

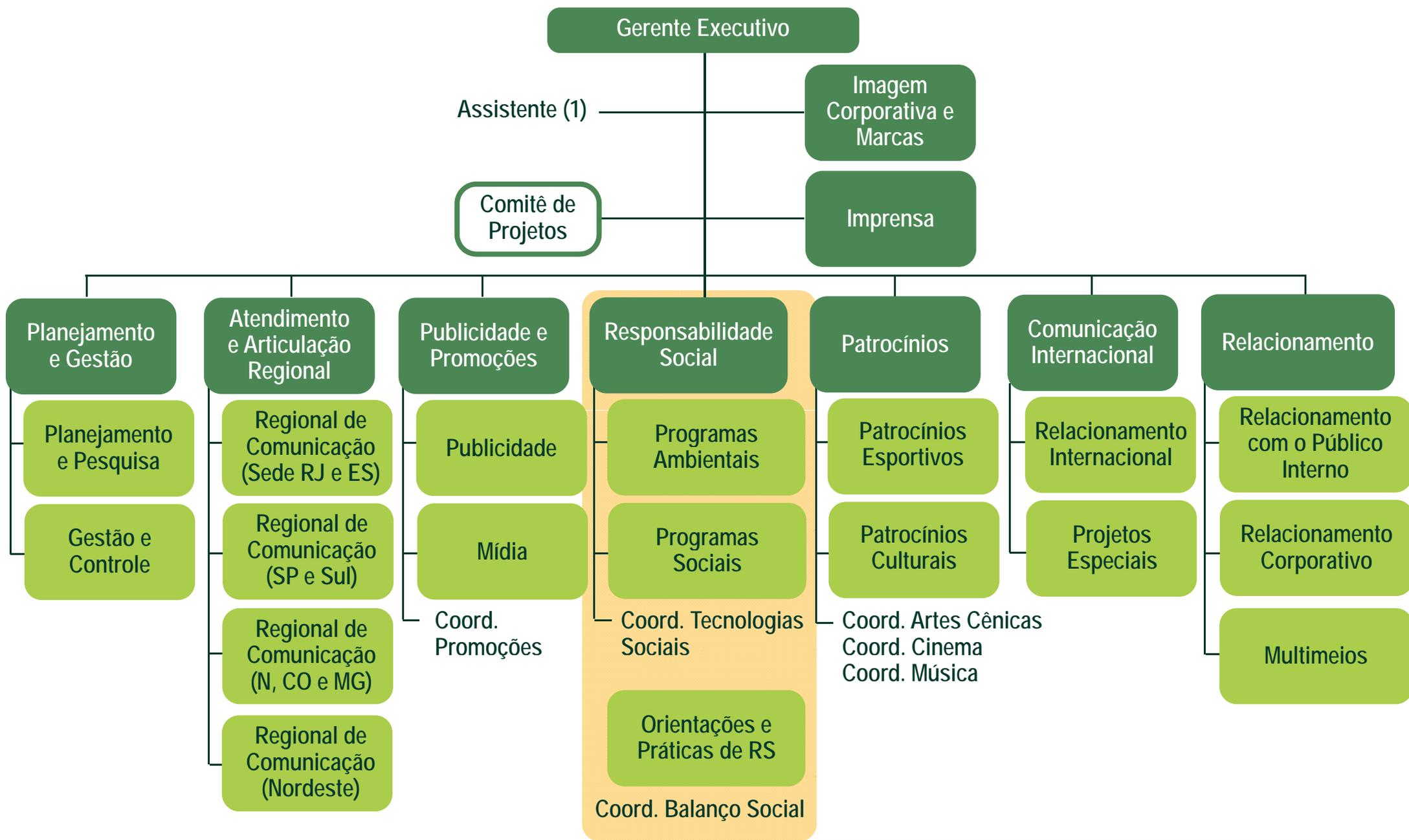
Fernando Francisca
Comunicação Institucional
Gerência de Responsabilidade Social
Gerência Setorial de Orientações e práticas de Responsabilidade Social

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA PETROBRAS

A Petrobras fez história. E está fazendo o futuro.



A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



ATRIBUIÇÕES



GERÊNCIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL



Formular e implementar as políticas e diretrizes de responsabilidade social corporativa



Formular as políticas e diretrizes de relações comunitárias, a serem executadas pelas UNs e demais órgãos da Companhia



Planejar, gerenciar e avaliar os projetos corporativos nas áreas social e ambiental



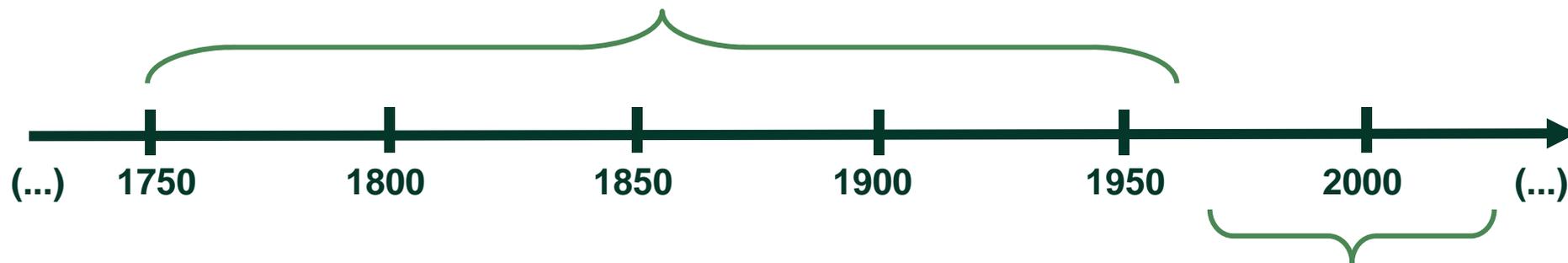
Planejar e acompanhar a divulgação das práticas de RS



Gerenciar e orientar o relacionamento institucional com o Terceiro Setor no Brasil e no exterior

CONTEXTO MUNDIAL

- ➔ Crescimento econômico, tecnológico, urbano sem precedentes na história da humanidade
- Internalização da lógica da acumulação e da produção capitalista em todas as esferas da vida social.
- Questionamento à sociedade industrial e à “ideologia do desenvolvimento” (anos 60/70)
- O conceito de desenvolvimento sustentável nasce na esteira da crítica ao desenvolvimento.



