valores, missão e políticas. O conteúdo do balanço está expresso em seus indicadores.

Para Oliveira (2003), o balanço social deve possuir os seguintes indicadores:

a) indicadores internos: tratam dos gastos com alimentação, educação, saúde, segurança do trabalho, capacitação profissional e previdência privada comparados com a folha de pagamento bruta;

b) indicadores externos: tratam dos tributos pagos pela empresa e das ações relativas a educação, cultura, esporte, lazer e saneamento para a comunidade comparados com o resultado operacional;

c) indicadores ambientais: tratam de investimentos em prevenção de riscos ambientais e correção de eventuais passivos ambientais comparados com o resultado operacional;

d) indicadores de recursos humanos: relacionam o número de empregados próprios e terceirizados utilizados na empresa, o número de admissões no ano e o percentual da composição do quadro de empregados compostos por minorias (mulheres, negros, portadores de deficiências etc.);

e) indicadores de responsabilidade social: tratam do incentivo da empresa ao trabalho voluntário exercido espontaneamente pelos empregados.

Como ressalta Reis e Medeiros (2007), há os indicadores “qualitativos”, com descrição de resultados e práticas de gestão, representando indicadores de desempenho em responsabilidade social, e os indicadores “quantitativos”, indicando resultados mensuráveis e monitorados, apresentados sob a forma de números. Eles são divididos em três categorias:

a) indicadores de desempenho econômico: evidenciam os impactos econômicos da organização, complementando as informações contidas nas Demonstrações Contábeis convencionais;

b) indicadores de desempenho social: expressam os impactos das atividades exercidas pela empresa em relação a funcionários, fornecedores, clientes, comunidade, governo e sociedade em geral;

c) indicadores de desempenho ambiental: evidenciam impactos causados pela organização no meio ambiente, relacionados a água, ao ar, ao solo ou à biodiversidade, e a forma utilizada para minimizar os impactos negativos e ampliar os positivos.

### **3.2.2 Indicadores segundo o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas**

O IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) (2012) conceitua o balanço social como sendo um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

Para Silva e Freire (2001), o modelo do IBASE é simples e convincente, o que facilita a sua elaboração na empresa e em sua compreensão pelos diversos tipos de usuários.

Os indicadores do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), de acordo com o site do mesmo, são divididos em:

- a) indicadores sociais internos: alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina do trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches ou auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados, outros;
- b) indicadores sociais externos: educação, cultura, saúde e saneamento, habitação, esporte, lazer e diversão, creches, alimentação, combate à fome e segurança alimentar, outros;
- c) indicadores ambientais: investimentos na produção/operação da empresa, em programas e/ou projetos externos; e
- d) indicadores do corpo funcional: número de: empregados ao final do período, admissões durante o período, empregados terceirizados,

estagiários, empregados acima de 45 anos, mulheres que trabalham na empresa, % de mulheres que ocupam cargos de chefia, negros que trabalham na empresa, % de negros que ocupam cargos de chefia, portadores de deficiência ou necessidades especiais.

### **3.3 Legalização da responsabilidade social nas empresas.**

Como relata Borger (2001 *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010, p. 79) em relação ao tema Responsabilidade Social, o mesmo “possui significados e contextos distintos que variam como o cumprimento das obrigações legais, comportamentos éticos, ou contribuições a uma causa específica.”

Conforme Reis e Medeiros (2007) destaca-se como o primeiro tipo de relatório criado no Brasil que apresenta aspectos sociais, o Decreto de Lei nº 76.900, de 23 de dezembro de 1975, a RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), cuja divulgação tornou-se obrigatória para todas as empresas. A RAIS é destinada ao Ministério do Trabalho do Governo brasileiro, e deve fornecer ao mesmo, informações referentes à empresa e a cada um de seus empregados com os quais manteve relação de emprego durante qualquer período do ano-base.

Como relata Reis e Medeiros (2007, p. 59),

[...] as Deputadas Federais Maria da Conceição Tavares, Marta Suplicy e Sandra Starling apresentaram o Projeto de Lei nº 3.116, defendendo a idéia do Balanço Social, obrigatório a todas as empresas privadas com mais de 100 empregados, bem como as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados. Dessa forma, as ações realizadas seriam divulgadas, reconhecendo-se, de forma legal, as empresas engajadas na promoção do desenvolvimento social.

Conforme Tinoco (2006, p. 201), “a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) apresentou, em audiência pública, proposta de inclusão do Balanço Social, nas demonstrações financeiras já exigidas das empresas de capital aberto.”

#### 4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL COM FOCO NO PÚBLICO INTERNO

Conforme Oliveira (2003), o reconhecimento interno dos funcionários de uma empresa das ações sociais desenvolvidas por esta, é mais importante que o reconhecimento externo. As organizações devem envolver os empregados em suas ações sociais. O funcionário passa a ser mais produtivo e comprometido com a empresa, passando a ser o principal divulgador da organização, quando ele reconhece o papel social desenvolvido por ela.

Para Oliveira (2003), os funcionários mais qualificados preferem trabalhar em empresas que respeitam os direitos, a segurança e qualidade de vida de seus colaboradores. Além disso, participar de ações comunitárias é de fundamental importância para as empresas que quiserem fazer a diferença, adquirindo com isso, a admiração dos seus colaboradores.

Com isso, antes de investir no marketing social externo, a organização deve investir principalmente em ações que atinjam seu corpo funcional.

Ainda de acordo com Oliveira (2003, p. 14), “antes de divulgar para o público externo a preocupação com a Responsabilidade Social, a empresa deve primeiro garantir que está praticando esses princípios dentro de casa.”

A adoção da norma SA 8000, é uma das formas de a empresa reconhecer o valor dos seus funcionários. Ao agir de acordo com essa norma, a empresa passará a se preocupar mais com as questões sociais, criando fundações, adotando escolas ou simplesmente fazendo benemerência. Essa é uma grande contribuição que a adoção da norma SA 8000 trará para os funcionários de uma empresa que a desenvolva em suas atividades (OLIVEIRA, 2003).

Guedes (2000, *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010), relata que as ações de responsabilidade social devem envolver os funcionários de uma empresa, uma vez que os resultados proporcionarão um melhor desempenho dos mesmos e um melhor ambiente de trabalho dentro da organização. Além disso, uma empresa dificilmente conseguirá construir uma boa imagem social ou manter por longo prazo sua reputação positiva caso ela não se preocupe em proporcionar aos seus funcionários qualidade de vida, condições seguras e motivacionais de trabalho e apoio social.

De acordo com Spers e Siqueira (2010, p. 27), “a forma como as atividades de responsabilidade social são estruturadas na empresa tem implicações

para a governança corporativa, daí a necessidade de transparência e monitoramento no processo de implementação das ações.”

Para Melo Neto e Froes (1999, *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010), é dever de qualquer empresa que obtém recursos da sociedade, restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços comercializados, mas principalmente através de ações sociais voltadas para a solução de problemas sociais que afligem esta sociedade.

Dentro desse contexto, Melo Neto e Froes (1999, *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010) cita alguns vetores da responsabilidade social de uma empresa, dentre eles, está o investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e um ambiente de trabalho saudável e agradável. Para este autor, a disseminação da prática de ações de responsabilidade social deve emergir da responsabilidade social interna, fundamentada pelo orgulho dos funcionários pela organização e da estratégia de responsabilidade social.

