

revista petrobras

A REVISTA DE QUEM FAZ A PETROBRAS

ANO 15 Nº 151 SETEMBRO 2009

NOSSO JEITO

de ser

Os dez novos valores da Petrobras preparam a companhia para a Visão 2020: tornar-se uma das cinco maiores empresas de energia do mundo

edição especial



NOSSOS valores

Orgulho de ser Petrobras

ÉTICA E
TRANSPARÊNCIA

pág. 14

EMPREENDEDORISMO
E INOVAÇÃO

pág. 16

INTEGRAÇÃO

pág. 18



RESULTADOS

pág. 20

PESSOAS

pág. 22

PRONTIDÃO PARA
MUDANÇAS

pág. 24



DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL

pág. 26

DIVERSIDADE HUMANA
E CULTURAL

pág. 28

RESPEITO
À VIDA

pág. 32



ENTREVISTA

O presidente José Sergio Gabrielli de Azevedo analisa o cenário atual da Petrobras e destaca o papel decisivo dos trabalhadores para o futuro da companhia.

pág. 6

CAPA

Saiba como foi feita a revisão dos valores da companhia, tendo como foco a Visão 2020, e veja como eles já fazem parte do dia a dia da força de trabalho.

pág. 8



CAPA: MONTAGEM COM FOTOS DO BANCO DE IMAGENS PETROBRAS

revista **petrobras**
A REVISTA DE QUEM FAZ A PETROBRAS

Gerente Executivo de Comunicação Institucional **Wilson Santarosa** • Gerente de Relacionamento **Gilberto Puig** • Gerente de Relacionamento com o Público Interno **Luiz Otávio Dornellas** • Comitê Editorial **Ana Luísa Feijó Abreu (Financeiro)**, **Cláudia Del Souza (E & P)**, **Cláudio Francisco Negrão (Transpetro)**, **Maurício Lopes Ferreira (RH)**, **Elizete Vazquez (Serviços Compartilhados)**, **Lúcia Maria Henriques (Abastecimento)**, **Luiz Roberto Clauset (SMS)**, **Marcelo Siqueira Campos (Petrobras Distribuidora)**, **Márcia Figueiredo (Internacional)**, **Marlon Santos (Cenpes)**, **Georgia Valverde Leão (Jurídico)**, **Wanderley Bezerra (Gás e Energia)**, **Carmen Vilar Prudente (Engenharia)** • Editor Responsável **Alexandre Medeiros (Ofício de Letras)**, Mtb 16.757 • Editor de Fotografia **Geraldo Falcão** • Editores **Nádia Ferreira** e **Patrícia Alves** • Editora assistente **Claudia Lima** • Produtor Executivo **Albano Auri** • Diagramação e Infografia **Azul Publicidade** • Colaboradores **Celina Côrtes**, **Consuelo Sánchez**, **Francisco Luiz Noel**, **Luciana Conti**, **Márcia Leoni** e **Pedro Paulo Malta** • Copidesque **Bella Stal** • Impressão **Ipsis Gráfica e Editora** • Tiragem 155.700 exemplares

Revista Petrobras 151 • ano 15 • Setembro de 2009

Av. República do Chile, 65, sala 1.202 • Rio de Janeiro – RJ – CEP: 20035-900

E-mail: revistapetrobras@petrobras.com.br

Na Internet: www.revistapetrobras.com.br



PETROBRAS COM MUITO **org**

ESTA EDIÇÃO ESPECIAL DA SUA REVISTA PETROBRAS É INTEIRAMENTE DEDICADA À REVISÃO dos valores da companhia, um trabalho que começou em 2008, está sendo agora divulgado para toda a força de trabalho e pretende ser um agente de transformação da cultura organizacional da empresa, moldando-a na direção da Visão 2020.

Para alcançar a meta de ser uma das cinco maiores empresas de energia do mundo – como prevê o Plano Estratégico 2020 –, a Petrobras precisa de novos valores que orientem a condução dos negócios e influenciem a forma de pensar e agir da força de trabalho. É como falar a mesma língua, andar numa mesma direção: os valores refletem os objetivos estratégicos da companhia e devem ser entendidos como um conjunto, no qual um complementa o outro.



THELMA VIDALES

“Queremos que os valores da Petrobras estejam na vida profissional do empregado como estão na sua vida pessoal os valores que ele recebeu em casa, na sua educação”

Diego Hernandes,
gerente executivo de Recursos Humanos

tivo de Recursos Humanos, Diego Hernandes, os novos valores devem ser encarados por cada empregado como parte da sua vida: “O que a Petrobras espera da sua força de trabalho é que tenha esses valores praticados no seu dia a dia, que os faça de base para todas as suas ações no trabalho. Queremos que os valores da Petrobras estejam na vida profissional do empregado como estão na sua vida pessoal os valores que ele recebeu em casa, na sua educação. Que eles sejam aquilo em que ele acredita, aquilo que é inabalável, inegociável.”

Nove dos dez novos valores são abordados em reportagens que mostram como eles já estão presentes no cotidiano da companhia. Um deles, o “Orgulho de ser Petrobras”, é refletido em depoimentos que perpassam toda a edição. Porque, afinal, esse orgulho se espalha por todas as áreas e por todos os lugares onde a companhia está presente. ■

ORGULHO DE SER
PETROBRAS



PETROBRAS

**WAGNER DE SOUZA
CHAGAS**
ENGENHARIA

A criação da Petrobras foi um acontecimento político importantíssimo na História do Brasil; o país decidiu ocupar o espaço estratégico da exploração do petróleo. O fato de este acontecimento ser sempre lembrado e reconhecido pelo povo brasileiro faz da Petrobras uma empresa especial. Temos orgulho de trabalhar aqui e viver intensamente o dia a dia do nosso desenvolvimento.

ulho

Na entrevista das páginas 6 e 7, o presidente José Sergio Gabrielli de Azevedo resume bem a importância dos novos valores para o momento atual da companhia e para o seu futuro: “Estamos nos preparando para o salto de tamanho que já estamos dando”, diz Gabrielli, ciente da velocidade com que a companhia tem que agir para superar os novos desafios que surgem a cada dia.

De acordo com o gerente execu-

NO MOMENTO EM QUE COMEMORA SEUS 56 ANOS DE VIDA, LIGADOS de forma indelével à história recente do país, a Petrobras revisita seus valores com o intuito de se preparar para assumir um papel de grande relevância no cenário internacional. Nesta entrevista exclusiva à *Revista Petrobras*, o presidente José Sergio Gabrielli de Azevedo fala da importância dos novos valores e do papel de destaque da força de trabalho na trilha que a Petrobras irá percorrer até 2020 – quando pretende ser uma das cinco maiores empresas de energia do mundo.

1 **Como os novos valores refletem a Visão 2020?**
Uma empresa como a Petrobras tem entre suas principais forças os valores que formam a sua cultura. E nesses valores há alguns componentes muito importantes. O primeiro é a brasilidade, que vem da relação histórica da Petrobras com o Brasil, com a sociedade brasileira, com o povo brasileiro, com suas diferenças culturais e regionais. Vem da responsabilidade que a Petrobras teve e tem de prover o combustível necessário para o desenvolvimento do país. E da enorme importância da relação integrada entre a exploração de petróleo, o refino, a produção de derivados e o mercado brasileiro. O segundo componente é o conjunto de eficiência, competência e execução. É uma empresa empreendedora, onde fazer e acontecer são parte do dia a dia; transformar desafios em energia é o que a leva a se movimentar. O mérito, a competência e a capacidade de fazer o mais eficientemente possível as tarefas são parte da dinâmica diária das decisões, valorizam-se capacitação, treinamento, formação. E o terceiro componente é a responsabilidade. As pessoas se sentem integrantes dos processos decisórios, compreendem e percebem que suas decisões são importantes para o conjunto dos processos e têm uma enorme responsabilidade pelas consequências. Por outro lado, a necessidade de transparência nos relacionamentos com a sociedade, de prestar contas e ser submetido frequentemente a avaliações externas, faz com que essa dinâmica de responsabilidade seja muito positiva. São es-

ses os elementos gerais, os grandes temas que conceituam e organizam esses valores e que refletem a nossa Visão 2020.

2 **O que é importante para formar e manter essa nova cultura entre os empregados e como ela ajuda a companhia a alcançar seus objetivos estratégicos?**

Nós vamos ser uma das maiores empresas de energia do mundo. Só isso já vai exigir de nós uma série de ajustes e configurações. Teremos uma responsabilidade corporativa mundial; não podemos pensar que os valores brasileiros se imporão sobre os mundiais, mas, ao mesmo tempo, não podemos quebrar os nossos valores. Essa linha fina entre ajustar-se a novas pressões culturais no eixo de valores e manter os valores básicos da companhia será importante a cada momento. Além disso, o volume de processos e a necessidade de compromisso com eles vão exigir de nós não somente valores individuais, mas uma base comum que leve o conjunto das pessoas responsáveis pelas diversas etapas dos processos a ter o diálogo e a confiança mútua indispensáveis para produzir os negócios. Temos que trabalhar com a mudança também a médio e a longo prazos, com a preservação dos núcleos fundamentais. Esse é um processo que ocorre no curto prazo, com a chegada dos novos valores; no médio prazo, com a integração desses novos valores, e no longo prazo, com o enorme aumento de atividades que nós teremos.

3 **A história da Petrobras se confunde com a história recente do Brasil. O futuro da companhia também está atrelado ao futuro do país?**

Sem dúvida nenhuma. Antes, a relação do mercado brasileiro, da capacidade de produção do Brasil, com o refino que nós tínhamos já era muito importante. Agora, com o pré-sal, com a perspectiva do marco regulatório, quando a importância da Petrobras será muito maior do que é hoje, e com o crescimento da economia brasileira, do refino brasileiro, e da sua cadeia de fornecedores, a

Uma jovem emp

“A companhia está crescendo muito rapidamente, incorporando

Petrobras irá para outro patamar no Brasil, seu papel vai ser maior. A atividade de petróleo vai ser muito mais importante para o país, e a Petrobras, na atividade de petróleo, é fundamental.

3 O pré-sal é futuro ou já é presente?

Já é presente, nós estamos produzindo. No Parque das Baleias, no Teste de Longa Duração em Tupi, e vamos entrar em 2010 com o sistema de produção piloto em Tupi. Os testes realizados e os poços perfurados até agora têm uma enorme taxa de sucesso. O pré-sal já concedido é uma realidade, temos até óleo refinado. No não concedido, o horizonte de exploração é muito grande, os volumes prováveis de óleo recuperável são gigantescos e, portanto, o potencial de crescimento é enorme.

