

7

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAKER, D. A. **Marcas: Brand Equity** gerenciando o valor da marca. São Paulo: Negócio Editora, 1998.

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro; MUNIZ, Reynaldo Maia. A Construção da Reputação Organizacional como Recurso Estratégico: o papel dos gestores e a percepção dos *stakeholders*. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 29., 2005, Brasília-DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

ALMEIDA, Filipe Jorge Ribeiro de. Ética, Desenvolvimento Moral e Desempenho Social das Organizações: um modelo integrado de determinantes culturais e contextuais. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD-ROM.

ANDRADE, Ana Paula de Freitas. **Marketing Social e Ações de Responsabilidade Social**: os resultados e o impacto na empresa e na sociedade. 2004. Tese (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Niteroi, 2004.

ANDREASEN, A. R. **Ética e Marketing Social**: como conciliar os interesses do cliente, da empresa e da sociedade numa ação de marketing. São Paulo: Futura, 2002.

_____. **Social marketing in the 21st century**. EUA: Sage, 2006.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodrigues. **Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ASHLEY, Patrícia Almeida *et al.* **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____; COUTINHO, Renata Buarque Goulart; TOMEI, Patrícia Amélia. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. *In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO (ANPAD)*, 24., 2000, Florianópolis, **Anais Eletrônicos...**, Florianópolis: ANPAD, 2000.

BARBOSA, Luciane Neves Barbosa; LEMME, Celso Funcia. A Relação entre Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor para os Investidores: o caso da Petróleo Brasileiro S.A. (Petrobras). *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

BARROS, Raimundo Péricles Matos; TENÓRIO, Fernando Guilherme. Responsabilidade Social: valor corporativo ou individual? O Caso do Consórcio de Alumínio do Maranhão. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

BHATTACHARYA, C. B.; SEN, S. Doing better at doing good: when, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. **California Management Review**, EUA, v. 47, n. 1, p. 9-26, 2004.

BOONE, Louis E.; KURTZ, David L. **Contemporary Marketing**. Thomson South-Western, 2006.

BOWDITCH, James L.; BUONO, Antony F. **Elementos de comportamento organizacional**. São Paulo: Pioneira, 1992.

BRONN, P. S.; VRIONI, A. B. Corporate Social Responsibility and Cause-Related Marketing: an overview. **International Journal of Marketing**, UK, v. 20, n.2, p. 207-222, 2001.

BROWN, Tom J.; DACIN, Peter A. The Company and the Product: corporate associations and consumer product responses. **Journal of Marketing**, EUA, v. 61, n. 1, p. 68-84, jan. 1997.

CALIXTO, Laura. Responsabilidade Socioambiental: pública ou privada? *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CASTRO, Fernanda Amorim Ribeiro de; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; KUBRUSLY, Lúcia Silva. A Influência da Responsabilidade Social Cooperativa no Comportamento do Consumidor na Cidade do Rio de Janeiro. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração Estratégica**. São Paulo: Makron Books, 1993.

DAHER, Wilton de Medeiros *et al.* Responsabilidade Social Corporativa Segundo o Modelo de Hopkins: um estudo nas empresas do setor energético do Nordeste brasileiro. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

DRUCKER, Peter. The new meaning of Corporate Social Responsibility. **California Management Review, EUA**, v. 26, n. 2, p. 53-63, 1984.

_____. **Sociedade Pós-Capitalista**. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

ENGEL, James, F.; BLACKWELL, Roger, D.; MINIARD, Paul, W. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

FEMENICK, Tomislav R. O problema da qualificação da mão-de-obra no Brasil. **O Globo On-line**, 15 set. 2008. Disponível em: <<http://busca2.globo.com/Busca/oglobo/?query=mao%20de%20obra>>. Acesso em: 19 out. 2008.

FOLHA de São Paulo, São Paulo: Editoria Dinheiro, p. B3, 25 dez. 2007.

FREEMAN, R. E. **Strategic Management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

FRIEDMAN, Milton. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York: New York Times Magazine, 1970.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1987.

