

Critério 3: Clientes e Sociedade

3.1 Imagem e Conhecimento de Mercado

a) Definição, Execução e Controle das Práticas de Gestão

A definição dos segmentos de mercado e dos clientes alvo é feita por meio da Prática de Conhecimento do Mercado, cujo padrão, descrito a seguir, é de responsabilidade do Serviço Comercial e de Comunicação, SECOM.

O IEN segmenta o mercado e agrupa os seus clientes em função dos macroprocessos do Instituto, dos tipos de produtos e serviços oferecidos e levando em consideração as peculiaridades do setor nuclear. Esta segmentação está apresentada no mapa do negócio do IEN, visto na tabela 2 do Perfil da Organização.

Os produtos e serviços oferecidos pelo Instituto possuem alto valor tecnológico agregado, voltados para atender diversas necessidades do setor nuclear, nos seus segmentos da indústria, da saúde e do governo. De forma geral, o setor nuclear do país está constituído em seus vários segmentos pelas grandes empresas apresentadas na tabela 3.1, cada uma atuando em um determinado segmento do setor, representando o conjunto dos *stakeholders* do IEN.

EMPRESA	SEGMENTO
Comissão Nacional de Energia Nuclear - CNEN	Segurança, radioproteção e desenvolvimento tecnológico
Eletróbás Termonuclear S.A.- ELETRONUCLEAR	Geração de energia nucleoe elétrica
Indústrias Nucleares do Brasil S.A - INB	Ciclo do combustível nuclear
Nuclebrás Equipamentos Pesados S.A. - NUCLEP	Fabricação de equipamentos pesados
Institutos Militares	Desenvolvimento tecnológico e formação de pessoal
Sociedade Brasileira de Biologia e Medicina Nuclear - SBBMN	Saúde
Universidades	Ensino
Agência Internacional de Energia Atômica - AIEA	Cooperação Técnica Salvaguardas
Agência Brasileiro Argentina de Contabilidade e Controle - ABACC	Salvaguardas

Tabela 3.1. Grandes empresas do setor nuclear que atuam no país.

O IEN atua também no mercado correlato, principalmente no segmento petroquímico por intermédio da Petrobrás/CENPES.

As necessidades dos clientes atuais, potenciais e de ex-clientes são levantadas por meio da Prática de Levantamento das Necessidades dos Clientes, cujo padrão, apresentado na figura 3.1, é de responsabilidade do SECOM. Esse padrão é executado sempre que ocorre uma participação em evento externo.

As necessidades dos clientes são levantadas basicamente:

- Por meio da participação de pesquisadores e tecnólogos em congressos e eventos, nacionais e internacionais, dos diversos setores relacionados às suas atividades, bem como nas visitas técnicas efetuadas por esses profissionais aos clientes atuais e potenciais;
- Participação da alta direção em seminários e congressos, fóruns nacionais e internacionais do setor nuclear, reuniões setoriais com os *stakeholders* do IEN e em reuniões de integração com os clientes.

Após a participação em cada congresso ou evento, o pesquisador ou tecnólogo preenche o “Formulário de Resultados da Participação em Eventos Externos”, ilustrado na figura 3.2, onde relata o que foi detectado como oportunidade para o IEN, levando em consideração os aspectos mercadológicos, possíveis parcerias e cooperações técnicas, novos clientes, possíveis inovações tecnológicas, produtos e/ou serviços que o IEN tenha competência para desenvolver, novas práticas de gestão, *benchmarks*, ações

comunitárias e outros, e encaminha este formulário ao SECOM, que registra o seu recebimento e o encaminha ao GDCI (Grupo de Desenvolvimento do Capital Intelectual) para análise e emissão de relatórios mensais à alta direção.

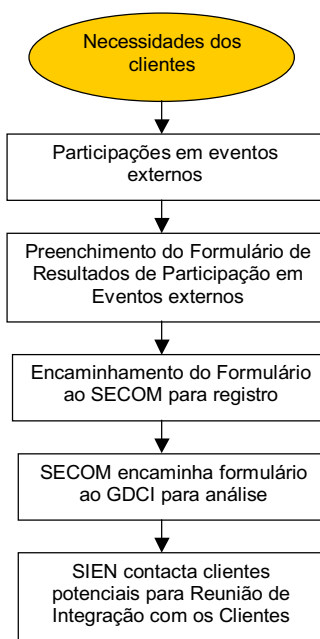


Figura 3.1. Padrão de levantamento das necessidades dos clientes.

1. Nome do Servidor		2. Cargo	
3. Formação/Nível		4. Lotação/Ramal	
5. Tipo de Evento	6. Nome do Evento		
7. Instituição / Local de realização			
8. Data de Início		9. Data de Término	
10. Resultados evidenciados pela participação no evento (Relatar o que você detectou como oportunidades para o IEN no evento em questão – Considerar , além de outros que achar necessário, aspectos mercadológicos, possíveis parcerias e cooperações técnicas, novos clientes, possíveis inovações tecnológicas, produtos e/ou serviços que o IEN tenha competências para desenvolver, novas práticas de gestão, benchmarkings, ações comunitárias, etc.).			
Assinatura:			Data:

Figura 3.2. Formulário de Resultados da Participação em Eventos Externos.

