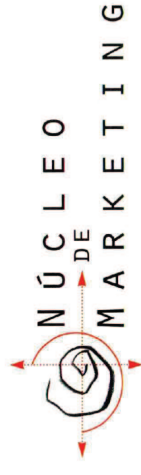


PETROBRAS

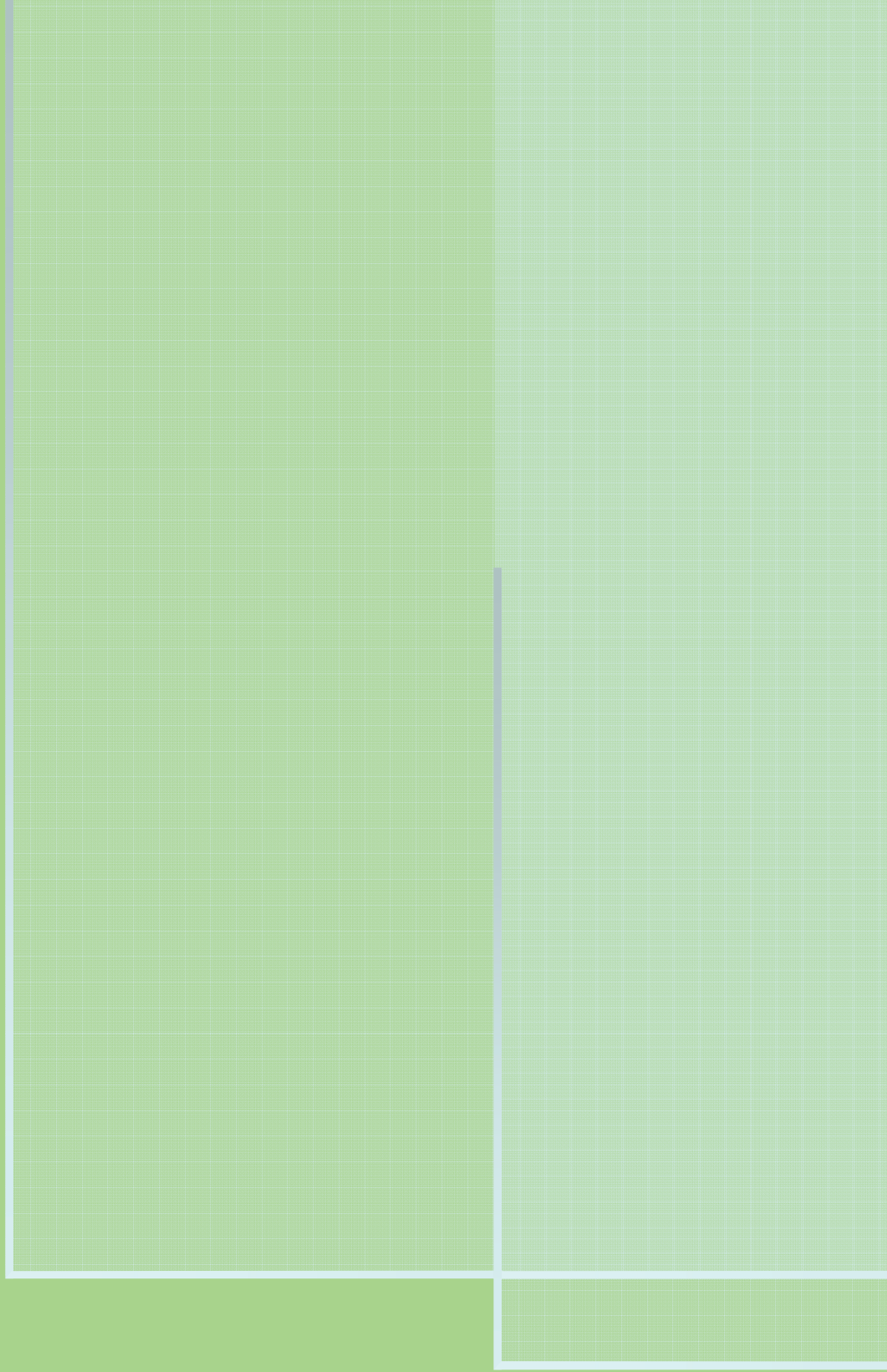
Responsabilidade Social e Ambiental

Consulta aos Stakeholders

Agosto / 2005



OBJETIVOS



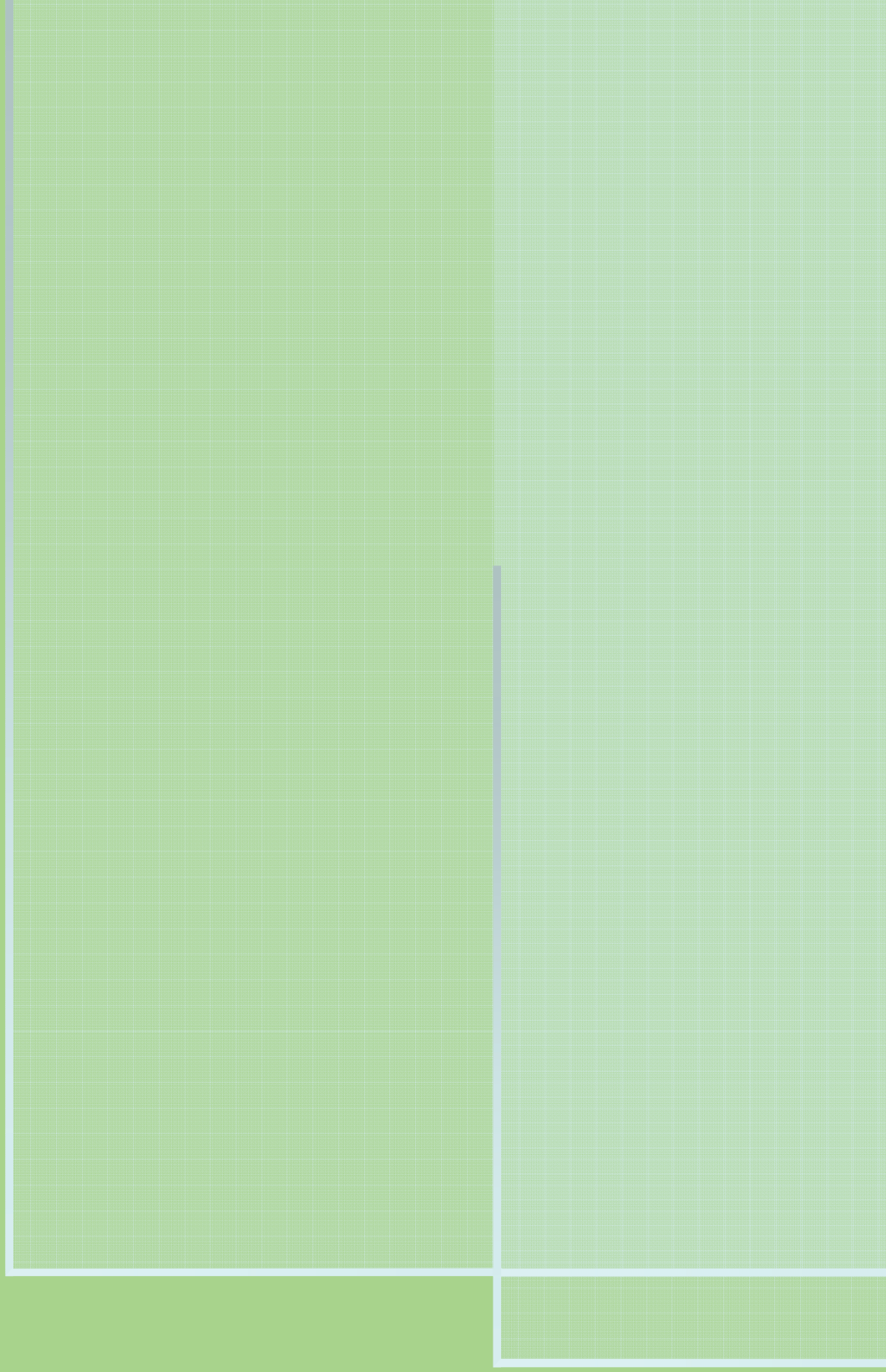
❑ Promover um inventário de opinião, junto aos stakeholders, objetivando:

- ✓ Identificar o conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).
- ✓ Conhecer a visão sobre a Petrobras em termos de RSE, em relação ao conjunto da sociedade e ao segmento estudado.
- ✓ Avaliar o Balanço Social e Ambiental da Petrobras.
- ✓ Levantar as expectativas, levando em conta a sociedade como um todo, e o segmento em particular.

