

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005

INSTITUTO
ETHOS



Indicadores Ethos
de Responsabilidade
Social Empresarial
2005

Patrocinadores

Abradee

A Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica – Abradee, com apoio da Fipe, concede anualmente para suas associadas, desde 1999, o Prêmio Abradee. A partir da versão 2000, passou a ser concedido o Prêmio Abradee de Responsabilidade Social, para o qual contamos com o apoio do Instituto Ethos, mediante a utilização, em caráter pioneiro no país, dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

Chesf

A Chesf decidiu patrocinar as Ferramentas de Gestão Ethos 2005 por entendê-las como instrumentos importantes de aprendizagem e de avaliação da gestão, considerando os interesses de todos os públicos com os quais se relaciona. A Empresa, maior geradora de energia elétrica do país, tem a responsabilidade social incorporada na sua missão e sente-se orgulhosa em estar contribuindo, há mais de 50 anos, para o desenvolvimento do Nordeste. A Chesf está utilizando as ferramentas de gestão Ethos para verificar a conformidade das suas práticas com a sustentabilidade econômica, social e ambiental, e tem atuado para que seus públicos de relacionamento também incorporem os conceitos de responsabilidade social empresarial nas suas decisões.

CPFL

Ao patrocinar o kit Ferramentas de Gestão, que traz um novo instrumento de diagnóstico para verificar a conformidade dos planos, políticas e práticas das empresas aos princípios do Global Compact, a CPFL reafirma o seu compromisso de contribuir para que as empresas possam, como é de sua cultura, ligar de forma pragmática seus interesses aos interesses da sociedade. E reafirma o seu entendimento de que só é possível construir sustentabilidade se o compromisso de todos, nesse sentido, for legítimo.

Natura

As ferramentas de gestão Ethos são instrumentos valiosos para que empresas avaliem sua gestão sob o ponto de vista dos públicos com os quais se relaciona. Na Natura, eles têm sido úteis para provocar importantes discussões internas e para estruturação de planos de ação. O Banco de Práticas e o Localizador são fontes importantes para conhecer melhores práticas empresariais, além das ferramentas de gestão, fundamental às empresas que desejam aplicar princípios do desenvolvimento sustentável.

Petrobras

A Petrobras patrocina o Kit Ferramentas de Gestão, desenvolvido pelo Instituto Ethos, com o propósito de consolidar anualmente o compromisso por uma gestão empresarial socialmente responsável. A Companhia aceita o desafio de estimular as corporações a atuarem em responsabilidade social e ambiental, por meio da formação de parcerias que possibilitem a construção de uma sociedade mais justa. Associada à excelência em suas operações de produção e refino de óleo e gás, a Petrobras dedica o mesmo empenho a suas ações nas áreas social e ambiental, com o objetivo de promover o desenvolvimento com cidadania.

Ripasa

A Ripasa S/A Celulose e Papel reconhece que atitudes positivas em relação às comunidades com as quais interage fortalece cada vez mais sua missão que está alicerçada em valores como ética, respeito e parceria. Participar com o Instituto Ethos desta publicação revela que todos podemos desempenhar papéis qualificados e comprometidos, disseminando uma cultura de auto-avaliação e aprendizagem para conquista de práticas consistentes.

SESI

O SESI Santa Catarina defende que, ao apoiar as Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, contribui para a disseminação e a promoção de práticas e valores indispensáveis ao desenvolvimento sustentável. Atuando como fornecedor de serviços sociais à Indústria, o SESI conscientiza as empresas sobre a importância da responsabilidade social para a manutenção dos negócios e desenvolve programas para viabilizar seu exercício social, dentro de suas necessidades. Foi também com base nas Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos que o SESI SC desenvolveu seu programa interno de Gestão Socialmente Responsável, em vigor desde 2002.

