

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Quanto ao tipo de pesquisa, utilizamos a taxionomia apresentada por Vergara (VERGARA, 2006), que a qualifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi:

a) Exploratória, tendo em vista que:

- A implantação de um empreendimento de refino com as dimensões, propósito e amplitude do COMPERJ não é realizada no Brasil há mais de trinta anos, não havendo informações históricas apropriadas.
- As informações já obtidas pelo COMPERJ relacionam-se ao levantamento sócio-econômico da macro-região, com vistas à viabilidade para a instalação do empreendimento e possuem um caráter mais geral.
- As informações de percepção da população da macro-região obtidas pelo COMPERJ, quanto aos efeitos da implantação do empreendimento, são de conteúdo estratégico e reservado da PETROBRAS e não tratam sobre a dimensão de responsabilidade social do Centro de Integração do COMPERJ.

b) Descritiva, considerando que descreve as percepções das comunidades atendidas pelo Centro de Integração do COMPERJ, acerca do caráter de responsabilidade social de sua atuação.

Quanto aos meios, a pesquisa ocorreu sob as formas:

- a) Bibliográfica, uma vez que para a fundamentação teórica do estudo foi realizado um levantamento sobre os seguintes assuntos: Responsabilidade Social, Ética, Marketing Social, Percepção e Imagem da Marca.
- b) Documental, pois se buscou em documentos internos do COMPERJ, tais como o EIA, o RIMA e o Plano de Gestão do Centro de Integração do COMPERJ, as informações relacionadas a este estudo.
- c) Pesquisa de Campo, porque coletou dados em investigação empírica junto às comunidades atendidas pelo Centro de Integração do COMPERJ, por meio de questionário estruturado e focalizou acontecimento contemporâneo (YIN, 2001).

O Quadro 6 a seguir demonstra, a partir do problema da pesquisa, as questões intermediárias a serem investigadas e a respectiva metodologia abordada para a execução do estudo:

| Objetivo Principal do Estudo | |
|---|--|
| Conhecer a percepção das comunidades residentes na mesoregião de implantação do Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro em relação ao Centro de Integração do Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro, iniciativa de marketing social da Petrobras, fundamentada em aspectos de responsabilidade social. | |
| Perguntas Centrais | |
| I. Sob o ponto de vista do seu público-alvo o Centro de Integração do COMPERJ é uma iniciativa de Marketing Social? II. Ainda sob o ponto de vista do seu público-alvo, o Centro de Integração do COMPERJ é percebido como um projeto socialmente responsável? | |
| Questão Complementar 1 - O que caracteriza uma empresa socialmente responsável? | |
| Objetivos Intermediários | Metodologia |
| 1.1. Identificar quais são os conceitos e aspectos de avaliação da responsabilidade social corporativa, voltados à comunidade. | Identificação dos modelos de avaliação disponíveis na literatura pesquisada – Itens 2.4.2, 2.4.2.1 e 2.4.2.2. |
| 1.2. Apresentar um modelo alternativo aos encontrados na literatura para descrever as dimensões e indicadores da responsabilidade social corporativa, voltados às comunidades. | a) Comparação, análise dos modelos de avaliação disponíveis na literatura pesquisada – Item 2.4.3 b) Seleção e adequação dos aspectos relacionados diretamente ao relacionamento empresa e comunidades |
| Questão Complementar 2 - O Centro de Integração do COMPERJ (CICOMPERJ) é uma iniciativa de marketing social corporativo que atua na mudança do comportamento das comunidades? | |
| Objetivos Intermediários | Metodologia |
| 2.1. Avaliar até que ponto a atuação do CICOMPERJ é aderente aos aspectos que caracterizam o marketing social corporativo. | a) Comparação dos objetivos e da operação do CICOMPERJ com os aspectos que caracterizam as iniciativas sociais corporativas disponíveis na literatura pesquisada b) Análise e classificação do CICOMPERJ enquanto iniciativa social corporativa |
| 2.2. Identificar como a atuação do CICOMPERJ é percebida pelas comunidades como influenciadora na mudança do seu comportamento. | Pesquisa Exploratória |
| Questão Complementar 3 - A imagem da marca CICOMPERJ é percebida pelas comunidades como relacionada à responsabilidade social corporativa? | |
| Objetivo Intermediário | Metodologia |
| 3.1. Identificar como a atuação do CICOMPERJ é percebida pelas comunidades em relação aos aspectos de responsabilidade social. | Pesquisa Exploratória com base no Modelo de Responsabilidade Social Corporativa Comunitária |

Quadro 6 – Questões da Pesquisa e Metodologia de Estudo

Fonte: Elaboração Própria

3.2 Universo e Amostra

3.2.1 Universo

A área de interesse da pesquisa de campo foi definida com base nos públicos-alvos identificados pelo COMPERJ para o direcionamento do seu plano de comunicação, desenvolvido com o objetivo de informar, conscientizar e sensibilizar quanto às principais oportunidades e ações realizadas pelo Centro de Integração do COMPERJ à sociedade local.