4 Que decisões tomadas hoje vão se refletir no futuro?

A companhia está crescendo muito rapidamente, incorporando muita gente nova, e tem que mudar seus processos decisórios. Há um conjunto de novas tarefas em função do tamanho que vamos ter no futuro. Hoje, nossa principal tarefa é ajustar a estrutura e os processos decisórios ao pessoal necessário para viabilizar o Plano Estratégico. Por outro lado, temos que ir adaptando a companhia, para que ela possa responder de forma ágil aos desafios que serão postos a ela. Estamos num momento de redefinição da estrutura, acelerando a formação de novos profissionais, intensificamos o processo de seleção, reforçamos a Universidade Petrobras, ampliamos nossas relações com as universidades, com as redes temáticas de tecnologia, estamos estreitando nossas alianças estratégicas com fornecedores importantes de recursos críticos e com nossos parceiros da indústria. Estamos nos preparando para o salto de tamanho que já estamos dando. E a disciplina de capital é um elemento-chave, porque saímos de um investimento anual em torno de US\$ 5 bilhões para um investimento anual em torno de

US\$ 30 bilhões em seis anos. Se não houver disciplina de capital, não conseguiremos manter o portfólio ajustado, com rentabilidade. O trem está andando em alta velocidade, e se não cuidarmos para ele ficar nos trilhos, ele descarrila.

5 Como a nova proposta do marco regulatório impacta nos planos da companhia?

Vai impactar de forma significativa. A Petrobras tem hoje 14 bilhões de barris de reserva. Nas áreas já concedidas do pré-sal para nós e nossos parceiros, considerando apenas Tupi, Iara e Parque das Baleias, podemos ter de 9,5 a 14 bilhões de barris de óleo recuperável, que podem se transformar em reservas em pouco tempo. O marco regulatório permite uma cessão onerosa de direitos da União de até cinco bilhões de barris de óleo recuperável. E há toda a nova área de partilha de produção que pode ser posta em operação. Isso significa, inicialmente, entre 28 e 33 bilhões de barris de reservas nos próximos anos. É mais do que dobrar as atuais reservas da companhia.

6 Qual a mensagem para a força de trabalho neste aniversário de 56 anos?

A Petrobras é uma jovem empresa do futuro. Ela fez história e está fazendo o futuro. ■

resa do futuro

muita gente nova, e tem que mudar seus processos decisórios”



PARA ABRAÇAR o futuro

Novos valores da Petrobras preparam a companhia para superar os grandes desafios do presente e chegar a 2020 como uma das cinco maiores do mundo na área de energia



GERALDO FALCÃO

Assim como os valores transmitidos por nossas famílias nos acompanham por toda a vida, moldando nossa personalidade, os valores de uma empresa refletem sua postura e sua visão de mundo, sendo uma referência de comportamento para seus trabalhadores.

POR ISSO, COM A VISÃO 2020 NO HORIZONTE, A PETROBRAS REVIU SEUS VALORES, PARA que eles pudessem inspirar os comportamentos que levarão a companhia a alcançar seus objetivos.

Coordenada pela área de Recursos Humanos, a revisão começou em 2008 e teve várias frentes de trabalho: análise de documentos, como o Relatório Cultura Petrobras 2005, a Pesquisa de Ambiência 2007 e o Dicionário de Competências; grupos de foco, com representantes das Áreas de Negócio, de Serviços, Financeira e Corporativa; entrevistas com os principais executivos da companhia e uma consulta aos empregados, para colher opiniões e sugestões. Tudo sob a orientação do Plano Estratégico 2020.

“Os valores fundamentam todas as atividades da empresa, da mais operacional à mais estratégica. Eles têm que estar presentes no nosso dia a dia. Por isso, todo o processo de revisão foi muito debatido”, explica Eduardo Medrado, coordenador de Ambiência do RH e líder do projeto.

Das conversas com os diretores, quatro pontos foram destacados como fundamentais na cultura da companhia: resultados e disciplina de capital; ênfase na contribuição da Petrobras para a sociedade e as comunidades onde ela atua; integração; e reforço do conceito de empresa brasileira. Já os empregados incluíram um valor cuja descrição não estava expressa em nenhum outro: pessoas. “Os empregados se manifestaram claramente: ‘o maior valor são as

peçoas'. E isso encontra eco nos documentos do RH. Os valores só se manifestam por meio das pessoas; é com elas que alcançamos os nossos objetivos", conta a psicóloga Tamara Galieta, que trabalhou no projeto.

São dez os novos valores: Desenvolvimento sustentável, Integração, Resultados, Prontidão para mudanças, Empreendedorismo e inovação, Ética e transparência, Respeito à vida, Diversidade humana e cultural, Pessoas e Orgulho de ser Petrobras.

Esses valores devem ser vistos sempre em conjunto, porque um complementa o outro: juntos, compõem a nova cultura organizacional da companhia, a chamada cultura-alvo, mais próxima da identidade empresarial que a Petrobras precisa assumir para superar desafios externos – como o novo patamar dos preços do petróleo, a demanda mundial crescente por energia, as mudanças climáticas – e internos, como a busca pela disciplina de capital e pela geração de resultados e a necessidade de transmissão de conhecimentos entre as diferentes gerações de empregados.

A cultura-alvo, é bom frisar, não é uma mudança completa da cultura atual. É, sim, uma evolução. Alguns valores foram mantidos – Empreendedorismo e inovação; Ética e transparência. Outros já apareciam em iniciativas da empresa e vinham se disseminando pouco a pouco, como Desenvolvimento sustentável e Diversidade humana e cultural. E houve ainda os que ganharam uma dimensão mais ampla: de Saúde, Meio Ambiente e Segurança (SMS) para Respeito à vida. "Nada é totalmente estranho à nossa cultura, mas foi dada ênfase a alguns valores que ainda não estavam claros para todos os empregados e explicitados outros que todos compartilhavam, mas não es-

DIVERSIDADE HUMANA E CULTURAL



"É a identificação da pessoa pelo que ela é, e não pelo que queremos que ela seja. É dar reconhecimento à dignidade humana. Existem diferenças, e o respeito e o reconhecimento delas são cruciais."

Flor Arlette Santamaría Marin, Petrobras México



"Aqui em Houston, temos empregados de 25 nacionalidades, distribuídas em diversos grupos étnicos. Meu dia a dia é privilegiado. O segredo da convivência é entender que as pessoas têm costumes diferentes e respeitá-los."

Ciro Ribeiro, Petrobras América

INTEGRAÇÃO



"Visa a melhorar a comunicação e a cooperação, facilitando o acesso a informações e entrosando o empregado à equipe e à cultura organizacional da empresa. Empregados integrados não apenas conhecem a empresa, mas se sentem parte dela."

Rejane Fick Reblin, Transpetro



"É a capacidade de unificar componentes heterogêneos de uma forma sinérgica e eficiente, de modo a atingir um objetivo comum."

Hudson Gomes Carvalho, UN-ES



"Representa a união de profissionais, de experiências e de esforços em busca de uma 'identidade Petrobras'. É justamente esta diversidade que transforma a Petrobras numa empresa tão especial."

Luciana Chaves Madeira, Financeiro

EMPREENDEADORISMO E INOVAÇÃO



"Temos espaço para inovar, criar e aprender; cada um, em sua mais humilde ou complexa atividade, pode dar a sua parcela de contribuição. O grande vencedor é o povo brasileiro."

Gilberto Fernandes da Silva, Serviços Compartilhados/RSPS



"A humanidade só evolui por meio da superação. Sempre somos melhores quando geramos resultados. E da união de talentos, de esforços contínuos e da crença na inexistência de desafios insuperáveis nascem as soluções."

Luiz Carlos Pinto Siqueira, Tributário



"Devem estar sempre interligados. O ideal é que estas duas qualidades estejam em uma só pessoa. São características de realização e criatividade."

José Rodrigues Moita, Abastecimento

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA



“Ética é pôr em prática os bons princípios e transparência é adotar critérios claros.”

Fernando Elbl, SIX



“Como pode haver ética e transparência no local de trabalho? Com a participação das pessoas de forma integral, aprendendo com os erros e crescendo com os acertos, com conversa para buscar melhoria contínua.”

Alexandre Lima de Almeida, Reman



“Ética é uma característica inerente ao ser humano, que envolve a percepção de certo e errado. Transparência é agir com clareza, definindo os rumos e propósitos das suas ações.”

**Rosângela Delfino Oliveira da Silva,
Serviços Compartilhados/RSPS**

RESPEITO À VIDA



“É considerar todas as suas formas de expressão. O homem como ser consciente no universo tem esse dever.”

Jurandi Alves Siqueira, Reduc



“É entender a vida no seu conceito mais amplo, ver o ser humano e o planeta como um todo: a fauna, a flora. E respeitar a vida em todas as nossas atividades.”

Alan Hebert Martins Gonçalves, Regap



“Respeitar a vida é valorizá-la acima de tudo. É reconhecer que a vida, com todas as suas manifestações, inclui nosso corpo, nossa mente, nosso coração e nosso espírito.”

Elisabete Mayer Pontes, Repar

PRONTIDÃO PARA MUDANÇAS



“Aqui temos a motivação de estar sempre mudando, procurando inovar e melhorar nossos processos com responsabilidade, compromisso, e fazendo sempre deste desafio a nossa energia.”

Daniel Mubarak Carioca, Reman



“É a capacidade de estar sempre pronto para se adequar e reestruturar diante dos desafios de um mundo cada vez maior e em maior velocidade.”

Ana Lúcia Mayer Martins de Campos, SIX



“Temos que estar prontos para realizar transformações positivas, que provoquem melhorias. E não é apenas mudar, é incentivar que os outros mudem.”

Daniel Monteiro Pimentel, E&P

tavam escritos, como o Orgulho de ser Petrobras, que aparece em todas as pesquisas e até nas conversas de corredor”, detalha Medrado.

Segundo o coordenador, mudanças de cultura são processos que tendem a acontecer a longo prazo. Essas mudanças podem ocorrer de forma “natural”, por força de fatores internos ou externos à organização. No entanto, o que a Petrobras pretende é orientar a sua mudança cultural; ou seja, de alguma forma gerir, intervir em suas práticas de maneira que os valores preconizados pela companhia sejam reforçados. Isso pode se dar por meio de iniciativas diversas, tais como ações de comunicação, processos educativos, revisão de procedimentos e pelo próprio exemplo das lideranças.

“Um exemplo de mudança que nós percebemos ao longo dos anos foi em relação a Resultados. Em pesquisas de ambiência de alguns anos atrás, era comum haver registros de empregados questionando a necessidade de a Petrobras dar lucro. Aos poucos, com o fortalecimento



de uma perspectiva mais empresarial e, sobretudo, com o lucro se refletindo na PLR (Participação nos Lucros e Resultados), esse aspecto passou a ser encarado com mais naturalidade. Hoje é considerado importante por todos.”

O Respeito à vida foi outro conceito que gradativamente passou a ser incorporado por todos os trabalhadores da companhia, com os pesados investimentos em SMS e também com o famoso “na dúvida, pare”. “Agora, está refletido até no acordo coletivo, quando se prevê o direito de recusa”, lembra Medrado.