INDICADORES ETHOS

de Responsabilidade Social Empresarial

2005

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

é uma publicação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, distribuída gratuitamente a seus associados.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407
05414-020 – Pinheiros, São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400
Fax: (11) 3897-2424
E-mail: atendimento@ethos.org.br
Visite nosso site: www.ethos.org.br

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)

Consultores José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral e Pact

Revisão 2005

Gláucia Terreo (Coordenadora), Renato Moya, Ana Lucia de Melo Custodio, Daiane Correa Morais, Carmen Weingrill, Giuliana Ortega Bruno, Homero Santos, Gustavo Baraldi, Tarcila Reis Ursini, João Serfozo, Patrícia Barbuscia, Oded Grajew, Paulo Itacarambi, Marcelo Lingüitte, Leno F. Silva, Caio Magri, Claudia Cabilio, Maurício Mirra, John Butcher e Hânia Ribeiro.

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), CPFL Energia, CHESF, Natura, Petrobras, Sesi-SC.

Apoio

Inter-American Foundation (IAF) e The William and Flora Hewlett Foundation

Agradecimentos

Reinaldo Bulgarelli (Txai Cidadania e Desenvolvimento Social Ltda.), Clarice López de Alda (Editora Gazeta do Povo), Susana Lanzer Pereira de Souza (CEEE), Giuliana Ortega Bruno (Natura), Andréia Carmargo Marques Postal (Amarques & Associados), Marcos Cessel (Elektro), Aron Belinky (Instituto Akatu), Fabiane Bessa (Instrutora UniEthos), Beat Grüninger (BSD Ltda), Luciane Lucas (Instrutora UniEthos), Marcelo Bertini Aversa (SESI – SC), Sonia Loureiro (SPV Loureiro), Rosa Alegria (Instrutora UniEthos), Camila F. B. Pepeeskov (Milenia Agro Ciências S/A), Paulo Graef (Zanzini Móveis), Marcelo Vespoli Takaoka (Y. Takaoka Empreendimentos S/A), João Alfredo Gugliotti (Serasa S/A), Jorge Eduardo Antunes da Silva (Mundo Verde), Glaucio Costa (Brasilsaúde), Gabriela Miranda (Social Capital Group do Brasil Ltda), Carmen Lucia Canalli, Susie Cristina Pontarolli e Alvacélia Serenato (Companhia Paranaense de Energia - COPEL), Carla Maria Neves Inácio (Amanco Brasil), Adécio Vasconcelos e Mirella Pessoa de Melo (Companhia Energética de Pernambuco — CELPE), Marisa Simões, Karina Aharonian e Luiz Cruz Villares (Amigos da Terra – Amazônia Brasileira), Grupo de Trabalho de Desenvolvimento de Indicadores Setoriais para Empresas Varejistas (CEV – FGV SP), Comissão de Responsabilidade Social do IBP (Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás).

Projeto e produção gráfica

Waldemar Zaidler e William Haruo (Planeta Terra Design)

Todos os direitos reservados.

A reprodução é permitida, com autorização prévia por escrito do Instituto Ethos, devendo-se atribuir o crédito ao Instituto Ethos, que o disponibiliza gratuitamente.

Junho de 2005

Tiragem: 10.000 exemplares



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço “Fale Conosco”, do site www.ethos.org.br

Apresentação

Os Indicadores Ethos de RSE foram criados como uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão no que se refere à incorporação da responsabilidade social ao planejamento estratégico e ao monitoramento geral da empresa. É um instrumento de autodiagnóstico e aprendizagem de uso essencialmente interno.

A responsabilidade social empresarial (RSE) é um tema que não está restrito somente às ações desenvolvidas pelas organizações na comunidade. Implica também em práticas de diálogo e gestão que resultem na qualidade do relacionamento das empresas com os demais públicos como empregados, consumidores, clientes, fornecedores, meio ambiente e governo e sociedade.

Algumas empresas têm desenvolvido práticas exemplares de gestão socialmente responsável mas, o principal desafio enfrentado por elas é o de encontrar uma forma de gerenciar seus negócios, não apenas atendendo às exigências da competitividade, como baixo custo e alto padrão de qualidade entre outros, mas também contemplando aspectos do desenvolvimento sustentável e atendendo a reivindicações da sociedade civil. Parte desse desafio consiste em traduzir o discurso, a boa vontade e a conscientização crescente do empresariado em efetiva assimilação da gestão socialmente responsável por parte de todos os escalões da empresa, de forma estruturada e sistêmica.