Há nesse sentido uma distinção entre responsabilidade social e ação social na atuação com os funcionários de uma empresa. Enquanto a primeira refere-se a uma ação sistêmica da dimensão social no contexto do mundo empresarial a segunda diz respeito a atividades pontuais (SPERS; SIQUEIRA, 2010).

Segundo Fisher (2002, *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010), a atuação social é um tipo de ação que depende da vontade pessoal. Está associada aos valores pessoais e reflete a visão de mundo daqueles que a adotam, isto é, parte da motivação e do impulso individual.

Para Fisher (2002, *apud* SPERS; SIQUEIRA, 2010), ao priorizar ações de responsabilidade social externa em detrimento das ações de responsabilidade social interna, a empresa tem sua imagem empresarial desvalorizada pelos seus colaboradores, que passam a ter atitudes antiéticas e imorais, degradando a imagem pública da empresa e influenciando negativamente os negócios da mesma.

Ferrel (2001) relata que há questões que precisam ser observadas pelas organizações quanto aos seus empregados, como oportunidades iguais para todos, diversidade, segurança e saúde no trabalho, assim como atenção aos que estão desempregados.

Para Reis e Medeiros (2007, p. 19), em relação aos funcionários, inseridos no contexto de Responsabilidade Social, “fatores como remuneração

adequada, segurança no emprego, possibilidades de aprimoramento e ascensão profissional motivam e retêm talentos.”

Conforme Reis e Medeiros (2007), as ações de cunho social empreendidas pelas empresas, investindo parte dos seus lucros em questões relacionadas ao ritmo de trabalho, à recreação e à estabilidade do emprego dos seus colaboradores, revelam o bom caráter das organizações e suas boas intenções para fazer o bem para a sociedade aliado a padrões socialmente responsáveis com seus funcionários.

Ainda de acordo com Reis e Medeiros (2007), as organizações socialmente responsáveis não se limitam a por em prática os direitos trabalhistas dos funcionários, mas investem também no desenvolvimento profissional e pessoal de seus empregados, na melhoria das condições de trabalho e de suas relações com todos os seus colaboradores. Os funcionários devem se envolver na gestão da empresa, inclusive sendo inseridos na participação dos lucros.

Conforme Reis e Medeiros (2007), as empresas socialmente responsáveis, investem na preparação dos seus funcionários para a aposentadoria, estimulam sua participação em sindicatos de categoria, investem em pesquisas internas a fim de detectarem o nível de satisfação dos mesmos na empresa e também desenvolvem programas de desenvolvimento e capacitação profissional e a oferta de bolsas de estudo para seus funcionários.

De acordo com Luppi (2007), para o bom funcionamento de uma empresa é necessário a somatória de vários fatores, e um desses, pode-se dizer que está relacionado com os colaboradores. Uma empresa que possui uma equipe bem motivada com os programas sociais exercidos pela empresa terá grandes chances de obter melhores resultados. Percebe-se que as empresas estão se preocupando mais com a satisfação, bem estar e qualidade de vida de seus funcionários. Porém há uma outra grande preocupação que vem tomando conta dos empresários nos últimos tempos: problemas sociais, ambientais e culturais que não estão ligados diretamente com suas empresas, mas que sua influência é enorme.

Ainda segundo Luppi (2007), existe uma grande relação entre responsabilidade social e motivação dos funcionários. Quando os conceitos de RSE são colocados em prática dentro da organização, os funcionários sentem-se mais motivados para realizarem suas atividades. Excelentes ambientes de trabalho tornam as empresas mais produtivas e quanto maior o envolvimento do funcionário

maior será o seu comprometimento com a organização. Isso se dá devido aos objetivos que tanto os indivíduos como as organizações possuem e pretendem alcançar. Uma investigação feita pela professora mostrou que há sete fatores que se encaixam dentro de práticas de responsabilidade social interna e que fazem as pessoas se sentirem mais motivadas, são eles salário, programas de incentivo, benefícios, treinamento, desenvolvimento de pessoas, relação com empregados, higiene e segurança do trabalho.

Conforme Luppi (2007), as organizações voltadas à construção de uma Responsabilidade Social estão desenvolvendo sólidas pontes de empatia com os consumidores e um elo de parceria com seus funcionários. Desta forma, com uma boa comunicação, a empresa divulga uma marca ou produto conseguindo assim que seus consumidores se tornem mais fiéis, e que seus funcionários estejam mais motivados. Ações sociais bem planejadas com base na responsabilidade social e ética, comunicadas de forma adequada, trazem frutos duradouros.

## **5 ESTUDO DE CASO**

Foi escolhido como objeto de estudo para esta monografia a Cagece, Companhia de Água e Esgoto do Estado do Ceará, com mais de 30 anos de experiência no mercado e que possui projetos na área de Responsabilidade Sócio-ambiental.

### **5.1 Caracterização da Cagece**

De acordo com o planejamento estratégico da empresa ocorrido no ano de 2010 e divulgado no site da empresa, a Companhia de Água e Esgoto do Ceará (CAGECE) tem como missão “Contribuir para a melhoria da saúde e qualidade de vida, provendo soluções em saneamento básico, com sustentabilidade econômica, social e ambiental” e como visão para o ano de 2012: “Estar entre as três melhores empresas no seu setor de atuação, com gestão focada no cliente e na contínua transformação para sustentabilidade e competitividade.”

Ainda conforme o planejamento estratégico de 2010, a empresa definiu que seus clientes são “pessoas físicas, entidades comerciais e industriais, organizações não governamentais e órgãos públicos”, seu negócio é o “desenvolvimento de soluções em saneamento básico” e seus valores “expressam os princípios e convicções que orientam o relacionamento da Cagece com seus clientes, fornecedores, funcionários, acionistas, parceiros, concorrentes, governo e sociedade.”

Também ficou definido, a partir do planejamento estratégico da empresa, como estratégia da Cagece, o “desenvolvimento e crescimento de mercado com sustentabilidade econômico-financeiro e excelência operacional.”

#### **5.1.1 Histórico da Cagece**

De acordo com o site da empresa, o primeiro sistema de esgoto de Fortaleza, foi projetado por João Felipe em 1911 e começou a funcionar em 1927. Cobria o pequeno centro da cidade. Em 1956, tinha um emissário de 600 m de extensão e uma estação elevatória na praça do Passeio Público.

Em 1966, Fortaleza contava com 39 mil metros de rede coletora de esgoto cobrindo 5,7% da população. Em 1971, a malha atingiu 53 mil metros beneficiando 8% dos fortalezenses. No período, apenas 54,8% de Fortaleza era abastecida. Foi criada então, sob a forma de Empresa de Economia Mista, a Companhia de Água e Esgoto do Ceará – CAGECE, através da Lei 9.499, de 20 de julho de 1971. De 1977 a 1978 a Companhia construiu o emissário submarino de Fortaleza e em 1981, o sistema Pacoti-Riachão-Gavião, com capacidade para armazenar 511 milhões de metros cúbicos de água. No mesmo ano, a rede coletora de esgoto chegava a 460km, atendendo a 18% da população.

Em 1992, a Cagece construiu o açude Pacajus e evitou o colapso no abastecimento de Fortaleza com a execução do Canal do Trabalhador. A medida garantiu uma reserva de 750 milhões de metros cúbicos de água para Região Metropolitana de Fortaleza. O macrossistema de distribuição de água de Fortaleza e da região da Ibiapaba foi automatizado (operados através de computador), possibilitando a identificação de qualquer ocorrência em tempo real.

Foi implantado, também, o sistema de leitura e faturamento imediato, que deu oportunidade ao cliente de conferir sua conta ao recebê-la.