- Modelo Neoliberal - Globalização e Crise do Welfare State; Diminuição da participação do Estado na Economia
- Uso insustentável e predatório dos recursos naturais;
- Alta transferência de renda no sentido da acumulação e não da distribuição;
- Redução da participação do trabalho no processo produtivo;
- Crescente exclusão social / Aumento das desigualdades sociais;
- Inovações Tecnológicas- questões éticas, disseminação das informações, desemprego e impactos sócio-ambientais;
- Aumento da competitividade e aumento da complexidade dos negócios.



Linha do Tempo Responsabilidade Social:

Final dos anos 80:

- Pressão de movimentos sociais e ambientalistas sobre as organizações
- Evolução do Conceito de Eco desenvolvimento para Desenvolvimento Sustentável
- Atores envolvidos: ONGs e cientistas.

1972 – Primeira Conferência Mundial sobre questões ambientais, organizada pela ONU em Estocolmo

1987 – Comissão Brundland: Conceito de Desenvolvimento Sustentável: “satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”

Anos 90:

- Consolidou-se na agenda internacional a crise ambiental sem precedentes.
- Governo e nações entram no debate sobre desenvolvimento sustentável

1992 – Realização da Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento Rio 92

1997 – Discussão do Protocolo de Quioto no Japão e sua ratificação em 1999.



Linha do Tempo Responsabilidade Social:

A partir do final dos anos 90:

- Debate evolui para Responsabilidade Social das Empresas, performance econômica, social e ambiental.
- Empresas e consumidores entram no debate.

Reconhecimento do Mercado Financeiro sobre a importância Responsabilidade Social Corporativa.

1999 - Lançamento do Pacto Global da ONU pelo Kofi Annan e lançamento do DJSI da Bolsa de Nova Iorque

2001 – Lançamento do FTSE4Good da Bolsa de Londres

2002- Conferência de Desenvolvimento Sustentável de Johannesburg/Inicia o processo de desenvolvimento da ISO 26000 pelo Comitê de Políticas aos Consumidores da ISSO

2004 – Lançamento do índice SRI da Bolsa de Johannesburg (África do Sul)

2005 – Lançamento do ISE Bovespa

2006 – Lançamento dos Princípios do Equador e dos Princípios para Investimento Responsável (Pacto Global e UNEP) em abril de 2006.

2009 – COP 15 Copenhagen: definição do futuro do protocolo de Quioto e metas de emissões após 2012

2010 – Lançamento da ISO 26000: diretriz normativa da ISO sobre RS

Desenvolvimento Sustentável

significa “satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazer suas próprias necessidades”

Relatório Nosso Futuro Comum

ECONÔMICO**SOCIAL****AMBIENTAL**

- Promover o desenvolvimento econômico como condição necessária para erradicar a pobreza
- Crescimento econômico mais justo, eqüitativo e menos intensivo no uso de matérias primas e energia, compatibilizando a atividade econômica com as exigências ambientais e as necessidades humanas
- Atender as necessidades humanas essenciais: emprego, alimentação, energia, Água e saneamento
- Manter um nível populacional sustentável
- Estimular o desenvolvimento de novas tecnologias que minimizem os impactos ambientais

Debate Internacional sobre Responsabilidade Social

Definição: Responsabilidade Social

Responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e meio ambiente, através de comportamento ético e transparente que:

- Contribua para o desenvolvimento sustentável
- Leve em conta a expectativa dos stakeholders
- Esteja de acordo com a lei e consistente com as normas internacionais de comportamento
- Seja integrado através da organização e praticado em seus relacionamentos

Princípios:

Accountability

Transparência

Comportamento Ético

Respeito pelos interesses dos stakeholders

Respeito às leis vigentes

Respeitos às normas internacionais de comportamento

Respeitos aos direitos humanos

Temas:

Governança organizacional

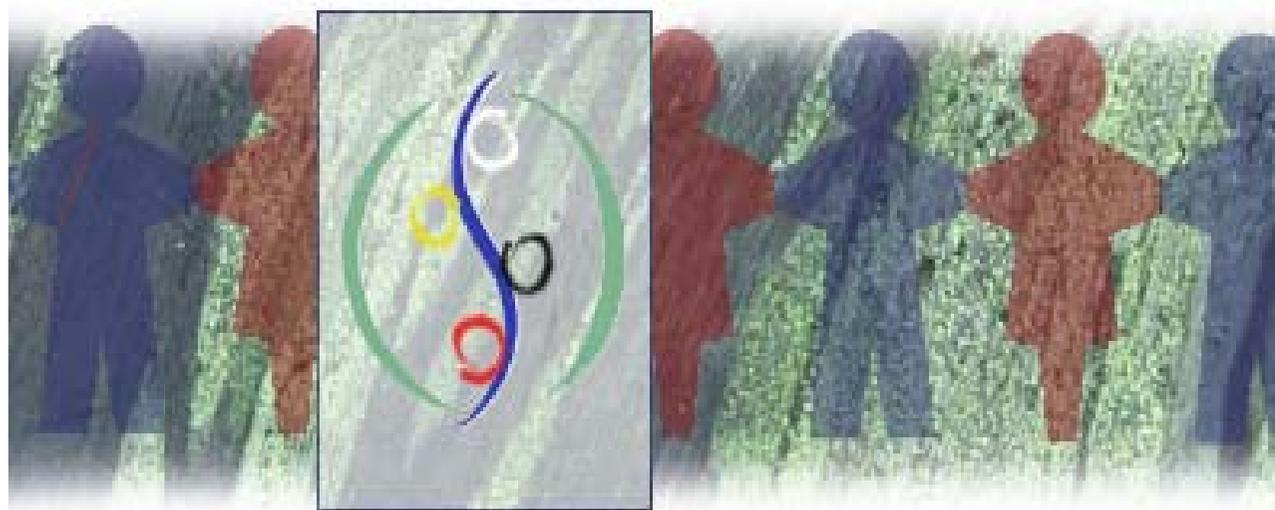
Direitos Humanos

Práticas de Trabalho

Meio Ambiente

Práticas Justas de Operação

Questão dos consumidores



EVOLUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA



Do foco em produto
Uma empresa existe somente a curto prazo e para dar lucros aos acionistas



