

7

Referências bibliográficas

ALIANÇA CAPOAVA. **Alianças e Parcerias - Mapeamento das Publicações Brasileiras sobre Alianças e Parcerias entre Organizações da Sociedade Civil e Empresas**. Coordenação Executiva, Pesquisa e Redação Cristina Meirelles - São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: ALIANÇA CAPOAVA – ASHOKA, AVINA, Ethos, GIFE, 2005.

Anais do VIII EGEMA. **Responsabilidade Sócio-ambiental num Mundo Globalizado** - Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente – Fundação Getúlio Vargas do RJ, 09 e 11 de novembro de 2005.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

_____. “História ambiental, social e econômica como marca da sustentabilidade”. In: **Revista Plurale**. ano 1, n.1, Out. 2007.

ASHOKA. EMPREENDEDORES SOCIAIS. Disponível em: <<http://www.ashoka.org.br>>. Acesso em: 14/05/2007.

ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS e MCKINSEY&COMPANY. **Negócios Sociais Sustentáveis** – estratégias inovadoras para o desenvolvimento social. – Ed. Peirópolis, 2006.

AUSTIN, J. E. **Managing in Developing Countries: Strategic analysis and operating techniques**. New York: The Free Press, 1990.

_____. **Parcerias: Fundamentos e benefícios para o Terceiro Setor**. São Paulo: Futura, 2001.

BAMBERG, E. “**Conceito de Parcerias e Parcerias Sociais**”. Disponível em: <<http://www.rits.org.br>>. Acesso em: 20/01/07.

BARNEY, J. B. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing, 1996.

_____. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**. 2. ed. Nova Jersey: Prentice Hall, 2001.

BORNSTEIN, D. **Como Mudar o Mundo: Empreendedores sociais e o poder das novas idéias**. Trad. Alexandre Raposo e Maria Beatriz de Medina. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

BRANDENBURGER, A. M.; NALEBUFF, B. J. **Co-opetition**, New York: Dobleday, 1997.

BRASIL. MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 16/02/07.

CABRAL, A. C. de A. “**Novos Arranjos Cooperativos: Alianças estratégicas e transferência de tecnologia no mercado global**”. In: RODRIGUES, Susana Braga (org.). Competitividade, alianças estratégicas e gerência internacional. São Paulo: Atlas, 1999.

CHIAVENATO, I. **Administração nos Novos Tempos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

COELHO, H. **Manual do Voluntário**. Disponível em: <<http://www.rivoluntario.org.br>>. Acesso em: agosto de 2007.

CONDE, D. P. **Implicações Estratégicas das Alianças e Redes de Relacionamento no Desempenho de Empresas: Um Estudo de Caso na Área de Negócios Internacional da Petrobrás**. Dissertação de Mestrado – Administração – PUC-Rio – Janeiro de 2005.

CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Disponível em: <<http://www.cebds.org.br>>. Acesso em: 13/05/2007.

COUTINHO, R. **Projetos Sociais de Empresas no Brasil: diferentes lentes para compreender os modelos de gestão e suas implicações** – Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas – PUC-Rio – Rio de Janeiro, Setembro de 2005.

_____; MACEDO-SOARES, D. **Gestão Estratégica com Responsabilidade Social: Arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil**. In: RAC v. 6, n. 3, set./dez, 2002.

CRESWELL, J. W. **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among five traditions**. Sage Publications, 1998.

CREDIDIO, F. Sustentabilidade faz parte do negócio. A sobrevivência dos empreendimentos, da sociedade e do planeta depende de um equilíbrio entre os pilares social, ambiental e econômico. In: **Revista Filantropia**. ed. 28, ano VI, p.37, 2007.

DOZ, Y. L.; HAMEL, G. **Alliance Advantage: The art of creating value through partnering**. Boston: **Harvard Business School Press**, 1998.

DULANY, P. “**Tendências emergentes em parcerias intersetoriais: processos e mecanismos para colaboração**” In: IOSCHPE, Evelyn et al. Terceiro Setor: desenvolvimento social sustentado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

DRUCKER, P. **Terceiro Setor: Exercícios de auto-avaliação para empresas.** Trad. Cynthia Azevedo. São Paulo: Futura, 2001.

FAHEY, L.; RANDALL, R. M. **Learning from the Future** – Competitive Foresight Scenarios. New York, John Willey & Sons, Inc., 1998.

FISCHER, T. “O Futuro da Gestão”. In: **Revista HSM Management**. n. 64, ano 11, vol. 5, Set-Out 2007.

GOMES, P. **O Uso Sustentável da Biodiversidade como um Diferencial na Estratégia de Internacionalização de uma Empresa Brasileira. Estudo de Caso no Setor de Cosméticos – NATURA** – Dissertação de Mestrado - Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas – PUC-Rio – Rio de Janeiro, Março de 2006.

GELMAN, J.; PARENTE, J. (Coord. Geral) .**Guia Prático de Responsabilidade Social no Varejo** – Versão Resumida para Micros, Pequenas e Médias Empresas Varejistas – 2007 – Realização Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP) / GVcev – Centro de Excelência em Varejo / Programa Resp. Social no Varejo

GRANT, R. M. **Contemporary Strategy Analysis: Concepts, techniques, applications.** 3. ed. Cornwall: Blackwell Publishers, 1999.

GRAYSON, D.; HODGES, A. – **Compromisso Social e Gestão Empresarial. O que é necessário saber para transformar questões de responsabilidade social em oportunidades de negócios.** – Publifolha, 2002.

GULATI, R. – Alliances and Networks. **Strategic Management Journal**. v.19, p.293-317, 1998.

GULATI, R.; NOHRIA, N.; ZAHEER, A. – Strategic Networks. **Strategic Management Journal**. v. 21, p. 203-215, 2000.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo Pelo Futuro: Estratégias inovadoras para obter o controle do seu setor e criar os mercados de amanhã.** Rio de Janeiro: Campus, 1995.

HESELBEIN, F.; GOLDSMITH, M.; BECKHARD, Richard. The Peter F. Drucker Foundation – **A Organização do Futuro: Como preparar hoje as empresas de amanhã** - – tradução Nota Assessoria – São Paulo: Futura, 1997

IOSCHPE, E. B. et al. **Terceiro Setor: Desenvolvimento social sustentado.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 16/02/07.

JOAHA, J. “Conhecendo o Desconhecido”. In: **Jornal da UFRJ**. n. 23. Jan/Fev 2007.

LAMARCA, A. T. da C. **Uma breve análise do Terceiro Setor no Brasil** – monografia apresentada à UFF para obtenção do título de Especialista em Administração de Sistemas de Informações, 2000.

MACEDO-SOARES, T. D. L. v. A. – **An Integrative Model for Strategic Management Analysis: Application to organizations in Brazil**. – 2000
 _____. **Strategic Alliances and Networks: Conceptual Tools for Strategic Assessments**. *Proceedings* GBATA 2002.

MAGALHÃES, E. Captação de recursos por meio do financiamento internacional: iniciativa exige persistência e excelência na apresentação de projetos sociais. In: **Revista Filantropia** . Responsabilidade Social & Terceiro Setor. Ed. 29. ano VI. São Paulo: Zeppelini Editora e Comunicação, 2007.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: A administração do Terceiro Setor**. Quality Mark ed., 1999.

NOLETO, M. J. **Parcerias e alianças estratégicas: uma abordagem prática. Série gestão e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Instituto FONTE, 2004.

PALOCCI, A. **Mudanças Climáticas: O que mudou?** – Artigo em O Globo, sessão Opinião – em 18 de novembro de 2007.

PELIANO, A. M. T. M. (coord.). **A Iniciativa Privada e o Espírito Público: Um retrato da ação social das empresas do sudeste brasileiro**. Brasília: IPEA. Março 2000.

PINSKY, J.; e PINSKY, C. B. **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2003.

PORTER, M. E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus. 1986.

_____. **Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. **Vantagem Competitiva**. 4ª Edição – Rio de Janeiro, Ed. Campus, 1992.

SACHS, I. **Brasil Pode Ser a Primeira Biocivilização da História**. In: Estado de São Paulo. Acesso em 14/03/2007.

SCHOMMER, P. C. – **Investimento Social das Empresas: Cooperação organizacional num espaço compartilhado**. Dissertação Mestrado em Administração – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

SCHMIDHEINY, S. **Mudando o Rumo**: Uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1992.

SILVA, E. de P. C. da.; MACEDO-SOARES, D. T. v. A. de. **Alianças Estratégicas na Indústria de Telecomunicações**: Um Estudo de Caso da Embratel no Mercado de Longa Distância Nacional – Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas - PUC-Rio – Rio de Janeiro, 30 de janeiro de 2007.