A Cagece completou 30 anos em julho de 2001 com uma nova arquitetura organizacional formada por Unidades de Negócio na Capital e no Interior do Estado e Unidades de Serviço. No item esgotamento sanitário, a Cagece liderou as Empresas do Nordeste com índice de atendimento de 26,5%, colocando-se dentre as três melhores do Brasil em termos de tratamento de esgoto, por ser uma das únicas a tratar 100% dos dejetos coletados.

Outras ações importantes aconteceram no triênio tais como: o início do Programa Conhecendo Nossa Cagece e a implantação de iniciativas como o Água em casa, Despoluição dos recursos hídricos, Atendimento nos bairros com unidades móveis, educação sanitária, Cagece nas escolas, subprogramas do "Cagece em ação".

O período de 2003 a março de 2005 contemplou diversas ações importantes, dentre as quais se destacaram: a renovação da concessão de Fortaleza por mais 30 anos; a implantação do Centro de Contato 0800-850195 e ampliação do call center para mais 10 cidades interioranas, bem como a criação da Ouvidoria da Empresa; implantação da conta em Braille, sendo pioneira no Estado em termos de leitura em código de barras.

Em 2007, a Cagece recebeu o Prêmio Top of Quality Ambiental. O prêmio é uma iniciativa da Ordem dos Parlamentares do Brasil (OPB) e é outorgado para todas as empresas que buscam reduzir os impactos negativos causados ao meio ambiente.

Em 2009, a Companhia recebeu vários prêmios e foi reconhecida nacionalmente como uma das melhores prestadoras de serviços públicos do país em inovação e qualidade. Recebeu o prêmio Nacional de Conservação e Uso Racional de Energia do Ministério das Minas e Energia/Eletróbrás.

Já em 2010, além de grandes investimentos em ampliação das redes de esgoto, como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), a Companhia de Água e Esgoto do Estado do Ceará (Cagece) foi eleita a quarta melhor empresa de saneamento do Brasil e a primeira do Nordeste, apontada pelo Instituto Trata Brasil.

A cobertura de esgoto do Ceará cresceu de 35,85% em dezembro de 2009 para 37,23% no final de 2010. Atualmente, 1.897.270 cearenses estão ligados à rede de esgotamento sanitário da Companhia. O acesso à água também aumentou neste ano, passando de 97,26% para 97,59%.

A empresa é atualmente uma referência nacional no segmento de saneamento básico. Hoje tem certificação ISO 9001:2000 em 23 de suas Unidades, sendo a Estação de Tratamento de Água da ETA Gavião; o Controle de Qualidade da Água e Efluentes do Laboratório Central; Tratamento e Controle de Qualidade da Água das ETA's Poty (Crateús), Jaburu (Tianguá), Maranguape, Itapipoca (I e II) e Russas; Calibração e Manutenção de Medidores do Laboratório de Hidrometria e mais 14 lojas, sendo duas no Interior.

A cada ano a Cagece expande seus serviços e fortalece o desempenho na busca da universalização dos serviços de água em todo Estado. A empresa trabalha com planejamento estratégico focado nos resultados.

### **5.1.2 Prêmios e certificados**

Conforme menciona a Cagece em seu site, a mesma é considerada nacionalmente como uma das maiores empresas no ramo de abastecimento de água e tratamento de esgoto.

A Cagece, ao longo dos anos, foi agraciada com várias premiações, que remetem seus esforços para a renovação e pesquisa.

Em 2009 a Companhia recebeu do Ministério das Minas/Eletróbrás o Prêmio Nacional de Conservação e uso Racional de Energia.

Ainda no mesmo ano, a empresa participou do Prêmio Ceará Gestão Pública ganhando faixa prata na categoria.

Três unidades de negócios da Capital venceram o Prêmio PNQS na categoria prata e uma do Interior na categoria bronze, sendo classificada entre as dez melhores empresas públicas na classificação da Organização Pública Nacional Pública (PQGF).

Em 2010, foi eleita a quarta melhor empresa de saneamento do Brasil e a primeira do Nordeste, segundo o Instituto de Pesquisa Trata Brasil.

Em 2011, a Cagece recebeu o Prêmio Sesi de Qualidade do Trabalho em duas práticas. Um delas foi o projeto piloto da Companhia que testa a viabilidade de utilizar o biogás produzido pelas estações de esgoto, para geração energia. A segunda prática premiada pelo Sesi na categoria "Cultura Organizacional" foi o Prêmio de Inovação e Excelência instituído pela Cagece como forma de incentivar empregados a conceber ideias operacionais inovadoras ou adotar práticas de gestão inovadoras e de excelência.

### **5.3 Projetos e ações de responsabilidade social interna desenvolvidos pela CAGECE**

A Cagece proporciona um ambiente de trabalho que estimula a produtividade e a interatividade dos colaboradores, oferecendo benefícios e realizando ações que promovam a qualidade de vida de seus colaboradores.

Nesse contexto, estimula práticas não discriminatórias em relação aos seus profissionais, bem como estilos de vida saudável, preservando assim um clima agradável de trabalho e de valorização e desenvolvimento do seu capital humano.

Essa busca é concretizada através de iniciativas voltadas à respeitabilidade, saúde, auto-estima e espírito de equipe, comunicação interna, prevenção de acidentes, desenvolvimento de colaboradores, participação nos resultados e cidadania. (CAGECE 2003).

Os principais investimentos relacionados ao público interno estão demonstrados desde a publicação do primeiro Balanço Social da Cagece em 2001 até o exercício de 2009 (ANEXO A).

Os projetos sociais da Cagece direcionados ao público interno são a promoção de ações que fortaleçam a valorização profissional, com a construção de um ambiente saudável e a adoção de estratégias de retenção de talentos, por considerar sua força de trabalho um fator primordial para o crescimento da organização (TABELA 1).

Tabela 1 – Projetos de responsabilidade social interna da Cagece

| Projetos de responsabilidade social interna | Definição e objetivo do projeto  | Periodicidade do projeto |
|---|--|--------------------------|
| Coral das Águas                             | Coral composto por colaboradores, para que os mesmos se interajam e tenham uma vivência melhor no ambiente de trabalho   | anual                    |
| Projeto Água Viva                           | Grupo institucional de apoio aos dependentes de álcool que utiliza a metodologia dos Alcoólicos Anônimos   | anual                    |
| Pré-vest                                    | Cursinho pré-vestibular para funcionários da empresa que queiram fazer vestibular  | semestral                |
| AMA (Amigos do Meio Ambiente)               | Grupo de voluntários que desenvolvem ações que incentivem a cultura de educação e preservação ambiental dentro e fora da Cagece  | anual                    |
| Programa Elevação da Escolaridade           | O programa tem como objetivo expandir as ações de educação básica aos empregados não-alfabetizados, ou com baixo nível de escolarização, que desejam concluir o Ensino Fundamental ou Médio              | anual                    |
| Conhecendo Nossa Cagece                     | Visitas programadas às principais instalações operacionais do Sistema de Abastecimento de água e esgoto da Cagece, com o objetivo de conscientizar os cidadãos sobre a importância dos recursos hídricos | mensal                   |
| Preparação para a aposentadoria             | É um projeto criado para preparar funcionários da Cagece que estão em fase de pré-aposentadoria  | anual                    |
| Semana Saúde do Trabalhador                 | Projeto anual que consiste em aplicação de flúor, controle da pressão arterial e exame de diabetes aos colaboradores.  | anual                    |
| Programa de Assistência Médica              | É um projeto criado para assegurar assistência médica dentro da empresa aos funcionários, proporcionando segurança e bem-estar aos mesmos  | diária                   |
| Programa Saúde Integral                     | Iniciativa da Cagece para promover saúde e bem-estar aos colaboradores. Durante dois dias da semana são feitas aulas de ginástica laboral com os funcionários da empresa                                 | semanal                  |
| Grupo de Teatro                             | O grupo desenvolve e apresenta peças, performances e enquetes com o objetivo de despertar seu público para reflexão sobre temas diversos   | mensal                   |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