GOLDBERG, Ruth. Como as empresas podem implementar programas de voluntariado, 2001. *In*: INSTITUTO Ethos de Responsabilidade Social. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 12 fev. 2008.

HIGUCHI, Agnaldo Keiti; VIEIRA, Francisco Giovanni David. Responsabilidade Social Corporativa e Marketing Social Corporativo: uma proposta de fronteira entre estes dois conceitos. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

HOPKINS, Michael. **Defining Indicators to Assess Socially Responsible Enterprises**. Kidlington: Futures, 1997.

INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY. Stakeholder Engagement Standard, 2006. Disponível em: <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/Resources/AA1000_Portuguese_2.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2008.

INSTITUTO de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br>>. Acesso em: 12 fev. 2008.

INSTITUTO Ethos de Responsabilidade Social. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 12 fev. 2008.

KATZ, Daniel; KAHN, Robert L. *Psicologia Social das Organizações*. São Paulo: 1970.

KOTLER, Philip; ZALTMAN, G. Social marketing: an approach to planned social change. **Journal of Marketing**, EUA, v. 35, n. 3, p. 3-12, jul. 1971.

_____; ROBERTO, Eduardo L. **Marketing Social**: estratégias para alterar o comportamento público. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

_____. **Administração de Marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.

_____; LEE, Nancy. **Corporate Social Responsibility**: doing the most good for your company and your cause. EUA: John Wiley e Sons Inc, 2005.

_____; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KREITLON, Maria Priscilla. A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD-ROM.

MAIGNAN, I.; FERREL, O. C. Corporate Social Responsibility and Marketing: an integrative framework. **Journal of the Academy of Marketing Science**, EUA, v. 32, n. 1, p. 3-19, 2004.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing uma Orientação Aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCONI, J. **Image Marketing**: using public perceptions to attain business objectives. Chicago: NTC Business Books, 1996.

MAZZON, José A. Marketing Social: conceitos e perspectivas de utilização no Brasil. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v. 17, n. 4, p. 5-22, out./dez. 1982.

MEDEIROS, Clarissa; RAPOSO, Juliana. **Sustentabilidade**: inovação ou commodity? Disponível em:

<http://www.jornalorebate.com.br/site/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1506>. Acesso em: 27 jan. 2008.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

_____; _____. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MOHR, Lois A; WEBB, Deborah J. The Effects of Corporate Social Responsibility and Price on Consumer Responses. **Journal of Consumer Affairs**, EUA, v. 39, n. 1, p. 121-47, 2005.

MORAIS, Maria Rosa Bueno *et al.* Marketing Social: os reflexos na relação entre empresas e consumidores. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

MOWEN, J. C.; MINOR, S. M. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

NBR ISO 9004:2000 ABNT/CB-25: Projeto. Comitê Brasileiro da Qualidade CE-25:002.18. Comissão de Estudo de Sistemas da Qualidade NBR ISO 9004 - Quality management systems - Guidelines for performance improvements Descriptors: Quality management. Quality assurance. Quality assurance system.

O GLOBO on-line. Falta de mão-de-obra freia empresas emergentes: diz relatório. Site Oficial, 23 set. 2008. Disponível em: <<http://busca2.globo.com/Busca/oglobo/?query=mao%20de%20obra>>. Acesso em: 19 out. 2008.

OLIVEIRA, Anna Carolina Moreira; VALADÃO JUNIOR, Valdir Machado. Responsabilidade Socioambiental e Integração: o caso Cargill Agrícola S/A Complexo Industrial de Uberlândia MG. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 22., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.1 CD-ROM.