Para a filantropia
Doações passivas à caridade quando solicitadas



Para questões comunitárias
Doações estratégicas atreladas aos interesses da empresa



Para investimento corporativo na comunidade
Parcerias estratégicas por iniciativa da empresa



Para Negócios Sustentáveis
Integrados à função exercida pela empresa, suas metas e estratégias



AÇÕES SOCIAIS X RSA

Ações sociais: cunho assistencial, ações pontuais, sem vínculo estratégico

A **RSA não deve ser aquilo** que é o cumprimento da lei (TAC)

Não podem ser as ações e programas compensatórios ambientais e nem trabalhistas

POR QUE ATUAR COM RESPONSABILIDADE SOCIAL?

- ✓ Construir a licença social para operar no longo prazo
- ✓ Minimizar riscos financeiros, operacionais, sociais e ambientais
- ✓ Posicionar-se proativamente frente aos novos desafios globais
- ✓ Consolidar a imagem e a reputação corporativa (coerência em todas as atitudes)
- ✓ Aumentar a lealdade dos consumidores e o reconhecimento de marca
- ✓ Liderar a inovação em produtos e serviços para construir o portfólio do futuro
- ✓ Desenvolver continuamente as competências dos empregados, as condições e as relações de trabalho
- Contribuir para a retenção e o desenvolvimento de novos talentos
- Consolidar um padrão ético nos negócios
- Fomentar cadeias produtivas sustentáveis que promovam distribuição de riqueza
- Protagonizar a construção de um projeto de humanidade justo e solidário
- Consolidar posicionamento no mercado de capitais e em fundos de financiamentos em carteiras de sustentabilidade

Atuar com **responsabilidade social** demonstra o compromisso da empresa com suas partes interessadas, reforça sua credibilidade e a deixa preparada para o futuro

DIFERENÇA ENTRE IMAGEM E REPUTAÇÃO



IMAGEM CORPORATIVA

Basicamente resultado da **comunicação**. Possui caráter **conjuntural** e se constrói fora da organização

REPUTAÇÃO CORPORATIVA

É o **reconhecimento** do comportamento. Possui caráter **estrutural**, efeitos **duradouros** e se gera no interior da organização

REPUTAÇÃO ► ATITUDE!



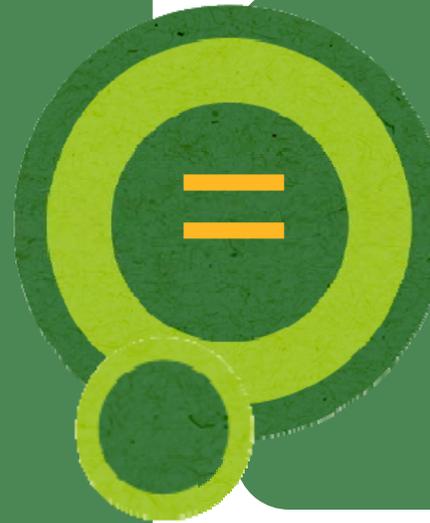
RESPONSABILIDADE SOCIAL: PARA QUEM?

Pressão dos Stakeholders

Valorização dos aspectos éticos ligados à cidadania

Stakeholders são indivíduos, pessoas ou instituições **que são ou podem vir a ser afetados pelas atividades de determinado grupo.**

Do mesmo modo, também são **stakeholders** os indivíduos que podem **influenciar as atividades daquele grupo.**



QUALQUER INDIVÍDUO ou grupo que está **ligado** a ou tem algum **interesse** na **organização** e em seu desempenho. Ou seja, quem sofre qualquer impacto de uma organização e/ou causa qualquer grau de impacto na organização.

O MUNDO PERCEBIDO POR MEIO DAS RELAÇÕES



Organizações e instituições



Famílias



Imprensa



Empregados



Clientes



Consumidores



Sociedade



Governo



Meio Ambiente



Empresas



Investidores



O IMPACTO DOS STAKEHOLDERS NAS EMPRESAS



O QUE OS STAKEHOLDERS ESPERAM DAS EMPRESAS



PETROBRAS E RS: ALINHAMENTO AO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

Atuar de forma segura e rentável, com **responsabilidade social e ambiental**, nos mercados nacional e internacional, fornecendo produtos e serviços adequados às necessidades dos clientes e contribuindo para o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua.



VISÃO

Seremos uma das cinco maiores empresas integradas de energia do mundo e a **preferida pelos nossos públicos de interesse**.



Comprometimento com o desenvolvimento sustentável

Crescimento
Integrado

Rentabilidade

Responsabilidade
Social e Ambiental

Ampliar a atuação nos mercados-alvo de petróleo, derivados, petroquímico, gás e energia, biocombustíveis e distribuição sendo referência mundial como uma empresa integrada de energia

Crescer produção e reservas de petróleo e gás, de forma sustentável e ser reconhecida pela excelência na atuação em E&P

Expandir a atuação integrada em refino, comercialização, logística e distribuição com foco na Bacia do Atlântico

Desenvolver e liderar o mercado brasileiro de gás natural e atuar de forma integrada nos mercados de gás e energia elétrica com foco na América do Sul

Ampliar a atuação em petroquímica no Brasil e na América do Sul, de forma integrada com demais negócios do Sistema PETROBRAS

Atuar globalmente, na comercialização e logística de biocombustíveis liderando a produção nacional de biodiesel e ampliando a participação no negócio de etanol

