

8 BIBLIOGRAFIA

ADCE. Home Page. Disponível em:< <http://www.adce.org.br>>. Acesso em: 22 jun.2003.

ANDERSON, Carter. **Lula: justiça social é o ‘petróleo é nosso’ de hoje.** Jornal O Globo, Rio de Janeiro, p. 27, 4 out. 2003.

ASHLEY, P. A.; COUTINHO, R.B.G.; TOMEI, P. A.; **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa.** Anais do Enanpad 2000. Florianópolis, set. 2000. 1 CD-ROM.

ASHLEY, P. A. (Org.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios.** Rio de Janeiro: Saraiva, 2002.

AZEVEDO, José Carlos. **Conselho de Maquiavel.** Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, 31 out. 2002.

BNDES 2003. Disponível

em:<http://www.federativo.bndes.gov.br/bf_bancos/noticias/n0002196.pdf>. Acesso em: 29 out. 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988).** São Paulo: Saraiva, 2001.

CAILLÉ, Alain. **O princípio de razão, o utilitarismo e o antiutilitarismo in Dádiva e solidariedades urbanas.** Brasília: UNB, 2001.v. XVI, n.1/ 2.

CARROLL, Archie B. **Social issues in management research**. Business and Society. v.33, n.1, p. 5-29, apr. 1994

_____, **The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management os corporate stakeholders**. Business Horizons. v. 34 Issue 4, p. 39, 10p.

50 anos da Petrobras. Jornal O Globo, Rio de Janeiro, 3 out. 2003. Caderno especial.

COMTE-SPONVILLE, André. **Pequeno tratado das grandes virtudes**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

COUTINHO, R. B.G. **Responsabilidade Social Corporativa no Brasil: o caso da Dpaschoal Automotiva**. 1999. ___ f. Dissertação de Mestrado - Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

CUNHA, A. G. **Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

Disponível em: <<http://www.read.adm.ufrgs.br/read19/artigo/artigo1.htm>>. Acesso em: 25 out.2002.

Disponível em: <<http://www.redejovemdecidadania.org.br>>.

Disponível em:><http://www.revuedumauss.com.fr>>. Acesso em: 07 jun.2003;09 jun.2003;10 jun.2003;01nov.2003.

Disponívelem:<www.ibase.org.br/pubibase/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=127&inford=387>. Acesso em: 29 out. 2003.

Disponível em:<<http://oglobo.globo.com/jornal/especiais/petrobras/>>. Acesso em: 12 out.2003.

ECO, U. **Cinco escritos morais**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

Ethos. Home Page. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 24 jun.2003.

FANCHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2001.

FARIAS, J. F. C. **A origem do direito de solidariedade**. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

FISCHER, R. M. **O desafio da colaboração**: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor. São Paulo: Gente, 2002.

FREDERICK, W. C. **From CSR1 to CSR2**. Business and Society. v. 33, n.2, p.150-164, ago. 1994.

_____. **Moving to CSR4**: What to pack for the trip. Business and Society. v. 37, n.1, p.40-59, mar. 1998.

FRIEDMAN, R. E. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York Times Magazine, New York, 13 sept.1970.

FREEMAN, R. E.; LIEDTKA, Jeanne. **Corporate social responsibility** – a critical approach (corporate social responsibility no longer a useful concept). Business Horizons, v.34, n. 4, p.92, July-Aug. 1991.

GALLIANO, A. G. **Introdução à sociologia**. São Paulo: Harbra,1986.

GOUDBOUT, J. T.; CAILLÉ, A. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.

GOUDBOUT, Jacques T. Homo Donator versus Homo Oeconomicus,1998 in MARTINS, Paulo Henrique (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social.** Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

GRAJEW, O. **O que é responsabilidade social.** Mercado Global, São Paulo, 28 jun. 2000.

Grupo de institutos, fundações e empresas. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/gife>>.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S.; FRANCO, F. M. M. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KOTLER, Philip. **Marketing Social: estratégias para alterar o comportamento público.** São Paulo: Campus,1992.

KURTZ, D. L.; Clow, K. E. **Services Marketing.** Nova York: Jon Wiley & Sons, 1998.

LECHTE, John. **Cinquenta pensadores contemporâneos essenciais: do estruturalismo à pós-modernidade.** Tradução de Fábio Fernandes. 2. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002.

LOURENÇO, A. G.; SCHRODER, D. S. **Vale investir em Responsabilidade Social Empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/300_alex_e_debora.doc>. Acesso em: 12 fev.2003.

MARTINS, P. H. (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social.** Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução, análise.** São Paulo: Atlas, 1993. p. 66.

MATTEDI, M. M. **Responsabilidade Social como ferramenta de gestão das organizações do segundo setor**. 2002. __f. Monografia (Especialização). Fundação Ceciliano Abel de Almeida, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2002.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**, com uma introdução à obra de Marcel Mauss, de Claude Lévi-Strauss. 1. ed. São Paulo: Pedagógica e Universitária, 1974. 2 v.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MITNICK, B. M. **Systematics and CSR: The theory and process of normative referencing**. Business and Society. v. 34, n. 2, p. 5-33, apr. 1995.

MORAES, M. C. B. **O princípio da solidariedade**. in PEIXINHO, M.M.; GUERRA, I. F.; NASCIMENTO FILHO, F. (Orgs.), **Os princípios da Constituição Federal de 1988**. Rio de Janeiro: Lumen Iuris, 2001.

MORGAN, Gareth. **Visões da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

OLIVEIRA, F.; PARAGUASSÚ, L.; OSWALD, V., **A desigualdade se espalha**. Jornal O Globo, Rio de Janeiro, p. 21, 3 out.2003.

OSTERGARD, P. M. **Promoting Corporate Citizenship**. UN Chronicle, v. 36 n.4, p. 68-69, 1999.

PELIANO, Ana Maria T. M. (Coord.). **Bondade ou interesse?** Como e porque as empresas atuam na área social. Brasília: IPEA, 2001.

PETROBRAS. **Almanaque memória dos trabalhadores Petrobras**. Rio de Janeiro: Petrobras, 2003.

PETROBRAS. **Petrobras**, produzindo energia e qualidade de vida. Encarte.