❑ Com a finalidade de identificar áreas de oportunidade.

- ✓ Nas ações de Responsabilidade Social da Petrobras.
- ✓ E na comunicação dessas ações, tomando por base o Balanço Social e Ambiental da Petrobras.

MÉTODOS



□ Foram conjugadas duas técnicas:

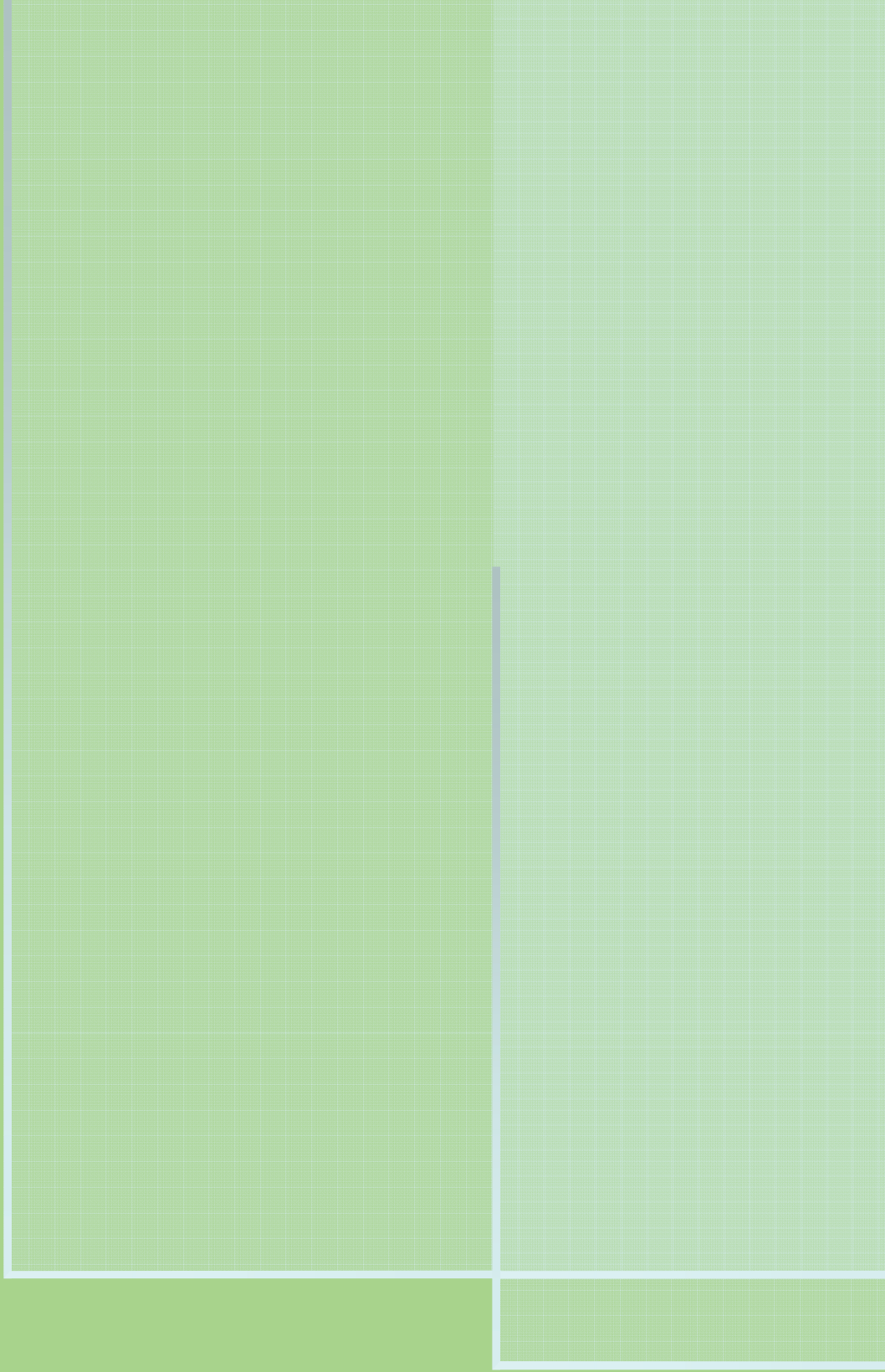
- ✓ Discussões em Grupo – 2 grupos
- ✓ E Entrevistas em Profundidade - 35 ao todo.

□ Pesquisados 9 segmentos:

- ✓ 2 segmentos com a técnica de Discussões em Grupo
 - **Cidadão Comum** (Grupo AB em SP) e **Empregado da Petrobras** (um grupo no Rio – perfil profissional).
- ✓ 7 segmentos com a técnica de Entrevistas em Profundidade, com 5 entrevistas em cada segmento → **Imprensa , Acionista, ONG, Poder Público** (Rio e SP) **Comunidade** (no entorno das unidades operacionais da Petrobras: Reduc, Macaé e Angra dos Reis - RJ), **Fornecedor** e **Cliente** (SP).

□ Entrevistas realizadas entre 27/7 e 10/8.

RESULTADOS



RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Responsabilidade Social Empresarial: Conceitos

"Responsabilidade Social significa algo, mas nem sempre é a mesma coisa para todos. Para alguns, ela representa a idéia de responsabilidade ou obrigação legal; para outros, significa um comportamento responsável no sentido ético; para outros, ainda, o significado é o de responsável por alguma coisa num modo pontual. Muitos, simplesmente, equiparam-na a uma contribuição caridosa; outros tomam-na pelo sentido de socialmente consciente."

(Dow Votaw)

- ❑ Essa citação é a que melhor expressa a pluralidade de idéias sobre RSE identificada nesse estudo.
- ❑ Idéias que são diferenciadas não só entre segmentos, mas, em alguns casos, até intra-segmentos.

Responsabilidade Social Empresarial: Conceitos

□ A diversidade na percepção do significado de RSE percorre todo o estudo.

"Eu entendo que a empresa tem que cumprir com a responsabilidade sobre a parte social da comunidade, não só em termos de pessoas que estão naquela área carente, como na forma ambiental."

(Comunidade)

"É uma parcela da sociedade contribuindo para parcelas menos favorecidas."

(População AB/SP)

"Honestidade com relação aos impostos, respeito pelo cliente, pelos empregados, respeito pelo meio ambiente...ética é fundamental."

(Funcionário)

Responsabilidade Social Empresarial: Conceitos

"Bem estar de seus empregados e da comunidade, não confundir com assistencialismo ou doação."

(Imprensa)

"É a ética da própria organização. É toda uma relação com o seu entorno, com a sociedade e com o país...é uma coisa contínua."

(ONG)

"Responsabilidade social hoje não vem apenas do tipo que Lions ou Rotary fazem no sentido de caridade. Vem no sentido de se perceber que se tem um ambiente mais hostil em termos sociais."

(Poder público)

Responsabilidade Social Empresarial: Conceitos

"No momento em que a empresa já está dando emprego para uma pessoa, ela já está assumindo uma certa responsabilidade. Só de ter essa pessoa trabalhando, o que nesse país é difícil."

(Acionista)

"Faz parte da cultura da organização, começa com a segurança dos funcionários, do patrimônio e da comunidade ao redor."

(Cliente)

"É preparar a sociedade em que você vive e não só o meio ambiente ecológico, mas o ambiente urbano."

(Fornecedor)

Responsabilidade Social Empresarial:

Eixos Principais

- ❑ A profusão de idéias converge, entretanto, para alguns denominadores comuns → os grandes **eixos** do conceito de RSE.

ÉTICA/PARceria/CONTINUIDADE

- ❑ **Ética** → presente no discurso da maioria dos segmentos, exceção de Acionista e Poder Público.
- ❑ **Parceria** → indicado por quase todos os públicos, exceto Acionista, População Geral e Funcionário.
- ❑ **Continuidade** → explícito em ONG e Imprensa e na expectativa da maioria, sendo comum a concordância de que "**RSE não se resume em distribuir algumas cestas básicas e se afastar.**"

Responsabilidade Social Empresarial:

Eixos Principais

- **Ética** → significativo de respeito/ responsabilidade em relação aos stakeholders aos elementos naturais e aos compromissos legais.
- **Parceria** → oposto de paternalismo ou de imposição.
 - ✓ Surge após o exame do Balanço, principalmente em **ONG** (interesse em atrair a Petrobras para seus projetos), **Fornecedor** e **Cliente** (a disposição de compartilhar).
- **Continuidade** – sugestivo de programa/ de sustentabilidade, não interrupção.