SILVA, C. A. S.; FREIRE, F. de S. **Balanco Social: Teoria e prática – inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.

STOCKMANN, M. A **Percepção das Mudanças numa Cooperativa de Produção Decorrentes da Formação de uma Aliança Estratégica**: Caso da cooperativa dos suinocultores de Encantado Ltda. com a Tetra Pak. UFRGS, 2002.

TAUHATA, T. L. **Implicações Estratégicas das Redes de Relacionamento**: da Cia Vale do Rio Doce: Estudo de Caso da Unidade de Minério de Ferro. v. 1 e 2 - Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2002.

TORRES, H.; FERREIRA, M. P.; DINI, N. - **Indicadores Sociais: Por que construir novos indicadores como o IPRS?** - São Paulo Em Perspectiva, 17(3-4): 80-90, 2003

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005a.

_____. **Métodos de Pesquisa em Administração**. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VOLPON, C. **Alinhamento Estratégico da Responsabilidade Socioambiental Corporativa no Caso de Empresas que Atuam em Redes de Relacionamento**: Resultados de pesquisa na Petrobras. Dissertação de Mestrado – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006

YIN, R. K. **Estudo de Caso**: Planejamento e métodos. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

YOSHINO, M. Y.; RANGAN, U. S. **Alianças Estratégicas**. São Paulo: Makron Books, 1996.

- www.rae.com.br em 6/04/2007
- www.rac.com.br em 6/04/2007
- www.rausp.com.br em 6/04/2007
- <http://integracao.fgvsp.br> em 20/04/2007.
- www.igesc.org.br – em 20/07/2002
- <http://www.ceats.org.br> em 8/11/2007
- www.globalreporting.org , www.greenpeace.org em 16/nov/2007
- Catálogo de Entidades Filiadas – 2007 – Guia de Orientações - Publicação FIB – Federação de Instituições Beneficentes – 2007
- IBGE – Relatório sobre Fundações Privadas e Associações - IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cadastro Central de Empresas 2002 - Fonte:
http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/ em 18/11/2007
- IBGE - Indicadores de desenvolvimento sustentável: Brasil 2004 - Fonte:
http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/ em 18/11/2007
- Jornal O Globo – Encarte Razão Social – Agosto 2006, n. 39.
- Jornal O Globo – Encarte Razão Social – Maio 2007 – entrevista com o advogado Azor El Achkar – “ONGs e empresas vão falar a mesma língua”.
- Jornal Estado de São Paulo, em: 14 de março de 2007 - entrevista de Ignacy Sacks
- Jornal O Globo – Encarte Razão Social – Maio 2007, n. 48. “Não há mais ‘nós’ e ‘eles’ “. Entrevista com Roger Agnelli, Presidente da Vale do Rio Doce
- Relatório do I Workshop de Planejamento Estratégico do Instituto da Criança – Biênio 2006/2007- conduzido por consultores da Magus Goalsetting.
- Revista As Melhores do Dinheiro 2007 – *As 500 Melhores Empresas do Brasil: O ranking da revista com as companhias que mais se destacaram no campo financeiro e social no cenário brasileiro* – Outubro 2007 – Nº 526/A – Editora Três.
- Revista Carta Capital – Edição Especial – *As Empresas Mais Admiradas do Brasil 2007* – Pesquisa Carta Capital/TNS Interscience – Novembro/Dezembro 2007 – Editora Confiança.
- Revista Época - Edição Especial – *As 100 Melhores Empresas para Trabalhar 2007-2008* – n. 2 – Editora Globo
- Revista Espaço Acadêmico – n. 30 – Novembro de 2003 – Mensal – ISSN 1519.6186 -

- Revista Filantropia – Responsabilidade Social e Terceiro Setor. Disponível em: <<http://www.revistafilantropia.com.br>>. Acesso em: 12/12/06.
- Revista Filantropia – Responsabilidade Social & Terceiro Setor, ed. 28, ano VI – Zeppelini Editora e Comunicação , 2007.
- Revista *HSM Management* n. 59, ano 10, v. 6, Nov-Dez 2006. “Desenvolvimento de pessoas em larga escala: entrevista com Viviane Senna” – por Carlos Alberto Júlio.
- Revista Plurale – Outubro de 2007 – p. 60.

8 Anexos

Caro Respondente,

Primeiramente, agradeço o empenho em contribuir para a presente pesquisa, dedicando seu tempo. O trabalho tem por objetivo analisar as implicações das alianças e redes com vistas à tomada de decisão estratégica em uma organização do terceiro setor, e faz parte de um trabalho maior de pesquisa conduzido na área de Estratégia, no Mestrado da PUC-Rio.

De forma a coletar dados dos diferentes públicos envolvidos com a atividade do Instituto da Criança, as perguntas foram divididas em módulos. Para que expresse livremente sua opinião, garantindo à pesquisa um resultado próximo à realidade, reforço o compromisso de confidencialidade dos dados. Quando julgar que a pergunta não se aplica a você, isso pode ser sinalizado. Muito obrigada!

Módulo 1

O presente módulo da entrevista tem por objetivo coletar mais informação sobre o terceiro setor, entender o grau de conhecimento sobre o mesmo, e como é a participação de cada entrevistado no Instituto da Criança.

Identificação do Respondente

Nome:		Função no IC:	
--------------	--	----------------------	--

Deseja receber os dados consolidados desta pesquisa? ____ Sim / ____ Não

1 – Como você conheceu o IC? (marque com um X)

Amigo Nome: _____	amigo de amigo Amigo1: _____ Amigo2: _____	apresentação em minha empresa	evento
Vi a logomarca e procurei informação	Conheci ao buscar um emprego	Soube de uma campanha beneficente	site

Outros: _____

2 – Há quanto tempo atua no IC?

Há menos de um ano.	De 1 a 2 anos.	De 2 A 5 anos.	Há mais de 5 anos.
---------------------	----------------	----------------	--------------------

Desde o início? _____

3 – O que lhe atraiu para participar do IC? E o que lhe atrai hoje?

--

4 – Que atividades já desempenhou no IC, que atividades desempenha hoje, e quais gostaria de desempenhar futuramente?

--

5 – Quantas horas por semana você dedica ao IC (incluir reunião semanal, se for participante)?

nenhuma: participo esporadicamente, mas acompanho as atividades via e-mail e eventos
nenhuma: participo de ações pontuais o que torna minha participação sazonal, e acompanho as atividades via e-mail e eventos
até 2 horas
de 2 a 5 horas
de 5 a 10 horas
de 11 a 20 horas
Mais de 20 horas
me dedico em horário integral ao IC

6 – Você pretende aumentar o nº de Hs. semanais dedicadas ao IC no ano que vem? (marque com X)

SIM	NÃO	NÃO SEI
-----	-----	---------

7 – Na sua opinião, quais são as 10 principais ONGs do Rio de Janeiro?

--

Você acredita que o IC esteja entre essas? (marque com X)

SIM	NÃO	NÃO SEI
-----	-----	---------

8 – Na sua opinião, quais são as 10 principais ONGs no Brasil?

--

Você acredita que o IC esteja entre essas?

SIM	NÃO	NÃO SEI
-----	-----	---------

9 – Você participou do Workshop de Planejamento 2006/2007, realizado em janeiro de 2006, no qual foram definidas as visões para 2 anos, missão, e plano de ação?

Sim
Não, pois não participava do IC
Não, pois não pude participar
Não, pois não quis participar
Outros (descreva):

10 – Dados os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, traçados em 2006 (VIDE SLIDES DO PLANEJAMENTO 2006/2007), você acredita que o IC conseguiu, com sua atual estratégia, capitalizar os pontos fortes, amenizar suas fraquezas, abraçar as oportunidades e neutralizar as ameaças?

DT= Discordo Totalmente | D= Discordo | ND/NC= Nem Discordo, Nem Concordo

C= Concordo | CT= Concordo Totalmente

DT	D	ND / NC	C	CT

11 – Como você definiria com as suas palavras a atual estratégia de sustentabilidade do IC?

12 – Analise a seguinte afirmação: “A atual forma de atuação do IC junto aos parceiros (empresas), voluntários, doadores, é uma boa estratégia de ação para garantir a sustentabilidade da organização?”

DT= Discordo Totalmente | D= Discordo | ND/NC= Nem Discordo, Nem Concordo

C= Concordo | CT= Concordo Totalmente

DT	D	ND / NC	C	CT

Alguma sugestão / crítica?

13 – A presente pesquisa tem por objetivo avaliar se a análise estratégica relacional, tendo em mente as implicações das alianças e redes as quais o IC integra, agrega valor na tomada de decisão. Você acredita que o estudo das alianças e redes estratégicas vai contribuir para uma visão mais concreta de qual deve ser o caminho a percorrer?