PETROBRAS. **Relatório Social 2001**. Rio de Janeiro: Petrobras, 2002.

PETROBRAS. **Relatório Social 2002**. Rio de Janeiro: Petrobras, 2003.

PETROBRAS. **Revista Petrobras**. Rio de Janeiro: Petrobras, ano 9, n.87, Jan. 2003.

PETROBRAS. **Lajedo de Soledade**. Encarte

Petrobras. Home Page. Disponível em: <[http:// www.petrobras.com.br](http://www.petrobras.com.br)>. Acesso em: mar./dez. 2003.

Petrobras 50 anos. Disponível em:<<http://www.petrobras50anos.com.br/>>. Acesso em: 12 out.2003.

Petrobras 50 anos. Folha de São Paulo, São Paulo. Edição Especial. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/petrobras50anos/fj0310200322.shtml>>. Acesso em: 12 out.2003.

PINTO, L. F. S. **Gestão Cidadã**: ações estratégicas para a participação social no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

PRINGLE, Hamish; THOMPSON, Marjorie. **Marketing Social**: Marketing para causas sociais e a construção das marcas. São Paulo: Makron Books, 2000.

REVISTA ESTADO-SOCIEDADE. Brasília: UNB, 2001. Departamento de Sociologia “novas solidariedades urbanas”.

REVISTA VEJA. Rio de Janeiro: Abril, 2003. **Suplemento publicitário Petrobras**. 02 nov.2003.

RIDLEY, Matt. **As origens da virtude** – um estudo biológico da solidariedade. Rio de Janeiro: Record, 2000.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa**. Petrópolis: Vozes, 1978, 58 p.

SAGAN, C. **As regras do jogo** - in Bilhões e bilhões. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SHRIVASTAVA, P. **Ecocentric management for a risk society**. Academy of Management Review. v. 20, n.1, p. 118-137, 1995.

SOUZA, R. S. **O funcionalismo sistêmico nas teorias social e organizacional: evolução e crítica**. UFRGS, 2001.

SUCUPIRA, João. **A responsabilidade social das empresas**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/bib05.html>>. Acesso em: 23 jun.2003.

TORRES, Ciro. **Um pouco da história do balanço social**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/historico.html>>. Acesso em: jan./dez.1999.

VAN KRIEKEN, Robert. 1998. Disponível em: <<http://www.usyd.edu.au/su/social/elias/book/ch1.htm>>. Acesso em: 02 nov.2002.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas,1997.

YIN, Robert K. **Case Study research: design and methods**. London: Sage Publications, 1994.

ZADEK, Simon; HUMMELS, Harry. **Making Values Work**. *Journal of Business Ethics*, v. 17, p. 1373-1377, 1998.

9 ANEXOS

9.1 ANEXO A – RECORDES DE PRODUÇÃO DA PETROBRAS

TABELA 3: RECORDES DE PRODUÇÃO DE PETRÓLEO DA PETROBRAS, EM MIL BARRIS POR DIA.

Data	Nov. 1996	Dez. 1997	Dez. 1998	Nov. 1999	Mar. 2000	Ago. 2000	Set. 2000	Dez. 2001	Mai. 2002	Fev. 2003
Produção	909,5	1008	1222,2	1245,5	1256	1340	1401	1567,6	1616,3	1622

Fonte: Petrobras 50 anos. Folha de São Paulo, São Paulo. Edição Especial. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/especial/2003/petrobras50anos/fj0310200322.shtml>>. Acesso em: 12 out.2003.

9.2 ANEXO B - DADOS DA PETROBRAS

TABELA 4: DADOS DA PETROBRAS REFERENTES AO ANO DE 2002

RECEITAS (em bilhões de US\$)	US\$ 22,612
LUCRO LÍQUIDO (em bilhões de US\$)	US\$ 2,311
INVESTIMENTOS (em bilhões de US\$)	US\$ 4,911
ACIONISTAS	131.577
EXPLORAÇÃO	31 sondas de perfuração (19 marítimas)
RESERVAS	10,5 bilhões de barris de óleo e gás equivalente (boe)
POÇOS ATIVOS	9.842 (852 marítimos)
PLATAFORMAS DE PRODUÇÃO	96 (74 fixas; 22 flutuantes)
PRODUÇÃO DIÁRIA	1,535 milhão bpd de óleo e LGN 44 milhões de m3 de gás natural
REFINARIAS	14
RENDIMENTO DAS REFINARIAS	1,701 milhão barris por dia – bpd
DUTOS	14.267 km
FROTA DE PETROLEIROS	115 (55 de propriedade da Petrobras)
POSTOS	7.119
AEROPORTOS ABASTECIDOS *	102
FERTILIZANTES	2 Fábricas: 1.738 toneladas métricas de amônia e 1.927 toneladas métricas de uréia

* no Brasil em 2001

Fonte: Petrobras, site “www.petrobras.com.br/ri/port/destaquesoperacionais/exploracaoproducao”, acessado em 12.02.2004