Para que uma empresa trabalhe a RSE nessa perspectiva estruturada, sistêmica e abrangente, é necessário que o tema seja incorporado nos processos de gestão e seja tratado no plano estratégico do negócio. Para isso, é importante a utilização de instrumentos adequados para as diversas instâncias dos processos como diagnóstico, implantação, monitoração e avaliação dos resultados das práticas de gestão socialmente responsável.

Os Indicadores Ethos de RSE representam o esforço do Instituto Ethos no sentido de oferecer às empresas uma ferramenta para auxiliar no processo de incorporação da responsabilidade social na sua gestão, fortalecendo o movimento de responsabilidade social empresarial.

A revisão anual permite manter esta ferramenta de gestão sempre atualizada e sintonizada com as questões mais relevantes de RSE no país e no mundo. A versão 2005 teve como base de revisão diversas sugestões e comentários de empresas usuárias, de parceiros envolvidos e especialistas no tema. As diretrizes gerais foram o aperfeiçoamento dos

conceitos e a adequação da linguagem. Os novos conceitos abordados são a sustentabilidade da economia florestal (indicador 20 do tema Meio Ambiente) e a construção da cidadania pelas empresas (indicador 34 do tema Governo e Sociedade).

Correlação com outras iniciativas e ferramentas

Dando continuidade ao processo iniciado em 2004 de integração dos Indicadores Ethos de RSE com iniciativas relevantes como o Pacto Global e as Metas do Milênio este ano verificamos os pontos em comum com outras ferramentas importantes e estratégicas para as empresas: Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade do **GRI (Global Reporting Initiative)**, com a **Norma SA8000 (Social Accountability 8000)** do SAI – Social Accountability International e com a **Norma AA1000 (Accountability 1000)** do ISEA – Institute of Social and Ethical Accountability.

Apesar da diversidade de modelos de balanço social existentes, o modelo desenvolvido pelo **GRI (Global Reporting Initiative)** tem ganhado cada vez mais importância, sendo considerado o padrão internacional de balanço social. Sua primeira versão foi lançada em 2000 e a versão revisada, em vigência atualmente, foi lançada em 2002.

A **SA8000** é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho, abrangendo os principais

direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação, garantias contra trabalho forçado, trabalho infantil e discriminação) e certificando seu cumprimento por meio de auditores independentes. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita a implantação por empresas que já conhecem esse sistema.

A **AA1000** é uma norma que define as melhores práticas para prestação de contas para assegurar a qualidade da contabilidade, auditoria e relato social ético. Desenhada para auxiliar empresas, acionistas, auditores, consultores e organizações certificadoras, ela pode ser usada isoladamente ou em conjunto com outros padrões de prestações de contas e ferramentas.

O objetivo é explorar a sinergia existente entre os Indicadores Ethos de RSE e essas ferramentas, para facilitar aos gestores sua utilização de forma integrada em diversas possibilidades no contexto da gestão da responsabilidade social empresarial.

Exemplo de sinergia existente:

Ao refletir e responder as questões 1, 2, 3.5, 3.6, 9.1, 9.6, 23 e 23.1 dos Indicadores Ethos de RSE e criar processos com base nessas questões, a empresa estará dando passos importantes para atendimento do requisito de número 1 da norma SA8000 e da diretriz HR6 do GRI – Global Reporting Initiative.