Modelo de Governança da Petrobras

11 COMITÊS DE GESTÃO

Tecnologia da Informação

Abastecimento

E&P

Gás e Energia

Recursos Humanos

Segurança,

Meio Ambiente e Saúde

Análise de Organização e Gestão

Controles Internos

Risco

Tecnologia

Responsabilidade Social



GOVERNANÇA CORPORATIVA

Criação, em dezembro de 2004, do **Comitê de Gestão de Responsabilidade Social**

Composto por **13 gerentes executivos de diferentes áreas da companhia**, a Ouvidora Geral, 01 consultor da Presidência da empresa e diretores das subsidiárias (BR Distribuidora, Petroquisa e Transpetro)

Análise do Mapa de Vulnerabilidades da Petrobras

Constituição de Grupo de Trabalho:

Indicadores de Gestão/ Certificação - Coordenação DSG

Comissão de Diversidade: **Coordenação da Ouvidoria Geral da Petrobras**

Comissão de Elaboração de Relatos de Responsabilidade Social: **Coordenação CI / Responsabilidade Social**

DESAFIO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL 2020

Ser referência internacional em responsabilidade social na gestão dos negócios, contribuindo para o desenvolvimento sustentável



Conceito de Responsabilidade Social para a Petrobras

Para a Petrobras responsabilidade social é a forma de gestão integrada, ética e transparente dos negócios e atividades e das suas relações com todos os públicos de interesse, promovendo os direitos humanos e a cidadania, respeitando a diversidade humana e cultural, não permitindo a discriminação, o trabalho degradante, o trabalho infantil e escravo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para a redução da desigualdade social





POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Atuação Corporativa: assegurar que a governança corporativa do Sistema Petrobras esteja comprometida com a ética e transparência na relação com as partes interessadas

Gestão Integrada: Garantir uma gestão integrada em Responsabilidade Social no Sistema Petrobras

Desenvolvimento Sustentável: Conduzir os negócios e atividades do Sistema Petrobras com responsabilidade social, implantando seus compromissos de acordo com os princípios do Pacto Global da ONU e contribuindo para o desenvolvimento sustentável

Direitos Humanos: Respeitar e apoiar os direitos humanos reconhecidos internacionalmente, pautando as ações do Sistema Petrobras a partir da promoção dos princípios do trabalho decente e da não discriminação



POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Diversidade: Respeitar a diversidade humana e cultural de sua força de trabalho e dos países onde atua

Princípios de Trabalho: Apoiar a erradicação do trabalho infantil, escravo e degradante na cadeia produtiva do Sistema Petrobras

Investimento Social Sustentável: Buscar a sustentabilidade dos investimentos sociais para uma inserção digna e produtiva das comunidades.

Compromisso da Força de Trabalho: Comprometer a força de trabalho com a Política de Responsabilidade Social do Sistema Petrobras



Adesão da Petrobras ao Pacto Global em 2003

Presidente José Sergio Gabrielli de Azevedo passa a compor o Conselho em 2006

Petrobras é membro do Comitê Brasileiro do Pacto Global e participa da liderança das duas comissões: Direitos Humanos e Meio Ambiente

PACTO GLOBAL



DIREITOS HUMANOS

1. Respeitar e proteger os direitos humanos
2. Impedir violações de direitos humanos



DIREITOS DO TRABALHO

3. Apoiar a liberdade de associação no trabalho
4. Abolir o trabalho forçado
5. Abolir o trabalho infantil
6. Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho

PACTO GLOBAL



PROTEÇÃO AMBIENTAL

- 7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais
- 8. Promover a responsabilidade ambiental
- 9. Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente



LUTA CONTRA A CORRUPÇÃO

- 10. Combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina

PACTO GLOBAL

POR QUE FAZER UM BALANÇO SOCIAL E AMBIENTAL?



Ferramenta para diálogo com as partes interessadas



Objetivo: prestar contas de sua atuação à sociedade



Ferramenta de gestão corporativa

Objetivo: gerar autodiagnóstico para identificação de oportunidades e definição de ações de melhoria



DIVERSIDADE BALANÇO SOCIAL
 DESENVOLVIMENTO E AMBIENTAL
 DIREITOS HUMANOS VALORES 2008
 TECNOLOGIA RESPEITO SUSTENTABILIDADE COMUNIDADE
 ENERGIAS RENOVÁVEIS TRANSPARÊNCIA BIODIVERSIDADE
 DIÁLOGO ECOEFICIÊNCIA SOCIEDADE CIDADANIA
 MEIO AMBIENTE EDUCAÇÃO ÉTICA



Rede de 366 colaboradores de 29 áreas e subsidiárias para levantamento de informações do Sistema Petrobras



Matriz formulada com grupos de indicadores de RSA nacionais e internacionais: GRI e Ibase



Revisado e auditado pela KPMG Auditores Independentes



Realiza-se Teste de Materialidade com públicos de interesse: governo; imprensa; terceiro setor; clientes; fornecedores; comunidades, investidores, academia e público interno