Para os empregados que estão chegando agora à companhia e os que serão admitidos no futuro, é fundamental que os valores sejam bem claros, para que eles não tenham nenhuma dúvida de qual é a cultura da empresa em que estão ingressando. Por isso, o assunto está sendo tratado logo na ambientação. A ideia é que a formação dos novos se dê já de acordo com a cultura-alvo da companhia. É o presente preparando o futuro. ■



GERALDO FALCÃO

FOTOS: PETROBRAS

RESULTADOS



“São essenciais para promover o desenvolvimento das sociedades. Devem ser valorizados como consequência de diretrizes de gestão e da atuação integrada de diversos profissionais.”

Solange Lins Klein, Cenpes



“É atingir objetivos que levam a empresa na direção de sua Visão, desenvolver as pessoas para melhorar os processos, gerar qualidade para os clientes e lucro para os acionistas.”

Victor Lima Saraiva, Serviços Compartilhados/RBC



“É alcançar a excelência na gestão de pessoas e processos de forma integrada, com apoio à visão criativa e à inovação técnica, dando suporte à gestão e à credibilidade.”

Henrique Marques Resende, Regap

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



“É buscar a eficiência econômica sem comprometer os recursos naturais. É conciliar o atendimento às necessidades atuais com a preservação ambiental e a inclusão social produtiva.”

Raulene Carneiro Silva Vianna, Jurídico-BA



“É dar atenção aos elos da cadeia produtiva, contribuindo para o desenvolvimento do país e a perenidade da empresa, para que gerações futuras possam usufruir de nossas riquezas.”

Natália Novais Silva Jensen, Cenpes



“É a produção de riqueza a curto, médio e longo prazos, respeitando o meio ambiente pelo uso racional dos recursos naturais e com ações de responsabilidade social.”

Paulo Roberto Moreira Dias, Petrobras Biocombustível

PESSOAS



“Pessoas somos eu, você e todos os que fizeram da companhia o que ela é hoje e o que pode ser amanhã.”

Adriana de Fátima Rozza, RPBC



“Num mundo competitivo, o valor das pessoas torna-se evidente. Urge buscar para a empresa pessoas capazes, permitir o exercício de suas habilidades, desenvolver suas potencialidades, reconhecer sua contribuição.”

Diogo Borba, Fafen-SE



“Pessoas competentes expressam o maior valor da Petrobras. Inspiradas para a evolução contínua, comprometidas e entusiasmadas. É com a união desses talentos que a história de sucesso se fortalece e se reinventa.”

Sandra Mara Levino Carbone, Petrobras Distribuidora



ROGERIO REIS

MUITO ALÉM DE um relatório

Reconhecido internacionalmente como modelo a ser seguido por outras empresas, o Balanço Social e Ambiental da Petrobras é importante ferramenta de gestão

Negócios, ações, compromissos e demais relações orientados pelos Princípios Éticos do Sistema Petrobras, com responsabilidade e transparência em relação aos públicos de interesse.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL NA PETROBRAS RIMA COM TRANSPARÊNCIA. Prova disso é o capricho com que é elaborado, desde 1998, o Balanço Social e Ambiental da companhia, que a partir da edição de 2003 tem sua estrutura editorial baseada nos dez princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas. Nesses 11 anos, a Petrobras sempre teve a preocupação de aperfeiçoar a publicação, que segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) – principal referência internacional de indicadores para relatórios de sustentabilidade –, e ampliar ao máximo seu público-alvo. O retorno vem sendo bastante positivo: em 2008, o Balanço Social e Ambiental 2006 da Petrobras foi eleito pelos próprios leitores – entre 800 concorrentes – o melhor relatório nas categorias “Todos os públicos de Interesse” e “Sociedade Civil” da premiação GRI Readers Choice Award, realizada por esta organização.

O Balanço Social e Ambiental não cumpre apenas o objetivo de dar transparência às ações da companhia. Ele é também um importante instrumento de gestão. O processo de elaboração do relatório de 2008, por exemplo, en-

volveu diretamente 366 colaboradores de 29 áreas e subsidiárias do Sistema Petrobras. “O tamanho da Petrobras, a diversidade de suas atividades e o grande número de cidades e de países em que ela atua são características desafiadoras no processo de elaboração do relatório”, explica Adriano Ferreira Lima, profissional de comunicação da Gerência Setorial de Orientações e Práticas de Responsabilidade Social da Comunicação Institucional.

Esforço coletivo

Esse desafio é tarefa da Comissão de Elaboração e Avaliação de Relatórios de Responsabilidade Social e Ambiental, que coordena o processo de preparação do relatório. Os dados enviados pelas áreas e subsidiárias são registrados no Sistema de Acompanhamento de Indicadores de Responsabilidade Social e contêm informações sobre o desempenho econômico, social e ambiental da companhia no último ano de exercício, compiladas conforme as orientações das diretrizes GRI e o modelo para Balanço Social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase).

A Comunicação Institucional redige o texto com base nessas informações, e ele é validado posteriormente pela Comissão. O esforço coletivo de reunir os dados da Petrobras e divulgar suas ações para a sociedade serve também como um autodiagnóstico, na medida em que é possível identificar oportunidades de melhoria na gestão.

Após a publicação do Balanço, a companhia contrata uma consultoria para identificar eventuais lacunas de gestão e de conteúdo e, assim, montar um mapa de vulnerabilidades que orienta a estruturação de

um plano de ação para melhorias nas áreas e subsidiárias do Sistema Petrobras.

Alguns representantes dos públicos de interesse também são consultados para avaliar o relatório recém-publicado e sugerir temas relevantes para o relatório seguinte. Essa consulta é denominada Teste de Materialidade e, em 2008, contou, com 103 participantes, entre público interno e externo.

As edições de 2005 a 2007 do Balanço Social e Ambiental foram reconhecidas pelo Pacto Global, organização da qual a Petrobras é signatária desde 2003, como “relatório notável”.

Para garantir a veracidade das informações, o conteúdo é auditado por uma empresa externa. O relatório é editado em várias mídias e formatos, contando com versões específicas para o público em geral e o público interno, versão em braile e também em inglês e espanhol.

O Balanço Social e Ambiental e suas versões impressas são publicados em papel reciclado e distribuídos para um público estratégico, formado pela comunidade científica e acadêmica, por grandes clientes e fornecedores, participantes de eventos e seminários e comunidades, entre outros. Também é possível ter acesso ao texto integral na Internet, em versão navegável e em PDF, ou na Petronet, onde o relatório está disponível em um arquivo em PDF.

O compromisso da companhia com o cumprimento dos princípios do Pacto Global e com a ética e a transparência faz do relatório um produto importantíssimo de sua gestão. Vale lembrar que o primeiro balanço social e ambiental preparado no Brasil foi, em 1984, o da Nitrofertil, que faz parte do Sistema Petrobras. ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

ALEXANDRE ALCÂNTARA SCHMIDT RH

É saber que trabalho em uma organização que em cada lugar onde atua, não importa se no Norte ou no Sul do país, se na África ou na Ásia, atua com comprometimento com seus empregados e com a sociedade na busca por seus objetivos.



BANCO DE IMAGENS PETROBRAS

O PRIMEIRO A GENTE nunca esquece

Refino do primeiro petróleo da camada pré-sal da Bacia de Santos representa uma nova era para o Brasil e para a Petrobras

Superação de desafios, soluções inovadoras que contribuem para o alcance dos objetivos estratégicos.

MARCO HISTÓRICO DA INDÚSTRIA PETROLÍFERA MUNDIAL, O PROCESSAMENTO PIONEIRO do óleo de Tupi permitiu comprovar o rendimento e a qualidade de seus derivados em escala comercial. Comprovou, também, a capacidade da Petrobras para superar novos desafios em soluções tecnológicas e de negócios, fruto do trabalho integrado entre E&P, Transpetro e Abastecimento, com forte atuação das áreas de refino e de logística.

Alta qualidade

Quanto maior o grau API do petróleo, mais rico ele é em produtos nobres de maior valor comercial. O óleo de Tupi é de boa qualidade – 28,5° API –, tem baixa acidez naftênica, baixo teor de enxofre e alto valor de mercado, o que significa menos investimentos das refinarias em adaptação metalúrgica e em unidades de conversão e hidrotreatamento,

necessárias para o processamento do óleo pesado. Os óleos leves produzem uma parcela maior de produtos nobres, como gasolina, querosene de aviação e diesel.

Tecnologia do refino

O Brasil é rico em óleos pesados e extrapesados, que geram maior quantidade de frações pesadas, como óleos combustíveis e asfalto. A Petrobras investe em pesquisas que garantem o domínio de tecnologias para transformar frações menos nobres de petróleo em gasolina, querosene de aviação e óleo diesel. O parque do refino conta com unidades de conversão, como as de craqueamento catalítico e de coqueamento retardado, que convertem as moléculas pesadas dos hidrocarbonetos e as transformam em produtos de maior valor comercial.

Qualidade do diesel

Os 23.000 metros cúbicos da primeira carga de óleo de Tupi enviados para a Refinaria de Capuava (Recap), em Mauá, região metropolitana de São Paulo, começaram a ser processados no dia 30 de junho, em mistura com outros petróleos mais pesados. O resultado desse *blend* foram produtos com baixo teor de enxofre e menos acidez. A companhia investe em tecnologias para produzir combustíveis de qualidade cada vez melhor, como as HDT, que empregam catalisador e hidrogênio para remoção de enxofre e nitrogênio do diesel – o combustível mais usado no Brasil, que corresponde a cerca de 40% da produção das refinarias. Com o óleo leve do pré-sal, a Petrobras vai poder produzir o Ultra Low Sulphur Diesel, com baixíssimo teor de enxofre e com menos investimen-

tos em unidades de conversão e hidrotreatamento.

Novo modelo

Extraído em condições muito severas – a mais de 3.000 metros abaixo do fundo do mar, 2.000 metros de sal e sob lâmina d'água de 2.140 metros, distante 300 quilômetros da costa do estado de São Paulo –, o óleo da camada pré-sal de Tupi está sendo produzido desde maio, ainda como Teste de Longa Duração (TLD), para avaliar o comportamento do reservatório.

Do mar para o refino

Escoado para o navio-plataforma *Cidade de São Vicente*, o óleo produzido em Tupi foi transferido para o Terminal Marítimo de São Sebastião (SP) e bombeado por dutos até a Recap. O refino começa no sistema de dessalgação da refinaria, separando a água do óleo, que é processado na unidade de destilação atmosférica, onde as frações de petróleo são aquecidas e separadas em função de sua volatilidade, produzindo GLP, nafta, querosene e diesel.