Apresentação

Utilização dos Indicadores Ethos de RSE no processo de elaboração do balanço social no modelo GRI:

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
1.1	3.7
2.9	4.5
2.20	Estágio 4 do Indicador 6
3.10	Estágio 3 do Indicador 4 4.1 4.4
3.11	4.3
3.12	Estágio 4 do indicador 4

INDICADORES DE DESEMPENHO

IMPACTOS ECONÔMICOS DIRETOS

EC10	Estágio 2 do Indicador 32 Estágio 3 do Indicador 32 Estágio 4 do Indicador 32 32.7 32.8 32.9 32.10 32.11 32.12
------	--

INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL

Materiais

EN1	Estágio 2 do Indicador 21 Estágio 3 do Indicador 21 Estágio 4 do Indicador 21
-----	---

Energia

EN4	20.1 21.2
EN17	18.1 18.2 21.1
EN18	20.5
EN19	20.2 21.2

Água

EN5	21.4
EN22	Estágio 2 do Indicador 21 Estágio 3 do Indicador 21 Estágio 4 do Indicador 21 21.4

Biodiversidade

EN25	17.4
EN27	17.3 17.4
EN29	17.4

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
Emissões, efluentes e resíduos	
EN8	21.6
EN11	Estágio 3 do Indicador 21 Estágio 4 do Indicador 21 21.5
EN30	21.2 21.6

Fornecedores

EN33	Estágio 4 do indicador 20 20.5 20.6
------	---

Produtos e serviços

EN14	20.4 20.5
EN15	20.3 Estágio 4 do Indicador 20
EN16	20.7 20.8 20.9

Transporte

EN34	20.2
------	------

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL

PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE

Emprego

LA1	11.2
LA2	15.3 15.8 15.9 15.10 15.11 15.12
LA12	13.2 13.4 12.5 12.6 12.7 12.9 12.12 16.1 16.2 Estágio 1 do indicador 14 Estágio 2 do indicador 14 Estágio 3 do indicador 14 Estágio 4 do indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8
LA3	7.2
LA4	2.4 7.1 15.4 15.5
LA13	2.4 7.1 Estágio 3 do indicador 9 Estágio 4 do indicador 9 9.2 9.3

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
Saúde e segurança	
LA5	3.6
LA6	3.6 9.1
LA8	13.4
LA14	3.6 13.5 13.11 13.12 13.13 13.14 13.15

Treinamento e educação

LA16	11.1 Estágio 1 do indicador 12 Estágio 2 do indicador 12 Estágio 3 do indicador 12 Estágio 4 do indicador 12 12.1 12.2 12.3 12.4 12.5 12.6 12.7 12.8 12.9 12.10 12.11 12.12 12.13 12.14 12.15 12.16 12.17 12.18 Estágio 1 do indicador 14 Estágio 2 do indicador 14 Estágio 3 do indicador 14 Estágio 4 do indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8 15.5
LA17	Estágio 1 do indicador 12 Estágio 2 do indicador 12 Estágio 3 do indicador 12 Estágio 4 do indicador 12 12.1 12.2 12.3 12.4 12.5 12.6 12.7 12.8 12.9 12.10 12.11 12.12 12.13 12.14 12.15 12.16 12.17 12.18 Estágio 1 do indicador 14 Estágio 2 do indicador 14 Estágio 3 do indicador 14 Estágio 4 do indicador 14 14.1 14.2 14.3 14.4 14.5 14.6 14.7 14.8 8.3

Diversidade e oportunidades

LA10	Estágio 1 do indicador 10 Estágio 2 do indicador 10 Estágio 3 do indicador 10 Estágio 4 do indicador 10 10.1 10.2 10.3 10.4 10.5 10.6 10.7 10.8 10.9 10.10 10.11 10.12 10.13 10.14 10.15 10.16 13.6
------	---

CONTINUA >>>

Apresentação

Utilização dos Indicadores Ethos de RSE no processo de elaboração do balanço social no modelo GRI