OLIVEIRA, Franciara Maria de; SILVA, João Augusto Ramos e. Estratégias de Responsabilidade Social Corporativa: um estudo sobre os 231 casos concretos do Instituto Ethos. *In: ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD (EMA)*, 2., 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

PASSADOR, Cláudia Souza; CANOPOF, Liliâne; PASSADOR, João Luiz. Apontamentos sobre a Responsabilidade Social no ENANPAD: a

construção de um conceito? *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 29., 2005, Brasília-DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

PEREIRA, Wolney Afonso; CAMPOS FILHO, Luiz Alberto Nascimento. Investigação sobre as Semelhanças entre os Modelos Conceituais da Responsabilidade Social Corporativa. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

_____; _____. Configuração dos Elementos da Responsabilidade Social Corporativa Através da Proposição de um Modelo Conceitual Integrado. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

PETER; Paul J.; OLSON, Jerry. **Consumer behavior and marketing strategy**. New York: McGraw-Hill, 2002.

PETROBRAS. **Relatório de Impacto Ambiental (RIMA)**: complexo petroquímico do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 28 abr. 2008.

_____. **Estudo de Impacto Ambiental (EIA)**: complexo petroquímico do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 28 abr. 2008.

PINTO, Marcelo de Rezende; PEREIRA, Danielle Ramos de Miranda; LARA, José Edson. Caracterização de Perfis de Empresas Quanto a Adoção de Práticas de Responsabilidade Social. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004. 1 CD-ROM.

PINTO, Mario Couto Soares. **A Economia de Comunhão sob o Olhar da Teoria dos Stakeholders**. 2004. Tese (Doutorado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2004.

PORTER; Michael; KRAMER, Mark . **Ética e responsabilidade social nas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

PRINGLE, H.; THOMPSON, M. **Marketing Social Marketing para Causas Sociais e a Construção das Marcas**. São Paulo: Makron Books, 2000.

PROMINP. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.prominp.com.br>>. Acesso em: 26 out. 2008.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates. Avaliação da Gestão Social nas Empresas: desafios e possibilidades. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 29., 2005, Brasília-DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. L. **Comportamento do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 2000.

SCHOMMER, Paula Chies; ROCHA, Fábio César da Costa. As Três Ondas da Gestão Socialmente Responsável no Brasil: dilemas, oportunidades e limites. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

SEN, Sankar; BHATTACHARYA, C. B.; KORSCHUN, D. The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening Multiple *Stakeholder* Relationships: a field experiment. **Journal of Academy of Marketing Science**, Greenvale: Spring, v. 34, n. 2, p. 158-66, 2006.

_____; _____. Does doing Good Always Lead to doing Better?: consumer reactions to corporate social responsibility. **Journal of Marketing Research**, EUA, v. 38, n. 2, p. 225, mai. 2001.

SERPA, Daniela Abrantes Ferreira. Ética e Responsabilidade Social Corporativa são Realmente Importantes?: um estudo com futuros e atuais gestores de empresas. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 29., 2005, Brasília-DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

_____; ÁVILA, Marcos Gonçalves. Efeitos da Responsabilidade Social Corporativa na Percepção do Consumidor sobre Preço e Valor: um estudo experimental. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

SILVA, Edson Coutinho da; MINCIOTTI, Silvio Augusto. A Aplicação do Marketing Social ao Planejamento, Elaboração e Implementação de Políticas Públicas de Saúde na Região do ABC Paulista. *In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD*, 29., 2005, Brasília-DF. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

SROUR, R. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

_____. **Ética Empresarial a Gestão da Reputação**: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

VARADARAJAN, P. Rajan; MENON, Anil. Cause-Related Marketing: a coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. **Journal of Marketing**, UK, v.52, p.58-74, jul. 1988.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VIEIRA, Francisco Giovanni David *et al.* Marketing Social Corporativo: estado-da-arte e proposição de um modelo conceitual. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

VIEIRA, Ricardo Sérgio Gomes. Ético: ser ou não ser? Seria esta uma questão? *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006. 1 CD-ROM.

WEINGRILL, Carmen (Coord.). **Práticas Empresariais de Responsabilidade Social**: relações entre os princípios do Global Compact e os indicadores Ethos de responsabilidade social. São Paulo: Instituto Ethos, 2003. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 21 out. 2007.

YIN, R. C. **Case study resarch**. London: Sage, 1994.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de Serviços**: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZENONE, L. C. **Marketing Social**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.