## 5.4 Análise e interpretação dos dados da pesquisa

O programa Excel foi utilizado como ferramenta de tabulação dos dados, execução de cálculos dos percentuais de cada tabela e para a elaboração dos gráficos. Para a análise qualitativa, em relação às perguntas subjetivas do questionário, foi utilizada a técnica da categorização, tendo sido contempladas as seguintes categorias: projetos sociais importantes para execução do trabalho, projetos sociais que se estendem aos familiares, projetos sociais importantes para os funcionários, projetos sociais e motivação, comunicação, investimentos em projetos sociais internos e sugestões dos colaboradores sobre os projetos sociais internos da empresa.

A amostra foi constituída aleatoriamente na pesquisa tomando depoimentos do universo de colaboradores da Cagece da cidade de Fortaleza no mês de maio de 2012. Participaram 50 colaboradores da Cagece, em diversos setores da empresa e de várias faixas etárias acima de 21 anos, objetivando o propósito da pesquisa que é investigar o impacto dos projetos sociais internos da empresa sob o ponto de vista de seus colaboradores.

### 5.4.1 Perfil dos entrevistados

#### Pergunta 1: Qual a sua idade?

Essa pergunta foi utilizada para definir a faixa etária dos colaboradores da Cagece que responderam o questionário.

Tabela 2: Idade dos entrevistados

| Idade              | Quantidade de pessoas | %   |
|--------------------|-----------------------|-----|
| Entre 21 e 25 anos | 0                     | 0   |
| Entre 26 e 30 anos | 0                     | 0   |
| Entre 31 e 35 anos | 22                    | 44  |
| Acima de 35 anos   | 28                    | 56  |
| Total              | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Nota-se que a maioria dos entrevistados (cinquenta e seis por cento) têm acima de 35 anos de idade, e quarenta e quatro por cento têm entre 31 e 35 anos.

### Pergunta 2: Qual o seu sexo?

Tabela 3: Gênero dos entrevistados

| Sexo      | Quantidade de pessoas | %   |
|-----------|-----------------------|-----|
| Masculino | 24                    | 48  |
| Feminino  | 26                    | 52  |
| Total     | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A pergunta sobre o gênero dos entrevistados demonstra que as respostas dos questionários ficaram bem divididas entre homens e mulheres, já que as mulheres foram cinquenta por cento do total e os homens foram quarenta e oito por cento.

### Pergunta 3: Qual o seu grau de escolaridade?

Tabela 4: Grau de escolaridade dos entrevistados

| Grau de escolaridade     | Quantidade de pessoas | %   |
|--------------------------|-----------------------|-----|
| Ensino médio completo    | 10                    | 20  |
| Ensino superior completo | 18                    | 36  |
| Pós-graduação            | 22                    | 44  |
| Total                    | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A maioria dos colaboradores que responderam o questionário (quarenta e quatro por cento) possui pós-graduação. Trinta e seis por cento possuem ensino superior completo e vinte por cento possui ensino médio completo.

### Pergunta 4: Há quanto tempo trabalha na empresa?

Tabela 5: Tempo em que os entrevistados trabalham na empresa

| Tempo de empresa   | Quantidade de pessoas | %   |
|--------------------|-----------------------|-----|
| Entre 1 e 5 anos   | 0                     | 0   |
| Entre 6 e 10 anos  | 29                    | 58  |
| Entre 11 e 15 anos | 4                     | 8   |
| Mais de 15 anos    | 17                    | 34  |
| Total              | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A grande maioria dos colaboradores que responderam o questionário possui entre 6 e 10 anos de empresa. Trinta e quatro por cento das pessoas possuem mais de 15 anos de empresa e oito por cento possuem entre 11 e 15 anos de empresa.

#### **Pergunta 5: Qual seu cargo?**

Tabela 6: Cargo dos entrevistados

| Cargo                     | Quantidade de pessoas | %   |
|---------------------------|-----------------------|-----|
| Assistente administrativo | 2                     | 4   |
| Químico                   | 2                     | 4   |
| Gerente                   | 2                     | 4   |
| Analista financeiro       | 4                     | 8   |
| Técnico em informática    | 5                     | 10  |
| Técnico em saneamento     | 7                     | 14  |
| Técnico administrativo    | 8                     | 16  |
| Supervisor                | 8                     | 16  |
| Analista de gestão        | 12                    | 24  |
| Total                     | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

De acordo com os resultados da tabela, observa-se que a Cagece possui profissionais das mais diversas áreas, o que aumenta a diversidade de pontos de vista nas respostas do questionário.

#### **5.4.2 Questionário**

#### **Pergunta 1: Você sabe o que significa Responsabilidade Social Empresarial?**

Essa pergunta foi realizada para definir-se o percentual de entrevistados que conhecem o termo Responsabilidade Social no mundo corporativo.

Tabela 7: Pessoas que conhecem o termo Responsabilidade Social

| Sabe o que significa | Quantidade de pessoas | %   |
|----------------------|-----------------------|-----|
| Sim                  | 50                    | 100 |
| Não                  | 0                     | 0   |
| Total                | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Todos os colaboradores marcaram “sim” como resposta, o que demonstra conhecimento por parte dos colaboradores no assunto.

**Pergunta 2: A empresa em que você trabalha é uma empresa socialmente responsável?**

Essa pergunta foi importante para saber, antes de tudo, se os colaboradores consideram a Cagece uma empresa que possui projetos de responsabilidade social.

**Tabela 8: Consideram que a empresa é socialmente responsável**

| É socialmente responsável? | Quantidade de pessoas | %   |
|----------------------------|-----------------------|-----|
| Sim                        | 50                    | 100 |
| Não                        | 0                     | 0   |
| Total                      | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Todos os colaboradores da empresa afirmaram que consideram a Cagece uma empresa socialmente responsável. Conclui-se que os colaboradores conhecem em algum nível, os projetos sociais da empresa.

**Pergunta 3: Você conhece os projetos sociais internos desenvolvidos por sua empresa? Cite pelo menos um projeto.**

A Cagece possui projetos e ações voltadas para a comunidade (público externo) e para o seu corpo funcional (público interno).

Os números desses projetos e ações são divulgados a cada dois anos, através do balanço social da empresa, feitos pelo setor contábil da organização.

Nessa pergunta, o objetivo é saber se o entrevistado, além de conhecer os projetos sociais internos, sabe diferenciar os projetos externos dos internos da empresa, daí a importância do entrevistado citar pelo menos um projeto.