TABELA 5: EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA PRODUÇÃO NACIONAL DE ÓLEO CONDENSADO E LGN

Produção Nacional de Óleo Condensado e LGN (em bpd)									
Ano	Óleo Condensado					LGN	Total com LGN	Bacia de Campos	
	Terra		Mar		Total			Quantidade	Quantidade
	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade	% do Total
1954	2.662,5	100,0	0,4	-	2.662,9	-	2.662,9	-	-
1955	5.330,1	97,2	152,0	2,8	5.482,0	-	5.482,0	-	-
1956	10.664,9	97,7	255,9	2,3	10.920,8	-	10.920,8	-	-
1957	26.523,5	97,2	774,8	2,8	27.298,3	-	27.298,3	-	-
1958	49.869,9	97,5	1.262,6	2,5	51.132,5	-	51.132,5	-	-
1959	62.605,0	97,9	1.355,7	2,1	63.960,7	-	63.960,7	-	-
1960	77.174,0	96,2	3.086,7	3,8	80.260,8	-	80.260,8	-	-
1961	89.123,2	93,9	5.779,4	6,1	94.902,6	-	94.902,6	-	-
1962	83.280,5	91,6	7.630,2	8,4	90.910,7	-	90.910,7	-	-
1963	89.322,8	91,4	8.422,9	8,2	97.745,7	-	97.745,7	-	-
1964	83.498,1	91,8	7.445,9	8,2	90.944,0	-	90.944,0	-	-
1965	86.293,3	91,8	7.694,9	8,2	93.988,2	-	93.988,2	-	-
1966	106.178,8	91,4	9.994,1	8,6	116.172,9	-	116.172,9	-	-
1967	132.913,0	90,9	13.227,4	9,1	146.140,5	-	146.140,5	-	-
1968	149.706,2	93,4	10.524,6	6,6	160.230,8	-	160.230,8	-	-
1969	163.166,3	94,8	9.032,5	5,2	172.198,8	-	172.198,8	-	-
1970	155.549,0	94,8	8.539,0	5,2	164.088,0	-	164.088,0	-	-
1971	158.690,2	93,2	11.516,0	6,8	170.206,2	-	170.206,2	-	-
1972	156.056,7	93,7	10.417,9	6,3	166.474,6	-	166.474,6	-	-
1973	155.505,8	91,4	14.547,1	8,6	170.052,9	-	170.052,9	-	-
1974	151.721,2	85,7	25.330,1	14,3	177.051,3	-	177.051,3	-	-
1975	143.119,4	83,5	28.365,6	16,5	171.485,0	-	171.485,0	-	-
1976	132.689,7	79,8	33.511,4	20,2	166.201,2	-	166.201,2	-	-
1977	120.011,0	75,2	39.553,1	24,8	159.564,1	-	159.564,1	2.792,0	1,7
1978	115.992,8	72,4	44.192,1	27,6	160.184,9	-	160.184,9	8.504,0	5,3
1979	108.002,0	65,3	57.399,2	34,7	165.401,2	-	165.401,2	16.021,0	9,7
1980	106.330,9	58,7	74.694,9	41,3	181.025,8	-	181.025,8	28.575,0	15,8
1981	113.003,8	53,0	100.083,3	47,0	213.087,1	-	213.087,1	53.935,0	25,3
1982	118.242,4	45,6	141.106,6	54,4	259.349,0	2,1	259.351,1	92.557,0	35,7

1983	132.141,7	40,2	196.655,7	59,8	328.797,5	133,7	328.931,2	145.441,0	44,2
1984	148.080,7	32,2	312.258,9	67,8	460.339,5	7.176,4	467.515,9	251.651,0	53,8
1985	154.362,8	28,3	391.618,5	71,7	545.981,3	10.795,4	556.776,8	337.171,0	60,6
1986	167.048,2	29,2	405.869,8	70,8	572.918,0	16.507,2	589.425,2	354.908,0	60,2
1987	169.656,6	29,9	396.809,9	70,1	566.466,5	21.901,8	588.368,3	351.838,0	59,8
1988	180.029,2	32,4	374.866,8	67,6	554.896,0	22.203,8	577.099,8	331.046,0	57,4
1989	195.193,6	32,7	400.886,7	67,3	596.080,3	20.763,6	616.843,9	356.370,0	57,8
1990	188.657,0	29,9	442.599,0	70,1	631.255,9	22.371,7	653.627,6	405.568,0	62,0
1991	178.950,6	28,7	444.671,7	71,3	623.622,2	23.107,2	646.729,5	411.804,0	63,7
1992	186.598,9	29,7	441.421,1	70,3	628.020,0	25.080,5	653.100,5	407.030,0	62,3
1993	182.544,7	28,4	460.729,0	71,6	643.273,8	25.017,3	668.291,1	426.108,0	63,8
1994	179.609,7	26,9	488.413,9	73,1	668.023,6	24.808,5	692.832,2	448.924,0	64,8
1995	180.758,7	26,1	512.265,1	73,9	693.023,8	23.136,7	716.160,5	474.501,0	66,3
1996	198.053,0	25,3	585.690,9	74,7	783.744,0	25.307,6	809.051,6	545.624,0	67,4
1997	199.459,4	23,7	642.028,4	76,3	841.487,8	27.820,3	869.308,1	607.626,0	69,9
1998	211.770,6	21,7	763.346,3	78,3	975.116,9	29.163,5	1.004.280,4	728.586,0	72,5
1999	209.001,7	19,0	892.487,6	81,0	1.101.489,3	30.346,5	1.131.835,8	857.580,0	75,8
2000	211.499,8	17,1	1.022.723,2	82,9	1.234.223,1	36.270,4	1.270.493,5	992.148,0	78,1
2001	214.333,4	16,5	1.080.812,5	83,5	1.295.145,9	40.648,2	1.335.794,1	1.052.524,0	78,8
2002	218.888,7	15,0	1.235.911,9	85,0	1.454.800,6	45.253,0	1.500.053,6	1.201.239,1	80,1

Fonte: Petrobras, site “www.petrobras.com.br/ri/port/destaquesoperacionais/exploracaoproducao”, acessado em 12.02.2004

9.3 ANEXO C - ROTEIRO PARA A ELABORAÇÃO DE PROJETOS

Para participar da seleção pública de projetos feita pela Petrobras, as instituições candidatas devem apresentar seus projetos de acordo com o roteiro abaixo.

ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS SOCIALMENTE TRANSFORMADORES (ALTERNATIVOS)

O Roteiro para Elaboração de Projetos¹ é uma orientação para os participantes apresentarem as propostas de acordo com a necessidade da Petrobras.

1. APRESENTAÇÃO

A apresentação é uma das partes mais importantes na apresentação de um projeto social. É por ela que o parceiro/investidor poderá compreender - de maneira rápida e objetiva - a proposta integral do projeto. Assim, seja claro e objetivo, escreva sem rodeios, incluindo somente as informações essenciais ao perfeito entendimento do projeto.

Escreva um PEQUENO TEXTO ressaltando de FORMA OBJETIVA: o perfil do projeto, seu histórico e objetivo geral, as metodologias a serem empregadas, as atividades prioritárias, os resultados esperados e o valor total do investimento solicitado.