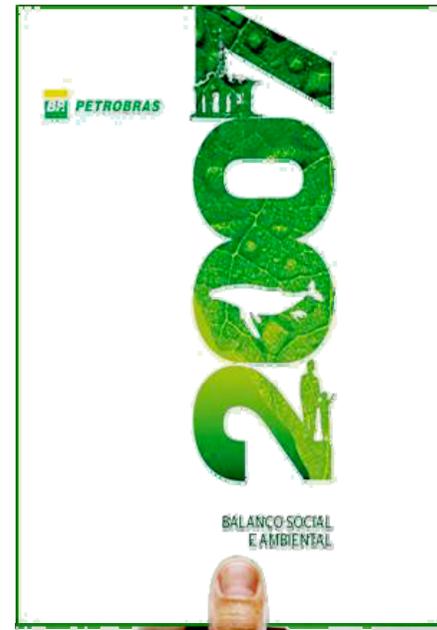
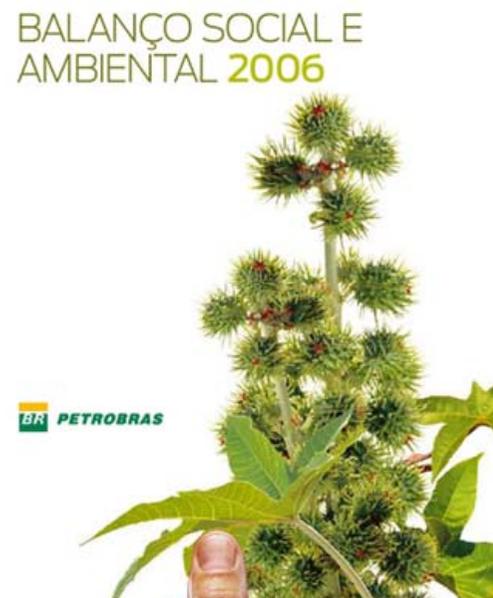
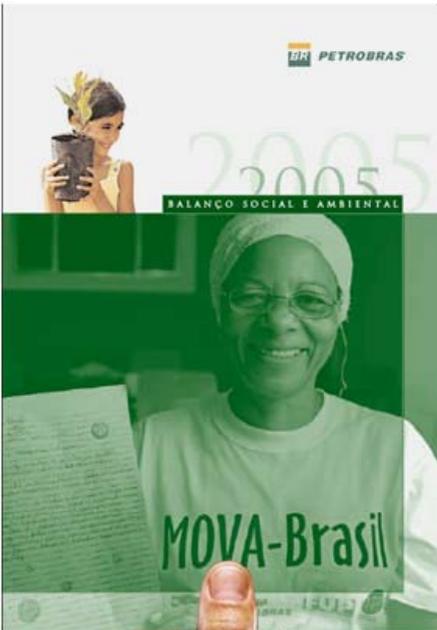
- Balanço estruturado segundo os Princípios do Pacto Global da ONU
- Utilização da versão G3 do GRI
- Autodeclaração como A+



RECONHECIMENTO

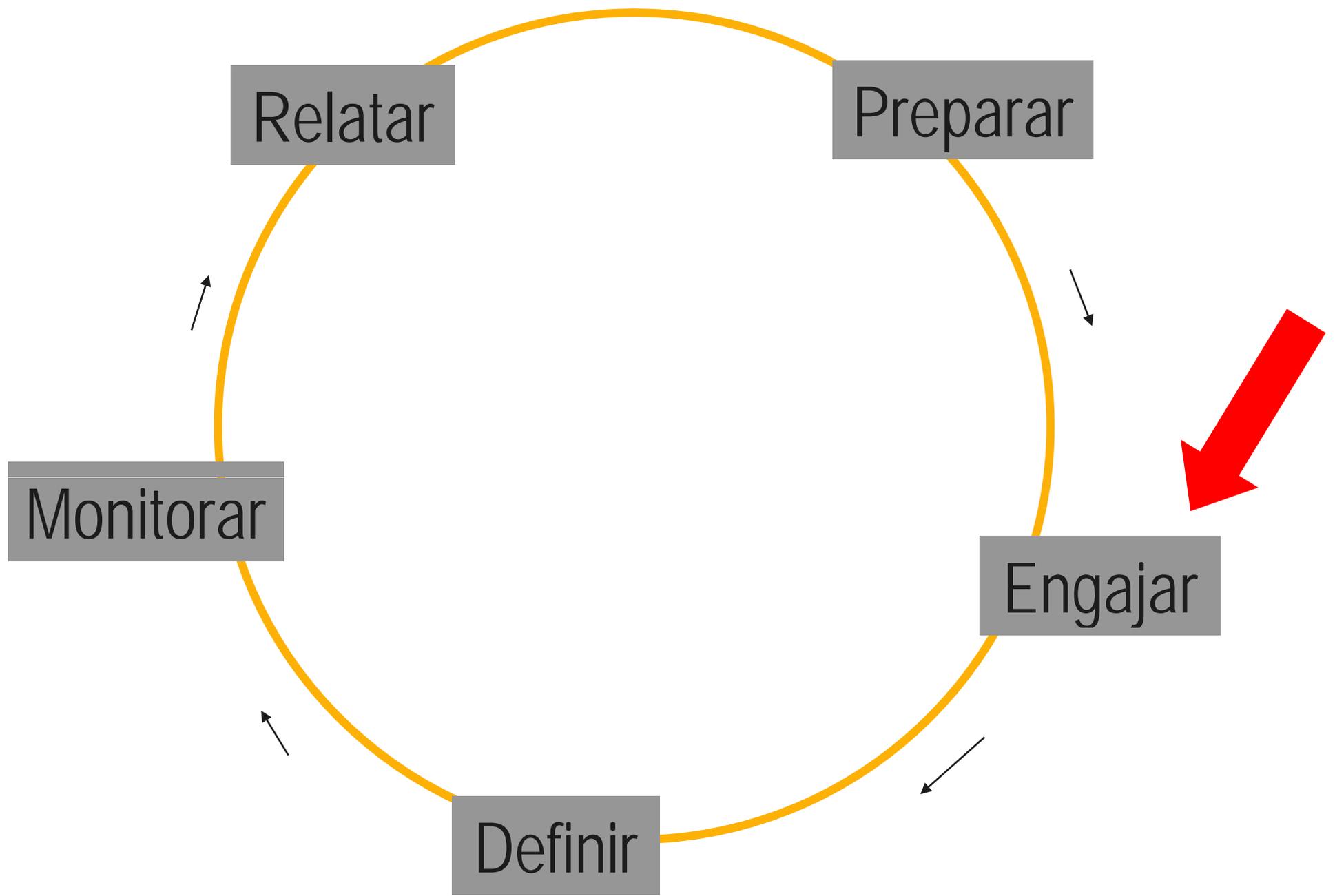
Os BSAs de 2005, 2006 e 2007 foram indicados como Relatórios Notáveis pelo Pacto Global da ONU

O BSA de 2006 foi o vencedor do “GRI Readers’ Choice Awards” nas categorias:
- Melhor Relatório (All Stakeholder Groups)
- Melhor Relatório (Sociedade Civil)