Tabela 9: Conhecem os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa

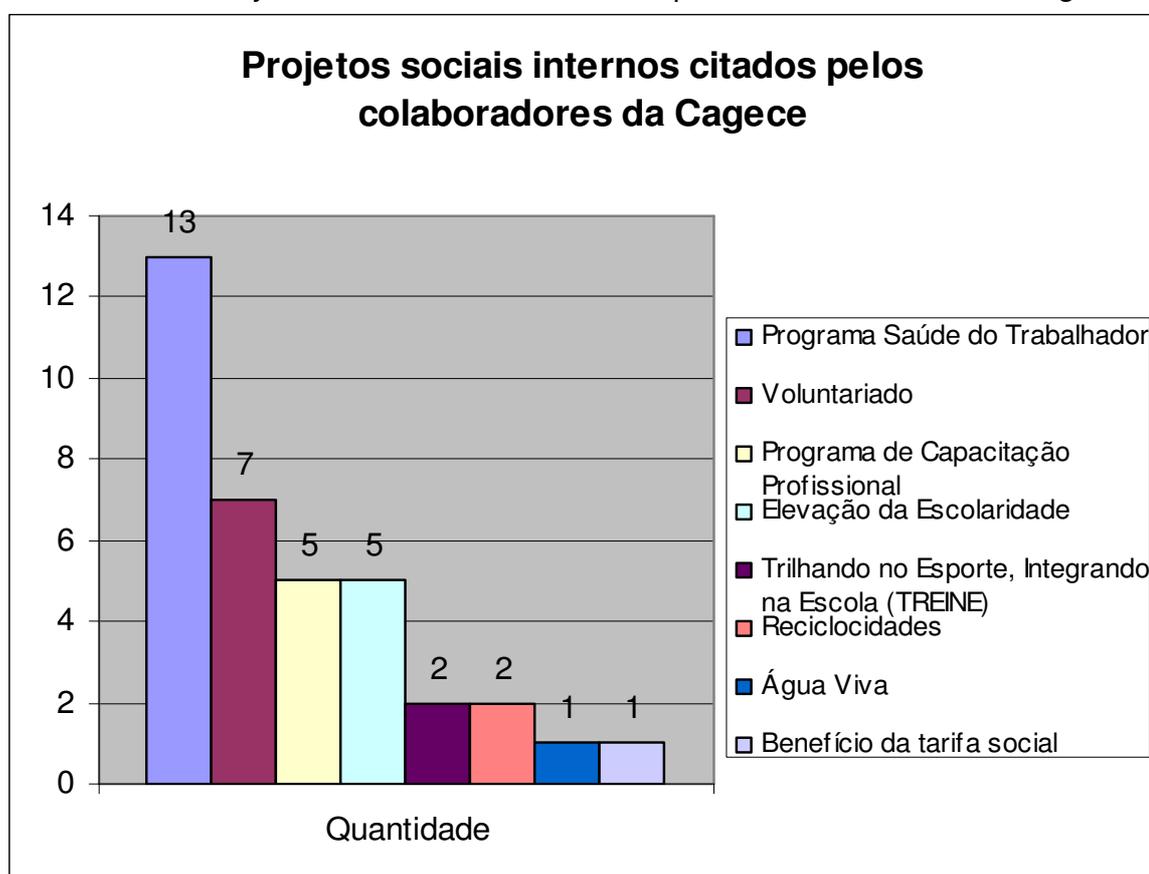
| Conhece os projetos? | Quantidade de pessoas | %   |
|----------------------|-----------------------|-----|
| Sim                  | 36                    | 72  |
| Não                  | 14                    | 28  |
| Total                | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Nota-se que a grande maioria dos que responderam o questionário (setenta e dois por cento) diz conhecer os projetos sociais internos da empresa.

A seguir, o gráfico demonstrando os projetos citados:

Gráfico 1 – Projetos sociais internos citados pelos colaboradores da Cagece



Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Setenta e dois por cento dos participantes afirmaram conhecer os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa.

Contraditoriamente, ao citar ao menos um desses projetos, muitos entrevistados mencionaram projetos que não são voltados para o público interno, mas para o público externo, como por exemplo, os programas Voluntariado, Programa de Capacitação Profissional e Treine (Trilhando no Esporte, Integrando na

Escola), que são todos projetos voltados para a comunidade. Uma pessoa ainda citou o benefício da tarifa social que a empresa oferece à população de baixa renda, como projeto interno, o que mostra a falta de informação de alguns colaboradores, já que esse é um benefício à população do Estado e não um projeto social.

Conclui-se que existe dificuldade por parte de alguns colaboradores da empresa em diferenciar os projetos internos dos projetos externos. Apesar dessa dificuldade, o projeto mais citado, o Programa Saúde do Trabalhador, é considerado um projeto social interno.

**Pergunta 4: Você considera que todos os programas sociais desenvolvidos pela empresa fazem parte de um projeto de responsabilidade social ou são atividades isoladas, isto é, acontecem somente uma vez?**

Esta pergunta foi feita para analisar se os entrevistados consideram os programas sociais como projetos ou apenas como atividades isoladas.

**Tabela 10: Como os entrevistados consideram os programas sociais**

| Como considera os programas         | Quantidade de pessoas | %   |
|-------------------------------------|-----------------------|-----|
| Como projeto                        | 32                    | 64  |
| Como atividades isoladas            | 13                    | 26  |
| Considera que existem os dois tipos | 5                     | 10  |
| Total                               | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Nota-se que a grande maioria dos que responderam o questionário (sessenta e quatro por cento) considera os programas sociais da Cagece como projetos de responsabilidade social. Uma minoria, vinte e seis por cento, considera os programas apenas como atividades isoladas. Nota-se ainda que uma pequena parcela, dez por cento, mencionou que considera que existem os dois tipos, ou seja, em projetos e em ações sociais.

**Pergunta 5: Quais projetos sociais internos realizados por sua empresa são, ao seu ver, importantes para a melhor execução do seu trabalho? Por quê?**

**Tabela 11: Projetos sociais internos importantes para o trabalho**

| Projetos importantes para a execução do seu trabalho                  | Quantidade de pessoas | %          | Por quê?   |
|---|-----------------------|------------|--|
| Benefício da tarifa social  | 1                     | 2          | O cliente fica satisfeito  |
| Voluntariado  | 5                     | 10         | Torna uma pessoa mais humana. A pessoa fica mais solidária.  |
| Programa de Capacitação   | 5                     | 10         | O programa melhora o conhecimento das pessoas que não podem fazer cursos pagos. A empresa se auto promove. Os funcionários são valorizados, já que os mesmos são os professores. |
| Considera os projetos importantes, mas não citou nenhum               | 9                     | 18         | Ajuda a desenvolver as pessoas. As pessoas se sentem melhor no ambiente de trabalho.   |
| Não considera os projetos importantes para a execução do seu trabalho | 30                    | 60         | Não exerce influência no trabalho. Não há impacto sobre o trabalho exercido. Nenhum, pois a grande maioria dos projetos é voltada para o público externo.                        |
| <b>Total</b>  | <b>50</b>             | <b>100</b> |  |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Nota-se que mais da metade dos colaboradores que responderam o questionário, ou seja, sessenta por cento, informaram que não consideram os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa importantes para a melhor execução do seu trabalho. Ao analisar o porquê da resposta, identifica-se uma semelhança muito grande nas justificativas dadas. A grande maioria respondeu que não considera os projetos importantes para que seu trabalho seja melhor executado porque os projetos não influenciam no trabalho em si dos colaboradores e que os programas sociais não impactam o trabalho dos funcionários.

Dezoito por cento dos entrevistados respondeu que considera os projetos sociais desenvolvidos pela empresa importantes para a melhor execução do seu trabalho. Entretanto, preferiram não mencionar algum projeto.

Algumas pessoas citaram o benefício social, o programa de capacitação e o programa voluntariado da empresa como projetos sociais internos importantes para a execução do trabalho dos funcionários. Porém, os três não são considerados projetos sociais internos.