É fundamental, também, destacar NÚMEROS que demonstrem os resultados concretos a serem obtidos com a execução do projeto. Isso ajuda a situar o parceiro-investidor quanto às dimensões e ao potencial transformador do projeto. No item 6 deste documento – *Objetivos Específicos* –, apresentam-se alguns exemplos a este respeito.

Sugere-se, para a apresentação, um texto de **uma** lauda apenas.

¹ Disponível em:

<http://www2.petrobras.com.br/responsabilidade/portugues/social/soc_roteito.htm>

2. JUSTIFICATIVA

Deve-se responder à seguinte questão: por que executar o projeto?

Em **uma** ou, no máximo, **duas** laudas, ressaltar os seguintes aspectos:

- a. O problema social a ser enfrentado, suas dimensões e o(s) público(s) atingido(s);
- b. Relevância do projeto (ou seja, a importância das atividades programadas para a solução do problema social que o projeto se destina a enfrentar);
- c. Os parceiros-executores (outras instituições, profissionais e/ou líderes comunitários locais que poderão contribuir no desenvolvimento das ações);
- d. Impacto social previsto (as transformações positivas esperadas, em termos de melhoria da qualidade de vida e bem-estar dos beneficiários das ações);
- e. Área geográfica em que o projeto será desenvolvido; e
- f. Principais características da população local (demográficas, socioeconômicas, sociopolíticas, ambientais, culturais, nutricionais, comportamentais, etc.).

3. ATIVIDADES ANTERIORES

Descreva, sucintamente, as atividades anteriores da Organização voltadas aos adolescentes e jovens, incluindo os principais resultados quantitativos e qualitativos obtidos. Pode-se descrever o próprio projeto (ou fazer referência ao item Apresentação), no caso de estar sendo proposta a sua ampliação, aperfeiçoamento e/ou sua replicação em outro(os) local(is) ou comunidade(s). Sugere-se, também, não utilizar mais que uma ou duas laudas.

4.OBJETIVO GERAL

Identifique os benefícios mais amplos que o projeto deverá proporcionar aos adolescentes e jovens, apontando os parâmetros cronológicos e de mensuração.

Exemplos:

- Até julho de 2003, reduzir em 50% as ocorrências odontológicas nos adolescentes e jovens das comunidades A e B, hoje da ordem de 2.500 casos/ano.
- Aumentar de 45% para 75% o índice médio de sucesso escolar (aprovação) entre os adolescentes e jovens das escolas das comunidades A e B.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Estes objetivos referem-se às etapas intermediárias que deverão ser cumpridas no curso do projeto, com vistas à consecução do seu objetivo geral. Portanto, devem estar necessariamente vinculados ao objetivo geral previsto. Também devem ser específicos, viáveis, hierarquizados, mensuráveis e cronologicamente definidos. Preencha o quadro abaixo, enunciando com precisão e clareza os objetivos específicos por ordem de importância (**hierarquização**), **os resultados quantitativos e qualitativos esperados em cada objetivo (mensuração)**, **as atividades que serão implementadas para sua consecução e os períodos de realização (cronologia)**. **Por motivos metodológicos, não estabelecer mais de seis objetivos específicos.**

Exemplo:

Considerando o objetivo geral de *"Até julho de 2003, reduzir em 50% as ocorrências odontológicas nos adolescentes e jovens das comunidades A e B, hoje da ordem de 2.500 casos/ano"*.

Nº	Enunciado	do	Resultados Esperados	Atividades	Período
----	-----------	----	----------------------	------------	---------

	<i>Objetivo</i>			<i>Principais</i>	
		Quantita- tivos	Qualitativos		
1.	Habilitar 50 agentes de saúde para atuar nas comunidades A e B realizando atividades educativas de higiene bucal e detectando problemas odontológicos	Ter 90% dos agentes atuando em campanhas de saúde bucal nas comunidades A e B Inserção de 70% dos agentes no mercado de trabalho, após a conclusão do projeto Manutenção de 20% dos demais atuando como voluntários nas comunidades A e B	Ampliação do nível de conhecimento e compromisso desses agentes em relação à questão da saúde e higiene bucal Aprimoramento do seu potencial de liderança junto às comunidades em que atuam Elevação do nível de auto-estima e auto-confiança dos agentes Adoção, pelas comunidades, de novos hábitos de higiene e cuidado bucal	Ministrar dez aulas-diálogo sobre higiene e saúde bucal Realização de um workshop sobre cuidados de saúde bucal aberto às comunidades A e B Edição de um manual sobre a saúde bucal para uso dos agentes Edição de um folder dirigido à população	Jan-Jul

6.METODOLOGIA EMPREGADA

Descreva a maneira como as atividades serão implementadas, incluindo-se os principais procedimentos, as técnicas e instrumentos a serem empregados. Destaque outros aspectos metodológicos importantes, como as formas de atração e integração dos públicos beneficiários; os locais de abordagem desses grupos e/ou de execução das atividades; a natureza e as principais funções dos agentes multiplicadores; as atribuições dos parceiros executores; os mecanismos de participação comunitária no projeto e outros. Não é obrigatória a descrição de todos esses itens. No entanto, é preciso que se saiba com clareza e precisão de que maneira o projeto será desenvolvido, ou seja, *o como fazer*.

Exemplo:

A metodologia a ser empregada neste projeto consistirá no desenvolvimento de atividades em três diferentes linhas de atuação, quais sejam:

- **Ações socioeducativas articuladas ao processo de conscientização através de oficinas semanais, com 1:30 h de duração**, nas seguintes áreas: Anatomia, Genética, Educação Higiênica, Cidadania, e Ética. Cada oficina será desenvolvida com a participação de cerca de 25 alunos. Haverá a possibilidade de organização de outras turmas, que requeiram atenção especial. Esse trabalho poderá ser realizado através de atividades regulares ou não, mas sempre de maneira sistematizada. Poderão, ainda, desenvolver-se esporadicamente outras atividades de capacitação para utilização de novas técnicas e metodologias, com grupos mais ampliados e de acordo com as demandas específicas das próprias comunidades-alvo.
- Os trabalhos serão desenvolvidos por meios de aulas expositivas, trabalhos em grupo, de exposições dialogadas e discussões plenárias, procurando-se estimular o protagonismo dos participantes no processo de apropriação dos conhecimentos e informações sobre os temas tratados. Os participantes serão selecionados entre adolescentes e jovens das escolas públicas interessados e, para isso, será realizada uma palestra informativa e motivacional em cada uma das três escolas da

comunidade. Antes, durante e após o projeto, os participantes serão submetidos a testes de aferição de seus conhecimentos a respeito dos temas tratados, com objetivos de avaliação de processo, de resultados e do impacto obtidos com as atividades desenvolvidas. Também buscar-se-á motivar alguns profissionais de ensino das escolas citadas para participar do projeto, reforçando em suas classes as temáticas que forem abordadas durante as Oficinas temáticas previstas.