Resíduo atmosférico

As frações mais pesadas, chamadas de resíduos atmosféricos (RAT), são separadas na unidade de destilação a vácuo, onde são isolados os gasóleos. O RAT passa pela unidade de craqueamento catalítico de resíduos (URFCC) e é transformado em gás combustível, GLP, nafta craqueada e *Light Cycle Oil* (LCO), produto da Recap enviado para a Refinaria Presidente Bernardes-Cubatão (RPBC) para ser usado como diluente de óleo combustível. A Recap foi a primeira unidade de refino a instalar uma URFCC, em 1999. ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

CLÁUDIO LEONARDO SOARES MENDES, PETROBRAS BIOCOMBUSTÍVEL, USINA DE MONTES CLAROS (MG)

Ver a Petrobras crescer, sentir que ela realmente faz o Brasil prosperar, são fatos de que devemos nos orgulhar. Até rimou, como também rimam Petrobras e Brasil.



FOTOS: ALTON MENDONÇA

A FORÇA DO trabalho coletivo

Construção da plataforma P-58 consagra a fórmula de integração entre diversas áreas para reduzir prazos e custos e serve de modelo a projetos de futuras unidades de produção

Colaboração e sinergia entre equipes, unidades, áreas e empresas, assegurando a visão integrada da Petrobras.

NÃO É DE HOJE QUE O TRABALHO EM EQUIPE É UMA DAS CHAVES PARA OS BONS resultados da Petrobras. Nunca, porém, ele foi tão estratégico para a companhia quanto no momento atual, quando o Grupo de Trabalho de Otimização de Custos e Disciplina de Capital vem buscando soluções para a redução dos custos dos projetos de investimento. Encabeçando a lista de soluções apontadas pelo GT, a maior integração entre áreas envolvidas num mesmo projeto já é uma realidade na Petrobras. Prova disso é a plataforma P-58, que vai saindo do papel graças ao trabalho integrado da diretoria de Serviços – por meio do Cenpes, da Engenharia e de Materiais – com a área de negócio de E&P.

“No lugar de etapas distintas, passamos a realizar as tarefas paralelamente, o que reduz de 70 para 53 meses os prazos entre a identificação de uma oportunidade e o início da produção”, conta o gerente-geral de Implementação de Empreendimentos para E&P e Transporte Marítimo da Engenharia, Antônio Carlos Justi. “Enquanto o projeto básico está sendo desenvolvido, a mesma equipe define as especificações técnicas dos equipamentos e começa a desenhar o projeto executivo. Tanto a Engenharia participa da fase de projeto quanto o Cenpes e a área de Materiais também atuam na fase seguinte. Não é mais necessário esperar o fim de uma etapa para iniciar a seguinte.”

Com o projeto básico já concluído, a P-58 é um navio-plataforma do

tipo FPSO, sigla em inglês que significa flutuação, produção, armazenamento e descarregamento. Ficará localizado no Campo de Baleia Azul, no Espírito Santo, e a capacidade de produção diária chegará a 180.000 barris de óleo e seis milhões de metros cúbicos de gás. A conclusão está prevista para o final de 2012, e o primeiro óleo deverá ser produzido no primeiro semestre de 2013. Até lá, o plano é que o esforço multissetorial – tendo a área de Serviços como integradora – se torne um modelo.

“Estamos trabalhando com o Cenpes e Materiais há quase um ano, e hoje podemos dizer que o projeto básico está praticamente pronto, o projeto executivo já está contratado e os principais equipamentos estão sendo cotados. Num intervalo muito pequeno, já fizemos uma série de atividades que antes eram feitas uma após a outra. Isso representa um resultado econômico significativamente melhor para a companhia”, explica Justi, antes de ressaltar a importância de conceitos como padronização, simplicidade e repetibilidade para o sucesso da empreitada. “A integração também passa pelo uso de equipamentos que estão no mercado, o que torna o trabalho mais ágil e prático. Tanto que o mesmo grupo da P-58 está trabalhando na P-62”.

Quem complementa a definição é o gerente-geral de Engenharia Básica para E&P do Cenpes, Marcos Assayag: “É como você comprar um carro e exigir que ele venha com dez *airbags*”, ilustra o engenheiro. “O fabricante vai providenciar seu pedido, mas você terá que pagar o dobro. Isso não pode acontecer em nossas plataformas. Por esse motivo a adoção de normas internacio-

nais é tão importante. Para que o nível muito alto de especificidade não aumente o preço.”

Um só objetivo

Assayag ressalta a importância de se ter uma estratégia de contratação e aquisição que evite a modificação de pedidos de equipamentos e suprimentos no meio do processo. Ele explica que é fundamental que os pedidos sejam feitos quando o projeto está maduro, o que depende de uma boa interface com a área de negócios.

“Devemos ter meios de avaliar se os preços que estamos obtendo são competitivos com os do mercado internacional. Se meu preço for o dobro do preço praticado lá, há algo errado na minha estratégia”, diz Assayag, que assim como Justi, está envolvido também com os projetos de oito plataformas do pré-sal. “É importante termos um sistema fortemente integrado, no qual cada área trabalhe com um só objetivo: implantar o projeto em custo e prazo menores, dentro da qualidade desejada.”

Para que o entrosamento entre setores diferentes funcione bem, Antônio Carlos Justi enumera algumas premissas importantes. “Em primeiro lugar, é fundamental ter um líder, um responsável único. Aqui na Engenharia, no caso da P-58, tudo passa pelo comando do Marco Túlio, que está alinhado ao compromisso de custo-prazo-qualidade exigido pela área de E&P, o nosso cliente”, ensina o gerente. “A integração se consegue também com pessoas adequadas, nas funções corretas e engajadas em torno de um objetivo. São as principais características de qualquer projeto bem-sucedido, dentro ou fora da companhia.” ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

JEAN OLIVEIRA NASCIMENTO, FAFEN-BA

Significa fazer parte de uma das empresas que mais crescem no mundo. Uma companhia que se preocupa com a geração de emprego, com a qualidade de vida de seus empregados, com segurança, meio ambiente e saúde, e que investe em seu capital humano, sua força de trabalho.



GERALDO FALCÃO

EXCELÊNCIA NA gestão de custos

Integração de projetos que garantem a gestão transparente de recursos e gastos com responsabilidade é prioridade para a empresa e desafio para novas parcerias

Geração de valor para os públicos de interesse, com foco em disciplina de capital e gestão de custos. Reconhecimento de pessoas e equipes com alto desempenho.

UMA MUDANÇA DE CULTURA CAMINHA SILENCIOSA E A PASSOS LARGOS NA PETROBRAS: a incorporação, na rotina de cada gestor, do cuidado com o resultado dos processos. É o chamado foco na gestão de custos e na disciplina de capital. Para se ter o melhor retorno dos investimentos, é preciso estar atento a cada fase do trabalho, desde a escolha do projeto até a previsão e a execução orçamentária. Com o uso inteligente de recursos, é possível dar sustentabilidade ao crescimento cada vez mais acelerado da companhia.

O Programa de Otimização de Custos Administrativos, implementado em novembro de 2008, vem trazendo bons resultados. “Qualquer companhia tem de ser extremamente rigorosa na aplicação de seu capital, objetivando o melhor retorno possível”, avalia Paulo José Alves, gerente-geral de Contabilidade de Negócios. Na média mensal até agosto passado, R\$ 74 milhões deixaram de ser gastos em táxis, viagens, brindes e eventos, entre outros itens. “Esse total representou uma redução de 21% este ano em relação à média mensal de 2008. São quase R\$ 900 milhões por ano”, contabiliza Alves.

Para o gerente, é importante não só a economia, mas também o exemplo de austeridade na gestão de recursos. Um desafio cada vez maior para cumprir o Plano de Negócios 2009-2013, com investimentos previstos de US\$ 174,4 bilhões. “A disciplina de capital precisa estar no DNA de cada um”, acredita Alves. A preocupação procede: hoje, a companhia tem cerca de 30.000 profissionais responsáveis por algum tipo de despesa. “Uma secretária que emite bilhetes de viagem, um fiscal de contrato, um comprador. São todos apropriadores de custos, com diversas formações profissionais, que estão na base da pirâmide”, explica.

Qualidade da informação

O gerente-geral enfatiza a relevância de outras ações, com destaque para a busca por padronização de projetos e o planejamento cada vez mais antecipado dos recursos críticos destinados a eles: “É a Petrobras atenta aos crescentes desafios, simplificando o que é possível e buscando evitar gargalos para nossos principais projetos”.

Para apoiar os gestores e o conjunto de projetos de otimização já em curso na empresa, além de integrar e sugerir ações, a Contabilidade recentemente lançou o Programa Focus – Programa de Melhoria na Qualidade da Informação e na Gestão de Custos. “São duas palavras-chave para alcançar melhores resultados: informação e formação”, afirma o gerente de Custos e Contabilidade Gerencial Carlos Henrique Vieira Cândido da Silva. “Um dos motes deste programa é dar conhecimento e base de informação aos gestores, gerentes e potenciais gestores para gerir os recursos.

E, desta forma, desenvolver uma inteligência em custos”, informa.

Carlos Henrique lembra que a formação de novas parcerias para o pré-sal vai exigir ainda mais da gestão de custos de projetos. Ações já implementadas, como o treinamento anual de 3.000 apropriadores de custos, estão sendo ampliadas. “Em relação às normas, estamos atualizando o Manual Financeiro da companhia, em que há um capítulo sobre política de gastos”, avisa o gerente. “Também temos uma frente consolidada para padronização da entrada de novas empresas no SAP, o sistema oficial da companhia. É o modelo de negócios integrado (MNI). Além disso, há um ano inserimos, com a Universidade Petrobras, uma matéria sobre Gestão de Custos no curso regular, voltado para gestores e coordenadores”, afirma.

Uma nova cultura

Apesar de todas essas iniciativas e dos bons resultados já alcançados, Alves faz questão de ressaltar que o dever ainda não está concluído: “Os desafios continuam sendo a consolidação do foco na gestão de custos e o aumento da disciplina de capital no dia a dia da companhia, como parte efetiva de sua cultura, e não só nos momentos de crise”, conclui.

A companhia tem tido enormes avanços na gestão administrativa e financeira. Há dez anos se mantém entre as dez finalistas do Troféu Transparência da Anefac, e foi primeira colocada duas vezes. “A empresa é vista como transparente pelo mercado, ou seja, tem maior confiança dos seus *stakeholders*, inclusive daqueles que nos financiam, e isso contribui para a redução do custo de capital”, comemora o gerente-geral Paulo José Alves. ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

CARMEM SHEIME DANTAS MARINHO, COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Eu me orgulho de pertencer a uma empresa que tem o Brasil pulsando no coração. Uma empresa dinâmica e viva, com uma energia capaz de vencer desafios e superar obstáculos. A Petrobras acredita nos seus sonhos e investe no seu futuro.



A TRANSMISSÃO do saber

Petrobras investe na troca de conhecimentos entre os empregados novos e os mais experientes para preservar e ampliar seu capital intelectual

Pessoas e seu desenvolvimento como um diferencial de desempenho.