As participações mencionadas, possibilitam a identificação das necessidades e tendências do mercado atual e potencial, bem como a identificação dos clientes que necessitam de um desenvolvimento estratégico ou de inovações tecnológicas específicas.

Como conseqüência das identificações citadas, o corpo técnico do Instituto desenvolve trabalhos de pesquisa para a obtenção e/ou melhoria de produtos e serviços que beneficiem a sociedade, bem como, em caso de desenvolvimentos tecnológicos para atender nichos específicos de mercado, mantém contato por

meio de reuniões e visitas técnicas aos clientes, para detalhar as necessidades detectadas e conceber as características e especificações dos produtos/serviços a serem desenvolvidos.

A tabela 3.2 apresenta exemplos das ações efetuadas pelo IEN no sentido de atender necessidades dos clientes atuais, potenciais e de ex-clientes.

Necessidade Levantada	Parte interessada	Ação efetuada
Radiofármaco para diagnóstico de neuroblastomas e doenças cardíacas com menor dose para o paciente e melhor qualidade de imagem.	Clínicas, Hospitais e Laboratórios de medicina nuclear	Pesquisa, desenvolvimento e lançamento do radiofármaco meta-iodobenzilguanidina (MIBG) marcado com I-123 ultrapuro
Insumo básico para a realização de exames com a técnica de Tomografia por Emissão de Pósitrons (PET).	Clínicas, Hospitais e Laboratórios de medicina nuclear	Pesquisa, desenvolvimento e lançamento do Radiofármaco Fluorodeoxiglicose (FDG)
Instrumento para monitorar áreas que apresentem emissão de radiações ionizantes, com custo inferior ao importado e com garantia de assistência técnica.	Todo o setor nuclear do país	Desenvolvimento e lançamento do Sistema de Monitoração de Área Digital 7027
Monitoração do nível de radiação dos rejeitos radioativos sólidos liberados para coleta pelo serviço de coleta pública, com custo inferior ao importado e com garantia de assistência técnica.	Clínicas e Hospitais de medicina nuclear	Desenvolvimento e lançamento do Monitor de Rejeitos Hospitalares MRH 7029
Aumento na confiabilidade, segurança e eficiência de sistemas de controle operacional de instalações industriais, especialmente de usinas nucleares, contribuindo para o desenvolvimento de sistemas de suporte ao operador e de salas de controle avançadas que minimizem a probabilidade da ocorrência destes erros.	Indústria e setor nuclear do país	Projeto do Laboratório de Interfaces Homem/Sistema (LABIHS)

Tabela 3.2. Ações efetuadas para satisfação das necessidades dos clientes atuais e potenciais.

A difusão e comunicação da imagem e da marca do IEN, bem como das suas atividades, produtos e serviços, é efetuada por meio da Prática de Divulgação, cujo padrão, apresentado a seguir, é de responsabilidade do Serviço Comercial e de Comunicação – SECOM, que centraliza toda a comunicação do Instituto com seus clientes no que se refere aos aspectos comerciais e é responsável pela realização de todas as ações referentes à comunicação e divulgação institucional, por meio dos seguintes mecanismos:

- *Home page* na *internet*, no endereço <http://www.ien.gov.br>;
- Divulgação da *home page* nos *sites* das empresas as quais o IEN é associado e nos *sites* de busca na *internet* (Ex. Tecpar, cadê, altavista, prossiga, etc.)
- Publicações nacionais e internacionais, efetuadas pelos pesquisadores e tecnologistas;
- Envio de folhetos e *folders* via mala direta à clientes atuais e potenciais;
- Distribuição de *shape CD-ROM* de apresentação do IEN e de catálogo de produtos, serviços e atividades;
- Envio de *releases* de divulgação para a grande imprensa (principalmente jornais e revistas) de notícias sobre o IEN de interesse geral;
- Emissão e distribuição bimestral do "Jornal do IEN" para o público interno, clientes, empresas associadas, setor nuclear, universidades, bibliotecas e imprensa em geral;
- Reuniões da Alta Direção com os *stakeholders* do IEN e em eventos que congregam os vários segmentos do setor nuclear;
- Participações do SECOM, em feiras, congressos, *workshops* e eventos em geral, com mostra de produtos, folhetos, publicações, painéis e vídeos institucionais;
- Participações de pesquisadores e tecnologistas do IEN em congressos, seminários e eventos técnico-científicos nacionais e internacionais;
- Artigos publicados pela mídia especializada;
- Visitas às instalações do IEN de autoridades do setor nuclear nacional e internacional;
- Visitas quinzenais às instalações do IEN de alunos de escolas da rede pública estadual e visita de alunos universitários;
- Contato direto dos clientes atuais e potenciais com o SECOM;
- Contatos técnicos diretos feitos entre os clientes atuais e potenciais às áreas técnicas do instituto.
- Organização de eventos abertos à mídia em suas instalações.