7. AVALIAÇÃO DE PROCESSO OU PROCESSUAL

Esta modalidade de avaliação refere-se à forma como o projeto se desenvolve e à *eficiência* dos métodos e procedimentos empregados, de modo a *fazer mais com menos*. A avaliação de processo ou processual identifica e mensura, portanto, os aspectos ligados ao *como fazer*, tais como número e a qualidade dos materiais didáticos utilizados, número de treinandos, número de horas/aula, frequência, número de instrutores atuantes, qualidade das acomodações, disponibilidade de recursos audiovisuais, etc. A avaliação de processo propicia informações que permitem redirecionar e replanejar o projeto, em conjunto, ou alguma de suas atividades. Neste item, para cada atividade principal listada, identifique os indicadores quantitativos e qualitativos de progresso do projeto e, também, os meios de verificação das informações, ou seja: onde, quando e como as informações serão coletadas e analisadas. Essas informações são muito importantes, pois serão utilizadas para monitoramento das ações do projeto, com foco nos seus resultados quantitativos e qualitativos.

Exemplo:

Atividade	Indicadores de Progresso	Meios de Verificação	Período de Verificação
Ministrar 10 aulas-diálogo sobre higiene e saúde bucal	- No. efetivo de aulas realizadas - Nível de interesse demonstrado pelos	- Diário de classe - Relatório de avaliação dos instrutores/capacitadores - Testes de verificação-	Trimestral

	participantes - Desempenho dos participantes nas avaliações periódicas - Interesse em temas extra-classe - Índice de frequência - Quantidade e qualidade dos materiais didáticos utilizados - Desempenho dos professores	Entrevistas pessoais - Lista de frequência - Revisão dos materiais por especialistas convidados - Avaliação dos instrutores por especialistas convidados	
--	---	---	--

8. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

Esta modalidade de avaliação refere-se à eficácia dos métodos e procedimentos utilizados para a consecução dos objetivos e metas do projeto. Ela denota as transformações sociais geradas pelas atividades, sempre relacionadas aos objetivos do projeto. Para cada objetivo específico enunciado, identifique os indicadores quantitativos e qualitativos dos resultados esperados, assim como os meios e períodos de verificação.

Exemplo:

Objetivo Específico	Indicadores de Resultados	Meios de Verificação	Período de Verificação
Habilitar 50 agentes de saúde para atuar nas comunidades A e B realizando atividades educativas de higiene bucal e detectando problemas odontológicos	- Número de participantes formados como agentes, ao final do curso - Nível de	Relatório de atividades Teste final de aferição dos conhecimentos Entrevistas pessoais com	Trimestral

	<p>desempenho dos participantes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento no interesse das famílias pelos temas abordados no curso - No. de parcerias ou convênios firmados com agências de emprego - Número de participantes formados inseridos no mercado de trabalho - Melhorias nos níveis de qualidade de vida e bem-estar dos formados 	<p>famílias da comunidade</p> <p>Relatório de atividades da instituição e cópia dos termos de parceria/convênios</p> <p>Pesquisa <i>follow-up</i> junto aos formados e empresas das comunidades A e B</p> <p>Entrevistas pessoais com os agentes, suas famílias, vizinhos e amigos</p>	
--	---	--	--

9. AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

Esta modalidade de avaliação refere-se à permanência ou sustentabilidade no tempo das transformações decorrentes das ações implementadas, ou seja, à sua *efetividade*. O impacto social é medido pelas melhorias ocorridas na qualidade de vida e bem-estar dos públicos-alvo ou beneficiários direto e/ou indireto, a médio e longo prazos. Para cada objetivo específico listado, identifique os indicadores quantitativos e qualitativos do impacto social previsto para o projeto, assim como os meios e os períodos de verificação.

Exemplo:

Objetivo Específico	Indicadores de Impacto Social	Meios de Verificação	Período de Verificação
<p>Habilitar 50 agentes de saúde para atuar nas comunidades A e B realizando atividades educativas de higiene bucal e detectando problemas odontológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de participantes formados e inseridos no mercado de trabalho e continuam atuantes na área seis meses após o término do projeto - Nível de desempenho dos agentes atuantes no mercado de trabalho - Melhorias obtidas nos níveis de renda, educação e saúde dos agentes formados e de suas famílias - % de agentes formados que mantêm atividades sociais voluntárias - No. e % de agentes formados que estão prosseguindo nos estudos 	<ul style="list-style-type: none"> - Pesquisa <i>follow-up</i> junto aos agentes formados e empresas empregadoras - Entrevistas com colegas de trabalho e chefias - Entrevistas pessoais com os agentes formados, suas famílias, parentes e/ou vizinhos - Entrevistas pessoais com os agentes e comunidade - Entrevistas pessoais com os agentes e a direção das escolas citadas 	<p>Trimestral</p>

10. PARCERIAS E ALIANÇAS

Identifique as principais parcerias estabelecidas para a execução do projeto, incluindo os parceiros-executores (aqueles que participarão, ativamente, da implementação das

atividades, tendo atribuições específicas); as instituições de apoio técnico, material e/ou financeiro; consultorias, etc., indicando as funções de cada uma.

Exemplo:

Organização	Principais funções no projeto
Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI)	<ul style="list-style-type: none"> a. Iniciar e intermediar os contatos com profissionais de comunicação, com vistas à realização de pesquisa sobre o interesse em questões do Terceiro Setor; b. Tabular e consolidar os questionários da pesquisa, além de elaborar e distribuir o relatório final; c. Estimular a participação de todos os Jornalistas Amigos da Criança (os JACA) na pesquisa.