### Pergunta 6: Os projetos sociais desenvolvidos por sua empresa se estendem aos seus familiares? Como?

Objetivou-se com essa pergunta, analisar como os colaboradores vêem os impactos dos projetos sociais da empresa junto aos seus familiares.

Tabela 12: Projetos sociais da empresa e familiares dos funcionários

| Os projetos se estendem aos familiares | Quantidade de pessoas | %   | Como?  |
|--|-----------------------|-----|--|
| Sim                                    | 25                    | 50  | Os familiares podem participar dos projetos. Os familiares podem participar de cursos oferecidos pela empresa. Através do plano de saúde e auxílio creche. A família do colaborador é impactada. |
| Não                                    | 25                    | 50  | Obs.: não houve justificativas   |
| Total                                  | 50                    | 100 |  |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A partir dos dados da tabela, nota-se que há um nivelamento entre os colaboradores que consideram que os projetos sociais da empresa se estendem também aos seus familiares e entre aqueles que responderam negativamente à pergunta.

Os cinquenta por cento dos colaboradores que afirmaram que os projetos sociais se estendem também aos seus familiares relataram que os mesmos podem participar de cursos oferecidos pela empresa.

Outros colaboradores responderam que os familiares possuem benefícios como plano de saúde e auxílio creche. Porém, esses benefícios citados são considerados como obrigações legais da empresa para com os familiares dos funcionários, já que a convenção coletiva do trabalho da empresa de 2011 informa que tais benefícios são obrigatórios.

Os cinquenta por cento restantes dos colaboradores que respondeu negativamente à pergunta, não fez comentários.

**Pergunta 7: Você considera todos os projetos sociais desenvolvidos por sua empresa realmente importantes para os funcionários? Por quê?**

Essa pergunta investiga se os funcionários da empresa consideram que os projetos sociais desenvolvidos por ela são realmente importantes para eles.

**Tabela 13: Projetos importantes para os funcionários**

| Considera todos os projetos importantes para os funcionários? | Quantidade de pessoas | %   | Por quê?   |
|---|-----------------------|-----|--|
| Sim   | 31                    | 62  | Os funcionários são beneficiados com os projetos. Os colaboradores estão inseridos nos projetos. Os funcionários ficam mais satisfeitos. Impactam a qualidade de vida dos funcionários. Os projetos dão visibilidade à empresa. Sentimento de utilidade. |
| Não   | 19                    | 38  | Os projetos são importantes para o público externo e não interno. São importantes para a comunidade. Os projetos são um paliativo frente às reais necessidades dos funcionários.   |
| Total   | 50                    | 100 |  |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A maioria dos colaboradores da empresa (sessenta e dois por cento) afirmou que considera todos os projetos sociais desenvolvidos pela empresa como sendo realmente importantes para eles. Os colaboradores consideram que os funcionários são beneficiados com os projetos sociais da empresa. Outros relatam que a qualidade de vida dos funcionários melhora por causa dos projetos sociais desenvolvidos pela empresa, daí a importância destes projetos para eles. Outros comentam que os projetos são importantes para eles porque os mesmos ficam com sentimento de utilidade e os projetos sociais dão visibilidade à empresa.

A minoria dos colaboradores que não considera todos os projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa realmente importantes para eles, se justificou ao dizer que os projetos sociais são importantes para o público externo (comunidade) e não para o público interno (funcionários). Outro comentário foi que os projetos são um paliativo frente às reais necessidades dos funcionários.

**Pergunta 8: Na sua visão, os projetos sociais melhoram a motivação dos funcionários? Em que aspectos?**

Tabela 14: Projetos sociais e motivação dos funcionários

| Os projetos sociais melhoram a motivação do funcionário? | Quantidade de pessoas | %   | Aspectos citados  |
|--|-----------------------|-----|---|
| Sim  | 35                    | 70  | Sentimento de orgulho por parte dos funcionários. Dignifica o trabalho dos colaboradores. A sociedade se envolve com a empresa. Orgulho de trabalhar em uma empresa socialmente responsável.                            |
| Não  | 15                    | 30  | Não há ligação entre projetos sociais e motivação. Melhoraria se aumentasse os benefícios e o salário. Fatores motivacionais são outros: autonomia, reconhecimento, participação nas decisões e remuneração compatível. |
| Total  | 50                    | 100 |   |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A maioria dos colaboradores (setenta por cento) afirmou que os projetos sociais melhoram a motivação dos funcionários. Para esses colaboradores, os projetos sociais dão um sentimento de orgulho e dignificam o trabalho deles. Os mesmos também se sentem orgulhosos de trabalhar em uma empresa socialmente responsável e acreditam que a sociedade se envolve com a empresa por essa investir em projetos de responsabilidade social.

Os colaboradores que responderam que os projetos sociais não melhoram a motivação dos funcionários, trinta por cento, se justificaram descrevendo que não há ligação entre projetos sociais desenvolvidos por uma empresa e motivação. A mesma se daria caso houvesse aumento dos benefícios e do salário dos funcionários. Outros disseram que os fatores motivacionais são outros, como autonomia, reconhecimento, participação nas decisões e remuneração compatível.

**Pergunta 9: Como você é informado da existência dos projetos sociais internos desenvolvidos pela empresa?**

Objetivou-se com essa pergunta, analisar os meios de comunicação que a Cagece utiliza para informar os colaboradores sobre os projetos sociais.

Tabela 15: Como são informados da existência dos projetos sociais internos

| Como é informado da existência dos projetos sociais internos | Quantidade de pessoas | %   |
|--|-----------------------|-----|
| Jornal "Cagece Mais"   | 19                    | 38  |
| E-mail corporativo   | 16                    | 32  |
| Intranet   | 9                     | 18  |
| Reuniões   | 3                     | 6   |
| Não é informado  | 3                     | 6   |
| Total  | 50                    | 100 |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

Trinta e oito por cento dos colaboradores são informados da existência dos projetos sociais internos da empresa através do jornal interno da empresa, chamado "Cagece Mais"; trinta e dois por cento dos colaboradores são informados via e-mail corporativo; dezoito por cento dos colaboradores, são informados através da intranet da empresa; seis por cento dos colaboradores são informados através de reuniões. E os outros seis por cento restantes descreveram que não são informados dos projetos sociais internos da empresa.

Diante disso, conclui-se que a empresa possui diversos meios de comunicação para que seus projetos sociais sejam divulgados, sejam por jornal interno, e-mail corporativo, intranet e reuniões.

**Pergunta 10: Você acha que a sua empresa investe o suficiente em ações de responsabilidade social para seus funcionários? O que poderia ser melhorado?**

Tabela 16: Ações de responsabilidade social para os funcionários

| A empresa investe o suficiente em ações de RS para seus funcionários | Quantidade de pessoas | %   | O que poderia ser melhorado?   |
|--|-----------------------|-----|--|
| Sim  | 17                    | 34  | Investir mais no "marketing" dos projetos sociais internos.  |
| Não  | 33                    | 66  | Aumentar o investimento nos projetos sociais internos. Priorizar mais os projetos internos ao invés dos externos. Criar uma universidade corporativa. Fazer ações mais efetivas e com maior visibilidade. Aumentar as ações voltadas para os funcionários. |
| Total  | 50                    | 100 |  |

Fonte: Elaborado pelo pesquisador

A partir dos dados do gráfico acima, nota-se que a maioria dos que responderam a essa pergunta do questionário (sessenta e seis por cento) considera que a empresa não investe o suficiente em responsabilidade social voltada para os funcionários. Ao serem perguntados o que poderia ser melhorado, os colaboradores sugeriram aumentar o investimento nos projetos sociais internos, priorizar mais os projetos internos em relação aos externos, criação de uma universidade corporativa, fazer ações mais efetivas e com maior visibilidade e aumentar as ações voltadas para os funcionários.