ETAPAS DO PROCESSO DE RELATO

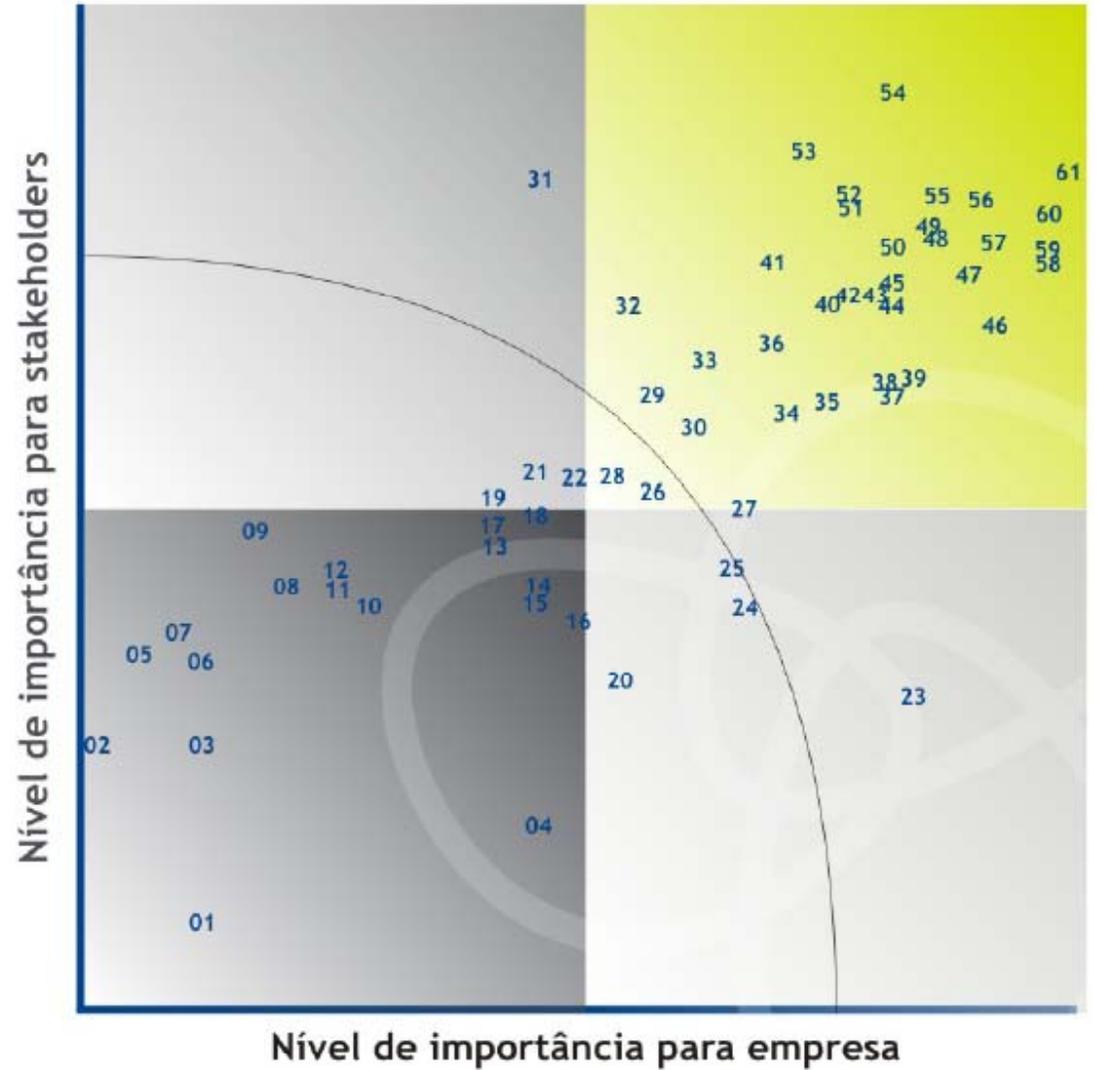




Definir

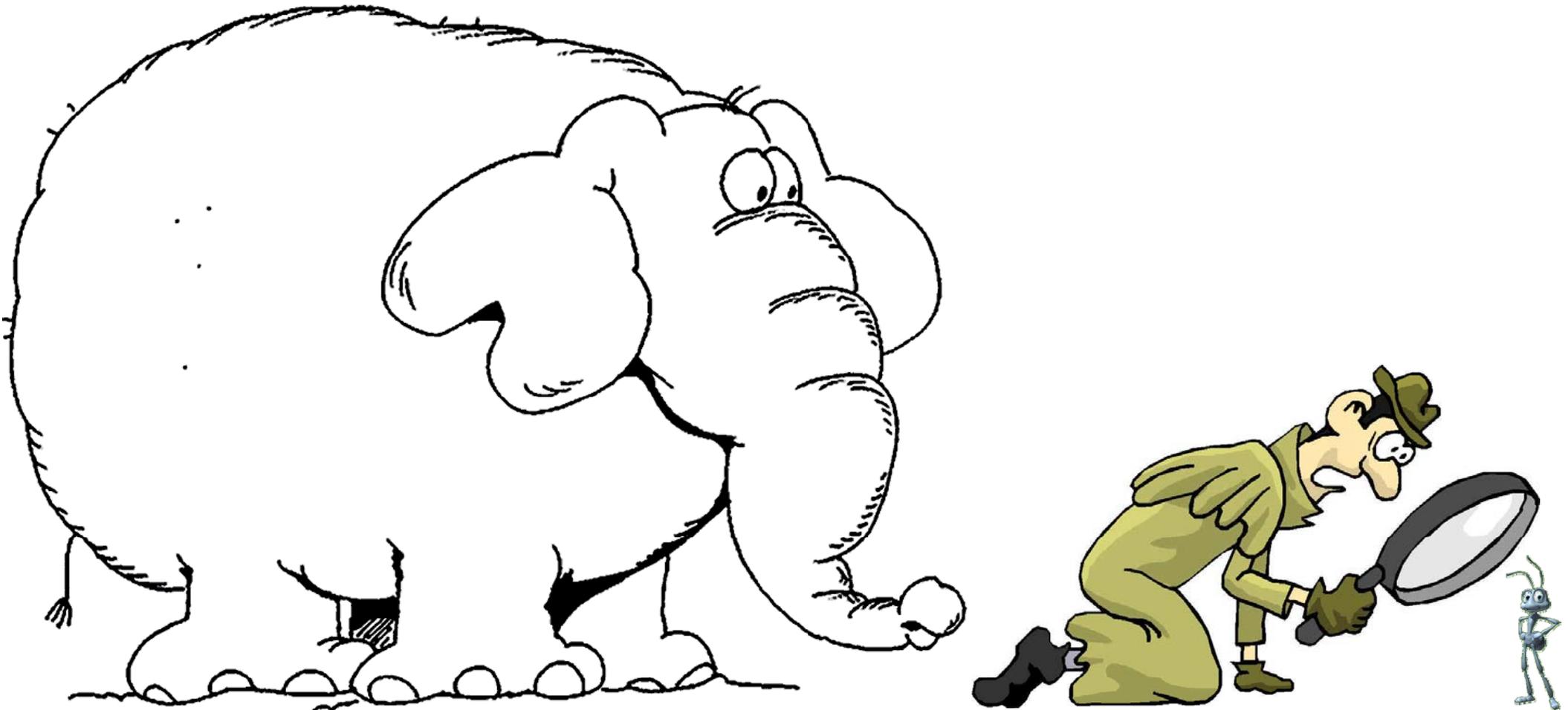
- ✓ Selecione temas para relatar e sobre os quais agir
- **Matriz de Materialidade +** Indicadores GRI