DT= Discordo Totalmente | D= Discordo | ND/NC= Nem Discordo, Nem Concordo

C= Concordo | CT= Concordo Totalmente

DT	D	ND / NC	C	CT

Modulo 2

O presente módulo tem por objetivo entender a estratégia adotada atualmente pela organização-foco da pesquisa: o Instituto da Criança. Está baseado no modelo de Auto-Avaliação de organizações não-governamentais proposto pela Fundação Peter Drucker (2001), absorvendo também algumas questões utilizadas por Tauhata (2002), adaptado à realidade de uma organização sem fins lucrativos.

Antes de iniciar esse módulo, conheça a definição de alguns termos, segundo Drucker (2001):

Missão: Por que você faz o que faz; a razão de ser, o propósito da organização. Ela informa pelo que, no fim, você quer ser lembrado.

Visão: Um quadro do futuro desejado pela organização.

Clientes: Aqueles que devem ser satisfeitos para que a organização alcance resultados.

- **Cliente primário** é aquele cuja vida é transformada pelo seu trabalho: o projeto social apoiado. Como o presente trabalho tem como objetivo estudar se a estratégia é adequada para sua sustentabilidade, serão também considerados clientes primários **empresas (mantenedoras, parceiras, apoiadoras) e doadores** pessoa física.
- **Clientes secundários:** são voluntários, membros, fontes de referência, funcionários e outros que devem sentir-se envolvidos e satisfeitos com o resultado da operação da organização.

Valor para o cliente: Aquilo que satisfaz as necessidades dos clientes (bem-estar físico e psicológico), seus desejos (onde, quando e como o serviço é prestado) e aspirações (resultados desejados a longo prazo).

Resultados: A “última linha”, o resultado final da organização. Medido em *vidas transformadas*: comportamento, circunstâncias, saúde, esperanças, competência ou capacidade das pessoas. Os resultados estão sempre do *lado de fora* da organização.

Metas: Conjunto de três a cinco objetivos que determinam a direção fundamental e de longo alcance da organização.

Objetivos: Níveis específicos e mensuráveis de realização/atingimento.

Passos de uma ação: Planos e atividades detalhados com vista a cumprir os objetivos de uma organização.

Orçamento: O compromisso de recursos necessários para implementar os planos; a expressão financeira de um plano de trabalho determinado.

Avaliação: Processo para monitorar o progresso no alcance dos objetivos e dos resultados; ponto em que os planos para cumprir os objetivos podem ser modificados, com base na experiência ou na mudança de condições.

A.1 – MISSÃO

A.1.1 – Qual a nossa missão atual?

O que é o IC? Como descreveria com suas palavras?

Dada a missão do IC: *“Promover a sustentabilidade de projetos e obras sociais, oferecendo apoio administrativo, financeiro e encaminhamento jurídico. Com isso, contribuir para o desenvolvimento humano, social e econômico de crianças, adolescentes e suas famílias, a fim de transformar a realidade em que vivem.”*

De que modo a organização tem cumprido essa missão, desde o planejamento estratégico realizado em 2006? (**marque com X somente uma opção**)

<input type="checkbox"/>	Excelente: as ações da organização estão perfeitamente alinhadas à sua missão junto aos seus stakeholders.
<input type="checkbox"/>	Bem: as ações da organização estão muito bem alinhadas à sua missão junto a grande parte de seus stakeholders, mas ainda há alinhamentos importantes a fazer.
<input type="checkbox"/>	Regular: somente parte das ações da organização estão bem alinhadas à sua missão junto a seus stakeholders.
<input type="checkbox"/>	Mal: poucas das ações da organização estão alinhadas à sua missão junto a seus stakeholders, requerendo um redirecionamento das ações ou a revisão da missão organizacional.
<input type="checkbox"/>	Muito mal: as ações não traduzem a missão organizacional junto a qualquer dos stakeholders.

Algum comentário?

Na sua opinião, o Instituto da Criança enfrenta desafios, no tocante à sua sustentabilidade (captação de recursos) devido a:

	Curto Prazo	Longo Prazo	Ambos	Não Agora
Variações na demografia?				
Variações nas circunstâncias da comunidade?				
Tendências culturais ou sociais?				
Tendências na economia ou nas condições de financiamento?				
Política, legislação ou regulamento?				
Concorrência?				
Novas tecnologias, modelos ou métodos?				
Outros (descreva): _____				

Dica: Caso julgue que o IC deveria realizar alguma mudança já no próximo mês (curto prazo), se precisaria incluir o assunto em reunião do próximo planejamento do semestre (longo prazo) ou não é relevante no ano corrente (não agora).

A.1.2 - Quais são nossas oportunidades?

Com base no item anterior (A.1.2), em sua experiência e suas percepções, identifique oportunidades potenciais, avaliando se são viáveis em curto prazo, longo prazo ou ambos.

Em sua opinião, existem oportunidades para:	Sim			Não
	Curto Prazo	Longo Prazo	Ambos	
A) Tratar questões ou condições que despertam o interesse hoje do IC?				
B) Preencher lacunas em sua área de atuação?				
C) Atender aos interesses de parceiros ou doadores potenciais?				
D) A organização estabelecer um novo padrão de desempenho?				

Você poderia citar quais oportunidades seriam essas?

A) _____

B) _____

C) _____

D) _____

A.2 – CLIENTES

A.2.1 – Quem são nossos clientes primários e secundários?

Definições prévias de acordo com o modelo de Drucker:

- **Clientes:** Aqueles que devem ser satisfeitos para que a organização alcance resultados.
- **Cliente primário** é aquele cuja vida é transformada pelo seu trabalho: o projeto social apoiado. Como o presente trabalho tem como objetivo estudar se a estratégia é adequada para sua sustentabilidade, serão também considerados clientes primários empresas (mantenedoras, parceiras, apoiadoras) e doadores.
- **Clientes secundários** são indivíduos e os grupos que, além do cliente primário, devem ser satisfeitos para que a organização alcance resultados. São voluntários, membros, fontes de referência, funcionários e outros que devem sentir-se envolvidos e satisfeitos com o resultado da operação da organização.

Para as perguntas abaixo, considere a seguinte legenda:

DT= Disc. Totalmente | D= Discordo | ND/NC= Nem Disc., Nem Conc. | C= Concordo | CT= Concordo Totalmente

Você considera os **Projetos Sociais**, apoiados pelo IC, como clientes primários da organização?

DT	D	ND / NC	C	CT

Você acredita que o IC de fato considera os **Projetos Sociais** como clientes primários da organização?

DT	D	ND / NC	C	CT

Você concorda que os grupos abaixo deveriam ser tratados como clientes da organização?

	DT	D	ND / NC	C	CT
Voluntários					
Empresas Mantenedoras					
Empresas Parceiras					
Empresas Apoiadoras					
Doadores					
Funcionários					

E, no dia-a-dia, os grupos abaixo são, de fato, tratados como clientes da organização?

	DT	D	ND / NC	C	CT
Voluntários					
Empresas Mantenedoras					
Empresas Parceiras					
Empresas Apoiadoras					
Doadores					
Funcionários					

A.2.2 – Como nossos “clientes” irão mudar?

Primários - Assinale abaixo sobre como se comportarão os **Projetos Sociais apoiados** do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Como se comportarão as **Empresas Mantenedoras, Parceiras, Apoiadoras** nos próximos 2 anos (até dez 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Assinale sobre como se comportarão os **Doadores PF** do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Secundários - Assinale sua opinião: como se comportarão os **voluntários** nos próximos 2 anos (até 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Assinale sobre como se comportarão os **Funcionários** do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Assinale sobre como se comportarão os **órgãos municipais, estaduais, federais do Governo** relacionados à atividade do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):

<input type="checkbox"/>	Não crescerão em número.
<input type="checkbox"/>	Crescerão em número em até 50%
<input type="checkbox"/>	Crescerão entre 50 e 100 %
<input type="checkbox"/>	Crescerão em mais de 100 %

Como serão essas mudanças?

A.3 – O QUE OS CLIENTES VALORIZAM

Nota prévia: Em Drucker (2001), sugere-se que o respondente busque ser específico em suas respostas.

A.4 – QUAIS SÃO OS NOSSOS RESULTADOS?

A.4.1 – Como definimos os resultados?

Nota prévia: Progresso e as realizações podem ser avaliados em termos qualitativos e quantitativos, dois tipos de medidas que podem ser entrelaçados e complementares.

Medidas **qualitativas** tratam da profundidade e da abrangência da mudança dentro do seu contexto específico.