Conclui-se que a maioria dos colaboradores considera importante os projetos sociais e acham que os mesmos são fatores importantes para a motivação dos funcionários (perguntas 7 e 8). No entanto, a partir das respostas dadas para esta última pergunta, estes mesmos colaboradores consideram que o total investido pela empresa em responsabilidade social para seus funcionários ainda é muito baixo. Nota-se que os colaboradores vêem que a empresa prioriza os projetos sociais voltados para a comunidade em detrimento de projetos e ações voltados para seus funcionários.

## **5.5 Síntese dos resultados**

A partir dos dados, coletados e analisados, é possível concluir que os projetos sociais da Cagece impactam de maneira positiva na motivação de seus funcionários, o bem estar e a qualidade de vida dos mesmos, o que, como visto no capítulo quatro, Luppi (2009) relatou que existe uma estreita relação entre responsabilidade social e motivação de funcionários. Estes se sentem mais motivados em seu ambiente de trabalho quando sua empresa investe em ações de responsabilidade social interna.

A partir dos dados da pesquisa, verifica-se que os funcionários da Cagece recebem, a partir de projetos sociais internos, investimentos da empresa em diversos âmbitos, seja para o desenvolvimento profissional, preparação para uma futura aposentadoria, cursos, palestras, grupos de teatro, educação básica para empregados com pouca escolarização, apoio aos dependentes de álcool e apoio médico dentro da estrutura física da empresa para os mesmos. Isso confirma as idéias descritas ainda no capítulo quatro desta monografia por diversos autores,

dentre eles Reis e Medeiros (2007), onde o mesmo afirmou que as empresas socialmente responsáveis vão além de por em prática os direitos trabalhistas dos colaboradores, mas investem também no desenvolvimento profissional dos mesmos.

Os investimentos em projetos sociais internos da empresa impactam na maneira como os colaboradores se relacionam entre si na empresa, impactam as atitudes dos colaboradores perante a comunidade em geral influenciando os negócios da mesma e impactam também no desenvolvimento profissional dos mesmos, já que os cursos de pós-graduação são em sua grande maioria pagos pela empresa, motivo que levou a maioria dos entrevistados, quarenta e quatro por cento (44%) informarem que possuem pós-graduação, ao serem perguntados sobre qual seria sua escolaridade.

Os dados obtidos com a pesquisa revelaram que metade dos funcionários admitem que seus familiares são impactados, direta ou indiretamente, pelos projetos sociais da empresa. Esses impactos ocorrem de diversas maneiras, como por exemplo, através de cursos oferecidos aos funcionários que, em alguns casos, se estendem também aos seus familiares, através de alguns benefícios da empresa aos colaboradores como oferecer creche aos seus filhos e por último, a própria motivação e auto-estima do funcionário que é influenciada pelos projetos sociais internos da empresa e que impacta o seu cotidiano com seus familiares, nas horas de lazer com os mesmos e no dia-a-dia.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme especificado na fundamentação teórica do presente estudo, a Responsabilidade Social Corporativa evidencia-se como um tema em ascensão e passível a muitas lacunas, tanto do ponto de vista de seu conceito quanto principalmente de sua operacionalidade. Paralelo e apesar desse fator, observa-se que iniciativas e projetos de cunho social estão obtendo maior importância e representatividade na estratégia de negócios de empresas da atualidade.

O esclarecimento de ideias sobre Responsabilidade Social com o objetivo de aumentar o campo de conhecimento apresenta-se importantes para este estudo, já que a temática responsabilidade social empresarial possui vários tópicos, que necessitam de esclarecimentos e direcionamentos específicos.

O conhecimento sobre projetos e ações socialmente responsáveis operacionalizados por uma grande empresa, direcionados especificamente para o público interno da organização, ou seja, para seus colaboradores, bem como sua aplicação, obtém com esta pesquisa, a possibilidade de alargar o campo de estudo.

Coloca-se a importância de estudar e efetivar práticas e modelos de projetos de responsabilidade social voltados aos funcionários, priorizando-os, dadas as necessidades que as empresas têm de estruturar e fomentar projetos e ações sociais e a necessidade de estudos dessa natureza na literatura relacionada.

A pergunta de pesquisa que norteou a construção da presente monografia foi: “Qual o impacto dos projetos sociais internos de uma organização sob o ponto de vista de seus colaboradores?” Para responder a esta pergunta, utilizou-se da pesquisa bibliográfica para dar suporte à pesquisa de campo feita junto aos colaboradores da Cagece.

A monografia apresentada atingiu o seu objetivo uma vez que desenvolveu o tema, relacionando a responsabilidade social empresarial aos impactos dos projetos sociais internos, por meio da realização da pesquisa na empresa Cagece, em que identificou os projetos sociais internos da empresa, conheceu indicadores de responsabilidade social corporativa e, por último, verificou os impactos dos projetos sociais internos sob o ponto de vista dos colaboradores da empresa.

Com relação aos projetos sociais internos da empresa, nota-se que os colaboradores os consideram importantes para o desenvolvimento dos mesmos. No

entanto, muitos não conseguem distinguir os projetos sociais voltados para o público interno daqueles voltados ao público externo.

A respeito dos indicadores de responsabilidade social corporativa, procurou-se demonstrar nesta monografia, indicadores propostos por diversos autores e instituições. A Cagece, por construir um balanço social com base em um desses indicadores, mostra a sua seriedade em querer investir em ações e projetos sociais voltados não só para seus funcionários, mas para a comunidade e meio-ambiente.

Quanto aos impactos dos projetos sociais internos na visão dos colaboradores, nota-se que os projetos sociais internos da Cagece impactam na motivação, no bem-estar, na qualidade de vida, no relacionamento entre si, nas atitudes em relação à sociedade, no desenvolvimento profissional e no cotidiano dos familiares dos funcionários.

Concluindo, pode-se afirmar que a Cagece não utiliza diretamente seus projetos sociais para impactar seus funcionários, deixando que isto ocorra de forma livre, mas utiliza ferramentas de comunicação interna e externa para divulgar e apresentar seus projetos sociais seja interno ou externo.

Devem-se ressaltar as limitações da pesquisa. Inicialmente, foi relatada a impossibilidade de efetuar a pesquisa em toda a Cagece, já que esta empresa possui unidades de negócio em vários municípios do estado. Ressalte-se que cada unidade de negócio possui um clima organizacional diferente das demais, assim como colaboradores com anseios, visões e pontos de vista diferentes. A presente pesquisa se restringiu à sede da Cagece, localizada em Fortaleza.

Outra questão limitante refere-se ao direcionamento da pesquisa que é o de analisar os projetos sociais internos da empresa. Contudo, grande parte dos colaboradores enxerga os projetos sociais da organização apenas para um direcionamento, não diferenciando os projetos internos dos projetos externos.

Como sugestão para uma futura pesquisa, sugere-se uma investigação de como as grandes empresas podem ajudar, a partir de projetos de responsabilidade social, no desenvolvimento dos empreendedores individuais e das micro e pequenas empresas.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A. O.; OLIVEIRA, M. C. Análise das metodologias e técnicas de pesquisas adotadas nos estudos brasileiros sobre BSC: um estudo dos artigos publicados no período de 1999 a 2006. **Projetos sociais**. São Paulo, v.1, p. 1-17, nov./dez. 2007. Disponível em: <http://www.anpcont.com.br/site/docs/congressol/03/EPC079.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2012.