Responsabilidade Social Empresarial: Eixos Principais

- ❑ Comunidade e Fornecedor lembram a importância da fiscalização como garantia de bom desempenho.
 - ✓ Comunidade revela preocupação com a intermediação, por parte do poder público local, temendo desvios/ destinações indébitas da verba.
 - ✓ Fornecedor preocupa-se com o dano que pode causar uma iniciativa sem continuidade aos beneficiados.

Responsabilidade Social Empresarial: Motivação do Empresário

- A **tomada de consciência** do empresário, resultante de um movimento amplo e universal de RS, não seria sua única motivação.
- Apontam outros fatores:
 - ✓ Percepção de **falência / descrédito do Estado**, gerando transferência de responsabilidade do público para o setor privado.
 - ✓ **Pressão social interna e externa à empresa**, motivando ações.

Responsabilidade Social Empresarial: Motivação do Empresário

- ✓ **Ganhos** (em imagem, produtividade, resultado) por parte da empresa reconhecida como socialmente responsável.
- ✓ **Competitividade do mercado e necessidade de certificação** – a motivar ações para Acionista, Cliente e Fornecedor.
- Por outro lado, é voz geral de que RSE não é um modismo passageiro, e sim, uma nova ordem que veio para ficar.

Responsabilidade Social Empresarial: Motivação do Empresário

- ❑ Esses fatores têm suas motivações e outros envolvimento.
 - ✓ A pressão interna é função de conquistas históricas.
 - ✓ A pressão externa (violência urbana, exclusão) remete ao conceito de que uma empresa não sobrevive saudavelmente numa sociedade doente e hostil.
 - ✓ A transferência de responsabilidade para o particular é vista pelo grupo paulista (classe social AB) como uma incoerência, em razão dos altos impostos no Brasil.
 - ✓ Entre funcionários há quem veja como risco que ações fundamentais na sociedade fiquem por conta da decisão de lideranças da empresa e não de políticas públicas.

Responsabilidade Social Empresarial: Atributos Selecionados

- ❑ No conjunto, os atributos sugeridos e cotados como imprescindíveis são:

Defesa do Meio Ambiente
Valorização dos Funcionários
Postura ética em relação a Cliente
Relação ética com a Comunidade
Pagamento de impostos devidos
Postura ética em relação a Fornecedor
Apoio e investimentos em Projetos Sociais

Responsabilidade Social Empresarial: Atributos

- Essa seleção tem uma certa lógica.
 - ✓ **Meio Ambiente** – entendido como preocupação que deve ser, inclusive, do indivíduo. Selecionado em todos os segmentos.
 - ✓ **Valorização do Funcionário** – funciona o pensamento: uma empresa só pode se voltar para fora, depois de cuidar-se internamente. Só não consta da lista de Comunidade.
 - ✓ **Postura ética em relação a Cliente** – importância da oferta de produtos de qualidade/ sem riscos. Ausente apenas nas listas de Comunidade e de Poder Público.

Responsabilidade Social Empresarial: Atributos

- ✓ **Relação ética com a Comunidade** – relação com pressão social e impacto no ambiental local. Não priorizado por Acionista e Poder Público.
 - ✓ **Pagamento de impostos** – parte integrante das obrigações legais.
 - ✓ **Postura ética com Fornecedor** – associa-se à credibilidade da própria empresa.
 - ✓ **Apoio / investimento em Projetos Sociais** – engloba educação, cultura, esporte, mas direcionados para população carente.
- Acionista acrescenta: ética em relação ao seu segmento.

Responsabilidade Social Empresarial: Atributos

- Essa lógica estende-se ao posicionamento em segundo plano de alguns dos atributos sugeridos:
 - ✓ **Apoio/ investimento em Esporte em Cultura** – não seriam essenciais se dissociados da ação social.
 - ✓ **Geração de empregos** – não garante à empresa a qualificação de socialmente responsável, por não excluir práticas ilícitas.
 - ✓ **Promoção da diversidade** – traço polêmico em alguns segmentos.
 - ✓ **Padrão de exigência em relação a Fornecedor** – integrado à Ética na Produção.
 - ✓ **Práticas anti-corrupção** – condição básica, que se espera presente em todas as relações.
 - ✓ **Doações a instituições** – associado por muitos a Assistencialismo.

Empresa Socialmente Responsável: Exemplos

- ❑ Nomes citados, pelo menos por três segmentos, como exemplo de RSE.

Petrobras
Natura
Vale do Rio Doce
Bradesco
Votorantin
Banco Real

- ❑ Note-se que Petrobras é a única petroleira, e que Natura foi matéria de importante revista.

Empresa sem Responsabilidade Social: Exemplos

- ❑ Em geral, não dão nomes de empresa socialmente irresponsável, por temerem cometer injustiça ou sofrer retaliação.
- ❑ Jornalistas alegam não ter informações suficientes.
- ❑ Poder público teme pela consequência de uma injúria.
- ❑ Dois setores são vistos como irresponsáveis pela prática de trabalho infantil/ escravo:

Madeiras e Carvoarias do norte do país.

Empresa sem Responsabilidade Social: Exemplos

❑ **Ações e omissões que caracterizam a empresa irresponsável socialmente.**

Usar trabalho infantil/ escravo

Poluir/ envenenar o meio ambiente

Burlar a lei/ permitir prática de corrupção

Só visar lucro

Não respeitar os direitos do trabalhador

**Não ter esquema de segurança na produção/ meio ambiente/
funcionários**

Investir 10 em RS e gastar 100 para divulgar

Não zelar/ afetar a comunidade/ afetar a saúde

Adulterar produto/ usar produto pirata desrespeitar o cliente

Não se preocupar com suas relações - cliente/ fornecedor.

PETROBRAS VISÃO DA EMPRESA EM RSE

Visão Geral da Petrobras

- Espontaneamente evocam a representação da Empresa: mais do que brasileira, é parte do Brasil e motivo de orgulho nacional.

"A bandeira da Petrobras pode ser um símbolo. As pessoas mais simples misturam muito a Petrobras com o Brasil pelo BR. Eu vejo isso na minha casa. A Petrobras...se ela fizer o bem, o governo do Brasil vai ser o bem, se ela fizer o mal, o governo fez o mal. Espero que ela seja o braço na área social e chegar primeiro do que o governo" Se não for com dinheiro, com sua credibilidade".

(Poder Público)

Visão Geral da Empresa

- ❑ Em SP a Empresa sofre alguma contaminação da idéia negativa de entidade estatal, exceto por Fornecedor e Cliente.
 - ✓ Essa contaminação está mais presente no grupo paulista AB.
 - ✓ Já Cliente e Fornecedor de SP, talvez pela proximidade, conferem alta credibilidade à Empresa.

"É uma ética impecável. Nunca vi na Petrobras nada que não fosse ético."
(Cliente)

Visão Geral da Empresa

□ Já no Rio a dimensão de empresa pública é abstraída, conferindo grande credibilidade à Petrobras.

"Fazer esses programas sociais, independente da prefeitura, onde é só politicagem, e se a gente traz direto da Petrobras, não tem isso. Não vai de favor, porque a Petrobras é nossa, é brasileira."
(Comunidade)

Visão Geral da Empresa

- ❑ Muitos fazem referência aos acidentes e, exceto por um ou outro participante do grupo paulista AB, essas referências são logo neutralizadas:
 - ✓ Pelo comportamento transparente da Petrobras, quando das ocorrências.
 - ✓ Porque acidentes acontecem, especialmente para empresas que operam com produtos de risco. Ex: Aviação.
 - ✓ Ou porque a Petrobras tem história e ações altamente compensatórias, com destaques para: conquista da auto-suficiência em petróleo, domínio tecnológico, presença no exterior, na F1 e ações em RS.

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ Todos reportam à grandiosidade e a excelência da Empresa em Tecnologia, considerando suas conquistas empresariais já como prova de RSE.
- ❑ É geral a concordância de que a Petrobras é uma Empresa socialmente responsável.