Medidas **quantitativas** usam padrões definitivos. Elas começam com categorias e expectativas e contam uma história objetiva.

Para definir os resultados, o que deveria ser medido e monitorado, aconselha-se remeter à **missão da organização, avaliar os recursos disponíveis, o ambiente de trabalho, os melhores estudos e exemplos disponíveis em seu campo, ouvir os clientes primários e secundários.**

A.4.2 – Estamos nos saindo bem?

Com base nos **valores das empresas e doadores**, a organização é:

<input type="checkbox"/>	Muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mais ou menos bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Não muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mal-sucedida

Com base nos **valores dos projetos apoiados**, a organização é:

<input type="checkbox"/>	Muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Bem-sucedida.
<input type="checkbox"/>	Mais ou menos bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Não muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mal-sucedida

Com base nos **valores dos funcionários**, a organização é:

<input type="checkbox"/>	Muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mais ou menos bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Não muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mal-sucedida

Com base nos **valores dos voluntários**, a organização é:

<input type="checkbox"/>	Muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mais ou menos bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Não muito bem-sucedida
<input type="checkbox"/>	Mal-sucedida

A.4.3 – Como deveríamos definir os resultados?

--

A.4.4 – O que devemos reforçar ou abandonar?

Nota prévia: Na maioria das organizações existem programas, sistemas internos que requerem atenção especial, que podem ser fortes e prontos a evoluir, fracos e carentes de melhoria ou candidatos ao abandono. **Se houver dúvidas acerca de uma área, mas não estiver preparado(a) para fazer um julgamento, marque-a para análise.**

Programas que precisam de atenção (marcar com X)

	INVESTIR MAIS ATENÇÃO	DAR MENOS ATENÇÃO	ANALISAR
Família Flordelis			
Lar Santa Catarina			
Recicla Vida (Bongaba)			
Lar São José			
Espaço Cidadão			
Vida Real			
Abrigo Reviver			
Maria Maria			
Creche Francisca Nubiana			

Sistemas internos que precisam de atenção (marcar com X)

	INVESTIR MAIS ATENÇÃO	DAR MENOS ATENÇÃO	ANALISAR
Desenvolvimento Financeiro			
Gestão de Recursos Humanos			
Gestão e Implementação de mecanismos de Governança			
Implementação de Métricas			
Aprimoramento da Gestão dos Projetos Sociais			
Captação de Recursos			
Marketing, e reforço de imagem			
Operação IC nos EUA			
Operação IC em SP			
Operação do IC na BA – abertura de nova filial			

A.5 – QUAL É NOSSO PLANO?**A.5.1 – A missão deve ser alterada?**

<input type="checkbox"/>	NÃO	<input type="checkbox"/>	SIM	Se SIM, qual deve ser a missão?	R:

RESPOSTAS AOS MÓDULOS 1 e 2

MÓDULO 1	
1 – COMO CONHECEU O INSTITUTO DA CRIANÇA?	
Amigo	37,5%
amigo de amigo	43,8%
apresentação em minha empresa	0,0%
evento	0,0%
Vi a logomarca e procurei informação	0,0%
Conheci ao buscar um emprego	0,0%
Soube de uma campanha beneficente	0,0%
site	0,0%
outros - participei desde o início	18,8%
2 - HÁ QUANTO TEMPO ATUA NO IC?	
Há menos de um ano	12,5%
de 1 a 2 anos	37,5%
de 2 a 5 anos	25,0%

Há mais de 5 anos	12,5%
Desde o início	12,5%
5 - HORAS POR SEMANA DEDICADAS AO IC	
nenhuma: participo esporadicamente	0,0%
nenhuma: participo de ações pontuais	0,0%
até 2 horas	31,3%
de 2 a 5 horas	18,8%
de 5 a 10 horas	12,5%
de 11 a 20 horas	12,5%
mais de 20 horas	6,3%
me dedico em horário integral ao IC	18,8%
6 – Pretende aumentar o n° de horas em 2008?	
SIM	37,5%
NÃO	50,0%
NÃO SEI	12,5%
9 – Participou do Workshop de Planejamento 2006/2007	
Sim	50,0%
Não, pois não participava do IC	43,8%
Não, pois não pude participar	6,3%
Não, pois não quis participar	0,0%
Outros (descreva):	0,0%
10 – Dados os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, traçados em 2006 (VIDE PLANEJAMENTO 2006/2007), você acredita que o IC conseguiu, com sua atual estratégia, capitalizar os pontos fortes, amenizar suas fraquezas, abraçar as oportunidades e neutralizar as ameaças?	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	6,3%
ND / NC	31,3%
Concordo	43,8%
Concordo Totalmente	12,5%
não responderam	
12 – Analise a seguinte afirmação: “A atual forma de atuação do IC junto aos parceiros (empresas), voluntários, doadores, é uma boa estratégia de ação para garantir a sustentabilidade da organização?”	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	18,8%
ND / NC	25,0%
Concordo	31,3%
Concordo Totalmente	0,0%
não responderam	25,0%

13 – A presente pesquisa tem por objetivo avaliar se a análise estratégica relacional, tendo em mente as implicações das alianças e redes as quais o IC integra, agrega valor na tomada de decisão. Você acredita que o estudo das alianças e redes estratégicas vai contribuir para uma visão mais concreta de qual deve ser o caminho a percorrer?	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	12,5%
Concordo	50,0%
Concordo Totalmente	37,5%
não responderam	0,0%
MÓDULO 2	
A.1.1 – Qual a nossa missão atual? De que modo a organização tem cumprido essa missão, desde o planejamento estratégico realizado em 2006?	
Excelente	6,3%
Bem	68,8%
Regular	25,0%
Mal	0,0%
Muito mal	0,0%
não responderam	0,0%
Quais são os nossos desafios?	
Variações na demografia?	
Curto Prazo	6,3%
Longo Prazo	43,8%
Ambos	6,3%
Não agora	37,5%
não responderam	6,3%
Variações nas circunstâncias da comunidade?	
Curto Prazo	18,8%
Longo Prazo	31,3%
Ambos	37,5%
Não agora	6,3%
não responderam	6,3%
Tendências culturais ou sociais?	
Curto Prazo	18,8%
Longo Prazo	31,3%
Ambos	25,0%
Não agora	6,3%
não responderam	18,8%

Tendências na economia ou nas condições de financiamento?	
Curto Prazo	25,0%
Longo Prazo	25,0%
Ambos	18,8%
Não agora	12,5%
não responderam	18,8%
Política, legislação ou regulamento?	
Curto Prazo	6,3%
Longo Prazo	37,5%
Ambos	31,3%
Não agora	12,5%
não responderam	12,5%
Concorrência?	
Curto Prazo	43,8%
Longo Prazo	6,3%
Ambos	18,8%
Não agora	12,5%
não responderam	18,8%
Novas tecnologias, modelos ou métodos?	
Curto Prazo	43,8%
Longo Prazo	18,8%
Ambos	12,5%
Não agora	6,3%
não responderam	18,8%
A.1.3- Quais são nossas oportunidades?	
A) Tratar questões ou condições que despertam o interesse hoje do IC?	
Curto Prazo	56,3%
Longo Prazo	0,0%
Ambos	18,8%
Não	25,0%
B) Preencher lacunas em sua área de atuação?	
Curto Prazo	43,8%
Longo Prazo	18,8%
Ambos	31,3%
Não	0,0%
C) Atender aos interesses de parceiros ou doadores potenciais?	
Curto Prazo	62,5%
Longo Prazo	0,0%
Ambos	25,0%
Não	12,5%

D) A organização estabelecer um novo padrão de desempenho?	
Curto Prazo	62,5%
Longo Prazo	12,5%
Ambos	12,5%
Não	6,3%
Você considera os Projetos Sociais, apoiados pelo IC, como clientes primários da organização?	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	0,0%
Concordo	31,3%
Concordo Totalmente	68,8%
Você acredita que o IC <u>de fato</u> considera os Projetos Sociais como clientes primários da organização?	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	6,3%
ND / NC	0,0%
Concordo	43,8%
Concordo Totalmente	50,0%
Você concorda que os grupos abaixo sejam tratados como clientes da organização?	
Voluntários	
Discordo Totalmente	6,3%
Discordo	0,0%
ND / NC	12,5%
Concordo	37,5%
Concordo Totalmente	43,8%
Empresas Mantenedoras	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	12,5%
Concordo	18,8%
Concordo Totalmente	68,8%
Empresas Parceiras	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	12,5%
Concordo	37,5%
Concordo Totalmente	50,0%
Empresas Apoiadoras	
Discordo Totalmente	0,0%