A clareza e adequação das mensagens divulgadas são asseguradas, uma vez que todo o conteúdo técnico do material utilizado nas diversas formas de comunicação e divulgação do Instituto, já descritas, é elaborado por um jornalista do SECOM a partir das informações encaminhadas pelos profissionais qualificados, e revisado por eles para garantia da fidelidade das informações, sendo em seguida submetido à Alta Direção para aprovação de sua divulgação nos meios pertinentes. O fluxograma da figura 3.3 apresenta as etapas deste padrão.

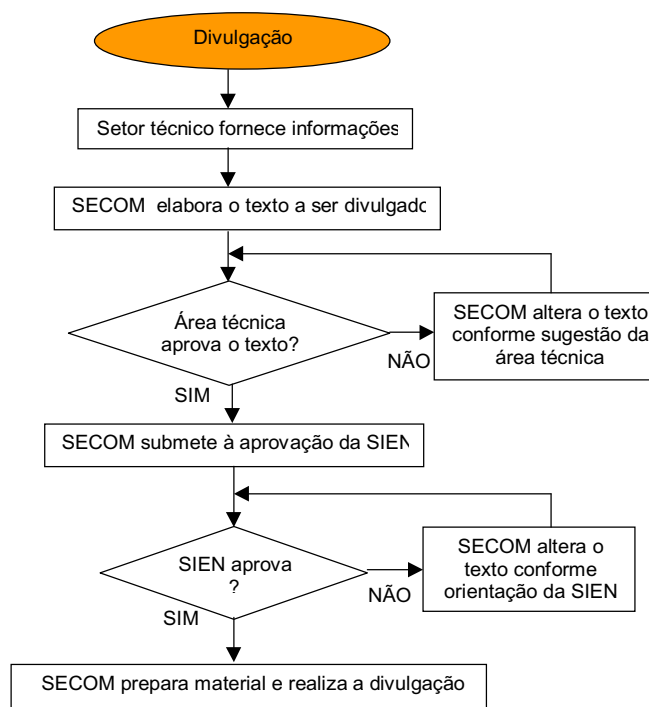


Figura 3.3. Padrão de divulgação do IEN.

Uma das formas de identificação e avaliação dos níveis de conhecimento dos clientes a respeito das marcas e produtos do Instituto é feito por meio do número de visitantes ao *site* do IEN, efetuado pelo Serviço de informática – SEINF através do *Webalyser*, programa que tem como objetivo analisar o arquivo com as informações de acesso ao site do IEN. A coleta de informações é realizada automaticamente quando um usuário acessa o site do IEN, após isto a SEINF executa mensalmente o programa *Webalyser* que extrai e organiza as informações do acesso.

A disseminação e a continuidade das práticas de Imagem e Conhecimento de Mercado estão evidenciadas na tabela 3.3.

Prática de Gestão	Disseminação para	Continuidade
Conhecimento do Mercado	Todos os setores	Desde 2000
Levantamento das Necessidades dos Clientes	Todos os setores	Desde 2002
Divulgação	Todos os setores	Desde 2000
Medição do conhecimento da marca IEN pelos clientes	SEINF, SECOM, AD	Desde 2001

Tabela 3.3. Disseminação e continuidade das práticas de Imagem e Conhecimento de Mercado.

As informações referentes ao controle dos padrões de Imagem e Conhecimento de Mercado estão apresentadas na tabela 3.4. As ações decorrentes do controle são implementadas pelo SECOM.

Prática	Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Padrão
Conhecimento do Mercado	SECOM	Organizações dos setores nuclear e correlatos	2 vezes/ano	Clientes alvo identificados para todas as competências do IEN
Levantamento das Necessidades dos Clientes	SECOM	No. de formulários de resultados de participação em eventos recebidos/No. de formulários de solicitação para participações em eventos deferidos	2 vezes/ano	100%
Divulgação	SECOM	Material a ser divulgado	contínua	100% aprovado pela SIEN
Medição do conhecimento da marca IEN pelos clientes	SEINF	Medição do No. de acessos ao site do IEN	1 vez/mês	Medições realizadas 12 vezes/ano

Tabela 3.4. Controle dos padrões de Imagem e Conhecimento de Mercado.

b) Aprendizado

As informações referentes ao aprendizado dos padrões de Imagem e Conhecimento de Mercado estão apresentadas na tabela 3.5. As melhorias são implementadas pelo SECOM a partir das definições da Alta Direção.

Aprendizado da Imagem e Conhecimento de Mercado			
Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Quando
AGQ + AD	RAF da ABIPTI % de recursos aplicados em divulgação Padrões de trabalho	1 vez/ano	Elaboração do PMG Análise crítica Elaboração do RG
Evolução da Imagem e Conhecimento de Mercado			
Ano	Oportunidade para Melhoria	Melhoria implementada no ano seguinte	
1999	Implantar práticas	Prática de conhecimento do mercado	
2000	Assegurar a clareza, autenticidade e conteúdo das mensagens	Definição do padrão de divulgação	
2001	Estabelecer padrões e controles Avaliação do nível de conhecimento da marca IEN pelos clientes	Padrões e controles estabelecidos Prática de medição do nível de conhecimento da marca IEN pelos clientes	

Tabela 3.5. Aprendizado dos padrões de Imagem e Conhecimento do Mercado.