Matriz de Materialidade Petrobras no BSA 2007



PRINCÍPIOS RELACIONADOS A CONTEÚDO

Materialidade



PRINCÍPIOS RELACIONADOS A CONTEÚDO

Inclusão dos Stakeholders



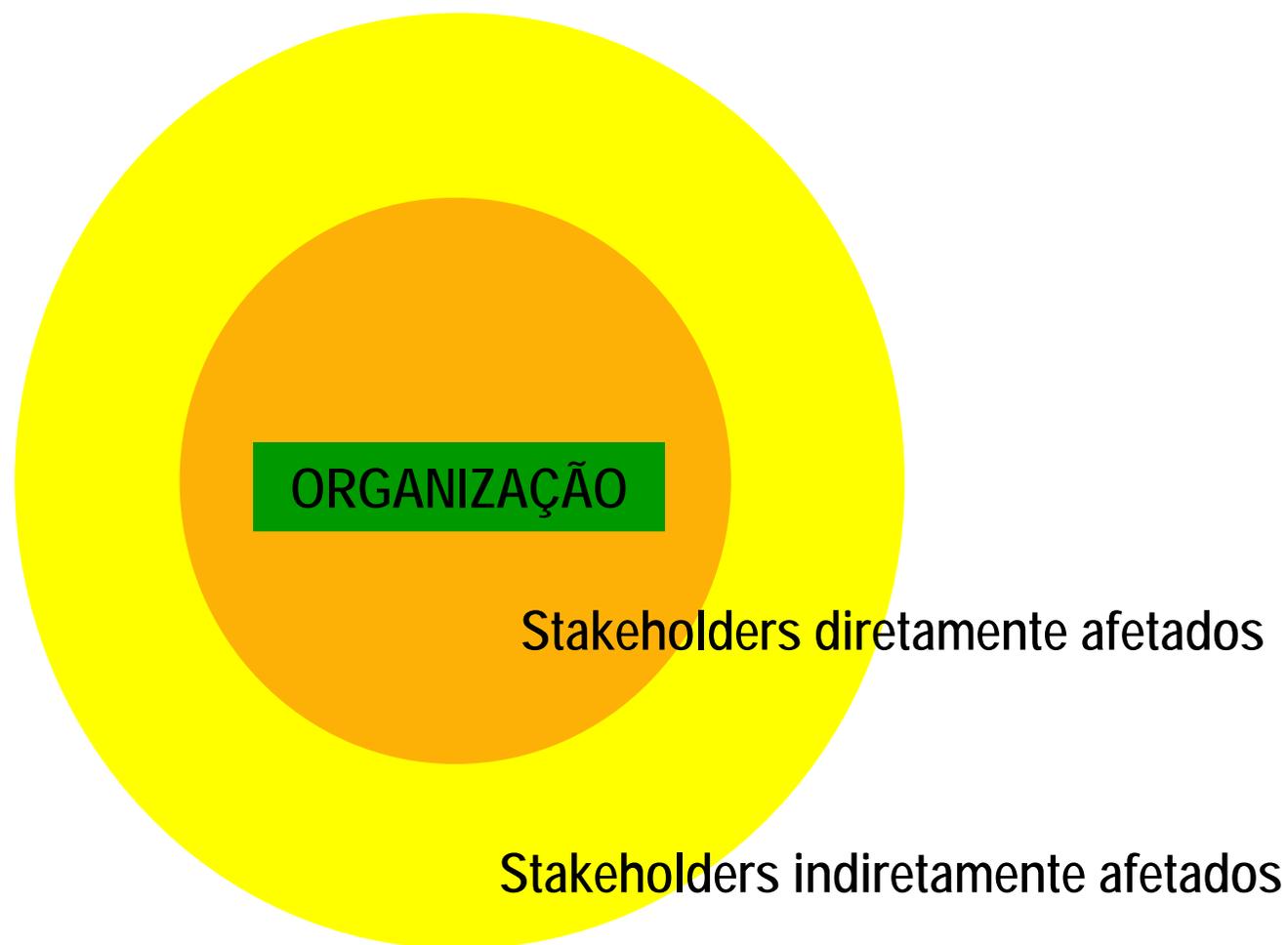
- ✓ Considerar interesses e expectativas quanto às informações do relatório



Engajar

✓ Identifique os stakeholders

- Responsabilidade
- Influência
- Proximidade
- Dependência
- Representatividade



Engajar

- ✓ Priorize os stakeholders
 - Utilize alguma ferramenta que ajude na seleção de quais grupos engajar

- ✓ Dialogue com os stakeholders
 - Carta, entrevista por telefone, e-mail, reunião presencial, pesquisas, hotlines
 - **Ferramenta Relata GRI**
 - **Teste de Materialidade**