O universo da pesquisa foi selecionado considerando os públicos-alvos do CICOMPERJ, estabelecidos a partir de avaliação conduzida pelo COMPERJ no período 2006/2007, que visou à obtenção de informações sobre a população da região impactada pelo empreendimento. Na ocasião, os públicos-alvos identificados pelo COMPERJ foram a imprensa, o Poder Público da região do empreendimento, as instituições de ensino, formadores de opinião e a população local, formada pelos habitantes dos onze municípios impactados pelo empreendimento, que poderão concorrer às vagas para os cursos do Centro de Integração do COMPERJ.

Com base nos públicos-alvos do COMPERJ, e atendendo aos objetivos da pesquisa, foi estabelecido que o universo da pesquisa de campo é formado pelos moradores dos onze municípios impactados pelo empreendimento - Itaboraí, São Gonçalo, Cachoeiras de Macacu, Casimiro de Abreu, Guapimirim, Niterói, Maricá, Magé, Rio Bonito, Silva Jardim e Tanguá - e que se inscreveram no processo seletivo para ingresso nos cursos oferecidos pelo Centro de Integração do COMPERJ.

A Tabela 1 a seguir demonstra os resultados do processo seletivo para ingresso nos cursos do CICOMPERJ no ano de 2007:

Tabela 1 – Processo Seletivo CICOPERJ 2007

| Municípios | Vagas | Inscritos | Aprovados | 20% Matriculados | Reprovados | Faltosos | % Matricula |
|---------------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------------|------------|--------------|----------------|
| São Gonçalo | 1.500 | 10.691 | 8.018 | 1.605 | 214 | 2.459 | 53% |
| Itaboraí | 480 | 1.642 | 1.298 | 260 | 32 | 312 | 9% |
| Niterói | 320 | 5.257 | 3.417 | 684 | 53 | 1.787 | 23% |
| Magé | 280 | 1647 | 1.136 | 227 | 17 | 494 | 8% |
| Guapimirim | 60 | 217 | 171 | 34 | 0 | 46 | 1% |
| Rio Bonito Cachoeiras de Macacu | 80 | 277 | 213 | 42 | 6 | 58 | 1% |
| Marica | 80 | 410 | 283 | 57 | 8 | 119 | 2% |
| Silva Jardim | 80 | 332 | 252 | 53 | 4 | 66 | 2% |
| Casimiro de Abreu | 40 | 132 | 100 | 20 | 7 | 25 | 1% |
| Tanguá | 40 | 50 | 30 | 6 | 0 | 20 | 0% |
| Tanguá | 40 | 89 | 69 | 14 | 5 | 15 | 0% |
| Total | 3.000 | 20.744 | 14.997 | 3.000 | 346 | 5.401 | |

Fonte: PETROBRAS (2007)

3.2.2 Amostra

A amostra foi definida pelos critérios de:

- Tipicidade (VERGARA, 2006): considerando a representatividade dos elementos em relação à população-alvo a ser pesquisada, sendo composta pelos moradores dos municípios supracitados.
- Acessibilidade (GIL, 1987) e Conveniência (MALHOTRA, 2006): por tratar-se das pessoas cadastradas no banco de dados do Centro de Integração do COMPERJ, relativo ao processo seletivo do ano de 2007, considerando que Itaboraí será o município-sede do COMPERJ, que São Gonçalo reuniu o maior número de inscrições e a disponibilidade dos alunos em curso no Centro de Integração para responder à pesquisa.
- Número pequeno de casos não-representativos (MALHOTRA, 2006): por tratar-se de pesquisa exploratória, não probabilística e que visou à percepção e compreensão do contexto do problema definido para a pesquisa.

Com base nos critérios de definição supramencionados, a amostra foi assim estabelecida:

- Por conveniência, foi definida uma linha de corte de cerca de 10% do total de inscritos nos municípios de Itaboraí (sede do COMPERJ) e de São Gonçalo, pólo de inscrição que reuniu o maior número de inscrições dentre os onze instalados na macroregião de instalação do COMPERJ.
- Inscritos e aprovados no processo seletivo de 2007 e que foram convocados para matrícula no CICOMPERJ (concluíram ou ainda encontravam-se concluindo os cursos de qualificação no período da pesquisa).
- Inscritos e aprovados no processo seletivo de 2007 e que não foram convocados para matrícula no CICOMPERJ (pertencentes ao Cadastro de reserva).
- Inscritos e reprovados no processo seletivo de 2007.
- Inscritos e faltosos ao processo seletivo de 2007.