"A Petrobras hoje no Brasil é uma das empresas que melhor entende o conceito de responsabilidade social corporativa...tem uma ação social mais abrangente. É um padrão dentro da responsabilidade social corporativa."
(ONG)

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ Muitos a vêem como ícone ou lhe atribuem o papel de vetor, de exemplo em RSE para o Brasil.
- ❑ Outros cobram que assuma mais claramente esse esse papel, divulgando melhor suas ações/estimulando o Setor Empresarial.
- ❑ De memória, citam:

**Tamar / Peixe Boi / Baleia
Mova Brasil / Tele-curso**

Apoio ao esporte

Apoio à cultura/ teatro, cinema, música

Inclusão sem Fronteira

Fome Zero

Comunidade de Camaçari

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ Os projetos têm repercussão e avaliação diferenciadas.
- ❑ Espontaneamente lembrados por vários.
 - ✓ **Tamar** – único citado em todos os segmentos, e sempre valorizado.
 - ✓ **Fome Zero** – bastante lembrado, mas muito criticado (exceto por Comunidade) → baixa credibilidade no projeto/ no governo.
 - ✓ **Apoio à Cultura** – bastante citado, mas sofre críticas → investimento elitista.
 - ✓ **Apoio ao Flamengo** → criticado por alguns paulistas.

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ Projetos sempre valorizados, mas com citações isoladas, às vezes, vindas de uma única pessoa.
 - ✓ **Peixe Boi/ Baleia.**
 - ✓ **Projeto na área de Educação/ Mova Brasil/ Inclusão sem Fronteiras** - especialmente valorizados.
 - ✓ **Automobilismo infanto-juvenil (Kart).**

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ A crítica ao aporte em cultura tem duas vertentes:
 - ✓ Sugere ser muito voltado para a elite, desconsiderando que há aportes focados em comunidades carentes.
 - ✓ O peso do investimento em cultura, no total das contribuições para a sociedade.

 - ❑ A expectativa sobre a Petrobras é tão forte que gera cobranças, algumas extremadas.
 - “***Eu espero tudo.***”
(Poder Público)

 - ✓ Na Comunidade, a visão da Empresa é tão idealizada, que se demanda um papel de grande provedora.
- “A Empresa (Petrobras) e a comunidade tornam-se uma família, então a função dela deveria ser total.”**

Petrobras como empresa socialmente responsável

- ❑ Os demais segmentos apontam.
 - ✓ Falta fiscalização
 - ✓ Comunicação deficiente
 - ✓ Pulverização nas ações
 - ✓ Peso excessivo nos patrocínios culturais
 - ✓ Ingerência Política
- ❑ As cobranças retornam sob a forma de expectativas e de maneira mais específica.

BALANÇO SOCIAL e AMBIENTAL DA PETROBRAS – Edição 2004

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

- ❑ O documento é desconhecido.
 - ✓ Alguns informam tê-lo recebido, mas constataram que não era o documento apresentado.
 - ✓ O que não significa que desconheciam totalmente as ações de RSE da Petrobras.
- ❑ O primeiro impacto é positivo.
 - ✓ É geral a surpresa pela quantidade de ações, muitas das quais, nenhum segmento sequer imaginava.
- ❑ As reações são predominantemente favoráveis.
 - ✓ Entretanto, são pontuadas críticas a aspectos formais e ao conteúdo.

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

- ❑ Nos aspectos formais, o uso de **papel reciclado**, é observado e valorizado.
 - ✓ Acionistas pensam o contrário, considerando que empobrece o documento, com reflexos sobre a imagem corporativa.
 - ✓ Clientes reconhecem a falta de glamour da peça, mas argumentam que a **simplicidade** do Balanço da Petrobras combina mais com a proposta do documento, do que o luxo apresentado por outros balanços sociais.
- ❑ A **capa** que passa sem críticas, é muito questionada por um jornalista.
 - ✓ Propõe: não dar destaque ao nome **Balanço Social e Ambiental**, chamando na capa para um projeto de grande impacto.

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

❑ O **visual** do Balanço passa sem reservas por Comunidade e Cliente.

"Eu gostaria que as empresas pegassem isso, colassem e seguissem isso como se fosse uma cartilha de programas sociais.
(Comunidade)

- ✓ As **fotos** tão criticadas, especialmente pela Imprensa.
- ✓ São, entretanto, apreciadas por Cliente, sugerindo serem mais naturais, logo, passando mais credibilidade.

❑ O **layout**, nem sempre diretamente citado, sofre críticas, especialmente por parte de ONG e Imprensa.

- ✓ Para ambos, a idéia é de que o Balanço não é um documento de fácil leitura.

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

- ❑ A **linguagem** é acessível para Cliente e Fornecedor. Mas é questionada pelos demais – cansativa/ tecnocrata/ extensa (Imprensa/ Ong/ Acionista/ Poder Público/ Paulista AB), técnica (Comunidade).
 - ✓ Imprensa considera que a linguagem deveria ser mais jornalística.
 - ✓ Funcionários consideram a linguagem um tanto ufanista para uso interno.

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

- ❑ O **conteúdo** é criticado especialmente por ONG e Imprensa.
 - ✓ Pela inclusão, que seria indevida, de ações que não caracterizariam RSE:

Atividades promocionais. Ex. Patrocínio da Williams/ Programa de Fidelidade

Atividades produtivas para a imagem. Ex. Apoios culturais a eventos de elite.

Obrigações legais/ acordos

Informações não compreensíveis. Ex. seqüestro de carbono.

O Balanço Social e Ambiental da Petrobras

- ✓ E pelo excesso de informações/ falta de síntese ou de seletividade, o que torna o documento pesado.
"Devia enfatizar uma ação que dá impacto sobre a Empresa e não todos os planos e programas."
- De todo modo, o Balanço surpreende positivamente, o que se revela mesmo nas críticas.
 - ✓ O nome Petrobras gera alta expectativa.
 - ✓ Entretanto, não há tempo para leituras de relatórios empresariais: pressões da vida moderna.

EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO ÀS AÇÕES DA PETROBRAS

Somatório das Expectativas de Todos os Segmentos

- ❑ Esperam da Petrobras, em prol da sociedade brasileira, uma extensa de ações:
 - ✓ Que sirva de exemplo/ vetor para o Empresariado Brasileiro, gerando efeito multiplicador.
 - ✓ Que estimule/ faça parceria com Fornecedor/ Cliente, ampliando a atuação da Petrobras.
 - ✓ Que invista em projetos de envergadura, promovendo efetiva transformação social.
 - ✓ Que invista em infra-estrutura, visando a inserção social.
 - ✓ Que priorize os temas: meio ambiente, educação/ capacitação profissional, desenvolvimento comunitário (no entorno de suas instalações).

Somatório das Expectativas de Todos os Segmentos

- ✓ Que promova a sustentabilidade/ continuidade.
- ✓ Que fiscalize/ garanta os resultados.
- ✓ Que abrace campanhas de utilidade pública.
- ✓ Que fomente valores éticos.
- ✓ Que envolva o Empregado nas ações.
- ✓ Que vise melhorar a auto-estima do brasileiro, contando com o peso da bandeira Petrobras.
- ✓ Que informe, ao conjunto da sociedade, o que faz e a contribuição que isso representa.
- ✓ Que mantenha o desenvolvimento tecnológico.
- ✓ Que não invista em projetos elitistas, nem assistencialistas.
- ✓ Que ofereça produtos a preço justo.

Expectativas do segmento para si

- ❑ **Público Interno/ Empregado: mais equilíbrio na relação empregado-terceirizado**
 - ✓ Comunicação interna sem linguagem ufanista/ menos marketing.
 - ✓ Uso mais intenso da TV interna.
 - ✓ Palestra da Ouvidoria no final do ano.
 - ✓ Estimulação de empregados e terceirizados a serem embaixadores da Petrobras.
 - ✓ Ações para minimizar conflitos na relação empregado - terceirizado.

- ❑ **Acionista: mais atenção**
 - ✓ Canal aberto de comunicação também ao pequeno acionista/ menos burocracia na Ouvidoria.
 - ✓ Menos ingerência de políticos na gestão da Cia.
 - ✓ Criação de uma Fundação Petrobras para operar investimentos em RS.