COMPROMISSOS E REPRESENTAÇÕES INTERNACIONAIS

- Pacto Global e Declaração do Milênio ONU
- Statement of G-8 Climate Change Roundtable
- ISO 26000- GT Multistakeholder Internacional para Norma de RS
- WBCSD
- IPIECA
- Partnering Against Corruption Initiative (PACI)
- Extractive Industry Transparency Initiative (EITI)
- Conselho Internacional do GRI
- Compromisso com Unicef na América Latina
- Compromisso com a ANDI na América Latina
- Comitê de RS da ARPEL
- CEBDS
- Comitê de RS do IBP
- Conselho Empresarial de RS do Sistema FIRJAN



Dow Jones Sustainability Indexes

Member 2008/09

Benchmark

Dimensão Econômica

- Transparência: 100
- Gestão da Marca: 114 pontos

Dimensão Ambiental

- Relatório Ambiental: 93 pontos

Dimensão Social

- Cidadania Corporativa/Filantropia: 96 pontos
- Desenvolvimento de Capital Humano: 100 pontos

Listada desde 2006

RECONHECIMENTOS



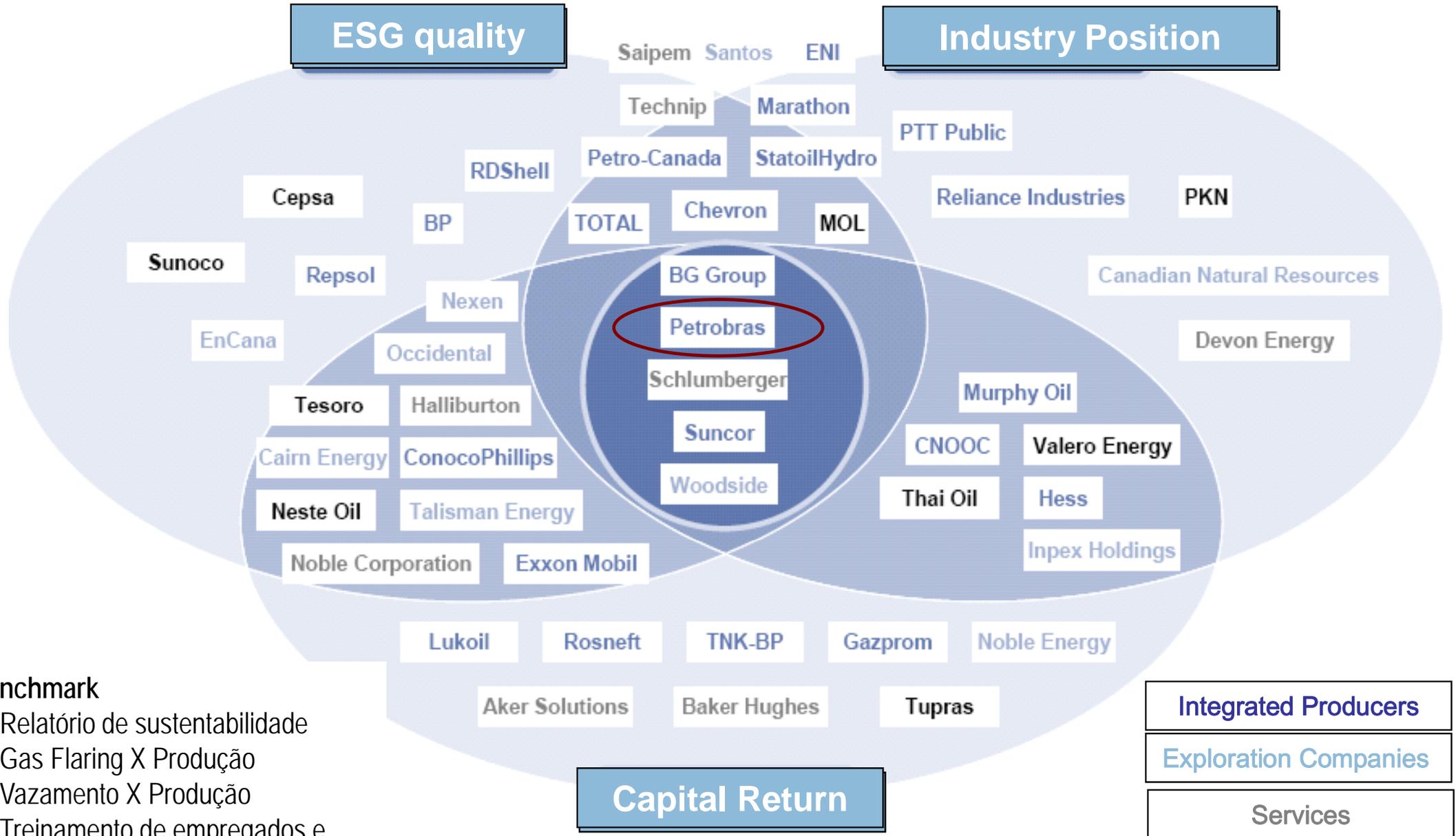
A Companhia foi reconhecida pela pesquisa da **Management & Excellence** (M&E) a petroleira mais sustentável do mundo, com a pontuação de 92,25%

Relatório da Transparência Internacional: considerada “referência de transparência” entre as empresas de óleo e gás, considerando políticas correntes, sistemas de gerenciamento e desempenho em áreas relativas à transparência de receita nas operações de E&P

Petrobras se destaca entre as cinco líderes no relatório Global Energy Environmental, Social and Governance 2006 e 2008 da **Goldman Sachs**. Foi uma das duas empresas que permaneceram entre os 5 líderes em 2008



Goldman Sachs Energy Report 2008



Benchmark

- Relatório de sustentabilidade
- Gas Flaring X Produção
- Vazamento X Produção
- Treinamento de empregados e gerenciamento da saúde

RECONHECIMENTO

REPUTATION
INSTITUTE

Pesquisa para medir a reputação corporativa das **600 maiores empresas do mundo**

Modelo RepTrak™ mede o nível de estima, confiança, respeito e admiração que os consumidores têm em relação às empresas

Entrevista com mais de **60 mil pessoas** em **29 países**

Petrobras: salto do 20º para o 4º lugar e 1º lugar entre as empresas de energia e entre as brasileiras em 2009