O MAIOR ATIVO DA PETROBRAS É O CONHECIMENTO. E OS DONOS DESTES CONHECIMENTO SÃO OS EMPREGADOS, QUE SE DEDICAM DIARIAMENTE A ENCONTRAR SOLUÇÕES PARA QUE A EMPRESA ALCANCE OS SEUS OBJETIVOS. NOS ÚLTIMOS ANOS, A COMPANHIA E SEUS EMPREGADOS TÊM TIDO UM DESAFIO AINDA MAIOR: TRANSMITIR O CONHECIMENTO GERADO PELA PETROBRAS EM TODA A SUA HISTÓRIA ÀS NOVAS GERAÇÕES. AFINAL, CERCA DE 25.000 NOVOS EMPREGADOS INGRESSARAM NA COMPANHIA NOS ÚLTIMOS OITO ANOS.

Diversas maneiras de facilitar essa passagem de conhecimento têm sido postas em prática, mesmo que esse processo já ocorra de forma natural na companhia. Para a gerente de Planejamento e Avaliação de Recursos Humanos, Mariângela Mundim, a necessidade surge do fato de que a maioria dos empregados atualmente é formada por profissionais seniores ou juniores, havendo poucos empregados no meio da carreira, os plenos. “Passamos mais de dez anos sem admissões na década de 90 por razões diversas. O resultado é que, hoje, 50% de nossos funcionários têm mais de 20 anos de casa e os outros 50%, menos de dez anos”, conta Mariângela.

Facilitar o diálogo dos mais novos com os mais antigos é a solução que a área de Recursos Humanos tem encontrado para evitar que a aposentadoria de um empregado se transforme em um prejuízo para as áreas da empresa. A educação corporativa é o principal pilar que garante a transmissão do conhecimento da companhia. E a estratégia fundamental são os empregados mais experientes ensinando aos mais novos. Por isso, boa parte do corpo docente da Universidade Petrobras é formada por empregados com bastante tempo de casa, o que tem sido essencial para o processo de gestão do conhecimento na Petrobras.

Comunidades virtuais

A estrutura complexa com a qual o empregado recém-chegado na Petrobras tem contato em sua primeira semana de formação, por exemplo, quando lhe é apresentada uma visão geral da companhia, é uma das estratégias da área de Recursos Humanos. “Esse contato é parte do ‘banho de cultura Petrobras’ que o novo empregado recebe nos cursos de formação. As histórias, as dicas, os casos relatados em sala de aula pelos profissionais mais experientes são uma maneira de transmitir a cultura Petrobras de maneira sutil, com a vivacidade que a oralidade proporciona”, afirma o gerente-geral da Universidade Petrobras, Ricardo Salomão.

Os empregados experientes não se dedicam só a ministrar os cursos na Universidade Petrobras. Muitos deles são escolhidos pelos comitês técnicos para serem Tutores de Conhecimento. “Os tutores são profissionais, comprovadamente capacitados e experientes, que atuam na orientação dos empregados com

menos tempo de empresa”, explica Salomão. “Eles estão presentes, por exemplo, na orientação dos trabalhos de conclusão de curso das turmas de nível técnico. Nos cursos que contemplam a dimensão vivencial, são os tutores que executam o roteiro de capacitação, apresentando os novos ao dia a dia do trabalho e, ao mesmo tempo, identificando aqueles capazes de assumir mais ou menos responsabilidades em suas unidades”, complementa.

No caso dos profissionais que não passam pelas turmas de formação, cabe ao tutor apresentá-los, por exemplo, às normas e às orientações de segurança próprias das funções que desempenharão.

O trabalho em rede também tem sido usado como estratégia da companhia. O gerente de Gestão do Conhecimento, Alexandre Korowajczuk, lembra que hoje quase todas as unidades da Petrobras têm algum tipo de rede. “As redes são uma forma de potencializar o conhecimento coletivo”, opina Korowajczuk.

Há mais de uma década, a Universidade Petrobras se utiliza das comunidades virtuais para a troca de informações entre empregados. Um dos projetos que têm como base essas redes é o Projeto Integrador. “Ele visa a criar espaços e ferramentas de interação capazes de facilitar a disseminação de práticas e a colaboração entre as pessoas”, relata o gerente-geral da UP. Além das comunidades virtuais, o projeto também abrange a realização de trabalhos de conclusão baseados em situações profissionais reais, nas quais os alunos buscam aplicar os conhecimentos adquiridos em sala de aula, sob a orientação de profissionais mais experientes. ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

CARLOS MAURÍCIO AMARAL ALVAREZ, RPBC

É acordar todo dia e se sentir parte de um todo que traz progresso e alavanca nosso país para um patamar ainda maior. É o orgulho de integrar a maior empresa do hemisfério sul e uma das maiores do mundo, saber que faz parte da história do país e que contribuiu para esse sucesso.



PARA DAR O grande salto

Reestruturação do modelo de gestão é exemplo de como a companhia vem se preparando para alcançar as metas ambiciosas previstas até 2020

**Aceitação da
responsabilidade
de inspirar e
criar mudanças
positivas.**

POSICIONADA PARA SER UMA DAS CINCO MAIORES EMPRESAS DE ENERGIA DO MUNDO e a preferida de seus públicos de interesse até 2020, a Petrobras se volta hoje para desafios como o desbravamento do pré-sal e o novo marco regulatório. Mas, desde o início da década, a companhia convive com uma maior complexidade de sua gestão, derivada do seu crescimento e das mudanças no cenário mundial, tanto na economia em geral quanto na indústria de petróleo e gás em particular.

O Plano Estratégico 2020 estabelece atributos pelos quais a Petrobras vai se destacar no período. E os caminhos para que essa excelência no desempenho seja alcançada incluem a adequação do seu modelo de

gestão para enfrentar os desafios do futuro.

O conceito de fazer da mudança um instrumento para o aperfeiçoamento está implícito no valor Prontidão para Mudanças, um dos dez revisitados pelo Planejamento Estratégico 2020. A ideia é que as pessoas estejam preparadas para as mudanças destinadas a impulsionar a empresa rumo a seus objetivos.

A preparação da Petrobras para mudar de forma bem-sucedida é o objetivo do programa Reavaliação do Modelo de Governança Corporativa, Organização e Gestão Empresarial do Sistema Petrobras, que vem sendo pensado no âmbito da diretoria desde 2007. O programa representa o item Todos na Mesma Direção, da Agenda Estratégica.

“Até 2020, a produção doméstica da Petrobras deverá crescer três vezes, e a rentabilidade deverá aumentar quatro vezes. Esse contexto diferenciado requer uma reavaliação do modelo, refletindo o crescimento da companhia em tamanho e complexidade e suas perspectivas para o futuro”, explica o gerente de Gestão de Processos da área de Desenvolvimento de Sistemas de Gestão, Francisco José Marques Fernandes.

O programa tem três dimensões de mudança. A primeira visa a estrutura organizacional e pretende favo-

recer a integração dos negócios. A segunda, gestão por processos, tem foco na eficiência, na eficácia e na padronização desses processos. E a terceira é a própria gestão da mudança, que permeia todas as demais e se volta para a redução dos impactos nas pessoas e nas organizações, a partir da adequação da cultura aos valores necessários para o alcance das metas fixadas até 2020.

Os principais temas da Reavaliação do Modelo de Governança Corporativa, Organização e Gestão Empresarial do Sistema Petrobras são a agilização do processo decisório; o fortalecimento da função corporativa de gestão e suporte; e o foco na captura dos benefícios de ser uma companhia integrada.

Dois exemplos de aplicação do programa já estão em andamento. Um deles é a transferência das atividades do setor de fertilizantes da área de Abastecimento para a área de Gás & Energia, visando a obter maior agregação de valor na cadeia do gás natural. Outro exemplo é o reposicionamento junto à Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS) das atividades voltadas para a eficiência energética. Neste caso, o objetivo é capturar a sinergia existente entre as ações desenvolvidas em eficiência energética e o setor responsável pelo meio ambiente. ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

JAIME KARAZAWA SIX

Pertencer ao quadro de empregados da Petrobras é um privilégio de poucos. Prova disso é a companhia ser eleita, pela quinta vez consecutiva, “Empresa dos Sonhos dos Jovens”. É com muito orgulho que trabalho na Petrobras há mais de três décadas. A competência, a criatividade, a motivação e a dedicação desses jovens que se juntam a nós vão torná-la uma das cinco maiores e melhores empresas de energia do mundo.



BRUNO VEIGA



ANTONIO JACOVASSO

FUTURO movido a gás

Construção do Gasoduto Urucu-Coari-Manaus, em plena floresta amazônica, mostra que a Petrobras sabe aliar desenvolvimento econômico à preservação do meio ambiente

O sucesso dos negócios, conduzidos com responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento e o futuro da sociedade.

ÀS VÉSPERAS DA INAUGURAÇÃO DO GASODUTO URUCU-COARI-MANAUS, PREVISTA para outubro, os amazonenses e a Petrobras não veem a hora de começar a transformar em realidade um sonho antigo: transportar o gás natural produzido no coração da Amazônia para termelétricas, indústrias e residências da capital do estado e em cidades vizinhas. As obras chegam ao fim trazendo o sentimento de missão cumprida, após terem atravessado mata, rios, igarapés e lagos da maior floresta tropical do mundo. Marco na história da engenharia nacional, o empreendimento alia benefícios econômicos e sociais aos ambientais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e as perspectivas de futuro da região.

A chegada do gás à capital, conduzido ao longo de 662 quilômetros por dutos de aço-carbono, abre uma nova era energética para o Amazo-

nas. Produzido na Base Geólogo Pedro de Moura, em Urucu, município de Coari, o gás vai substituir o diesel e o óleo combustível utilizados na geração de energia elétrica. Graças ao gasoduto – um investimento de R\$ 4,58 bilhões –, o estado vai substituir 1,2 bilhão de litros por ano de derivados líquidos de petróleo consumidos pelas termelétricas. O ganho ambiental é outra vantagem da substituição dos derivados de petróleo nas termelétricas, pois o uso do gás natural proporciona a redução das emissões de dióxido de carbono (CO₂) e outros gases do efeito estufa.

Antes e depois

O gasoduto terá capacidade inicial para transportar 4,1 milhões de metros cúbicos por dia, que serão entregues à Companhia de Gás do Amazonas (Cigás), que repassará grande parte à Amazonas Energia. Sete termelétricas serão atendidas. A empresa amazonense de gás, que constrói rede de distribuição com 42 quilômetros de extensão na capital, também vai desenvolver o mercado industrial e de Gás Natural Veicular (GNV). No caminho entre Urucu e a capital, o produto será fornecido pela Petrobras às cidades de Coari, Codajás, Anori, Anamã, Caapiranga, Manacapuru e Iranduba.