Expectativas do segmento para si

- ❑ **Comunidade:** Petrobras grande provedora
 - ✓ Parceria direta da liderança da Comunidade na definição, execução, fiscalização dos projetos/ uso do royalty.
 - ✓ Atuação sem intermediação de Prefeituras/ políticos.
 - ✓ Canal aberto de contato com a Comunidade.
 - ✓ Ação sobre o meio ambiente/ infra-estrutura/ saneamento básico/ despoluição.

- ❑ **Fornecedor:** mais parceria, mais presença.
 - ✓ Integração de empregados nas refinarias, facilitando o treinamento da equipe do fornecedor.
 - ✓ Treinamento em novas metodologias.
 - ✓ Visita às instalações dos fornecedores.
 - ✓ Divulgação dos padrões de avaliação dos serviços/ materiais dos fornecedores.

Expectativas do segmento para si

- ❑ **Cliente: relacionamento mais próximo.**
 - ✓ CC Truck em todas as refinarias.
 - ✓ Normas comerciais mais claras.
 - ✓ Relacionamento mais próximo.
 - ✓ Concessão de crédito.
 - ✓ Sem instabilidade, na alternância do poder.
 - ✓ Ação de educação social/ conscientização. Ex: não comprar gasolina barata.
 - ✓ Melhoria da fiscalização nos postos. Ex: funcionário sem registro.

- ❑ **Imprensa: relação mais regular.**
 - ✓ Manutenção da transparência com a imprensa.
 - ✓ Criação de um departamento bem estruturado de imprensa, que mantenha contato direto.

Expectativas do segmento para si

- ONG: contato direto
 - ✓ Uso da força da marca para disseminar o Pacto Global.
 - ✓ Geração de empregos para jovens capacitados pelas ONGs.
 - ✓ Manutenção da parceria/ criar linha para entidades desenvolverem seus projetos.
 - ✓ Contato direto com as instituições – não ficar a mercê de seleção pessoal.
 - ✓ Criação de um mega projeto, agregando a proteção do meio ambiente ao bem estar da população local (infra-estrutura/ emprego formação profissional). Ex. Cuidar da Amazônia (associado a turismo).
 - ✓ Criação de um processo simples de seleção/ em duas etapas.

Expectativas do segmento para si

- ❑ Poder Público: mais retaguarda para políticas públicas.
 - ✓ Mais parceria com prefeituras e governos estaduais.
 - ✓ Canal de contato.
 - ✓ Divulgação dos critérios de seleção de projetos.

- ❑ Paulista AB: cumpra metas propostas.
 - ✓ Divulgação melhor das ações.
 - ✓ Cumprimento das metas do Balanço.

RESULTADO POR SEGMENTO

Público Interno

- RSE → Enfatizam o eixo **comportamento ético** e destacam:
 - ✓ Legislação/ norma rigorosa a que a Empresa está submetida na execução de um projeto.

Atributos Seleccionados



Valorização dos funcionários
Relação ética com a comunidade
Promoção da diversidade interna
Práticas anti-suborno e anti-corrupção
Defesa do meio ambiente
Postura ética com a imprensa
Pagamento dos impostos devidos
Postura ética em relação a clientes
Padrão de exigência em relação aos fornecedores
Relação ética com os agentes do poder público

Público Interno

- Visão da Petrobras como empresa socialmente responsável, com investimento de altas somas.
 - ✓ Valorizam as ações da Empresa sobre o público interno, especialmente treinamento.
 - ✓ Dão importância a integração da Empresa à comunidade.
 - ✓ Acreditam no trabalho voluntário dos empregados, desde que dissociado da avaliação de desempenho.

- Fragilidades nas ações de RS na Petrobras.
 - ✓ Equação: volume de investimentos externos versus internos/ critérios de investimentos.
 - ✓ Exposição excessiva/ devia ter mais mecanismos de proteção.
 - ✓ Processo de **terceirização**: gerador de distorção/ foco de maior preocupação.

Público Interno

- Balanço.
 - ✓ Surpreendem-se com a qualidade do Balanço e com a informação sobre diversos projetos não conhecidos.
 - ✓ Não tinham lido e não o vêem como melhor meio de informação para si.
 - ✓ Direcionam a peça para públicos específicos: Acionista, Poder Público, Cliente.
 - ✓ Preferem para a divulgação interna das ações de RSE o áudio visual, fragmentado por ação.
 - ✓ Sugerem o posto BR para comunicação com o grande público.

Cliente

- ❑ RSE → priorizam no conceito o trato com o Empregado, Cliente e Comunidade local.
 - ✓ Visão de RSE como exigência do mercado/ via de sobrevivência da empresa.
 - ✓ Preocupação com **segurança**: do produto (risco de adulteração, transporte e armazenamento), do Funcionário, do Cliente.

Relação ética com comunidade
Postura ética em relação a clientes
Valorização dos funcionários
Postura ética em relação a fornecedores
Pagamento dos impostos devidos
Padrão de exigência em relação a fornecedores
Geração de empregos

Cliente

- ❑ Visão da Petrobras como socialmente responsável e inquestionavelmente ética.
 - ✓ Conceito já garantido por suas conquistas empresariais.
 - ✓ Cuidadosa com Empregado e Meio Ambiente.
 - ✓ Atendimento funcional ao Cliente.

"A Petrobras é uma potência...é uma das empresas que eu apresento quando estou no exterior."
(Cliente)

- ❑ Fragilidades nas ações de RS na Petrobras.
 - ✓ Possibilidade de ingerência política nas ações.
 - ✓ Pulverização nas ações.
 - ✓ Pouca divulgação das ações.
 - ✓ Excesso em patrocínios culturais.

Cliente

- Balanço.
 - ✓ Apreciado, com destaque para a simplicidade, como contraponto aos balanços luxuosos de outras empresas.
 - ✓ Críticas: sem referência ao Cliente e Fornecedor; sem sinalizar estímulo à parceria (interesse em participar), excesso de informação (devia ser mais conciso, com chamada para o site).

Fornecedor

□ RSE → enfatizam ações internas e o trato com Cliente, acrescentando: Meio Ambiente e Conduta Ética.

"A primeira responsabilidade social que você tem é com seus funcionários. A segunda é com seus clientes."

- ✓ RS seria pertinente à empresa pública e multinacional; a pequena empresa pode fazer sua parte através de iniciativas locais e da conduta ética em seu negócio.

Atributos Selecionados



Valorização dos funcionários

Relação ética com a comunidade

Postura ética em relação a fornecedores

Postura ética em relação a clientes

Defesa do meio ambiente

Relação ética com entidades não governamentais

Relação ética com os agentes do poder público

Fornecedor

- ❑ RSE é parte integrante da política da Petrobras.
 - ✓ Compreendem e valorizam exigências da Petrobras: normas rígidas de segurança/ certificação/ auditoria internacional.
 - ✓ Destacam: conduta ética dos funcionários, estudos de impactos
 - ✓ E revelam orgulho pela condição de fornecedor.

- ❑ Fragilidades nas ações de RS na Petrobras.
 - ✓ Informalidade na relação Empresa x Fornecedor.
 - ✓ Treinamento longo da equipe para trabalhar na Petrobras.
 - ✓ Pouco aproveitamento do positivo na mídia X negativo.

Fornecedor

- ❑ É geral o desconhecimento do Balanço.
 - ✓ Impressionam-se: bonito, completo, estruturado, claro, linguagem adequada.
 - ✓ Destaques: mil projetos nas áreas ambiental, esportiva e cultural; investimento de 17 milhões em projetos de proteção à camada de ozônio.
 - ✓ Sugerem: divulgar conquistas da Empresa, diagrama da complexa cadeia de produção Petrobras, evidenciando riqueza e empregos que promove.
 - ✓ Críticas: excesso de cores, patrocínio do Flamengo.

Acionista

- RSE → conceituam o tema a partir de três áreas de ação:
 - ✓ Funcionários, benemerência e sustentabilidade (investimento de longo prazo).
 - ✓ Acrescentam: respeito aos stakeholders em geral, priorizando acionistas.
 - ✓ Condenam: falta de ética/ corrupção/ exploração do trabalho escravo/ infantil.

Atributos Selecionados



Valorização dos funcionários
Postura ética em relação a clientes
Defesa do meio ambiente
Pagamento de impostos devidos
Apoio, investimento em projetos sociais



Ética com acionistas

Acionista

- Têm alta credibilidade na Petrobras: um porto seguro para o Acionista.
 - ✓ Empresa ética, com importantes projetos em RSE: Tamar, Fome Zero, Inclusão sem Fronteiras e apoio à cultura/ F1, Formação de pilotos-mirim/ apoio à Mangueira.