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTO DO CEARÁ (Brasil). **Balanco Social 2003**. Fortaleza-CE: CAGECE, 2003.

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTO DO CEARÁ (CAGECE). Disponível em: <http://www.cagece.com.br>. Acesso em: 08 ago. 2010.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. São Paulo: Makron Books, 1996.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. Responsabilidade social: um diferencial competitivo para as empresas. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, n. 152, 1998, mar./abr. 2005.

\_\_\_\_\_. **Demonstração do valor adicionado**: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo: Atlas, 1998.

ETHOS, Instituto. 2012. Disponível em: [http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/default.asp](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp). Acesso em: 21 mar. 2012.

FERREL, O. C. **Ética empresarial**: dilemas, decisões e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FRIEDMAN, M. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo. Atlas, 1991.

IBASE. Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. 2012. Disponível em: <http://www.ibase.org.br/>. Acesso em: 21 mar. 2012.

KROETZ, César Eduardo Stevens. Contabilidade Social. **Revista brasileira de contabilidade**. São Paulo, n. 106, jul./ago. 1997.

\_\_\_\_\_. **Balanco social**: teoria e prática. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LOURENÇO, A.G.; SCHRODER, D.S. Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. *In:\_\_\_*. **Responsabilidade Social das empresas**: a contribuição das universidades. v.2. [S.l.]: Instituto Ethos, p.77-119. 2003.

LUPPI, Lierge. **Responsabilidade social x motivação**. 137 ed. São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.responsabilidadesocial.com/article/article\\_view.php?id=553](http://www.responsabilidadesocial.com/article/article_view.php?id=553)>. Acesso em: 01 maio 2012.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2007.

MCINTOSH *et al.* **Cidadania corporativa**: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, Francisco; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**, administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

OLIVEIRA, Marco Antônio L de. **SA 8000**: o modelo ISO 9000 aplicado a responsabilidade social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social**: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo: Atlas, 2007.

SAVITZ, Andrew W. **A empresa sustentável**: o verdadeiro sucesso é o lucro com responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCHOMMER, P. C.; FISCHER, T. Cidadania empresarial no Brasil: os dilemmas conceituais e a ação de três organizações baianas. **O & S**. Salvador, v.6, n.15, p.99-118, maio/ago. 1999.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Sousa (orgs). **Balanço social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

SISTEMA FIRJAN. Gestão da Sustentabilidade. **Carta da Indústria**, v.1, n. 399, pág. 9-7, out. 2008.

SPERS, Valéria Rueda Elias; SIQUEIRA, Elisabete Stradiotto. **Responsabilidade social**: conceitos, experiências e pesquisas. São Paulo: Ottoni, 2010.

TINOCO, João E. P. **Balanço social**: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

\_\_\_\_\_. **Balço social:** uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública nas organizações. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TORRES, Ciro. Responsabilidade Social e transparência: **Boletim do Ibase**, Rio de Janeiro, ano 6, n.10, jul.2004.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A – Questionário aplicado junto aos colaboradores da Cagece

Estou desenvolvendo uma monografia sobre Responsabilidade Social Corporativa, procurando investigar o impacto dos projetos sociais internos de uma empresa sob o ponto de vista de seus colaboradores. Este questionário faz parte do trabalho de finalização do Curso de Administração de Empresas da UFC, e para isso, necessito levantar o grau de conhecimento dos colaboradores antes as ações de responsabilidade social interna praticadas pela CAGECE.

Conto com sua colaboração, respondendo ao questionário abaixo.

Não é necessário sua identificação. Solicito que responda até o dia 15 de maio de 2012. Para entrar em contato e/ou em caso de dúvida quanto ao preenchimento do questionário envie um e-mail para [paulo.victor@cagece.com.br](mailto:paulo.victor@cagece.com.br)

Atenciosamente,

Paulo Victor de Oliveira

#### PARTE I – PERFIL

##### 1 – Qual a sua idade?

a) Entre 21 a 25 b) Entre 26 a 30 anos c) Entre 31 a 35 anos d) Mais a 35 anos

##### 2 – Qual o seu sexo?

a) Masculino b) Feminino

##### 3 – Qual o seu grau de escolaridade?

a) Ensino Médio completo

b) Ensino Superior completo

c) Pós Graduação (Mestrado/Doutorado/Especialização)

##### 4 – Há quanto tempo trabalha na empresa?

a) Entre 1 e 5 anos b) Entre 6 e 10 anos c) Entre 11 e 15 anos d) Mais de 15 anos

5 – Qual seu cargo? \_\_\_\_\_

**PARTE II – QUESTIONÁRIO**

1 – Você sabe o que significa Responsabilidade Social Empresarial?

---

---

---

2 – Empresa em que você trabalha é uma Empresa socialmente responsável?

---

---

---

3 – Você conhece os projetos sociais internos desenvolvidos por sua Empresa? Cite pelo menos um projeto.

---

---

---

4 – Você considera que todos os programas sociais desenvolvidos pela Empresa fazem parte de um projeto de responsabilidade social ou são atividades isoladas, isto é, acontecem somente uma vez?

---

---

---

5 – Quais projetos sociais internos realizados por sua Empresa são, a seu ver, importantes para a melhor execução do seu trabalho? Por quê?

---

---

---

6 – Os projetos sociais desenvolvidos por sua empresa se estendem também aos seus familiares? Como?

---

---

---

7 – Você considera todos os projetos sociais desenvolvidos por sua Empresa realmente importantes para os funcionários? Por que?

---

---

---

8 – Na sua visão, os projetos sociais melhoram a motivação dos funcionários? Em que aspectos?

---

---

---

9 – Como você é informado da existência dos projetos sociais internos desenvolvidos pela Empresa?

---

---

---

10 – Você acha que a sua empresa investe o suficiente em ações de responsabilidade social para seus funcionários? O que poderia ser melhorado?

---

---

---

## ANEXOS

### ANEXO A – Evolução dos investimentos em projetos e ações sociais internas feitos pela Cagece

| <b>ANO</b>  | <b>Alimentação</b> | <b>Saúde</b> | <b>Educação</b> | <b>Cultura</b> | <b>Capacitação</b> | <b>Creche</b> | <b>PLR</b> |
|-------------|--------------------|--------------|-----------------|----------------|--------------------|---------------|------------|
| <b>2000</b> | 1824               | 1443         | 0               | 0              | 309                | 0             | 1824       |
| <b>2001</b> | 1666               | 1715         | 0               | 0              | 827                | 0             | 1666       |
| <b>2002</b> | 2154               | 1860         | 0               | 0              | 724                | 0             | 2532       |
| <b>2003</b> | 2674               | 1640         | 7               | 26             | 535                | 0             | 1267       |
| <b>2004</b> | 4182               | 1930         | 28              | 40             | 265                | 37            | 0          |
| <b>2005</b> | 4912               | 2850         | 54              | 68             | 385                | 92            | 2597       |
| <b>2006</b> | 4983               | 3764         | 54              | 111            | 328                | 190           | 2642       |
| <b>2007</b> | 5894               | 4892         | 32              | 250            | 335                | 419           | 2894       |
| <b>2008</b> | 6453               | 4510         | 185             | 0              | 583                | 55            | 3841       |
| <b>2009</b> | 6453               | 4510         | 185             | 0              | 583                | 55            | 3841       |

Fonte: Balanços sociais da Cagece 2000 a 2009.