Discordo	0,0%
ND / NC	25,0%
Concordo	37,5%
Concordo Totalmente	37,5%
Doadores	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	6,3%
Concordo	37,5%
Concordo Totalmente	56,3%
Funcionários	
Discordo Totalmente	6,3%
Discordo	6,3%
ND / NC	12,5%
Concordo	31,3%
Concordo Totalmente	43,8%
E, no dia-a-dia, os grupos abaixo são, <u>de fato</u>, tratados como clientes da organização?	
Voluntários	
Discordo Totalmente	6,3%
Discordo	37,5%
ND / NC	18,8%
Concordo	37,5%
Concordo Totalmente	0,0%
Empresas Mantenedoras	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	12,5%
ND / NC	18,8%
Concordo	56,3%
Concordo Totalmente	12,5%
Empresas Parceiras	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	12,5%
ND / NC	12,5%
Concordo	75,0%
Concordo Totalmente	0,0%
Empresas Apoiadoras	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	12,5%
ND / NC	18,8%
Concordo	68,8%

Concordo Totalmente	0,0%
Doadores	
Discordo Totalmente	0,0%
Discordo	0,0%
ND / NC	18,8%
Concordo	68,8%
Concordo Totalmente	12,5%
Funcionários	
Discordo Totalmente	6,3%
Discordo	18,8%
ND / NC	12,5%
Concordo	50,0%
Concordo Totalmente	12,5%
A.2.2 – Como nossos “clientes” irão mudar?	
Primários - Assinale abaixo sobre como se comportarão os <u>clientes primários (Projetos Sociais apoiados)</u> do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	87,5%
Crescerão entre 50 e 100 %	0,0%
Crescerão em mais de 100 %	12,5%
Assinale sobre como se comportarão as <u>Empresas Mantenedoras, Parceiras, Apoiadoras</u> nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	25,0%
Crescerão entre 50 e 100 %	37,5%
Crescerão em mais de 100 %	37,5%
Assinale sobre como se comportarão os <u>Doadores PF</u> do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	50,0%
Crescerão entre 50 e 100 %	25,0%
Crescerão em mais de 100 %	25,0%
Secundários - Assinale sua opinião: como se comportarão os <u>voluntários</u> nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	50,0%
Crescerão entre 50 e 100 %	37,5%
Crescerão em mais de 100 %	12,5%
Assinale sobre como se comportarão os <u>Funcionários</u> do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	75,0%
Crescerão entre 50 e 100 %	12,5%
Crescerão em mais de 100 %	12,5%

Assinale sobre como se comportarão os <u>órgãos municipais, estaduais, federais do Governo</u> relacionados à atividade do IC nos próximos 2 anos (até dez 2009):	
Crescerão em número em até 50%	75,0%
Crescerão entre 50 e 100 %	6,3%
Crescerão em mais de 100 %	18,8%
A.4.2 – Estamos nos saindo bem?	
Com base nos valores dos <u>clientes primários (empresas e doadores)</u>, a organização é:	
Muito bem-sucedida	12,5%
Mais ou menos bem-sucedida	81,3%
Não muito bem-sucedida	6,3%
Mal-sucedida	0,0%
Com base nos valores dos <u>clientes primários (projetos apoiados)</u>, a organização é:	
Muito bem-sucedida	25,0%
Mais ou menos bem-sucedida	75,0%
Não muito bem-sucedida	0,0%
Mal-sucedida	0,0%
Com base nos valores dos <u>clientes secundários (funcionários)</u>, a organização é:	
Muito bem-sucedida	12,5%
Mais ou menos bem-sucedida	75,0%
Não muito bem-sucedida	12,5%
Mal-sucedida	0,0%
Com base nos valores dos <u>clientes secundários (voluntários)</u>, a organização é:	
Muito bem-sucedida	12,5%
Mais ou menos bem-sucedida	62,5%
Não muito bem-sucedida	25,0%
Mal-sucedida	0,0%
A.4.4 – O que devemos reforçar ou abandonar?	
Programas que precisam de atenção	
Família Flordelis	
Mais atenção	0,0%
Menos atenção	62,5%
Analisar	25,0%
Não responderam	12,5%
Lar Santa Catarina	
Mais atenção	62,5%
Menos atenção	18,8%

Analisar	6,3%
Não responderam	12,5%
Recicla Vida (Bongaba)	
Mais atenção	6,3%
Menos atenção	31,3%
Analisar	50,0%
Não responderam	12,5%
Lar São José	
Mais atenção	68,8%
Menos atenção	12,5%
Analisar	6,3%
Não responderam	12,5%
Espaço Cidadão	
Mais atenção	81,3%
Menos atenção	0,0%
Analisar	6,3%
Não responderam	12,5%
Vida Real	
Mais atenção	75,0%
Menos atenção	0,0%
Analisar	12,5%
Não responderam	12,5%
Abrigo Reviver	
Mais atenção	50,0%
Menos atenção	12,5%
Analisar	25,0%
Não responderam	12,5%
Maria Maria	
Mais atenção	50,0%
Menos atenção	6,3%
Analisar	31,3%
Não responderam	12,5%
Creche Francisca Nubiana	
Mais atenção	68,8%
Menos atenção	6,3%
Analisar	12,5%
Não responderam	12,5%
Sistemas internos que precisam de atenção	
Desenvolvimento Financeiro	
Mais atenção	93,8%
Menos atenção	0,0%
Analisar	6,3%
Gestão de Recursos Humanos	
Mais atenção	93,8%

Menos atenção	6,3%
Analisar	0,0%
Gestão e Implementação de mecanismos de Governança	
Mais atenção	56,3%
Menos atenção	18,8%
Analisar	25,0%
Implementação de Métricas	
Mais atenção	81,3%
Menos atenção	12,5%
Analisar	6,3%
Aprimoramento da Gestão dos Projetos Sociais	
Mais atenção	93,8%
Menos atenção	0,0%
Analisar	6,3%
Captação de Recursos	
Mais atenção	87,5%
Menos atenção	12,5%
Analisar	0,0%
Marketing, e reforço de imagem	
Mais atenção	43,8%
Menos atenção	37,5%
Analisar	18,8%
Operação IC nos EUA	
Mais atenção	50,0%
Menos atenção	31,3%
Analisar	18,8%
Operação IC em SP	
Mais atenção	62,5%
Menos atenção	25,0%
Analisar	12,5%
Operação do IC na BA – abertura de nova filial	
Mais atenção	6,3%
Menos atenção	25,0%
Analisar	62,5%
Não responderam	12,5%
A.5.1 – A missão deve ser alterada?	
SIM	18,8%
NÃO	81,3%

Módulo 8

Caro Respondente,

Primeiramente, agradeço o empenho em contribuir, dedicando seu tempo. A presente pesquisa será utilizada em minha Dissertação de Mestrado que tem por objetivo analisar as implicações das alianças e redes com vistas à tomada de decisão estratégica em uma organização do terceiro setor.

Você deverá levar de 15 a 25 minutos para responder as 17 questões, que são, em sua grande maioria, de múltipla escolha. Para que expresse livremente sua opinião, reforço o compromisso de confidencialidade dos dados.

1 - Identificação do Respondente e da Empresa

Nome:		Empresa:	
Cargo:		Ano de fundação:	

Deseja receber os dados consolidados desta pesquisa? ____ Sim / ____ Não

Área de atuação da organização	() Indústria () Comércio () Serviços () 3º Setor
Atua no RJ e/ou SP?	() RJ () SP () ambos
Apóia outras ONGs?	() Sim () Não () Não Sei
Possui ou está buscando certificações (ISO, etc.)? Quais?	
De que forma a empresa é tributada?	() lucro real () lucro presumido () Não Sei/Não se aplica
Utiliza ou já utilizou alguma forma de doação incentivada (cultural, social, etc.)? Qual(is)?	
Pretende se utilizar nos próximos 2 anos?	() Sim () Não () Não Sei/Não se aplica
Tem área de Resp. Social na empresa?	() Sim () Não () Não Sei/Não se aplica
Se sim - Essa área está subordinada a que cargo no organograma?	
Se não - Pretende criar essa área nos próxs. 2 anos?	() Sim () Não () Não Sei/Não se aplica

Relação da Empresa com o Instituto da Criança

2 – Como você conheceu o IC? (marque com um X)

Amigo ou parceiro comercial Nome: _____ –	amigo de amigo Amigo1: _____ _____ Amigo2: _____ _____	apresentação em minha empresa	evento
---	--	----------------------------------	--------

Vi a logomarca e procurei informação	Já conhecia de nome e recentemente procurei.	Soube de uma campanha beneficente	site
--------------------------------------	--	-----------------------------------	------

Outros: _____

3 – Há quanto tempo a empresa é parceira do IC?