A Tabela 2 apresenta a composição da amostra selecionada, conforme os critérios definidos:

Tabela 2 – Composição da amostra Processo Seletivo CICOMPERJ 2007

| Municípios | Inscritos | Aprovados | Em Cadastro | Matriculados | Reprovados | Faltosos |
|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| São Gonçalo | 10.691 | 8.018 | 6.413 | 1.605 | 214 | 2.459 |
| Itaboraí | 1.642 | 1.298 | 1.038 | 260 | 32 | 312 |
| Total | 12.333 | 9.316 | 7.451 | 1.864 | 246 | 2.771 |
| | | Itaboraí | 64 | 118 | 3 | 31 |
| | | São Gonçalo | 392 | 351 | 21 | 245 |
| | | Total | 456 | 469 | 24 | 276 |
| | TOTAL | | | 1.225 | | |

Nota: diferenças numéricas ocorrem na casa das unidades para os matriculados (20% dos aprovados), tendo em vista o arredondamento numérico.

Fonte: Elaboração Própria

3.3 Coleta de Dados

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os temas que formam o referencial teórico que serve de base para a realização da pesquisa de campo, para se definir conceitos e identificar meios de abordá-los. Os seguintes temas foram pesquisados:

- Responsabilidade Social Corporativa.
- Ética.
- Marketing Social Corporativo.
- Percepção.
- Imagem da Marca

Posteriormente, foram utilizados dados secundários sobre a atuação do Centro de Integração do COMPERJ. Foram buscadas fontes de informação de grande circulação e aquelas disponibilizadas pela Gerência de Relacionamento Externo do Empreendimento do Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro da PETROBRAS – AB-PQF/COMPERJ/REL, órgão responsável por estabelecer, conduzir e avaliar as diretrizes de articulação institucional para o empreendimento e efetuar a gestão do CICOMPERJ. Os dados secundários obtidos permitiram efetuar a comparação do conteúdo teórico com a atuação do CICOMPERJ, respondendo a uma parte das questões intermediárias da pesquisa, além de auxiliar no desenvolvimento da abordagem e formulação da concepção da pesquisa de campo (MALHOTRA, 2006).

A seguir, de modo a gerar dados primários de interesse à pesquisa (MALHOTRA, 2006) foi realizada a pesquisa de campo, de natureza qualitativa, baseada na amostra selecionada, o que proporcionou a percepção e a compreensão do contexto do problema definido na pesquisa.

Os dados da pesquisa de campo foram obtidos por meio de questionário composto de perguntas fechadas e uma aberta. As perguntas fechadas tiveram como base uma escala Likert de cinco pontos, exigindo que os entrevistados indicassem um grau de concordância ou discordância com cada uma das

afirmações abordadas (MALHOTRA, 2006). A pesquisa contou com somente uma única pergunta aberta, considerando que muitas das pessoas que compuseram a amostra selecionada possuíam o nível fundamental de escolaridade incompleto e poderiam sentir-se desestimuladas a redigir as suas impressões.

Os questionários foram aplicados por integrantes da Gerência de Relacionamento Externo do Empreendimento do Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro da PETROBRAS – AB-PQF/COMPERJ/REL durante o mês de setembro de 2008. Foram contatadas 1.225 (mil duzentas e vinte e cinco) pessoas, constantes no cadastro do processo seletivo de 2007 do CICOMPERJ, aleatoriamente, das seguintes maneiras:

- a) Aprovados e Matriculados que concluíram seus cursos, Aprovados e Não Matriculados, Faltosos e Reprovados: responderam as perguntas do questionário via telefone.
- b) Aprovados e Matriculados com curso em andamento: responderam diretamente as perguntas do questionário impresso nas salas de aula do Centro de Integração do COMPERJ.

Não foi feito uso de correio eletrônico (e-mail) para envio dos questionários, tendo em vista que os dados sócio-econômicos das pessoas em cadastro indicaram que a grande maioria não possuía computador próprio.

A Tabela 3 apresenta os resultados dos contatos efetuados junto às 1.225 (mil duzentas e vinte e cinco) pessoas procuradas:

Tabela 3 – Resultados dos dados coletados

| | | Matriculados | | Cadastrados, Reprovados e Faltosos | |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|------------------------------------|--------------|
| | | Quantitativo | Resposta (%) | Quantitativo | Resposta (%) |
| Itaboraí | Contatados | 118 | | 98 | |
| | Respondentes | 55 | 47% | 9 | 9% |
| S. Gonçalo | Contatados | 351 | | 658 | |
| | Respondentes | 144 | 41% | 81 | 12% |

Fonte: Elaboração Própria

A pesquisa obteve 289 (duzentas e oitenta e nove) respostas, o que corresponde ao percentual global de 24% de índice de resposta.