3.2 Relacionamento com clientes

a) Definição, Execução e Controle das Práticas de Gestão

Os canais de relacionamento com os clientes são selecionados em função do perfil do IEN de instituição de pesquisa e desenvolvimento tecnológico do setor nuclear, e dos segmentos de mercado atendidos por seus produtos e serviços. O IEN disponibiliza canais de acesso direto por intermédio de contatos pessoais nas reuniões com os *stakeholders* e eventos técnico-científicos, nas visitas técnicas aos clientes atuais e potenciais, nas reuniões de integração com os clientes, e canais de acesso remoto por meio de telefone, e-mail, fax e espaço específico no site do IEN na *internet*. Esses canais permitem aos clientes solicitar produtos, serviços e assistências, oferecer sugestões e registrar reclamações.

O tratamento das reclamações ou sugestões é efetuado por meio da Prática de Atendimento a Reclamações, cujo padrão, apresentado na figura 3.4, é de responsabilidade do SECOM, que é o canal centralizado de comunicação do IEN com seus clientes. Esse padrão é executado sempre que ocorre uma reclamação ou sugestão de cliente. A postura institucional é de procurar atender, o quanto antes, as

reclamações apresentadas. Como forma de disseminação, o resultado das análises das informações (sugestões e reclamações) e as ações/soluções implementadas por cada setor envolvido são repassadas por sua divisão às demais divisões do instituto, por meio das reuniões semanais com a alta direção do IEN. As sugestões referentes a especificação de produto ou inovação tecnológica são consideradas pelo setor técnico pertinente, que avalia a possibilidade de atendê-las. Exemplos desta prática estão refletidos na tabela 3.2.

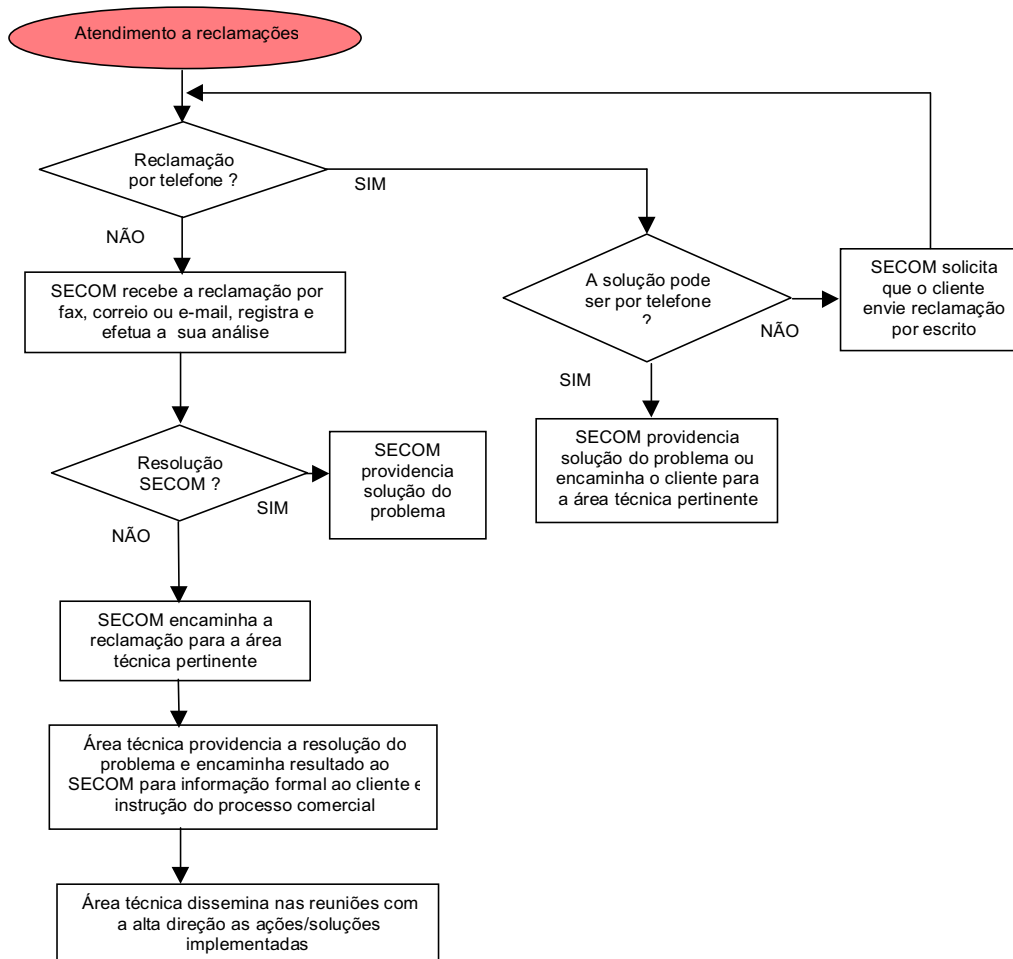


Figura 3.4. Padrão de tratamento de reclamações dos clientes.