Há menos de um ano.	De 1 a 2 anos.	De 2 A 5 anos.	Há mais de 5 anos.
---------------------	----------------	----------------	--------------------

Desde o início? _____

4 – O que atraiu a sua empresa a participar do IC? E o que atrai hoje?

--

5 - Como representante de sua empresa, por favor indique o grau de satisfação em relação ao IC:

1 Muito insatisfeito	2 insatisfeito	3 Neutro	4 Satisfeito	5 Muito satisfeito
--------------------------------	--------------------------	--------------------	------------------------	------------------------------

6 – O que mantém o interesse de sua empresa em continuar atuando em parceria com o IC? O que você espera do IC?

--

7 - Vocês encontram alguma lacuna no trabalho do IC? Caso positivo, qual? E de que forma o IC poderia aprimorar essa questão?

--

8 – Que forma de parceria sua empresa pretende ter com o Instituto da Criança nos próximos anos?

Por favor, marque uma ou mais opções de apoio ao IC que você julga ser viável em 2008/2009:

<input type="checkbox"/>	Recursos financeiros, mensalmente.
<input type="checkbox"/>	Recursos financeiros, esporadicamente
<input type="checkbox"/>	Recursos materiais: doação de produtos e/ou serviços da própria empresa.
<input type="checkbox"/>	Doação em campanhas esporádicas
<input type="checkbox"/>	Recursos humanos, com a disponibilização de horas de trabalho dos funcionários para trabalho voluntário
<input type="checkbox"/>	Abertura de novas oportunidades e parcerias
<input type="checkbox"/>	Espaço na mídia e divulgação do trabalho
<input type="checkbox"/>	Outros (favor especificar):
<input type="checkbox"/>	Não pretendo ampliar o atual apoio.

9 – Quais são, dos projetos apoiados pelo IC, os 3 (ou até 3) que você tem mais afinidade, ou maior interesse em apoiar? Se não tiver preferência, por favor marque a última opção:

<input type="checkbox"/>	Lar Santa Catarina (em Petrópolis)	<input type="checkbox"/>	Vida Real (na Comunidade da Maré)
<input type="checkbox"/>	Recicla Vida (no Lixão de	<input type="checkbox"/>	Abrigo Reviver (em São Paulo)

Bongaba)		
Lar São José (em S.J.Meriti)		Maria Maria (em Barros Filho)
Programa Espaço Cidadão		Creche Francisca Nubiana (em Vilar dos Teles)
Não tenho preferência: confio ao IC a definição de prioridades.		

Se puder, justifique:

--

10 – Quais seriam, de acordo com sua opinião, as principais forças e fraquezas do IC (dica: compare com outras organizações sem fins lucrativos).

FORÇAS	FRAQUEZAS

Responsabilidade Sócio-Ambiental Corporativa

11 – Área de atuação social/ambiental:

Em qual(is) das áreas abaixo sua empresa realiza atividades hoje?

Cultural	Social – em Educação
Meio Ambiente	Social - Geração de Renda
Esportes	Social – em Assistência Social
Social – em Saúde	outra (qual?)

Você poderia descrever de que forma é essa atuação? _____

Em qual(is) das áreas abaixo sua empresa deseja atuar nos próximos 2 anos?

Cultural	Social – em Educação
Meio Ambiente	Social - Geração de Renda
Esportes	Social – em Assistência Social
Social – em Saúde	outra (qual?)

12 – Pensando sobre projetos de cunho social, com quais das características distintivas da população-alvo sua empresa mais se identifica? (Indique até três opções de sua preferência):

crianças	terceira idade
adolescentes ou jovens	mulheres
adultos	minorias étnicas
famílias	outros (quais?)

Por favor, responda a questão a seguir, considerando:

DT= Discordo Totalmente | D= Discordo | ND/NC= Nem Discordo, Nem Concordo | C= Concordo | CT= Concordo Totalmente

13 - Avalie a seguinte afirmação: “A minha empresa é uma organização socialmente responsável”.

DT	D	ND / NC	C	CT

14 – Quais seriam, de acordo com sua opinião, oportunidades e ameaças ao trabalho de uma organização não-governamental, sem fins lucrativos no atual contexto brasileiro ?

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

15 – O que sua empresa mais valoriza ao firmar uma parceria com uma organização sem fins lucrativos (cite 3)?

1	
2	
3	

16 - Nos próximos 2 anos, sua empresa tem interesse em ampliar práticas relacionadas à responsabilidade sócio-ambiental?

	Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa socialmente responsável
	Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa responsável em relação ao meio-ambiente
	Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa responsável em ambos aspectos: social e ambiental.
	Não, mas há interesse em atuar em uma das duas áreas por afinidade.
	Não, não há interesse em atuar em nenhuma das duas áreas.
	Não sei/ Não se aplica

17 – Você gostaria que o IC apoiasse sua empresa na área de Responsabilidade Social Corporativa, tendo em mente os planos da empresa para os próximos 2 anos?

SIM	NÃO	NÃO SEI

Muito obrigada por sua participação!

Módulo 10

Caro Respondente,

Primeiramente, agradeço o empenho em contribuir, dedicando seu tempo. A presente pesquisa será utilizada em minha Dissertação de Mestrado que tem por objetivo analisar as implicações das alianças e redes com vistas à tomada de decisão estratégica em uma organização do terceiro setor.

De forma a coletar dados dos diferentes públicos envolvidos com a atividade do Instituto da Criança, dividimos a pesquisa em módulos, e você está recebendo o Módulo 10, estruturado para voluntários e pessoas que doam como pessoa física para o Instituto da Criança. Você deverá levar de 15 a 20 minutos para responder as 19 questões, que são, em sua grande maioria, de múltipla escolha.

Para que expresse livremente sua opinião, reforço o compromisso de confidencialidade dos dados.

I - Identificação do Respondente

Nome:	Ocupação/formação:
-------	--------------------

Deseja receber os dados consolidados desta pesquisa? ____ Sim / ____ Não

II – Envolvimento com o Instituto da Criança

1 – Como você conheceu o IC? (marque com um X)

Amigo Nome: _____	amigo de amigo Amigo1: _____ Amigo2: _____	apresentação em minha empresa	evento
Vi a logomarca e procurei informação	Conheci ao buscar um emprego	Soube de uma campanha beneficente	site

Outros: _____

2 – Há quanto tempo atua ou colabora com o trabalho do IC?

Há menos de um ano.	De 1 a 2 anos.	De 2 A 5 anos.	Há mais de 5 anos.
------------------------	----------------	----------------	--------------------

Desde o início? _____

3 – Por favor, marque a opção mais adequada em relação ao seu **atual envolvimento com o IC:**

(Doações diversas = roupas, alimentos, brinquedos, etc.).

Sou doador(a) de recursos financeiros, faço doações diversas, mas não atuo como voluntário(a).
Sou doador(a) de recursos financeiros, faço doações diversas, e sou voluntário (a).
Faço doações diversas e sou voluntário(a).
Somente faço doações diversas, mas não atuo como voluntário(a) nem como doador(a) de recursos financeiros.
Atuo somente como voluntário (a), e não faço doações.
Não colaboro hoje com o IC.

Por favor, complemente a sua resposta, **caso não colabore mais com o IC hoje.**

Não colabore mais com o IC porque:

--

4 – Qual era o seu envolvimento com o IC antes de 2007:

<input type="checkbox"/>	Fui doador(a) de recursos financeiros, de doações diversas, mas não atuava como voluntário(a).
<input type="checkbox"/>	Fui doador(a) de recursos financeiros, de doações diversas, e atuei como voluntário (a).
<input type="checkbox"/>	Fiz doações diversas e também atuei como voluntário(a).
<input type="checkbox"/>	Somente fazia doações diversas, mas não atuava como voluntário(a) nem como doador(a) de recursos financeiros.
<input type="checkbox"/>	Atuava somente como voluntário (a), e não fazia doações.
<input type="checkbox"/>	Não colaborava com o IC.

5 - Quando atuante junto ao IC como voluntário ou doador, você envolve(ia) seus amigos e familiares?

<input type="checkbox"/>	SIM	<input type="checkbox"/>	NÃO
--------------------------	------------	--------------------------	------------

6 – Você já foi a uma das reuniões semanais do IC, que são abertas?

(Se você é do grupo de SP ou de NY, responder em referência aos encontros periódicos, mas não semanais.)