- Fragilidades em RSE na Petrobras.
 - ✓ Politização na gestão.
 - ✓ Uso político do preço do combustível.

- É geral o desconhecimento do Balanço.
 - ✓ Reação positiva para conteúdos e fotos.
 - ✓ E negativa para forma: papel reciclado (opaco, pobre) e para a linguagem (textos longos).

Comunidade

- RSE → assumem não ter um entendimento claro do tema.
 - ✓ Embutem no conceito a idéia de respeito/ boa intenção.
 - ✓ Têm noção muita concreta, expressa na idéia de atendimento à carência imediata: creche/ cobertor/ emprego com carteira assinada (social), saneamento, despoluição (ambiente).

Atributos Selecionados



Defesa do meio ambiente

Apoio, investimento em projetos sociais

Geração de empregos

Apoio, investimento em projetos esportivos

Comunidade

☐ Valorizam as ações da Petrobras na comparação com outras empresas, mas esperam muito dela.

"A única que oferece alguma coisa, muito pouca, é a Petrobras."

✓ Destacam: Fome Zero, Tele-curso e curso de informática.

☐ Fragilidades em RS na Petrobras.

- ✓ Oferta de ações aquém das expectativas.
- ✓ Falta de fiscalização do royalty/ doação.
- ✓ Falta de constância nos projetos.
- ✓ Ingerência de políticos/ prefeituras nas ações.
- ✓ Dificuldade de comunicação com a Empresa.

Comunidade

❑ Desconheciam o Balanço.

- ✓ Mas tinham noções sobre as atividades de RS da Petrobras.

"Nunca vi pessoalmente esse balanço eu ouvi dizer por alto."

- ✓ A reação é de deslumbramento: bonito, fácil de entender, completo.
- ✓ Visto como uma cartilha a ser seguida por outras empresas.
- ✓ Destacam: ações em prol da criança de rua e do Meio Ambiente (despoluição).

Poder Público

- ❑ Entendem RS como assunto do Poder Público, que não dispensa o aporte empresarial, que chamam de parceria.
 - ✓ Separam RS de paternalismo e caridade.
 - ✓ Diferenciam a ação pública da empresa privada – que não esbarra na burocracia.
 - ✓ identificam como distorções o envolvimento de RSE com marketing/ vantagens fiscais.

Atributos Selecionados



Geração de empregos
Pagamento de impostos devidos
Defesa do meio ambiente
Postura ética com a imprensa
Valorização dos funcionários

Poder Público

- Têm uma opinião positiva sobre a Petrobras.
 - ✓ Valorizam sua presença/ sucesso fora do País.
 - ✓ Destacam as ações sobre esporte (futebol, vôlei e handball), porque atinge a massa.
 - ✓ Contudo, deixam transparecer a idéia de que a Petrobras teria a obrigação de aportar recursos ao Poder Público.

- Fragilidades em RS na Petrobras.
 - ✓ Queixam-se de dificuldades na relação da Petrobras com as prefeituras e governos estaduais.

- Afirmam entender o Balanço, mas que ele não seria compreensível para o público.
 - ✓ **Deveria ter uma linguagem como da F1 na TV.**" (o comercial)
 - ✓ Destacam projetos relativos a escolas, Apoio à Cultura e Tamar.

ONG

☐ RSE → Revelam uma visão mais abrangente: é a ética da própria organização, no Brasil e no Mundo.

- ✓ Vêm como um movimento internacional crescente.
- ✓ Lembram a importância da conexão das ações com a missão da empresa, para um retorno efetivo.
- ✓ Necessário: ter um planejamento estruturado e evitar o viés da Filantropia – doação é o contrário de RS.
- ✓ Áreas essenciais: Educação, Saúde e Meio Ambiente.

ONG

Atributos Seleccionados



Valorização dos funcionários

Promoção da diversidade interna

Padrão de exigência em relação a fornecedores

Relação ética com a comunidade

Prática anti-suborno e anti-corrupção

Apoio, investimento em projetos sociais

Relação ética com entidades não governamentais

Relação ética com os agentes do poder público

Pagamento de impostos devidos

Postura ética em relação a fornecedores

Postura ética em relação a clientes

Defesa do meio ambiente

ONG

- ❑ É geral o reconhecimento do peso da Petrobras em RSE.
 - ✓ São os que mais conhecem a Petrobras na área de RS.
 - ✓ Destacam o volume, a sustentabilidade e o sucesso das parcerias.

- ❑ Fragilidades em RS na Petrobras – entre paulistas há críticas.
 - ✓ Nas ações: Fome Zero, falta de foco/ muita ação cultural
 - ✓ Nos critérios de seleção: burocrático/ excesso de documentos.
 - ✓ Na comunicação: insuficiente para o grande público.

ONG

- ❑ Afirmam ter informações sobre ações de RS da Petrobras.
 - ✓ Há quem diga conhecer o Balanço – ter recebido ou visto na Internet.
 - ✓ Impressionam-se quando vêem o conjunto.
 - ✓ Causam boa impressão: o papel e o visual.
 - ✓ Destaques: Rede de informações/ Metas do Milênio e a penetração da Empresa no exterior.
 - ✓ Mas há quem prefira um formato padrão (Instituto ETHOS).

Imprensa

□ RSE → seria a manifestação da incorporação de novos valores em um movimento crescente, visando o fortalecimento da imagem.

“Empresa não é bunker de produção.”

- ✓ Trata-se de uma relação de troca → que envolve Comunidade, Funcionário, Ambiente, Fornecedor, e que exclui Assistencialismo.
- ✓ Pressupõe: valores, foco na relação com o setor da empresa, sustentabilidade, certificações, envolvimento do Funcionário (irradiação), priorização do entorno.

Imprensa

Atributos Seleccionados



Valorização dos funcionários
Defesa do meio ambiente
Pagamento dos impostos devidos
Práticas anti-suborno e anti-corrupção
Postura ética em relação a clientes
Relação ética com os agentes do poder público
Relação ética com a comunidade
Promoção da diversidade interna
Postura ética em relação a fornecedores

- ❑ Consideram a Petrobras um ícone de RSE e especialmente transparente.
 - ✓ Valorizam as ações em: Social, Cultural, Meio Ambiente e Diversidade Interna.

Imprensa

- ❑ Fragilidades em RS na Petrobras.
 - ✓ Há três visões sobre o apoio à cultura: Petrobras... só faz patrocínio cultural; ... devia gastar menos com patrocínio cultural; ... só comunica o patrocínio cultural.
 - ✓ A terceirização - que desprotege o trabalhador e aumenta o risco de acidentes.

- ❑ Pouco sabem sobre o Balanço
 - ✓ Há quem se surpreenda, elogiando a beleza e o conteúdo.
 - ✓ E destaque positivamente: o papel e a quantidade de projetos.
 - ✓ Realçam a importância dos atributos: Responsabilidade Ambiental, Direitos Humanos/ Indígenas, Projetos Culturais, Exigência sobre Fornecedor, Práticas contra a Corrupção.

Imprensa

- ❑ A crítica sobre o Balanço prevalece e é estrutural: incide sobre linguagem, forma, conteúdo.
 - ✓ É pesado nos textos e nas cores.
 - ✓ O projeto gráfico é pouco atraente, o índice grande/complexo ("**parece um catálogo.**").
 - ✓ O estilo é burocrático.
 - ✓ E tem inclusões indevidas (Ex.: brindes) ou inapropriadas ou incompreensíveis (EX.: seqüestro do carbono, captura do CO2).

- ❑ Sugerem novo formato: mais conciso, mais jornalístico, de mais fácil leitura.

População AB Paulista

- RSE → Prevalece a idéia de transformação social, como movimento crescente e duradouro.
 - ✓ Centram RS na idéia de formação e conscientização das pessoas – o que podem fazer por si mesmo.
 - ✓ RS seria originada na falência/ incompetência do Estado (apesar da carga tributária) e na pressão social.

"É um país onde a maioria morre de fome e a minoria morre de medo."

- ✓ RS não seria só do Empresariado, mas de todos.
- ✓ Motivações: consciência, incentivo fiscal, marketing, cumprimento da lei.
- ✓ Mas há quem tenha visões bem particularizadas, associando RSE a Assistencialismo.