As transações recentes realizadas junto aos clientes são acompanhadas pelo SECOM através da emissão quinzenal de um relatório de diligenciamento comercial, onde são analisados e atualizados todos os dados referentes aos pedidos dos clientes. Este acompanhamento é realizado com o objetivo de evitar problemas iniciais de relacionamento, ou seja, quando são detectadas possíveis divergências ou problemas que poderão ocorrer no andamento do processo comercial, são tomadas ações imediatas para a solução da questão.

O atendimento aos clientes é efetuado pela Prática de Atendimento a Consultas, cujo padrão apresentado na figura 3.5 é de responsabilidade do SECOM e é executado sempre que ocorre uma consulta de cliente. A centralização do contato comercial no SECOM proporciona um padrão uniforme de atendimento aos clientes. Esse padrão é complementado pela parte referente aos setores técnicos, apresentada no item 6.1 deste relatório.

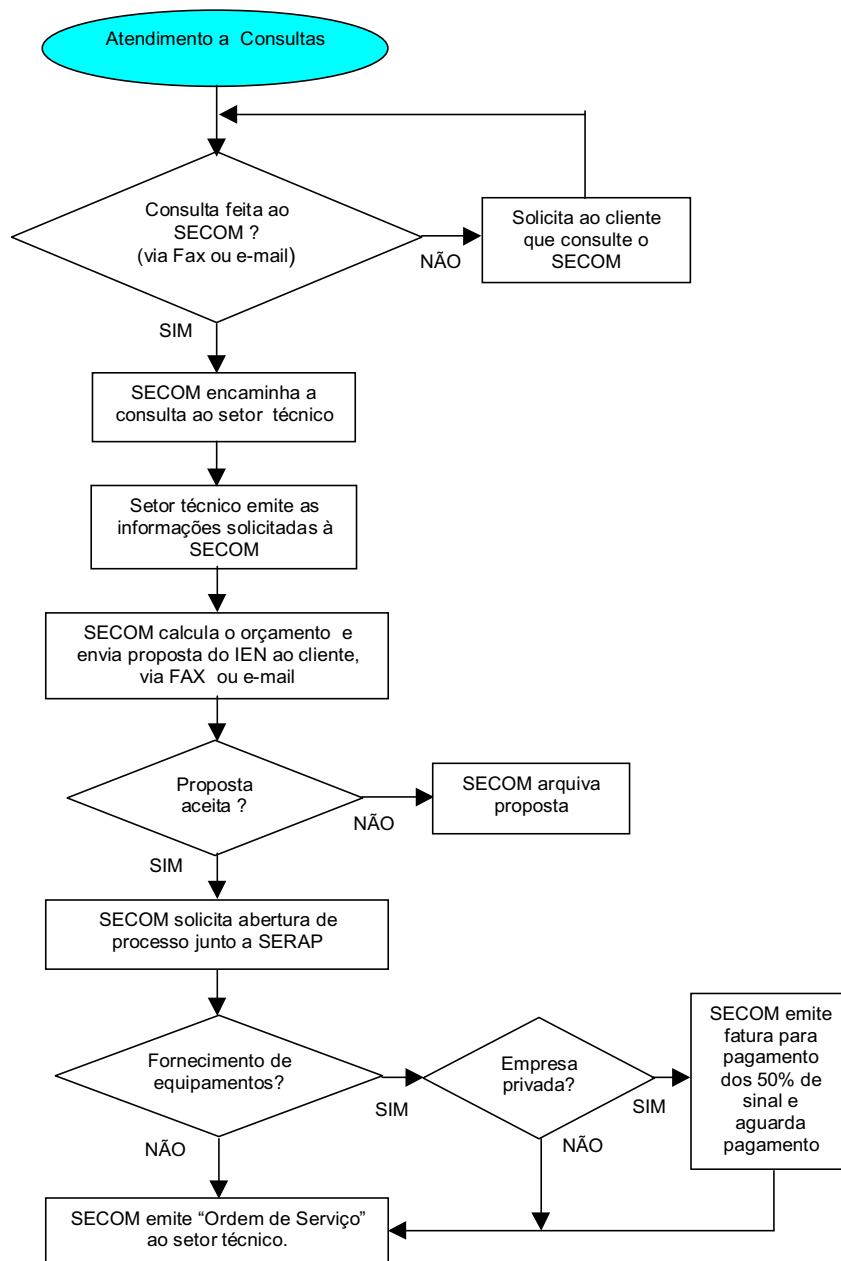


Figura 3.5. Padrão de atendimento a consultas de clientes.

O IEN elaborou uma pesquisa formal para identificar o grau de satisfação e conhecimento dos clientes atuais, aplicada especificamente aos clientes de radiofármacos. Essa pesquisa ofereceu algumas oportunidades e informações que possibilitaram planejamentos, ou reforçaram opções de ações pelo Instituto. Uma ação implementada pelo SECOM, com base no resultado desta pesquisa que identificou que nem todos os médicos das instituições respondentes utilizam o I-123 Ultra Puro, foi a inclusão, a partir do ano de 2001, em sua carta proposta de fornecimento, uma nota na qual lembra o “Princípio de Otimização” (Norma CNEN-NE-3.01), onde informa aos clientes a importância da substituição do uso de certos fármacos, quando outros, menos agressivos ao corpo se encontram disponíveis. Devido ao baixo percentual de respostas obtidas com esta prática, um novo padrão baseado em tele-entrevista foi recém estabelecido e está apresentado no item de aprendizado.