<input type="checkbox"/>	Sim, fui somente uma ou poucas vezes.
<input type="checkbox"/>	Já frequentei e recentemente não tenho participado.
<input type="checkbox"/>	Participo esporadicamente.
<input type="checkbox"/>	Participo de praticamente todas as reuniões, me ausentando raramente.
<input type="checkbox"/>	Pretendo participar em breve.
<input type="checkbox"/>	Talvez um dia participe das reuniões, mas não tenho certeza.
<input type="checkbox"/>	Não pretendo participar das reuniões, prefiro apoiar de outras formas.

Você poderia complementar sua resposta caso a opção marcada tenha sido uma das primeiras?

--

7 – Quais são, dos projetos apoiados pelo IC, os 3 (ou até 3) que você tem mais afinidade, ou maior interesse em apoiar? Se não tiver preferência, por favor marque a última opção:

<input type="checkbox"/>	Lar Santa Catarina (em Petrópolis)	<input type="checkbox"/>	Vida Real (na Comunidade da Maré)
<input type="checkbox"/>	Recicla Vida (no Lixão de Bongaba)	<input type="checkbox"/>	Abrigo Reviver (em São Paulo)
<input type="checkbox"/>	Lar São José (em S.J.Meriti)	<input type="checkbox"/>	Maria Maria (em Barros Filho)
<input type="checkbox"/>	Programa Espaço Cidadão	<input type="checkbox"/>	Creche Francisca Nubiana (em Vilar dos Teles)
<input type="checkbox"/>	Não tenho preferência: confio ao IC a definição de prioridades.		

8 - Quantas horas por semana você dedica ao IC? (incluir reunião semanal, se for participante)

<input type="checkbox"/>	nenhuma: participo esporadicamente, mas acompanho as atividades via e-mail e eventos
<input type="checkbox"/>	até 2 horas
<input type="checkbox"/>	de 2 a 5 horas
<input type="checkbox"/>	de 5 a 10 horas
<input type="checkbox"/>	de 11 a 20 horas
<input type="checkbox"/>	Mais de 20 horas
<input type="checkbox"/>	me dedico em horário integral ao IC

9 – De que forma você acredita que irá contribuir com o Instituto da Criança nos próximos anos?

Por favor, marque uma ou mais opções de apoio ao IC que você julga ser viável em 2008/2009:

<input type="checkbox"/>	Recursos financeiros, mensalmente.
<input type="checkbox"/>	Recursos financeiros, esporadicamente
<input type="checkbox"/>	Doações diversas: doação de roupas, móveis, brinquedos.
<input type="checkbox"/>	Doação em campanhas esporádicas
<input type="checkbox"/>	Disponibilização de horas de trabalho como voluntário
<input type="checkbox"/>	Abertura de novas oportunidades e parcerias
<input type="checkbox"/>	Outros (favor especificar):
<input type="checkbox"/>	Não pretendo alterar o atual apoio.

10 – O que lhe atraiu para participar do IC? O que lhe atrai hoje?

--

11 – Que atividades gostaria de desempenhar futuramente?

--

Pretende aumentar o nº de horas semanais dedicadas ao IC no ano que vem?

(marque com X)

<input type="checkbox"/>	SIM	<input type="checkbox"/>	NÃO	<input type="checkbox"/>	NÃO SEI
--------------------------	------------	--------------------------	------------	--------------------------	----------------

12 – Por favor, indique o seu grau de satisfação em relação ao IC:

<input type="checkbox"/>	1 Muito insatisfeito	<input type="checkbox"/>	2 insatisfeito	<input type="checkbox"/>	3 Neutro	<input type="checkbox"/>	4 Satisfeito	<input type="checkbox"/>	5 Muito satisfeito
--------------------------	--------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	------------------------	--------------------------	------------------------------

13 – Quais seriam, de acordo com sua opinião, as principais forças e fraquezas do IC?

(dica: compare com outras organizações sem fins lucrativos)

FORÇAS	FRAQUEZAS

14 - Você encontra alguma lacuna no trabalho do IC? De que forma o IC poderia aprimorar essa questão?

--

III - Envolvimento com atividades sociais / ambientais / culturais:

15 – Você colabora atualmente com outras Organizações Não-Governamentais?

<input type="checkbox"/>	Sim. Como doador.	<input type="checkbox"/>	Não. E nunca colaborei.
<input type="checkbox"/>	Sim. Como voluntário.	<input type="checkbox"/>	Não. Mas já colaborei no passado.

16 - Você pretende, nos próximos dois anos, apoiar alguma atividade nas áreas abaixo?

(Indique até três opções de sua preferência):

<input type="checkbox"/>	Cultural	<input type="checkbox"/>	Social – em Educação
<input type="checkbox"/>	Meio Ambiente	<input type="checkbox"/>	Social - Geração de Renda
<input type="checkbox"/>	Esportes	<input type="checkbox"/>	Social – em Assistência Social
<input type="checkbox"/>	Social – em Saúde	<input type="checkbox"/>	outra (qual?)

17 – Pensando em projetos de cunho social, com quais das características distintivas da **população-alvo você mais se identifica?**

(Indique até três opções de sua preferência):

	crianças		terceira idade
	adolescentes ou jovens		mulheres
	adultos		minorias étnicas
	famílias		outros (quais?)

18 – Quais seriam, de acordo com sua opinião, **oportunidades e ameaças ao trabalho de uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, no atual contexto brasileiro ?**

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS

19 – O que você mais valoriza ao dar seu apoio (como voluntário e/ou como doador) a uma organização sem fins lucrativos (cite 3)?

1	
2	
3	

Muito obrigada por sua participação!

RESULTADO MÓDULO 8

Empresas parceiras do Instituto da Criança

Área de atuação da organização	
Indústria	4,17%
Comércio	20,83%
Serviços	75,00%
3º Setor	0,00%
Atua no RJ e/ou SP?	
RJ	50,00%
SP	4,17%
ambos	45,83%
Apóia outras ONGs?	
Sim	45,83%
Não	50,00%
Não Sei	4,17%
Possui ou está buscando certificações (ISO, etc.)? Quais?	
SIM	20,83%
NÃO	54,17%
NÃO SEI / NÃO RESPONDEU	25,00%
De que forma a empresa é tributada?	
lucro real	16,67%
lucro presumido	70,83%
Não Sei/Não se aplica	12,50%
Utiliza ou já utilizou alguma forma de doação incentivada (cultural, social, etc.)? Qual(is)?	
SIM	16,67%
NÃO	66,67%
NÃO SEI	16,67%
Pretende se utilizar nos próximos 2 anos?	
Sim	33,33%
Não	20,83%
Não Sei/Não se aplica	45,83%
Tem área de Resp. Social na empresa?	
Sim	25,00%
Não	70,83%
Não Sei/Não se aplica	4,17%
Se não - Pretende criar essa área nos próxs. 2 anos?	
Sim	12,50%
Não	29,17%
Não Sei/Não se aplica	29,17%
Relação da Empresa com o Instituto da Criança	
2 – Como você conheceu o IC? (marque com um X)	
Amigo ou parceiro comercial	66,67%
amigo de amigo	25,00%
apresentação em minha empresa	0,00%
evento	8,33%

Vi a logomarca e procurei informação	0,00%
Já conhecia de nome e recentemente procurei.	0,00%
Soube de uma campanha beneficente	0,00%
site	0,00%
3 – Há quanto tempo a empresa é parceira do IC?	
Há menos de um ano.	12,50%
De 1 a 2 anos.	45,83%
De 2 A 5 anos.	25,00%
Há mais de 5 anos.	12,50%
Desde o início	4,17%
5 - Como representante de sua empresa, por favor indique o grau de satisfação em relação ao IC:	
1 . Muito insatisfeito	0,00%
2 . insatisfeito	4,17%
3 . Neutro	4,17%
4 . Satisfeito	45,83%
5 . Muito satisfeito	45,83%
8 – Que forma de parceria sua empresa pretende ter com o Instituto da Criança nos próximos anos?	
Por favor, marque uma ou mais opções de apoio ao IC que você julga ser viável em 2008/2009:	
Recursos financeiros, mensalmente.	20,83%
Recursos financeiros, esporadicamente	25,00%
Recursos materiais: doação de produtos e/ou serviços da própria empresa.	79,17%
Doação em campanhas esporádicas	37,50%
Recursos humanos, com a disponibilização de horas de trabalho dos funcionários para trabalho voluntário	41,67%
Abertura de novas oportunidades e parcerias	66,67%
Espaço na mídia e divulgação do trabalho	54,17%
Outros (favor especificar):	8,33%
Não pretendo ampliar o atual apoio.	0,00%
9 – Quais são, dos projetos apoiados pelo IC, os 3 (ou até 3) que você tem mais afinidade, ou maior interesse em apoiar? Se não tiver preferência, por favor marque a última opção:	
Lar Santa Catarina (em Petrópolis)	8,33%
Recicla Vida (no Lixão de Bongaba)	4,17%
Lar São José (em S.J.Meriti)	4,17%
Programa Espaço Cidadão	8,33%
Vida Real (na Comunidade da Maré)	20,83%
Abrigo Reviver (em São Paulo)	0,00%
Maria Maria (em Barros Filho)	0,00%
Creche Francisca Nubiana (em Vilar dos Teles)	4,17%
Não tenho preferência: confio ao IC a definição de prioridades.	70,83%