População AB Paulista

Atributos Selecionados



Valorização dos funcionários

Relação ética com a comunidade

Promoção da diversidade interna

Doações a instituições, fundações e ações comunitárias

Apoio, investimento em projetos esportivos

Apoio, investimento em projetos culturais

Apoio, investimento em projetos sociais

Postura ética em relação a clientes

Defesa do meio ambiente

Investimento em tecnologia

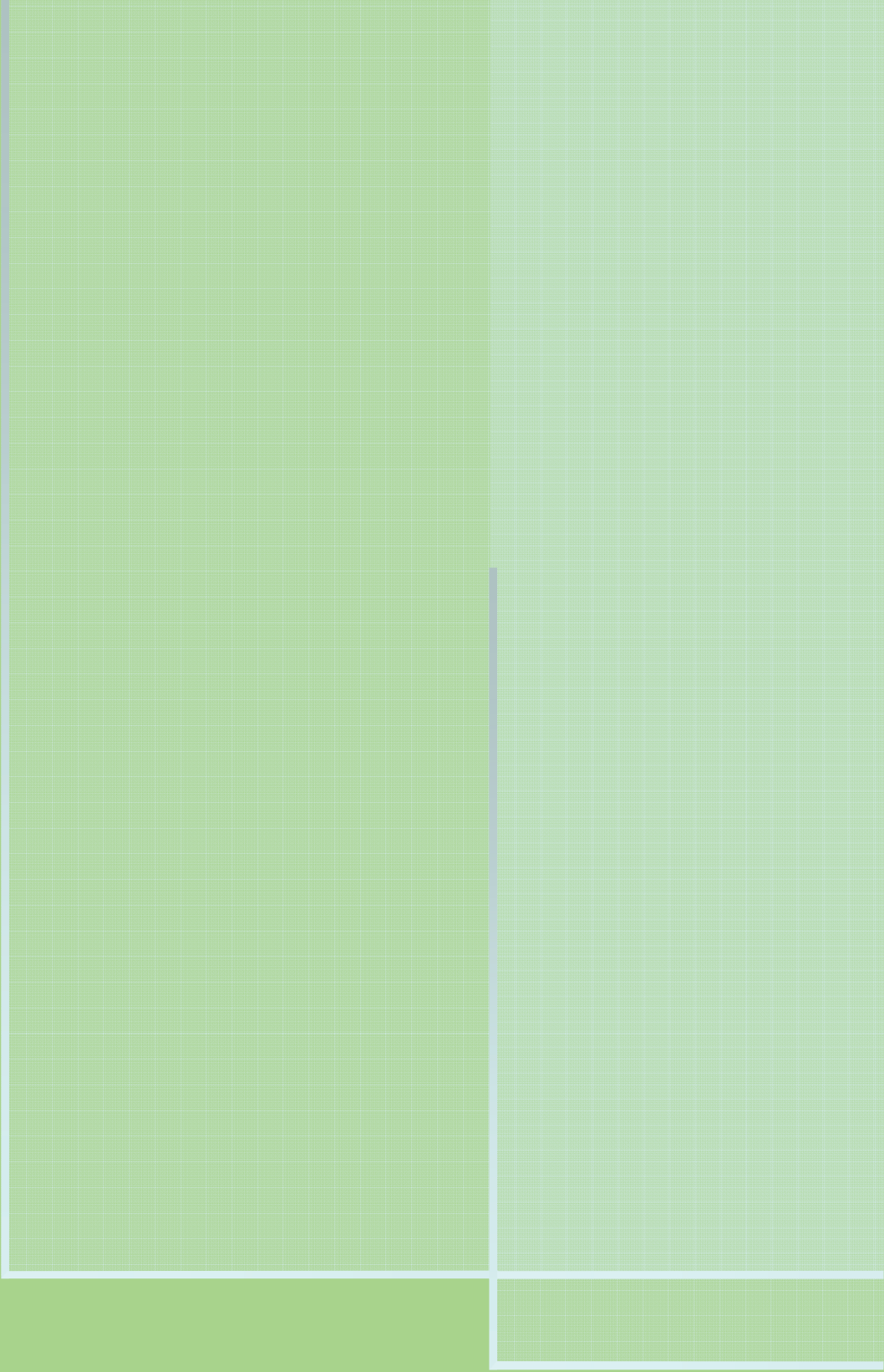
População AB Paulista

- É quase total desinformação sobre as ações da Petrobras.
 - ✓ Mas reconhecem a importância das conquistas da Petrobras para o Brasil.
 - ✓ Lembram os investimentos em Cultura (Cinema/ Teatro) e Meio Ambiente.
- Fragilidades em RS na Petrobras.
 - ✓ Há quem revele ressentimentos em razão dos acidentes, considerando as ações ambientais como paliativos.
 - ✓ E quem critique o patrocínio ao Flamengo.
 - ✓ Queixam-se dos preços dos produtos da Cia.

População AB Paulista

- ❑ O Balanço era desconhecido, mas foi bem avaliado.
 - ✓ Destacam: conjunto da obra, metas para 2005, erradicação da fome e prevenção da AIDS, Mova Brasil, menção ao Pacto Global, pedido da ONU, Programa Parati.
 - ✓ Mas não seria acessível ao grande público.
 - ✓ Não criticam layout/ formato, mas questionam texto (longo) e conteúdo (inclusões indevidas).
 - ✓ Inclusões indevidas: programa de fidelidade, Fome Zero (por ser desacreditado), expressão Direitos Humanos (sem especificar quais).
 - ✓ Propõem veiculação das informações em mídia de massa e acatam sugestão de usar os postos BR, feita por empregados.

CONCLUSÕES



Responsabilidade Social Empresarial

- ❑ Fenômeno conhecido e de reconhecido valor em todos os segmentos.
- ❑ Visto como perene, não como modismo.
- ❑ Há quem tenha visão abrangente e profunda de RSE, especialmente em ONG e Imprensa.

"A RS é um trabalho de transformação da realidade, do espaço urbano, da vida das pessoas, é político e apartidário."

(ONG)

"Ter consciência de que a sociedade é um patrimônio de todos."

(Imprensa)

Responsabilidade Social Empresarial

- ❑ Contudo, a tendência é pensar RSE contida em determinados focos.
- ❑ Esse fato se observa em função:
 - ✓ Das dificuldades inerentes à amplitude dos conceitos embutidos nos termos: **Responsabilidade & Social**, com apenas uma fronteira: o termo **Empresarial**.
 - ✓ E da ótica do informante, tanto de sua visão de realidade, quanto de seus interesses imediatos.
- ❑ Sem relação com a visão revelada, há uma demanda comum → a **conduta ética**.

Responsabilidade Social Empresarial

- E muitos acrescentam dois outros aspectos, formando os eixos essenciais do conceito de RSE.



Ética / Parceria / Continuidade (sustentação)

- **Motivações:**
 - ✓ Conscientização, falência do Estado, pressão social, pressão do mercado, ganho empresarial em imagem/ produtividade.
- **Atributos essenciais:**
 - ✓ Defesa do Meio Ambiente, valorização do Funcionário, postura ética (Cliente/ Comunidade/ Fornecedor), pagamento de impostos, apoio e investimentos em Projetos Sociais.

Conceito da Petrobras em RS

- ❑ A Petrobras é vista como grandiosa, ícone nacional.
- ❑ Suas conquistas empresariais neutralizam as referências aos acidentes e à condição de Estatal, observadas em SP.
- ❑ E credenciam a empresa como socialmente responsável.
- ❑ É a única petroleira apontada como empresa socialmente responsável.
- ❑ A alta expectativa sobre a Petrobras estende-se à sua atuação social, chegando a extremos em Poder Público e Comunidade.

Conceito da Petrobras em RS

Esperam que a Petrobras...

- ❑ Sirva de vetor para outras empresas.
- ❑ Estimule parceria com ONG, Comunidade, Cliente, Fornecedor, através de um planejamento estruturado.
- ❑ Tenha mecanismos de avaliação e de fiscalização, garantindo sustentação e resultados.
- ❑ Concentre mais seus investimentos sociais, atuando em poucos e relevantes projetos.
 - ✓ ONG chega a sugerir que a Petrobras abrace uma única grande causa, que una ambiente e carências sociais.

"Se a Petrobras falasse: nós cuidamos da Amazônia, onde os olhos do mundo estão..."