11. EQUIPE TÉCNICA

Relacione os membros da equipe técnica principal do projeto, incluindo a formação profissional (médico, assistente social, psicólogo, etc.), a função ou cargo (diretor, coordenador, educador, etc.) e o número de horas semanais que cada profissional dedicará ao projeto. Não há necessidade de elencar o pessoal de apoio técnico ou operacional.

Nome	Formação	Função	Horas Semanais
Maria José Silva	Socióloga	Coordenadora Geral	40
Luís Carlos Santos	Médico-Sanitarista	Coordenador de Campo	40
José Carlos Fonseca	Enfermeiro	Educador Social	48

João Carlos Castro	Técnico-Enfermeiro	Educador Social	48
Maria Luíza Oliveira	Assistente Social	Assistente Técnica	40

12. COMUNICAÇÃO DO PROJETO

Este módulo refere-se às formas e meios pelos quais o projeto dará conhecimento de suas ações, êxitos e fracassos aos parceiros, líderes e formadores de opinião do Terceiro Setor, às autoridades governamentais, público interno e à sociedade em geral. Destaque as estratégias e materiais a serem utilizados com esse fim, assim como os mecanismos de vinculação do projeto e suas atividades ao Petrobras Social. Não confundir com a promoção e divulgação de serviços junto aos beneficiários-potenciais do projeto.

Exemplo:

O projeto deverá ser divulgado associando suas ações ao Petrobras Social e respeitando as cláusulas contratuais. A Petrobras terá sua logomarca afixada em todas as peças impressas do projeto e deverá ser mencionada como parceira em entrevistas, artigos e outras peças de difusão e promoção do projeto. As quantidades das contrapartidas serão:

Tipo de Mídia	Quantidade	Custo Estimado
1. Folders, panfletos e outros impressos	XXXX	XXXX
2. Banners	XXXX	XXXX
3. Mala-direta	XXXX	XXXX
4. Outdoors ou busdoors	XXXX	XXXX
5. Camisetas e bonés	XXXX	XXXX

6. Anúncios em jornal	XXXX	XXXX
7. Site na Internet	XXXX	XXXX

13. CRONOGRAMA FÍSICO-FINANCEIRO

O cronograma constitui instrumento essencial de gestão e, por isso, deve ser elaborado com critério. Relacione as principais atividades do projeto - de acordo com os objetivos específicos descritos no Item 5 - indicando os prazos de realização de cada uma. Considerando o prazo de vigência do contrato de parceria (12 meses), use o mês como unidade.

14. ORÇAMENTO DO PROJETO

Considerando as principais atividades estabelecidas em cada objetivo específico, indique o valor do investimento solicitado ao Programa, assim como a contrapartida da organização e os recursos provenientes de outras fontes (se for o caso). Como contrapartida, poderão ser computados os valores estimados das instalações, materiais e equipamentos da organização, cedidos ou utilizados na implementação do projeto, assim como o valor das horas de trabalho da equipe técnica, desde que esses itens não estejam incluídos no investimento solicitado ao programa. A seguir estão as planilhas relacionadas ao orçamento do projeto.

Planilha de Orçamento de Projetos:

	ORÇAMENTO FÍSICO-FINANCEIRO						TOTAL
	1º SEMESTRE						
NATUREZA DA DESPESA	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	1o SEM

1. CUSTOS FIXOS							
1.1 Aluguel Imóvel							R\$ 0,00
1.2 Conta de luz							R\$ 0,00
1.3 Conta de Água							R\$ 0,00
1.4 Conta de telefone							R\$ 0,00
1.5 IPTU							R\$ 0,00
Sub-total 1	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2. PESSOAL							
2.1 Coordenação Geral							R\$ 0,00
2.2 Administração							R\$ 0,00
2.3 Auxiliar de Escritório							R\$ 0,00
2.4 Monitores							R\$ 0,00
2.5 Serviços de Terceiros							R\$ 0,00
Sub-total 2	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3. MANUTENÇÃO							
3.1 Obras / Reparos							R\$ 0,00
3.2 Assistência técnica							R\$ 0,00
Sub-total 3	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
4. MATERIAL							
4.1 Material Escritório							R\$ 0,00
4.2 Material Higiene/Limpeza							R\$ 0,00
4.3 Material p/ beneficiários							R\$ 0,00
4.4 Uniformes							R\$ 0,00
4.5 Equipamentos							R\$ 0,00

Sub-total 4	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
5. TRANSPORTE							
5.1 Gasolina							R\$ 0,00
5.2 Estacionamento/Pedágio							R\$ 0,00
5.3 Ônibus, Taxi, outros							R\$ 0,00
Sub-total 5	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
6. ALIMENTAÇÃO							
6.1 Alimentação fora da instituição							R\$ 0,00
6.2 Alimentação dentro da instituição							R\$ 0,00
Sub-total 6	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
7. VIAGENS							
7.1 Passagem de Avião							R\$ 0,00
7.2 Hospedagem							R\$ 0,00
7.3 Alimentação							R\$ 0,00
Sub-total 7	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
8. EVENTOS							
8.1 Equipamentos							R\$ 0,00
8.2 Divulgação (fotos, impressos)							R\$ 0,00
Sub-total 8	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
9. OUTROS GASTOS							

							R\$ 0,00
Sub-total 9	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL GERAL	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00

Planilha de Prestação de Contas de Projetos:

A Planilha de Prestação de Contas de Projetos deve ser utilizada como modelo para que a Petrobras acompanhe os gastos realizados com os projetos patrocinados.