Responsabilidade Sócio-Ambiental Corporativa	
11 – Área de atuação social/ambiental:	
Em qual(is) das áreas abaixo sua empresa realiza atividades hoje?	
Cultural	20,83%
Meio Ambiente	12,50%
Esportes	37,50%
Social – em Saúde	8,33%
Social – em Educação	41,67%
Social - Geração de Renda	12,50%
Social – em Assistência Social	62,50%
outra (qual?)	0,00%
Em qual(is) das áreas abaixo sua empresa deseja atuar nos próximos 2 anos?	
Cultural	37,50%
Meio Ambiente	41,67%
Esportes	37,50%
Social – em Saúde	16,67%
Social – em Educação	45,83%
Social - Geração de Renda	29,17%
Social – em Assistência Social	45,83%
outra (qual?)	4,17%
2 – Pensando sobre projetos de cunho social, com quais das características distintivas da população-alvo sua empresa mais se identifica? (Indique até três opções de sua preferência)	
crianças	79,17%
adolescentes ou jovens	75,00%
adultos	20,83%
famílias	12,50%
terceira idade	25,00%
mulheres	8,33%
minorias étnicas	0,00%
outros (quais?)	4,17%
13 - Avalie a seguinte afirmação: “ A minha empresa é uma organização socialmente responsável”.	
DT	0,00%
D	4,17%
ND / NC	33,33%
C	58,33%
CT	4,17%
16 - Nos próximos 2 anos, sua empresa tem interesse em ampliar práticas relacionadas à responsabilidade sócio-ambiental?	
Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa socialmente responsável	41,67%
Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa responsável em relação ao meio-ambiente	0,00%
Sim, queremos nos posicionar e ser uma empresa responsável em ambos aspectos: social e ambiental.	29,17%

Não, mas há interesse em atuar em uma das duas áreas por afinidade.	12,50%
Não, não há interesse em atuar em nenhuma das duas áreas.	8,33%
Não sei/ Não se aplica	12,50%
17 – Você gostaria que o IC apoiasse sua empresa na área de Responsabilidade Social Corporativa, tendo em mente os planos da empresa para os próximos 2 anos?	
SIM	66,67%
NÃO	4,17%
NÃO SEI / NÃO RESPONDEU	29,17%

RESULTADO MÓDULO 10

Pessoas físicas = doadores e/ou voluntários

Respostas às questões fechadas.

1 – COMO VOCÊ CONHECEU O IC? (Considerar os fundadores como nível 0. Portanto, a opção "através de amigo" deve ser marcada para quem conheceu através dos dois.)	
Amigo	19,2%
amigo de amigo	65,4%
apresentação em minha empresa	0,0%
evento	3,8%
Vi a logomarca e procurei informação	3,8%
Conheci ao buscar um emprego	3,8%
Soube de uma campanha beneficente	0,0%
site	3,8%
outros - participei desde o início	0,0%
2 - HÁ QUANTO TEMPO ATUA NO IC?	
Há menos de um ano	42,3%
de 1 a 2 anos	38,5%
de 2 a 5 anos	15,4%
Há mais de 5 anos	3,8%
Desde o início	0,0%
3 – Por favor, marque a opção mais adequada em relação ao seu atual envolvimento com o IC:	
Sou doador(a) de recursos financeiros, faço doações diversas, mas não atuo como voluntário(a).	19,2%
Sou doador(a) de recursos financeiros, faço doações diversas, e sou voluntário (a).	11,5%
Faço doações diversas e sou voluntário(a).	15,4%
Somente faço doações diversas, mas não atuo como voluntário(a) nem como doador(a) de recursos financeiros.	7,7%
Atuo somente como voluntário (a), e não faço doações.	34,6%
Não colaboro hoje com o IC.	11,5%

4 – Qual era o seu envolvimento com o IC antes de 2007:	
Fui doador(a) de recursos financeiros, de doações diversas, mas não atuava como voluntário(a).	11,5%
Fui doador(a) de recursos financeiros, de doações diversas, e atuei como voluntário (a).	15,4%
Fiz doações diversas e também atuei como voluntário(a).	11,5%
Somente fazia doações diversas, mas não atuava como voluntário(a) nem como doador(a) de recursos financeiros.	3,8%
Atuava somente como voluntário (a), e não fazia doações.	19,2%
Não colaborava com o IC.	38,5%
5 - Quando atuante junto ao IC como voluntário ou doador, você envolve(ia) seus amigos e familiares?	
SIM	76,9%
NÃO	23,1%
6 – Você já foi a uma das reuniões semanais do IC, que são abertas?	
(Se você é do grupo de SP ou de NY, responder em referência aos encontros periódicos, mas não semanais.)	
Sim, fui somente uma ou poucas vezes.	26,9%
Já frequentei e recentemente não tenho participado.	42,3%
Participo esporadicamente	7,7%
Participo de praticamente todas as reuniões, me ausentando raramente.	3,8%
Pretendo participar em breve.	19,2%
Talvez um dia participe das reuniões, mas não tenho certeza.	3,8%
Não pretendo participar das reuniões, prefiro apoiar de outras formas.	3,8%
7 – Quais são, dos projetos apoiados pelo IC, os 3 (ou até 3) que você tem mais afinidade, ou maior interesse em apoiar? Se não tiver preferência, por favor marque a última opção:	
Lar Santa Catarina (em Petrópolis)	23,1%
Recicla Vida (no Lixão de Bongaba)	7,7%
Lar São José (em S.J.Meriti)	11,5%
Programa Espaço Cidadão	42,3%
Vida Real (na Comunidade da Maré)	19,2%
Abrigo Reviver (em São Paulo)	3,8%
Maria Maria (em Barros Filho)	0,0%
Creche Francisca Nubiana (em Vilar dos Teles)	3,8%
Não tenho preferência	53,8%
8 - Quantas horas por semana você dedica ao IC? (incluir reunião semanal, se for participante)	
nenhuma: participo esporadicamente, mas acompanho as atividades via e-mail e eventos	73,1%
até 2 horas	11,5%

de 2 a 5 horas	7,7%
de 5 a 10 horas	3,8%
de 11 a 20 horas	0,0%
Mais de 20 horas	3,8%
me dedico em horário integral ao IC	0,0%
9 – De que forma você acredita que irá contribuir com o Instituto da Criança nos próximos anos?	
Por favor, marque uma ou mais opções de apoio ao IC que você julga ser viável em 2008/2009:	
Recursos financeiros, mensalmente.	26,9%
Recursos financeiros, esporadicamente	26,9%
Doações diversas: doação de roupas, móveis, brinquedos.	61,5%
Doação em campanhas esporádicas	30,8%
Disponibilização de horas de trabalho como voluntário	53,8%
Abertura de novas oportunidades e parcerias	19,2%
Outros	0,0%
Não pretendo alterar o atual apoio.	0,0%
12 – Por favor, indique o seu grau de satisfação em relação ao IC:	
1 . Muito insatisfeito	0,0%
2 . Insatisfeito	3,8%
3 . Neutro	19,2%
4 . Satisfeito	30,8%
5 . Muito satisfeito	46,2%
<u>III - Envolvimento com atividades sociais / ambientais / culturais:</u>	
15 – Você colabora atualmente com outras Organizações Não-Governamentais?	
Sim. Como doador.	38,5%
Sim. Como voluntário.	42,3%
Não. E nunca colaborei.	15,4%
Não. Mas já colaborei no passado.	19,2%
16 - Você pretende, nos próximos 2 anos, apoiar alguma atividade nas áreas abaixo?	
(Indique até 3 opções de sua preferência)	
Cultural	30,8%
Meio Ambiente	42,3%
Esportes	19,2%
Social – em Saúde	26,9%
Social – em Educação	76,9%
Social - Geração de Renda	26,9%
Social – em Assistência Social	38,5%
outra	3,8%

17 – Pensando em projetos de cunho social, com quais das características distintivas da população-alvo você mais se identifica?	
(Indique até 3 opções de sua preferência)	
crianças	80,8%
adolescentes ou jovens	57,7%
adultos	11,5%
famílias	11,5%
terceira idade	46,2%
mulheres	7,7%
minorias étnicas	7,7%
outros	7,7%