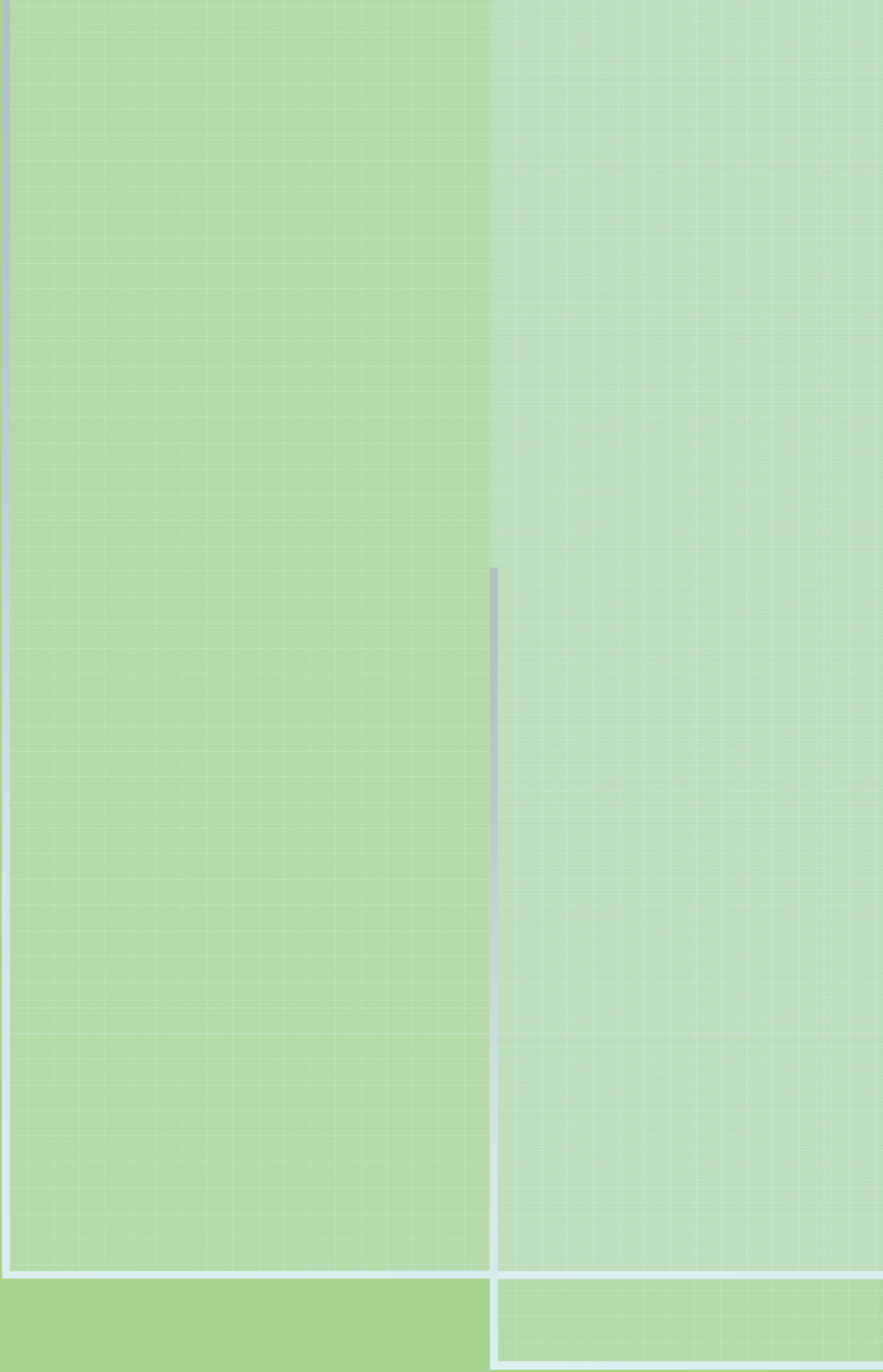
Conceito da Petrobras em RSE

- E, finalmente, que a Petrobras comunique amplamente suas intenções e ações em matéria de responsabilidade social.
 - ✓ Fornecedor e ONG cobram a divulgação não só das ações, mas dos resultados alcançados.
 - ✓ Imprensa cobra uma comunicação mais informativa e menos subjetiva, como observado na mídia.
- A tendência é por valorizar as ações ambientais e aquelas com perspectiva de inclusão social (sociais, educacionais, até culturais e esportivas).

Balanço

- ❑ Causa impressão forte e positiva.
- ❑ Parece paradoxo, mas as críticas vêm mais dos alvos principais do Balanço, do que de Empregado/ Comunidade e População Geral.
- ❑ Os que criticam imaginam um balanço:
 - ✓ Mais simples/ menor – limitando-se às ações mais relevantes ou com informações essenciais e chamadas para detalhes em site.
 - ✓ Com um layout mais clean.
 - ✓ Com uma capa mais impactante.
 - ✓ Com linguagem mais leve/ jornalística.

RECOMENDAÇÕES



Quanto às Ações

- ❑ Cuidar da sinergia das ações de RS com sua identidade → Empresa de Energia.
 - ✓ O que remete a priorização de ações de proteção e resgate do Meio Ambiente.

- ❑ Outra área de destaque é Ação Social/ comunidade carente.
 - ✓ Associando as ações do Meio Ambiente, ecológico ou urbano (infra-estrutura), às ações, junto a comunidades carentes e que promovam transformação (inclusão social melhoria das condições de vida).
 - ✓ Destaques demandados na área social: educação/ preparo técnico, saúde e saneamento/ despoluição.

Quanto às Ações

- Visar o conjunto da sociedade.
 - ✓ Abraçando campanhas de utilidade pública, inclusive de conscientização no consumo de produtos de risco.
 - ✓ Promovendo campanhas de fomento a valores éticos e de estimulação da auto-estima do brasileiro.

- Avaliar a possibilidade de minimizar áreas de conflito.
 - ✓ Público interno: Empregado x Terceirizado.
 - ✓ Poder Público x ONG x Comunidade na condução dos Projetos Sociais.

Quanto aos stakeholders

- ❑ Abrir canais de contato com os vários segmentos, visando atender às demandas.
- ❑ É geral o interesse em maior aproximação com a Petrobras.
 - ✓ Público interno requer um sistema de informação mais direto, sem linguagem publicitária.
 - ✓ Imprensa espera por um departamento estruturado para contato direto.
 - ✓ Acionista pede maior atenção.
 - ✓ Cliente quer regras mais claras na comercialização.
 - ✓ Comunidade/ Fornecedor/ ONG requerem maior envolvimento nas regras de seleção.

Quanto aos Stakeholders

- Estimular parcerias
 - ✓ Interna – envolvimento/ voluntariado.
 - ✓ Poder Público quer aporte aos seus projetos.
 - ✓ Cliente – interesse em participar.
 - ✓ Lideranças de Comunidades carentes – requerem participação direta, com fiscalização e sem intermediação.
 - ✓ ONG – esperam por contato mais direto ou por seleção menos burocrática.
 - ✓ Acionista – sugere a criação da Fundação Petrobras.

- Promover consultas periódicas aos stakeholders
 - ✓ Visando aprimorar, continuamente, a relação da Empresa com seus públicos.

Quanto à comunicação

- ❑ Marcar a posição da Petrobras como vetor de transformação social.
 - ✓ Via mídia de massa e outros meios como os postos BR.
 - ✓ Informando sobre projetos de maior envergadura, que tenham o poder de *fazer escola*.
- ❑ Utilizar de comunicação direta e informativa.
 - ✓ Centrada em projetos relevantes.
- ❑ Ampliar repercussão, estimulando mídia espontânea.
 - ✓ Algo como um **Globo Repórter** exclusivo sobre as ações de RS da Petrobras.
 - ✓ Com depoimentos de representantes de ONG/ militantes ambientais, acadêmicos e beneficiários dos projetos sócio-ambientais.

Quanto ao Balanço

- ❑ Avaliar o interesse numa versão simplificada para os stakeholders.
 - ✓ Menção a todas as ações, mas com detalhamento somente sobre os grandes projetos.
 - ✓ Indicação de site com detalhamento sobre qualquer projeto.
 - ✓ Produção jornalística, na linguagem e na diagramação (mais clean).
 - ✓ Uma capa mais impactante.