	PRESTAÇÃO DE CONTAS						
	1º SEMESTRE DO PROJETO						
	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3	MÊS 4	MÊS 5	MÊS 6	TOTAL
SALDO DO PERÍODO ANTERIOR	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
RECEBIMENTO DA PARCELA	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
ABERTURA DE CAIXA	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
NATUREZA DA DESPESA							
1. CUSTOS FIXO							
1.1 Aluguel Imóvel							R\$ 0,00
1.2 Conta de luz							R\$ 0,00
1.3 Conta de Água							R\$ 0,00
1.4 Conta de telefone							R\$ 0,00
1.5 IPTU							R\$ 0,00
Sub-total 1	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
2. PESSOAL							
2.1 Coordenação Geral							R\$ 0,00
2.2 Administração							R\$ 0,00
2.3 Auxiliar de Escritório							R\$ 0,00

2.4 Monitores							R\$ 0,00
2.5 Serviços de Terceiros							R\$ 0,00
Sub-total 2	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
3. MANUTENÇÃO							
3.1 Obras / Reparos							R\$ 0,00
3.2 Assistência técnica							R\$ 0,00
Sub-total 3	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
4. MATERIAL							
4.1 Material Escritório							R\$ 0,00
4.2 Material Higiene/Limpeza							R\$ 0,00
4.3 Material p/ beneficiários							R\$ 0,00
4.4 Uniformes							R\$ 0,00
4.5 Equipamentos							R\$ 0,00
Sub-total 4	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
5. TRANSPORTE							
5.1 Gasolina							R\$ 0,00
5.2 Estacionamento/Pedágio							R\$ 0,00
5.3 Ônibus, Taxi, outros							R\$ 0,00
Sub-total 5	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
6. ALIMENTAÇÃO							
6.1 Alimentação fora da instituição							R\$ 0,00
6.2 Alimentação dentro da							R\$ 0,00

instituição							
Sub-total 6	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
7. VIAGENS							
7.1 Passagem de Avião							R\$ 0,00
7.2 Hospedagem							R\$ 0,00
7.3 Alimentação							R\$ 0,00
Sub-total 7	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
8. EVENTOS							
8.1 Equipamentos							R\$ 0,00
8.2 Divulgação (fotos, impressos)							R\$ 0,00
Sub-total 8	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
9. OUTROS GASTOS							
							R\$ 0,00
Sub-total 9	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
TOTAL DE DESPESAS	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	
SALDO DO PERÍODO							

Os documentos originais que comprovam esta prestação de contas encontram-se disponíveis na sede da instituição, podendo ser solicitados pela Petrobras (ou por representante indicado) para eventual auditoria, em qualquer tempo pelo período de 5 anos.

(Assinatura)

 Responsável :

CPF:

9.4 ANEXO D – PERFIL DOS PROJETOS SOCIAIS ESTUDADOS

PROJETO	ESTADO / CIDADE	MÓDULO	PARCE-RIAS	DESCRIÇÃO
Programa de Criança Petrobras	Rio de Janeiro / Macaé	Empreendimento Social	SESI	Atendimento a menores, complementando a educação, com reforço escolar, atividades artísticas, culturais e esportivas.
Lajedo de Soledade	Rio Grande do Norte / Apodi	Empreendimento Social	FALS – Fundação Amigos do Lajedo de Soledade	Ações de conscientização e desenvolvimento da cidadania junto à comunidade de Apodi / Lajedo de Soledade,

				buscando a preservação do sítio arqueológico local.
Programa de Água Petrobras	Rio Grande do Norte e Ceará / Alto do Rodrigues (RN)	Empreendimento Social	Prefeitura municipal de Alto do Rodrigues	Instalação de poços de água e construção de chafarizes em favor das comunidades atingidas pela seca no Rio Grande do Norte e Ceará.
Rede Jovem de Cidadania	Minas Gerais / Grande Belo Horizonte	Geração da Paz	Associação Imagem Comunitária	Rede de comunicação que trabalha com correspondentes juvenis de Belo Horizonte e que aborda, do ponto de vista dos jovens, questões relacionadas à qualidade de vida, cultura e cidadania.
Projeto PIPA	Rio de Janeiro / Rio de Janeiro	Convênio	Associação Beneficente São	Contratação de adolescentes em tempo parcial para prepará-los

			Martinho	para o mercado formal de trabalho, respeitando as diretrizes do Estatuto da Criança e do Adolescente, visando o seu pleno desenvolvimento e priorizando a construção da cidadania.
SEMEAR – Programa Petrobras de Alfabetização	Rio Grande do Norte / Alto do Rodrigues	Empreendimento Social	Prefeitura de Alto do Rodrigues	Alfabetização de jovens e adultos empregados de empresas contratadas como prestadoras de serviço à Petrobras.
PRÓ-CURA	São Paulo / Ribeirão Preto	Empreendimento Social (Programa Avançado de Assistência e Tratamento a Pessoas Especiais)	FAPESP	Associação que pesquisa a cura para a doença Distrofia Muscular de Duchenne.

Fonte: Petrobras

9.5 ANEXO E - ROTEIROS DAS ENTREVISTAS

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS COM OS GERENTES/ EMPREGADOS DA PETROBRAS

QUESTÕES GERAIS SOBRE SOLIDARIEDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1. Nos veículos de comunicação interna da Petrobras fala-se muito em Responsabilidade Social Corporativa e Solidariedade. O que você entende por esses conceitos?
2. Como você avalia as ações sociais do empresariado brasileiro?

QUESTÕES SOBRE A ATUAÇÃO SOCIAL DA PETROBRAS

1. O Plano Estratégico da Petrobras coloca a responsabilidade social como um valor da empresa. De que forma isso se traduz nos planos de ação da empresa? Em que medida você avalia que a empresa leva em consideração aspectos sociais ao tomar decisões empresariais? De que maneira isso se reflete nos demais países nos quais a empresa atua?
2. Você acredita que o fato da Petrobras ser uma empresa de economia mista seja uma condição determinante para o investimento da empresa em Responsabilidade Social? Como você enxerga este papel? Este papel pode variar muito de um governo para outro?
3. O Programa Petrobras Social teve início em 2001 e com ele a empresa pretende ser um agente do desenvolvimento humano sustentável, ao invés de apenas uma patrocinadora. No dia a dia, o que mudou nas ações sociais da empresa com a implantação do Petrobras Social? Quais as tendências futuras de atuação social da empresa?
4. Na sua opinião, em que medida o modelo de gestão de responsabilidade social adotado pela Petrobras pode influenciar a mudança social?