A mudança radical na matriz energética do Amazonas é fruto de uma empreitada em que a companhia tomou todos os cuidados com a proteção da flora, da fauna e, sobretudo, das comunidades situadas na faixa de influência do gasoduto. Uma das iniciativas voltadas para investimentos sociais e ambientais, iniciada em 2004, foi o Programa de Desenvolvimento Sustentável do

Gasoduto Coari-Manaus, conduzido por meio de um convênio com o governo amazonense, representado pela Secretaria de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável. Agrupadas em 36 projetos, as ações beneficiaram milhares de pessoas em 135 povoações, incluídas comunidades indígenas.

As iniciativas foram ao encontro de demandas comunitárias ligadas a geração de renda, gestão sustentável de recursos locais e planejamento estratégico. Em cursos profissionalizantes oferecidos nos municípios, 4.800 trabalhadores foram capacitados em atividades como produção de mel, beneficiamento de pescado, plantio em sistemas agroflorestais, criação de pequenos animais, artesanato e turismo sustentável. Os projetos do convênio incluíram a construção de benfeitorias, como escolas, centros sociais e sistemas de coleta de lixo e tratamento de esgotos, formação de agentes comunitários, alfabetização de jovens e adultos, treinamento de gestores locais, e, no município de Manacapuru, capacitação de 49 parteiras.

Os impactos socioeconômicos da construção também favoreceram, em locais de difícil acesso, a inserção do poder público e a promoção da cidadania. Dos 8.900 empregos gerados no pico da obra, 70% foram ocupados por trabalhadores do interior do estado – muitos com carteira assinada pela primeira vez, incluídos os que nunca haviam possuído documento de identidade. Além disso, nenhum caso de malária foi registrado nos canteiros de obras. O empreendimento deu contribuição sem precedentes às prefeituras, que, juntas, arrecadaram R\$ 80 milhões de Imposto Sobre Serviços (ISS). ■

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

KELLY BEDIN FRANÇA, REPAR

É viver esta companhia, tornando o trabalho diário especial pela crença em nossa capacidade de transformação, não apenas do óleo, da matéria bruta, mas de inúmeras vidas: da nossa força de trabalho, das comunidades onde atuamos, da sociedade que cresce junto com a gente!



KEYSTONE/ARQUIVO PETROBRAS

PRÓXIMA ESTAÇÃO: Chile

Petrobras chega ao país andino com rede de 230 postos de serviço adquiridos da ExxonMobil e participação acionária em duas empresas de distribuição

Valorização da diversidade humana e cultural. Respeito às diferenças, não discriminação e igualdade de oportunidades.

A PETROBRAS ACABA DE INSERIR A 27ª ESTRELA NO MAPA-MÚNDI DE SEUS NEGÓCIOS internacionais: o Chile. Como já faz nos outros 26 países onde atua – por meio de unidades próprias, empresas subsidiárias ou representações comerciais e financeiras –, a companhia chega ao país andino com o compromisso de respeitar e fortalecer a cultura e os costumes locais. As operações começaram em maio, e hoje a Petrobras já responde por 16% do mercado varejista e por 6% da área industrial no Chile, além de participar do mercado de aviação.

Um dos poucos países da América do Sul onde a companhia não estava presente – agora, no continente, somente o Suriname e as Guianas ainda não contam com a Petrobras –, o Chile passará a dispor de 230 postos de serviço com a marca da empresa. Em 18 meses, as bandeiras

verde-amarelas substituirão as da antiga proprietária, a Exxon Mobil, em todos esses postos, dos quais 109 são próprios e 89 têm lojas de conveniência. O negócio envolveu mais de US\$ 400 milhões da parte da Petrobras, com recursos próprios.

O primeiro posto foi inaugurado em 4 de agosto na capital, Santiago, com a presença de ministros, senadores e deputados chilenos. A companhia brasileira foi representada pelo gerente executivo da Petrobras para o Cone Sul, José Fernando de Freitas, e pelo gerente-geral da Petrobras Chile, Vilson Reichemback, entre outros executivos.

Logo após a inauguração do posto, a presidente do Chile, Michelle Bachelet, recebeu, no Palácio de La Moneda, representantes da Petrobras para dar boas-vindas à companhia em suas novas operações no país. O ministro da Fazenda do Chile, Andrés Velasco, também esteve presente ao encontro.

A transação comercial inclui também a distribuição e a venda de combustíveis em 11 aeroportos, além da participação acionária de 22% na Sociedad Nacional de Oleoductos e de 33% na Sociedad de Inversiones de Aviación. Seis terminais de distribuição vão viabilizar o projeto, sendo quatro próprios e dois em *joint venture*. “Estrategicamente, a Petrobras já tentava entrar no Chile havia vários anos. Mas nunca houve uma oportunidade tão cristalina de fazer negócio como essa que acaba de ser fechada”, comemora Vilson Reichemback.

Um dos desafios foi implantar, pela primeira vez no exterior, o Centro de Operações Financeiras (Co-fip), cuja sede fica em Salvador. É lá que estão centralizadas as áreas financeira, de contabilidade e de pa-

gamento de tributos, que passarão a fazer uma interface direta entre o país andino e o Brasil.

Com a entrada no Chile, a estatal passa a operar uma rede com 8.315 pontos de venda em seis países sul-americanos, que incluem ainda Argentina, Colômbia, Paraguai, Uruguai e o próprio Brasil.

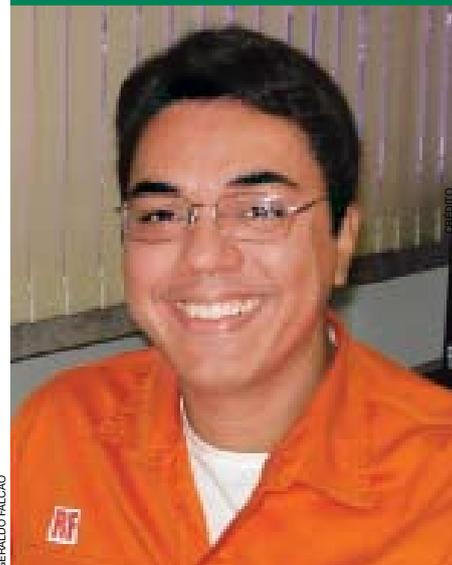
Segundo Reichemback, as perspectivas futuras são muito boas. Além de o Chile ser um mercado altamente competitivo, a Petrobras mantém um bom relacionamento com a estatal local Enap (Empresa Nacional del Petróleo), uma convivência que reflete a simpatia e o respeito existentes entre os povos brasileiro e chileno. Em 1962, a seleção brasileira venceu a Copa do Mundo disputada no país andino. “As lembranças que ficaram de nossos jogadores foram as melhores possíveis”, comenta o gerente-geral da Petrobras Chile, que acredita no crescimento da marca não só no mercado automotivo, mas também entre os grandes consumidores, a exemplo da área de mineração.

Durante o processo de transferência das marcas, estão previstos investimentos de US\$ 57 milhões da Petrobras no Chile nos próximos dois anos. O projeto foi marcado por um acordo final em bases satisfatórias para ambas as partes envolvidas no negócio, além de um bem-sucedido alinhamento das práticas de gestão e de operação no país ao Programa de Integração de Projetos da Área Internacional (Proani).

Projeto por etapas

Iniciado em 2007, o projeto Chile começou com a criação de um grupo, coordenado pela Área de Novos Negócios da Petrobras, para estudar a viabilidade da entrada da

ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

DARKO KEHRLÉ JUNIOR Engenharia

É fazer parte de uma empresa compromissada com o futuro do país, reconhecida internacionalmente pela sua competência, que investe em tecnologia e desenvolvimento preservando o meio ambiente, e que valoriza a sua identidade nacional.



BRUNO VIEGA

ta da Rocha, gerente de Desenvolvimento de Negócios, acredita que o negócio possa incentivar o desenvolvimento de futuros projetos naquele país. “Além disso, contribui para diversificar o portfólio da companhia e consolidar a liderança na América do Sul”, acrescenta.

Lubrax na frente

Antes mesmo de começar a inserção de sua marca no Chile, a Petrobras iniciou, em abril deste ano, a produção de óleos lubrificantes Lubrax no país. Naquele mesmo mês, pela primeira vez foram produzidos em Santiago 3.000 litros do óleo hidráulico, e passaram também a ser envasados outros 17 tipos de lubrificantes. Além de comercializada no Chile, a produção local poderá ser exportada para Uruguai e Paraguai.

De acordo com Reichemback, a Petrobras pretende construir novas estações ecologicamente corretas para comercializar seus produtos e serviços, fazendo uso de energias sustentáveis, como a solar. E como Santiago é uma cidade que sofre muito com a poluição, acentuada por sua localização em um vale que dificulta o escoamento dos gases do efeito estufa, a Petrobras também começa a analisar junto ao governo chileno a possibilidade de introduzir no país os biocombustíveis, como o etanol.

Para o gerente-geral de Abastecimento da Área Internacional, Luiz Cláudio Sanches, a decisão de produzir o Lubrax no Chile pode representar uma otimização da margem de contribuição do produto e trazer vantagens competitivas para a Petrobras. “Vamos conseguir respostas mais rápidas no atendimento aos pedidos e garantir o suprimento dos lubrificantes aos nos-

empresa no país andino. O passo seguinte foi uma investigação abrangente sobre as empresas a serem adquiridas, que incluiu os aspectos legais, financeiros, econômicos, estratégicos e ambientais. Enquanto isso, já ocorria uma intensa negociação com a Exxon sobre valores e condições.

O contrato de compra e venda foi assinado em agosto de 2008, quando começaram os trabalhos da equipe de integração. Foi ela que planejou a transição de venda para o comprador, analisando aspectos diversos, como mudança de marca, manutenção e conquista de novos clientes, substituição de sistemas e infraestrutura de comunicações, sinergias e adoção de políticas compatíveis com a Petrobras para sua definitiva tomada de controle dos novos ativos.

Otimista com as perspectivas da companhia no Chile, Isabela Mesqui-

“... e outros clientes”, destaca Sanches, que vê o negócio como um caminho para o crescimento sustentável do produto no Chile.

O Lubrax está presente naquele país desde 2004, quando começou a ser importado da Petrobras Argentina. Em 2008, passou a ser comprado da Petrobras Distribuidora. “Agora, com a rede de postos aliada a um plano de marketing, esperamos aumentar nossa participação no mercado”, planeja Sanches. Para ele, a Petrobras entra no Chile para se tornar uma das líderes do mercado na comercialização de combustíveis e lubrificantes.

O foco prioritário da companhia, porém, será a melhoria da rentabilidade da rede de postos,

assim como o crescimento no segmento de grandes clientes, além da venda de combustíveis marítimos e de aviação. Serviços de alta qualidade aos consumidores serão garantidos pela qualificação técnica dos 1.507 empregados que a Petrobras mantém no Chile.