Pela especificidade dos produtos e serviços fornecidos pelo Instituto, para a grande maioria da clientela, não há concorrência no mercado nacional, contudo a busca constante pela obtenção da satisfação dos clientes levou o IEN às seguintes melhorias em seus produtos:

- A entrega de equipamentos mais sofisticados passou a ser acompanhada de um técnico especializado, que providencia a instalação e testa o equipamento no local, acompanhado pelo cliente. Na ocasião o cliente emite um relatório de satisfação;
- Todos os equipamentos, a partir do final de 1999, passaram a ter prazo de garantia de um ano;
- Toda reclamação de cliente passou a ser atendida com prioridade;
- Foi otimizada a logística de entrega dos radiofármacos;
- O conjunto de equipamentos Monitor de Radiação MIR 7026 e Sonda Panqueca SPQ 7026 passou a ser entregue ao cliente em uma maleta apropriada tipo case que favorece a sua guarda e a sua utilização no campo;

A disseminação e a continuidade das práticas de Relacionamento com Clientes estão evidenciadas na tabela 3.6.

Prática de Gestão	Disseminação para	Continuidade
Canais de relacionamento com os clientes	Todos os setores	Desde 2000
Atendimento a Reclamações	Todos os setores	Desde 2000
Acompanhamento das transações	SECOM	Desde 2001
Atendimento a consultas	Todos os setores	Desde 2000

Tabela 3.6. Disseminação e continuidade das práticas de Relacionamento com Clientes.

As informações referentes ao controle dos padrões de Relacionamento com Clientes estão apresentadas na tabela 3.7. As ações decorrentes do controle são implementadas pelo SECOM.

Prática	Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Padrão
Canais de relacionamento com os clientes	SECOM	Informações dos clientes	Contínua	Acessos diários aos canais remotos
Atendimento a Reclamações	SECOM	Tratamento das reclamações	Semestral	100% das reclamações tratadas
Acompanhamento das transações	SECOM	Relatório de diligenciamento	Semestral	100% dos processos com relatório de diligenciamento
Atendimento a consultas	SECOM	Ordem de Serviço	Semestral	100% dos serviços com "OS" emitida

Tabela 3.7. Controle dos padrões de Relacionamento com Clientes.

b) Aprendizado

As informações referentes ao aprendizado dos padrões de Relacionamento com Clientes estão apresentadas na tabela 3.8. As melhorias são implementadas pelo SECOM a partir das definições da Alta Direção.

Aprendizado de Relacionamento com Clientes			
Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Quando
AGQ + AD	RAF da ABIPTI % de reclamações recebidas Pesquisa de satisfação dos clientes Padrões de trabalho	1 vez/ano	Elaboração do PMG Análise crítica Análise crítica Elaboração do RG
Evolução de Relacionamento com Clientes			
Ano	Oportunidade para Melhoria	Melhoria implementada no ano seguinte	
1999	Implantar práticas	Prática de atendimento a consultas	
2000	Tratamento de reclamações	Prática de atendimento a reclamações	
2001	Estabelecer padrões e controles Avaliação da satisfação dos clientes	Padrões e controles estabelecidos Pesquisa de satisfação dos clientes	

Tabela 3.8. Aprendizado dos padrões de Relacionamento com Clientes.

Como exemplo de melhoria resultante do aprendizado, o IEN, com o objetivo de avaliar a satisfação dos clientes de uma forma mais eficaz, estabeleceu uma nova prática de pesquisa de satisfação do cliente, a ser efetuada por telefone, visto ter sido considerada mais eficiente, com base em *benchmarking* efetuado junto a instituições associadas a ABIPTI, cujo padrão de trabalho está relacionado na tabela 3.9 a seguir:

Prática: Pesquisa sobre a Satisfação de Clientes		
Padrão de trabalho:		
Objetivo: Identificação do nível de satisfação dos clientes de produtos e serviços do IEN.		
Perfil qualitativo dos clientes:		
<ul style="list-style-type: none"> • Os clientes avaliados têm, em sua maioria, conhecimento técnico do serviço ou produto adquirido; • Podem ser clientes freqüentes ou esporádicos ; • São passíveis de vendas cruzadas, uma vez que os equipamentos adquiridos sofrerão, a princípio, manutenção pelo IEN e/ou podem ser complementados com acessórios e os clientes de radiofármacos também são clientes em potencial de equipamentos de medicina nuclear e de radioproteção 		
Metodologia: Pesquisa por telefone com preenchimento de questionário com questões abertas e fechadas sistematizada da seguinte forma:		
<ul style="list-style-type: none"> • Os clientes serão contatados por telefone e serão informados do objetivo da ligação e esclarecidos sobre o significado de cada pergunta. Para a definição da periodicidade da pesquisa, os clientes foram divididos em 02 Grupos (grupo 01 – clientes freqüentes e Grupo 02 clientes esporádicos) • O questionário comportará 02 perguntas fechadas, que representem numa escala de 1 a 4 o nível de satisfação do cliente, e 01 pergunta aberta que possibilite ao cliente detalhar os aspectos mais importantes e/ou complementares da sua resposta. As questões referem-se ao nível de satisfação dos seguintes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atendimento durante o processo de compra; ▪ Nível de satisfação com o produto adquirido x expectativas ▪ Necessidades complementares (questão aberta) • Os dados recebem tratamento estatístico e os resultados são encaminhados para as áreas envolvidas e para a direção do IEN, para análise e formulação de estratégias de melhoria na satisfação dos clientes. No caso do Grupo 01, os dados tabulados serão entregues nos meses de julho e Janeiro e no caso do grupo 02 os dados serão entregues mensalmente. No caso de notas inferiores a 3, o SECOM imediatamente reportará a informação à área envolvida para que seja efetuada uma análise do motivo da insatisfação demonstrada pelo cliente. 		
Periodicidade da Pesquisa		
	Periodicidade	Clientes
Grupo 01	Semestral – Em junho e Dezembro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Clientes de Radiofármacos ▪ Clientes de Serviços de Radioproteção
Grupo 02	Após 30 dias da compra ou da execução do serviço.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Clientes de equipamentos ▪ Clientes de Manutenção de Equipamentos ▪ Clientes de projetos e de serviços customizados ▪ Clientes de análise química e ensaios de materiais

Tabela 3.9. Padrão de pesquisa de satisfação de clientes.

3.3 Interação com a Sociedade

a) Definição, Execução e Controle das Práticas de Gestão

A perspectiva “Segurança” no painel de bordo institucional explicita a importância estratégica dispensada pelo IEN à avaliação e tratamento de impactos, atuais e potenciais, de produtos, processos e instalações sobre os ecossistemas, a comunidade periférica e a sociedade de forma geral. Essas questões são executadas no IEN por meio da Prática de Avaliação de Impacto Ambiental, cujo padrão é descrito a seguir, que utiliza como referência as normas da Comissão Nacional de Energia Nuclear, CNEN, órgão regulador do setor nuclear no país, e orientações internacionais da Agência Internacional de Energia Atômica, AIEA e da Comissão Internacional de Proteção Radiológica, ICRP. Esse padrão é de responsabilidade da Divisão de Segurança e Radioproteção, DISR e é executado sempre que alguma atividade é realizada.

Todos os processos do IEN que lidam com material nuclear ou radioativo têm suas atividades acompanhadas por supervisores de proteção radiológica, além de possuírem instrumentação de monitoração permanente nos laboratórios. Essas instalações submetem-se ao processo de certificação de instalações nucleares e radiativas da CNEN. Essas atividades são executadas em obediência aos três princípios básicos da proteção radiológica, quais sejam:

Princípio da justificação

“Nenhuma prática envolvendo exposição à radiação será adotada a menos que produza um benefício líquido positivo.”

Princípio da otimização

“Toda exposição será mantida tão baixa quanto razoavelmente exequível, levando-se em conta fatores econômicos e sociais.”

Princípio da limitação da dose individual

“A dose eqüivalente para indivíduos não deverá exceder os limites recomendados pela *International Commission on Radiological Protection – ICRP*, para cada circunstância apropriada.

No que concerne às atuações em casos de emergência radiológica, o IEN desenvolve trabalhos em duas frentes: em nível local, para atender as demandas internas, e em nível nacional, mediante participação no SAER – Serviço de Atendimento à Emergência Radiológica, que congrega grupos de diversas unidades do país para atuarem em casos de emergência relacionados às usinas nucleares de Angra I e II, ou outros, como por exemplo o acidente de Goiânia com o elemento césio-137.

Com relação aos processos que emitem efluentes sólidos, líquidos e gasosos, suas atividades são executadas em obediência aos requisitos legais e regulamentares relativos a questões ambientais estabelecidas pelo IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis. Neste particular, o IEN e o IBAMA estão atualmente promovendo a assinatura de um TAC - Termo de Ajuste de Conduta, para compromisso no atendimento a legislação ambiental.

A prática da Cultura de Segurança, já comentada no item 1.2 deste relatório, cujo padrão é apresentado na figura 3.6, representa uma prática inovadora e pró ativa referente às questões de segurança de processos industriais, especialmente em instalações nucleares e radiativas, como é o caso do IEN. Essa prática considera que nessas organizações a excelência no desempenho significa, antes de tudo, excelência em segurança, e tem como objetivo modificar os fundamentos da cultura de segurança atual, criando atitudes e comportamentos na força de trabalho da Instituição que priorizem a segurança, frente a situações que apresentem riscos operacionais.



Figura 3.6. Padrão da prática de aprimoramento da cultura de segurança.