8 ANEXO

8.1 Questionário de Pesquisa de Campo

Rio de Janeiro, Setembro de 2008.

Prezado Amigo(a),

Este questionário tem como objetivo ajudar a conhecer a sua opinião sobre o **CENTRO DE INTEGRAÇÃO DA PETROBRAS/COMPERJ**.
 Você não precisa se identificar e suas respostas serão tratadas de forma inteiramente **Confidencial**. Obrigado pela sua ajuda.

1. Marque com um **X**: A chegada do Centro de Integração da PETROBRAS/COMPERJ provocou alguma mudança na sua vida?

[]
Sim

[]
Não

Sim, qual foi a mudança? _____

2. Marque com um **X** um ou mais motivos que fizeram você procurar o **Centro de Integração da PETROBRAS/COMPERJ**:

[<input type="checkbox"/>]				
na	Começar a	Melhorar como	Trabalhar	Conseguir um
ação	Trabalhar	Profissional	na Petrobras	Emprego melhor

3. Marque com um **X** a opção que você considerada **a mais adequada**:

- a) O Centro de Integração da PETROBRAS/COMPERJ **terei mais chance de conseguir um emprego melhor**.

[<input type="checkbox"/>]				
Discordo	Discordo	Nem Concordo	Concordo	Concordo
Totalmente		Nem Discordo		Totalmente

- b) A construção do Centro de Integração da PETROBRAS/COMPERJ **me incentivou a voltar a estudar**.

[<input type="checkbox"/>]				
Discordo	Discordo	Nem Concordo	Concordo	Concordo
Totalmente		Nem Discordo		Totalmente

- c) A PETROBRAS/COMPERJ procura a nossa comunidade para **conhecer os nossos problemas sociais**.

[<input type="checkbox"/>]				
Discordo	Discordo	Nem Concordo	Concordo	Concordo
Totalmente		Nem Discordo		Totalmente

d) A PETROBRAS/COMPERJ chegou à nossa região **preocupada com os problemas sociais.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

e) Quando ocorrem problemas entre a nossa comunidade e a PETROBRAS/COMPERJ, eles **procuram sempre ouvir nossas reclamações.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

f) A PETROBRAS/COMPERJ tem um bom relacionamento com **nossos representantes na comunidade.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

h) A PETROBRAS/COMPERJ tem um bom relacionamento com a **nossa Associação de**

[] [] [] [] []
 do ante Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

g) **Centro de Integração** da PETROBRAS/COMPERJ oferece os **cursos que irão dar mais chances para o pessoal da nossa região ter emprego.**

[] [] [] [] []
 do ante Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

h) **Cursos que o Centro de Integração oferece** mostram que a PETROBRAS/COMPERJ está **preocupada em aumentar os empregos em nossa comunidade.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

i) As **ofertas de emprego em outras empresas** da nossa região irão aumentar com a chegada da PETROBRAS/COMPERJ.

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

j) O **Centro de Integração** da PETROBRAS/COMPERJ oferece os **cursos certos para a realidade de nossa comunidade.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

k) O **Centro de Integração** da PETROBRAS/COMPERJ está **preocupado em não poluir o meio ambiente.**

[] [] [] [] []
 Discordo Totalmente Discordo Nem Concordo Nem Discordo Concordo Concordo Totalmente

l) O **Centro de Integração** da PETROBRAS/COMPERJ foi **criado:**

[] [] [] [] []
 Somente pela PETROBRAS COMPERJ Somente pelo Governo do Estado Pela PETROBRAS COMPERJ e pelo Governo ou Prefeitura Somente pela Prefeitura Outro Qual?

m) A **chegada do Centro de Integração** da PETROBRAS/COMPERJ na minha região foi:

[] [] [] [] []
 Muito Importante Importante Não tenho Opinião Pouco Importante Nada Importante

4. encerrar dê uma **nota de 0 a 10** para o Centro de Integração da PETROBRAS/COMPERJ: _____

OBRIGADO PELAS SUAS RESPOSTAS