Em 2008, a companhia já havia exportado petróleo, GLP, gás natural, petroquímicos e lubrificantes para o país andino, negócios que chegaram a US\$ 1,3 bilhão. O desafio agora é implantar a marca Petrobras, ainda desconhecida pela maioria dos chilenos. E a Petrobras vai fazer isso reafirmando seu compromisso de valorizar a diversidade humana e cultural local, o que já ocorre em todos os países onde atua. ■

PARA ILUMINAR O CAMINHO

Mais luz na Argentina. Esta é a mais recente contribuição da Petrobras ao país vizinho, com a inauguração, em junho, de uma nova unidade de geração de energia elétrica que vem garantindo uma capacidade geradora de 1.104 megawatts (MW) desde o início de sua operação. Instalada no mesmo prédio da Central Termoelétrica Genelba, na província de Buenos Aires, a unidade vai atender ao crescimento do consumo argentino.

Com investimentos de US\$ 80 milhões, a subsidiária Petrobras Energía vai gerar um aumento da oferta elétrica, que, além de contribuir para a estabilidade do sistema, vai melhorar a qualidade do abastecimento. A inauguração da nova unidade contou com a presença da presidente da Argentina, Cristina Kirchner. José Fernando de Freitas, gerente executivo da Petrobras para o Cone Sul, representou a companhia brasileira.

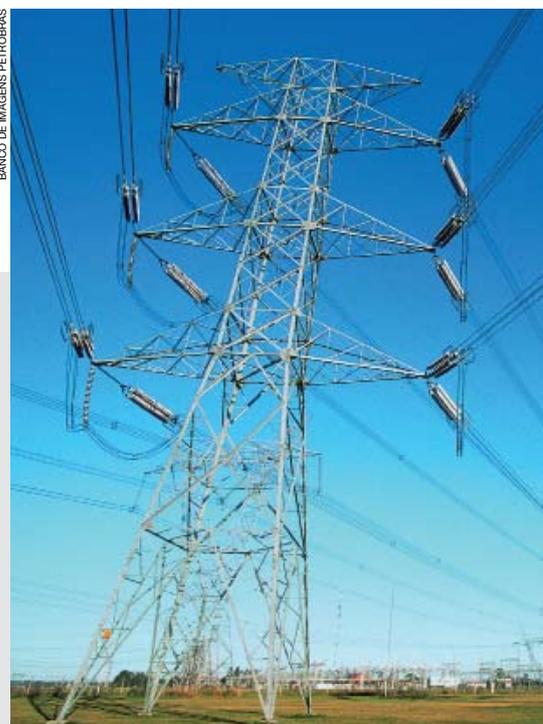
Composta de uma turbina a gás de ciclo aberto, com potência de 165 MW, a nova unidade e a planta Genelba vão garantir um alto grau de segurança no fornecimento de energia elétrica. Com ciclo combinado de 660 MW, a Central Termoelétrica Genelba iniciou suas operações em 1999. Foi um investimento de US\$ 300 milhões.

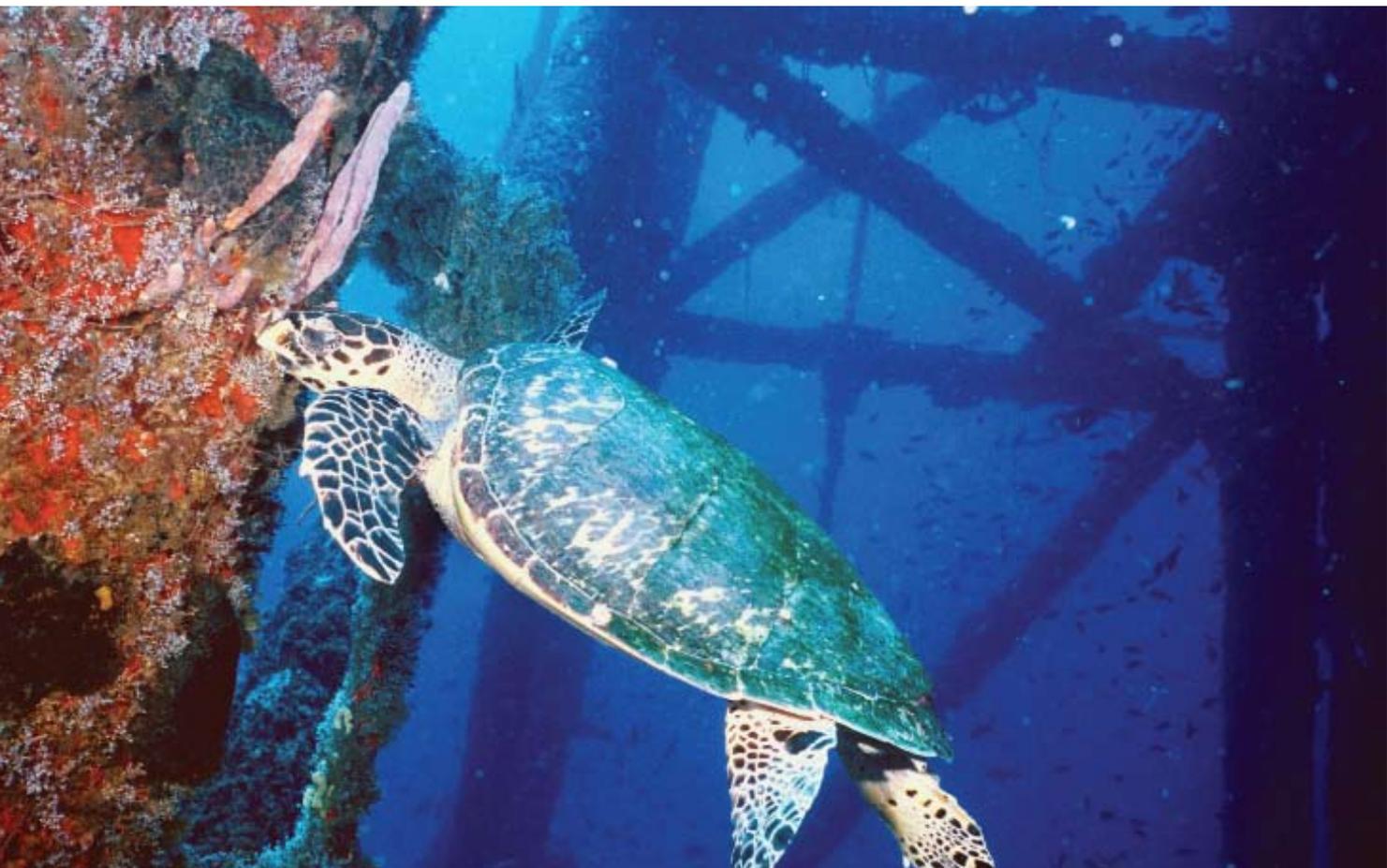
Desde então, a central ganhou prêmios internacionais por suas inovações tecnológicas. Recebeu as certificações ISO 9001-200 (gestão de qualidade), ISO 14001 (gestão ambiental) e OHSAS 18001 (gestão de saúde e segurança ocupacional). É uma das líderes do mercado industrial de oferta elétrica por sua confiabilidade.

O fornecimento de energia elétrica na Argentina passa por um momento instável. Um estudo feito por oito ex-secretários de Energia, divulgado em abril, detectou uma situação de emergência no setor, que necessita de investimentos e de políticas de longo prazo para evitar maior escassez. Os investimentos estariam atrasados e o funcionamento do sistema energético foi considerado tecnicamente deficiente, com perspectiva de agravar-se.

Em 2008, o Brasil forneceu à Argentina 1.500 MW de energia por dia. Em troca, o país devolveu a energia que recebeu e também pagou pela energia térmica que consumiu.

BANCO DE IMAGENS PETROBRAS





ARQUIVO TAMAR

CRESCER COM

ecoeficiência

O cuidado com o meio ambiente é ponto básico para os projetos de desenvolvimento nos campos do pré-sal

O respeito à vida leva à busca da eficiência em saúde, segurança e meio ambiente.

AUMENTAR A PRODUÇÃO MINIMIZANDO O IMPACTO SOBRE O MEIO AMBIENTE É UM compromisso que a Petrobras vai cumprir à risca nos campos do pré-sal. Quando estiver produzindo nos reservatórios abaixo da camada de sal que se estende sob o mar do Sudeste brasileiro, a companhia reinjetará o dióxido de carbono (CO₂) associado ao gás natural, dando exemplo de que é possível reduzir a descarga para a atmosfera de substâncias que provocam o aquecimento global. O arrojo na gestão das emissões de gases do efeito estufa (GEEs) é diretriz básica nos projetos para a Bacia de Santos, como forma de somar esforços para a mitigação das mudanças climáticas, em respeito à vida presente e futura no planeta.

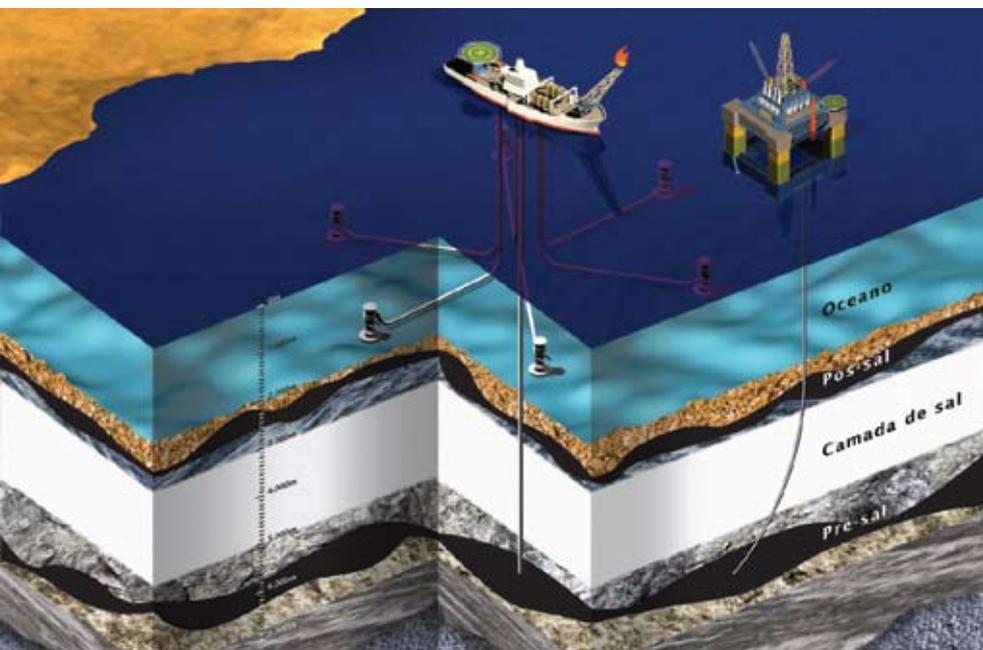
O armazenamento geológico de CO₂ responde ao princípio da eficiência – mais produção com menos impactos ambientais – e resulta da proatividade adotada pela Petrobras para se fortalecer como empresa de energia segura e rentável, com responsabilidade social e ambiental. Antecipando-se a exigências legais, a opção pela reinjeção do GEE é desdobramento natural do Plano Estratégico 2020, que prevê a conquista de excelência na gestão ambiental nos processos da companhia. Da separação e captura de CO₂ nas plataformas até a destinação final, o desafio tecnológico é grande. Maior ainda, porém, é o comprometimento com o desenvolvimento sustentável.