QUESTÕES SOBRE O RELACIONAMENTO DA PETROBRAS COM A COMUNIDADE

1. As políticas que orientam as relações da empresa com a comunidade tem a cultura da paz como eixo integrador e prioriza o esporte, a cultura e a educação como fatores de mobilização e integração de jovens em situação de risco social. Dessas políticas, quais você destaca?

2. Como a empresa estimula a adoção de estratégias inovadoras, geradoras de impacto social no longo prazo?
3. O que você acredita que a empresa espera das parcerias que desenvolve com as comunidades?
4. Segundo o Relatório Social da Petrobras 2001, os projetos são avaliados do ponto de vista do investimento, do retorno do capital empregado e dos benefícios sociais obtidos. Dentre estes critérios, quais você destaca? Como o IDH é associado a esses critérios? Que tipo de avaliação / acompanhamento é feita para a liberação de recursos (sazonalidade, responsáveis, auditoria)?
5. Existem funcionários da empresa que se responsabilizam pelo acompanhamento dos projetos?
6. As comunidades envolvidas participam da escolha dos projetos que se propõem a melhorar sua qualidade de vida? Como sua opinião é considerada? Como a Petrobras investiga em que medida as comunidades envolvidas nos projetos sociais foram afetadas por eles? Você acredita que a Petrobras contribui para que tais comunidades se tornem auto-sustentáveis?

ROTEIRO DAS ENTREVISTAS COM AS COMUNIDADES CONTEMPLADAS PELOS PROJETOS SOCIAIS E COM OS GESTORES DAS ENTIDADES EXECUTORAS DOS PROJETOS SOCIAIS

QUESTÕES GERAIS SOBRE SOLIDARIEDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1. O que você entende por Responsabilidade Social Corporativa e Solidariedade?

2. Como você avalia as ações sociais dos empresários brasileiros?

QUESTÕES SOBRE A ATUAÇÃO SOCIAL DA PETROBRAS

1. O Plano Estratégico da Petrobras coloca a responsabilidade social como um valor da empresa. Na sua opinião, a Petrobras é uma empresa socialmente responsável?
2. Em sua visão, houve mudança nas ações sociais da empresa após a implantação do Petrobras Social, em 2001?

QUESTÕES SOBRE O PROJETO E O RELACIONAMENTO DA PETROBRAS COM A COMUNIDADE

1. Por favor, descreva o projeto, seus objetivos, público-alvo, tempo de existência, planos para o futuro.
2. Como a Petrobras apoia as ações do Projeto? Em sua opinião, a empresa poderia cooperar de outras formas diferentes das que faz atualmente?
3. Algum funcionário da Petrobras trabalhou ou ajudou em algum momento do projeto? Foi de forma voluntária?
4. No seu entender, as mudanças na equipe de gestão da Petrobras afetam o projeto? De que forma?
5. O que você acredita que a Petrobras espera das parcerias que desenvolve com as comunidades? E desta parceria em particular?

6. Os investimentos da Petrobras no seu projeto são avaliados? Existe algum tipo de relatório ou outra forma de acompanhamento? Como ela ocorre?
7. Você acredita que a Petrobras investigue em que medida as comunidades envolvidas nos projetos sociais foram afetadas por eles?
8. Você acredita que a Petrobras contribui para que as comunidades se tornem auto-sustentáveis?

9.6 ANEXO F – CARTA PETROBRAS FOME ZERO

“Companheiro e companheira,

Hoje, 1º de setembro de 2003, é data histórica para a Petrobras. A maior empresa do País, registrando recordes de lucratividade, volta-se, neste momento, para uma questão primordial a todos os brasileiros: a necessidade de inclusão social de enorme parcela da população relegada a uma vida sem qualquer traço de dignidade.

Hoje, no Palácio do Planalto, entregamos ao Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, o Programa Petrobras Fome Zero, um conjunto de ações alinhadas à estratégia do governo federal para combater a fome e a miséria e conquistar a cidadania a milhões de brasileiros.

Neste momento, quero convidá-lo a participar efetivamente deste grande esforço nacional. A Petrobras está lançando dezenas de projetos voltados para educação e qualificação profissional, geração de emprego e renda, cooperativismo, defesa dos direitos da criança e do adolescente, além de um abrangente programa de voluntariado.

O Programa prevê investimentos de R\$ 303 milhões em quatro anos, alcançando cerca de 4 milhões de pessoas. Os projetos são ancorados em ampla rede de parcerias, envolvendo entidades públicas e privadas, setores da sociedade civil organizada, clientes, fornecedores, empregados e colaboradores.

Não por acaso escolhemos o caminho da parceria. Pouco podemos fazer sozinhos. Desta forma, a Petrobras reafirma a sua filosofia de responsabilidade social - "Desenvolvimento com Cidadania" - , compartilha com a sociedade o seu patrimônio tecnológico e a sua

experiência e assume o papel de catalisadora de esforços coletivos para melhorar as condições de vida de nosso povo.

Em iniciativa pioneira, a companhia colocará à disposição de comunidades no Semi-Árido centenas de poços onde procuramos petróleo e encontramos somente água. Ao redor destes poços será construída uma nova realidade, por meio de projetos agrícolas desenvolvidos juntamente com as comunidades e apoiados por organismos governamentais e não-governamentais.

A inclusão social é a tônica de todos os projetos. Você poderá conhecê-los em nosso site e em folheto distribuído nas unidades da companhia, e certamente se identificará com alguns deles. Em especial, com o Voluntariado Petrobras, que pretende envolver toda a nossa força de trabalho em ações que já estão sendo desenvolvidas em conjunto com as comunidades onde atuamos.

Uma empresa com a excelência tecnológica, a magnitude econômica e o desempenho financeiro da Petrobras não pode deixar de assumir sua responsabilidade social com a mesma determinação com que busca a lucratividade e a remuneração de seus acionistas.

O Brasil conta com a Petrobras, e com cada um de nós.”

José Eduardo Dutra
Presidente da Petrobras

Rio de Janeiro, 1 de Setembro de 2003

Fonte: Carta distribuída aos empregados da Petrobras na ocasião do lançamento do Programa Petrobras Fome Zero, em 01 de setembro de 2003.