O padrão utilizado baseia-se nas orientações da Agência Internacional de Energia Atômica – AIEA, que define cultura de segurança como sendo “aquele conjunto de características e atitudes da organização e dos indivíduos que estabelece que, como prioridade insuperável, as questões relacionadas à segurança nuclear recebem a atenção assegurada pelo seu significado.” A execução deste padrão é de responsabilidade da Divisão de Instrumentação e Confiabilidade Humana, DICH, em conjunto com o Comitê de Cultura de Segurança do IEN, CCS, criado para conduzir as discussões referentes ao tema e elaborar o Plano de Melhoria da Cultura de Segurança, que visa identificar e implantar novas práticas de gestão dentro

dos critérios de excelência do PNQ associados aos fatores organizacionais identificados como críticos na pesquisa. Esse Comitê é formado por representantes de cada uma das Divisões técnicas do IEN, acrescidos dos Presidentes da AGQ, e da CIPA, sendo presidido pelo Chefe da Divisão de Segurança e Radioproteção do IEN, DISR. A periodicidade deste padrão é bianual.

As pendências ou sanções referentes aos requisitos legais, regulamentares, éticos ou contratuais envolvendo o Instituto são tratadas por intermédio da Procuradoria Jurídica da CNEN. Atualmente, não existe qualquer tipo de ação contra o IEN.

Com relação às necessidades da comunidade, a Prática de Cidadania baseia-se na conscientização institucional com relação à importância estratégica de buscar uma maior inserção nas comunidades. O padrão atual do IEN consiste basicamente em atender todas as demandas solicitadas ao Instituto, e procurar identificar algumas necessidades, sendo a comunidade da Ilha do Fundão o ponto de partida, por intermédio de sua participação no Fórum das Entidades da Ilha do Fundão, recentemente criado. Como exemplos de ações comunitárias, menciona-se o atendimento a emergências radiológicas na UFRJ; o fornecimento de iodo-123 ultra-puro e de nitrogênio líquido para utilização em estudos e teses na UFF – Universidade Federal Fluminense; a participação em cursos de pós-graduação do IME e da UFRJ, por meio de aulas ministradas por servidores do IEN no Reator Argonauta e no Ciclotron CV-28; o recebimento das visitas de alunos de escolas técnicas às suas instalações e; palestras realizadas, há sete anos, para o Instituto de Química da UFRJ. Além de contribuições técnicas, o IEN participa de campanhas de doação de alimentos e vestuários para hospitais públicos, reciclagem de cartuchos de impressora, fluoretação para filhos de servidores, e outras.

A satisfação das comunidades atendidas vem sendo demonstrada por meio de telefonemas e correspondências encaminhadas ao Instituto, agradecendo os serviços prestados e a forma eficiente com que ocorreram.

A liderança no apoio e no fortalecimento das comunidades vem sendo realizada, pelo IEN, por meio de efetiva participação em diversas associações comunitárias do país, como a Associação Brasileira de Energia Nuclear ABEN, a Associação Brasileira de Proteção Radiológica, a Associação Brasileira de Física Médica, a Seção Latino Americana da Sociedade Nuclear Americana, LAS/ANS e a Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro – Redetec, além do fórum de entidades da Ilha do Fundão, já mencionado.

A disseminação e a continuidade das práticas de Interação com a Sociedade estão evidenciadas na tabela 3.10.

Prática de Gestão	Disseminação para	Continuidade
Avaliação de Impacto Ambiental	Todos os setores técnicos	Desde 1999
Cultura de Segurança	Todos os setores	Desde 2001
Cidadania	Todos os setores	Desde 2000

Tabela 3.10. Disseminação e continuidade das práticas de Interação com a Sociedade.

As informações referentes ao controle dos padrões de Interação com a Sociedade estão apresentadas na tabela 3.11. As ações decorrentes do controle são implementadas pelos setores responsáveis (DISR, DICH ou SIEN).

Prática	Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Padrão
Avaliação de Impacto Ambiental	DISR	Supervisões de operação	rotineira	Supervisão de todas as operações
Cultura de Segurança	DICH	Realização da pesquisa	1vez a cada 2 anos	Pesquisa realizada com pelo menos 80% da força de trabalho
Cidadania	SIEN	Atendimento das demandas comunitárias	rotineira	Todas as demandas atendidas

Tabela 3.11. Controle dos padrões de Interação com a Sociedade.

b) Aprendizado

As informações referentes ao aprendizado dos padrões de Interação com a Sociedade estão apresentadas na tabela 3.12. As melhorias decorrentes do aprendizado são implementadas pelos setores pertinentes, a partir das orientações estabelecidas pela Alta Direção e AGQ.

Aprendizado da Interação com a Sociedade			
Responsável	Indicador/Informação	Freqüência	Quando
AGQ + AD	RAF da ABIPTI No. de acidentes com radiação ionizante Índice global da cultura de segurança Padrões de trabalho	1 vez/ano	Elaboração do PMG Análise crítica Análise crítica Elaboração do RG
Evolução da Interação com a Sociedade			
Ano	Oportunidades para Melhoria	Melhorias implementadas no ano seguinte	
1999	Implementar práticas	Ampliação dos contatos com as comunidades	
2000	Zelo da imagem perante a comunidade	Implantação da prática de cultura de segurança	
2001	Estabelecer padrões e controles Informações utilizadas no aprendizado	Padrões e controles estabelecidos Práticas de aprendizado definidas	

Tabela 3.12. Aprendizado dos padrões de Interação com a Sociedade.