“A maneira como a Petrobras lida com o meio ambiente na condução de suas atividades e na construção de seus novos projetos é uma forma de exteriorizar seu respeito em relação à vida”, sintetiza a gerente-geral de Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS), Beatriz Espinosa, que coordena o projeto dedicado pelo Plano Estratégico à questão da mu-

dança climática. A elevação do tema à condição de prioridade estratégica ampliou a visibilidade desse compromisso corporativo, que dá destaque às iniciativas que diminuem a intensidade das emissões de GEEs. Entre elas estão a maximização da eficiência energética, o aprimoramento de processos operacionais e a redução da queima de gases nas tochas das plataformas e refinarias.

No período de 2006 a 2008, a Petrobras evitou a descarga de aproximadamente cinco milhões de toneladas de CO₂ equivalente em suas operações. Nos anos de 2009 e 2013, os objetivos voluntários estabelecidos pela empresa a levarão a evitar o lançamento de 2,3 e 4,5 milhões de toneladas, respectivamente. Aos investimentos para controlar as emissões soma-se o monitoramento contínuo das operações por meio do Sistema de Gestão de Emissões Atmosféricas (Sigea), que registra o desempenho de mais de 20.000 fontes emissoras, auxiliando na avaliação, na otimização e na melhoria dos processos.

Em nome da transparência na re-



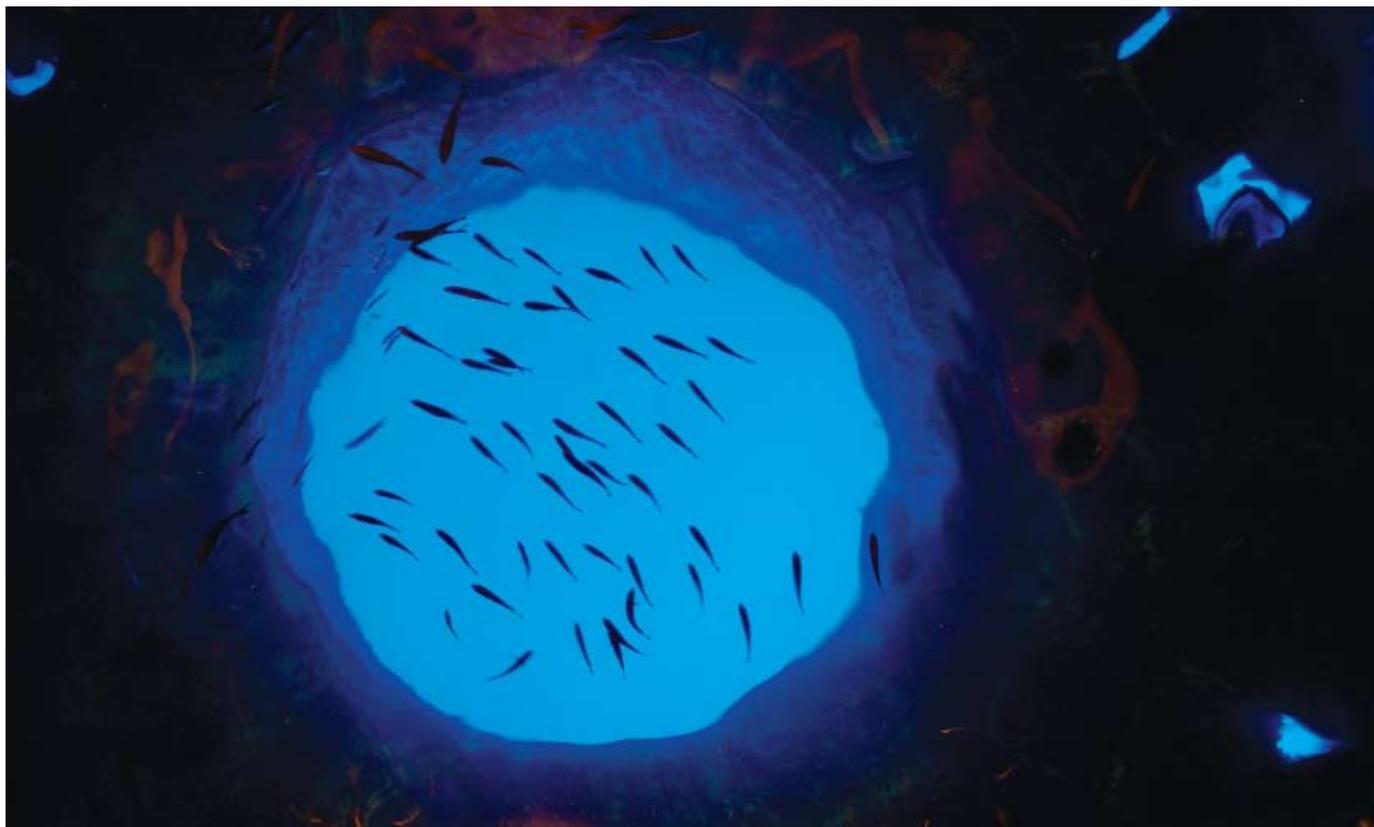
ORGULHO DE SER PETROBRAS



GERALDO FALCÃO

EDILSON JOSÉ FRAGA Petrobras Distribuidora

Aqui aprendi a ser um profissional ético e transparente, a perceber a importância do trabalho integrado e de um desenvolvimento sustentável, a trabalhar com foco em resultados, a respeitar a vida, a estar preparado para mudanças, a inovar e ser empreendedor nas atividades pessoais e profissionais e a respeitar a diversidade humana.



BRUNO VIEGA

lação com a sociedade, a companhia divulga todos os anos, no Balanço Social e Ambiental, o inventário de suas emissões de GEEs e as medidas tomadas que contribuem para a mitigação da mudança do clima.

Para capturar e armazenar o CO₂ associado ao gás da Bacia de Santos, a Petrobras investe em pesquisas destinadas a superar os gargalos tecnológicos decorrentes das dificuldades inerentes às operações no mar. Um ponto a ser equacionado para a separação do gás nas plataformas envolve o tamanho, o peso e a eficiência dos equipamentos. Os desafios para viabilizar a captura, o sequestro, o transporte e o armazenamento geológico do dióxido de carbono são tema de estudos do Cenpes no âmbito de dois programas tecnológicos: o Proclima – Programa Tecnológico de Mudanças Climáticas, criado em 2007, com um foco abrangente e de longo prazo –, e o PRO-CO₂ – Programa Tecnológico de Gerenciamento do CO₂ no desenvolvimento do Pré-sal, criado em

2009, com foco direcionado para as questões de CO₂ no desenvolvimento do Polo Pré-sal da Bacia de Santos e prazo mais imediato.

Tecnologias seguras

“Vários caminhos tecnológicos estão em exame para o armazenamento geológico do CO₂. Um deles é a reinjeção desse gás nos próprios reservatórios de petróleo com o objetivo não só de armazenar, mas também de aumentar o rendimento produtivo desses campos”, afirma Alberto Sampaio, assistente do E&P-Pré-sal.

Outras opções em análise são o armazenamento do dióxido de carbono em aquíferos salinos sob o fundo do mar, a reinjeção do GEE em reservatórios de gás exauridos e a sua estocagem em cavernas na camada de sal. Os estudos em desenvolvimento indicam que não faltarão tecnologias seguras e sustentáveis para a companhia devolver o CO₂ ao subsolo e, mais uma vez, dar um exemplo de respeito à vida. ■

A sua participação fez do Prata da Casa 2009 mais um sucesso.

Foram mais de 48 mil votos da força de trabalho do Brasil e do exterior.
A prata da casa agradece.
Confira os autores das obras eleitas pelo Júri Popular.

Artes Plásticas

"Amanhecer na Praia"

Luiz Fernando Bandeira Moreira

UN-REDUC



Fotografia

"Trocado"

Cristiano de Almeida Vaz

Serviços Compartilhados



Literatura

"Amor Século XXI"

Pedro Lucas Lindoso

Jurídico



Música

"Podres Poderes"

Roberto da Silva Taboada

UN-RPBC



Gastronomia

"Aconchego do Camarão"

Nelma Silva Rocha Alves

Serviços Compartilhados



Desafios mar adentro



Ao completar 56 anos de história em 3 de outubro, a Petrobras comemora a superação de mais um grande desafio: a produção do primeiro petróleo na camada pré-sal da Bacia de Santos. A conquista dessa nova fronteira exploratória constitui um marco na história *offshore* da companhia. Uma saga iniciada em 1968, com a primeira descoberta de petróleo no mar, no Campo de Guaricema, em Sergipe (*foto menor*).

A primeira descoberta importante na Bacia de Campos, o poço 1-RJS-9, no Campo de Garoupa, no litoral do Rio de Janeiro, em 1974, abriu as portas para novas conquistas naquela bacia, que em pouco tempo se transformaria na maior província petrolífera brasileira.

Em 1986, foi criado o Programa de Inovação Tecnológica e Desenvolvimento Avançado em Águas Profundas e Ultraprofundas (Procap). Na década de 1990, foram destaques a produção de um milhão de barris e o OTC Distinguished Achievement Award, o maior prêmio do setor petrolífero mundial, pela notável contribuição da Petrobras para o avanço da tecnologia de produção em águas profundas.

O ano 2000 foi marcado pela quebra do recorde mundial de produção em águas profundas, a 1.853 metros de profundidade, na Bacia de Campos. Em 2001, a Petrobras ganhou novamente o prêmio da OTC, e em 2003, a companhia descobriu a maior ja-



zida de gás natural da plataforma continental brasileira, na Bacia de Santos (SP), e também identificou novas províncias de óleo leve no Espírito Santo e em Sergipe. Em 2006, o Brasil conquistou a tão sonhada autossuficiência, e em 2008, bateu o recorde de produção, de dois milhões de barris.

Desde 2004, a companhia vem investindo para pôr em produção os reservatórios descobertos abaixo da camada de sal que se estende por 800 quilômetros da costa brasileira. A acumulação gigante de Tupi, na Bacia de Santos (*foto maior*), tem volumes recuperáveis estimados entre cinco e oito bilhões de barris de óleo equivalente. O Teste de Longa Duração (TLD), iniciado em maio passado, permitirá conhecer o comportamento de longo prazo do reservatório, a movimentação e a drenagem de fluidos durante a produção e o escoamento submarino, fundamentais para a elaboração do plano de desenvolvimento do pré-sal na área de Tupi, operada pela Petrobras em parceria com o BG Group e a Galp Energia.



PETROBRAS