O público pesquisado, conforme os dados cadastrais obtidos e autorizados pela Gerência de Relacionamento Externo do Empreendimento do Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro da PETROBRAS – AB-PQF/COMPERJ/REL, situava-se na faixa de idade entre 17 e 52 anos, com renda de 0 a 4,5 salários mínimos e com nível de escolaridade variando entre a 5ª e a 9ª série do ensino fundamental.

Entre os não respondentes:

- 25% não atenderam ao chamado telefônico ou o telefone encontrava-se ocupado.
- 19% estavam com os dados desatualizados ou incorretos.
- 16% não se encontravam no local, no momento da chamada telefônica.
- 40% não quiseram responder à pesquisa.

3.4 Tratamento dos Dados

As informações teóricas obtidas neste estudo foram provenientes de artigos, livros e publicações acadêmicas e empresariais, tratadas segundo uma abordagem de análise de conteúdo, assim como deduções lógicas a partir dos conceitos apresentados.

As informações provenientes da pesquisa de campo foram processadas numa abordagem qualitativa, de modo a formar uma percepção acerca do problema definido, identificar possíveis questões não abordadas na literatura e conhecer algumas características particulares da amostra estudada.

É importante destacar que para as pesquisas na literatura disponível e no campo, buscou-se, conforme Vergara (2006) “[...] entender o fenômeno, interpretá-lo, perceber seu significado, tirar-lhe uma radiografia”.

Assim, buscou-se a interpretação hermenêutica tanto quanto possível, tendo em vista as diferenças culturais entre os textos escritos, muitos gerados no exterior do país, e as informações factuais advindas de realidade diversa. Para um

processamento adequado das informações, evitou-se a inferência de alguma qualidade ou característica não apresentada. No caso da presente pesquisa o aspecto efetivamente utilizado foi o de interpretação.

Tratando-se de uma pesquisa qualitativa de propósito exploratório, para o tratamento dos dados utilizou-se o recurso de análise de conteúdo. Para tanto, buscou-se, inicialmente, compreender as visões disponíveis sobre a responsabilidade social e o marketing social, abstrair pontos importantes em comum nas visões diversas, estabelecer as diferenças conceituais e delimitar os aspectos fundamentais dos temas para a condução do estudo.

Em seguida, o Centro de Integração do COMPERJ foi avaliado em relação às suas características, propósito, gestão e sustentabilidade. Após o cruzamento entre o arcabouço teórico e o objeto de interesse, seguiu-se o confronto desses com os fatos captados no campo, caminhando para a formação das percepções e visões

As perguntas de pesquisa foram respondidas utilizando-se o arcabouço teórico e as informações factuais, momento em que foi possível confrontar as proposições teóricas da literatura estudada com a prática verificada na pesquisa de campo.

3.5 Limitações do Método

O presente estudo, tendo em vista tratar-se de um estudo exploratório, apresenta limitações que devem ser consideradas quando da interpretação dos seus resultados. Segundo Vergara (VERGARA, 1997) “todo método tem possibilidades e limitações”. Neste estudo, as principais limitações observadas são:

1. A não atemporalidade dos resultados obtidos, pois o estudo apresenta uma fotografia da situação atual, não permitindo inferências seguras sobre a continuidade das percepções identificadas, na medida em que a implantação física do

COMPERJ prosseguir e as conseqüentes questões sócio-econômicas surgirem.

2. A amostra utilizada, embora tenha se prestado ao desenvolvimento das análises, pode não refletir de forma realista a percepção real dos integrantes das comunidades da macro região de instalação do COMPERJ, mas somente a percepção dos respondentes.
3. A amostra selecionada contou com uma maioria de pessoas que concluíram ou ainda estão freqüentando os cursos do Centro de Integração. Esta situação pode ter causado um viés na percepção dos respondentes, avaliando o CICOMPERJ de maneira mais positiva. Caso fossem ouvido um número maior de reprovados ou faltosos no processo seletivo de 2007, o resultado poderia ser diferente.
4. O pequeno tamanho da amostra estabelecida por conveniência, de cerca de 10% do total dos inscritos em dois municípios – Itaboraí e São Gonçalo – em relação ao universo de inscritos dos onze municípios da macroregião de instalação do COMPERJ, quase dezessete vezes maior, em relação à totalidade dos moradores desses municípios, não permite que se faça inferência sobre o que pensam as pessoas e comunidades não consultadas a respeito da atuação do CICOMPERJ.
5. A utilização de uma amostra não probabilística impossibilita análises estatísticas sobre os resultados encontrados.
6. O índice de respostas global – 24% – pode ter interferido na qualidade das conclusões.
7. A pesquisa abordou dois temas que ainda encontram-se em consolidação no cenário acadêmico e empresarial, o que a torna não exaustiva.
8. O Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro é um empreendimento em fase de projeto, com poucas obras físicas em andamento e prazo de conclusão em 2012.