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
DIREITOS HUMANOS	
Estratégia e Administração	
HR1	3.4 3.6
HR2	3.4 3.6 2.3 22.2
HR3	1.1 1.2 3.4 3.6 Estágio 3 do indicador 22 Estágio 4 do indicador 22 22.2 22.3 22.4 22.5 22.6 Estágio 1 do indicador 23 estimula a cumprir a legislação. (Pág. 31) Estágio 2 do indicador 23 Estágio 3 do indicador 23 Estágio 4 do indicador 23 23.1 Estágio 1 do indicador 24 Estágio 2 do indicador 24 Estágio 3 do indicador 24 Estágio 4 do indicador 24 24.1 24.2 Estágio 2 do indicador 25 Estágio 3 do indicador 25 Estágio 4 do indicador 25 25.1 25.2 25.3 25.4 25.5 25.6 25.7
HR8	3.6 1.7
Não-discriminação	
HR4	3.6 Estágio 3 do indicador 10 Estágio 4 do indicador 10
Liberdade de associação e negociação coletiva	
HR5	Estágio e do indicador 7 Estágio 4 do indicador 7 7.2 7.3 7.4
Trabalho infantil	
HR6	Estágio 1 do indicador 9 Estágio 2 do indicador 9 Estágio 3 do indicador 9 Estágio 4 do indicador 9 9.1 9.2 9.3 9.4 9.5 9.6 Estágio 1 do indicador 23 Estágio 2 do indicador 23 Estágio 3 do indicador 23 Estágio 4 do indicador 23 23.1
Trabalho forçado e compulsório	
HR7	Estágio 1 do indicador 24 Estágio 2 do indicador 24 Estágio 3 do indicador 24 Estágio 4 do indicador 24 24.1 24.2

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
Práticas de disciplina	
HR9	2.1
HR10	2.1
	2.2
Direitos indígenas	
HR12	25.1
SOCIEDADE	
Comunidade	
SO1	Estágio 4 do indicador 29 30.1 30.2 Estágio 2 do indicador 30 Estágio 3 do indicador 30 Estágio 4 do indicador 30 Estágio 2 do indicador 31 Estágio 3 do indicador 31 Estágio 4 do indicador 31 31.1 31.2 31.3 31.4 31.5 31.6 Estágio 1 do indicador 32 Estágio 2 do indicador 32 Estágio 3 do indicador 32 Estágio 4 do indicador 32 32.1 32.2 32.3 32.4 32.5 32.6 32.7 32.8 32.9 32.10
Suborno e corrupção	
SO2	1.3 1.4 1.6 3.1 3.2 3.4 Estágio 3 do indicador 35 Estágio 4 do indicador 35 35.1 35.2 35.3
SO3	Estágio 1 do indicador 33 Estágio 2 do indicador 33 Estágio 3 do indicador 33 Estágio 4 do indicador 33 33.1 33.2 Estágio 1 do indicador 34 Estágio 2 do indicador 34 Estágio 3 do indicador 34 Estágio 4 do indicador 34 34.1 Estágio 1 do indicador 35 Estágio 2 do indicador 35 Estágio 3 do indicador 35 Estágio 4 do indicador 35 35.1 35.2 35.3 Estágio 1 do indicador 36 Estágio 2 do indicador 36 Estágio 3 do indicador 36 Estágio 4 do indicador 36 36.1 36.2 36.3 Estágio 1 do indicador 37 Estágio 2 do indicador 37

Conteúdo, diretrizes e indicadores GRI	Indicadores Ethos de RSE 2005
SO3	Estágio 3 do indicador 37 Estágio 4 do indicador 37 37.1 37.2 37.3
SO6	5.1
SO7	1.4 Estágio 4 do indicador 5 5.2
RESPONSABILIDADE SOBRE O PRODUTO	
Saúde e segurança do consumidor	
PR1	Estágio 2 do indicador 28 Estágio 3 do indicador 28 Estágio 4 do indicador 28 28.1
PR4	28.3 28.4 28.5
Produtos e serviços	
PR2	Estágio 2 do indicador 26 Estágio 3 do indicador 26 Estágio 4 do indicador 26 26.1 26.2 27.3 27.4 27.6 28.2
PR7	26.5 26.6 26.7 26.8 26.9
PR8	Estágio 2 do indicador 27 Estágio 3 do indicador 27 Estágio 4 do indicador 27 27.1 27.2 27.9 27.10 27.11 27.12 27.13
Propaganda	
PR9	26.3 26.4
Respeito à privacidade	
PR3	27.5 28.6 28.7 28.8 28.9 28.10
PR11	28.11

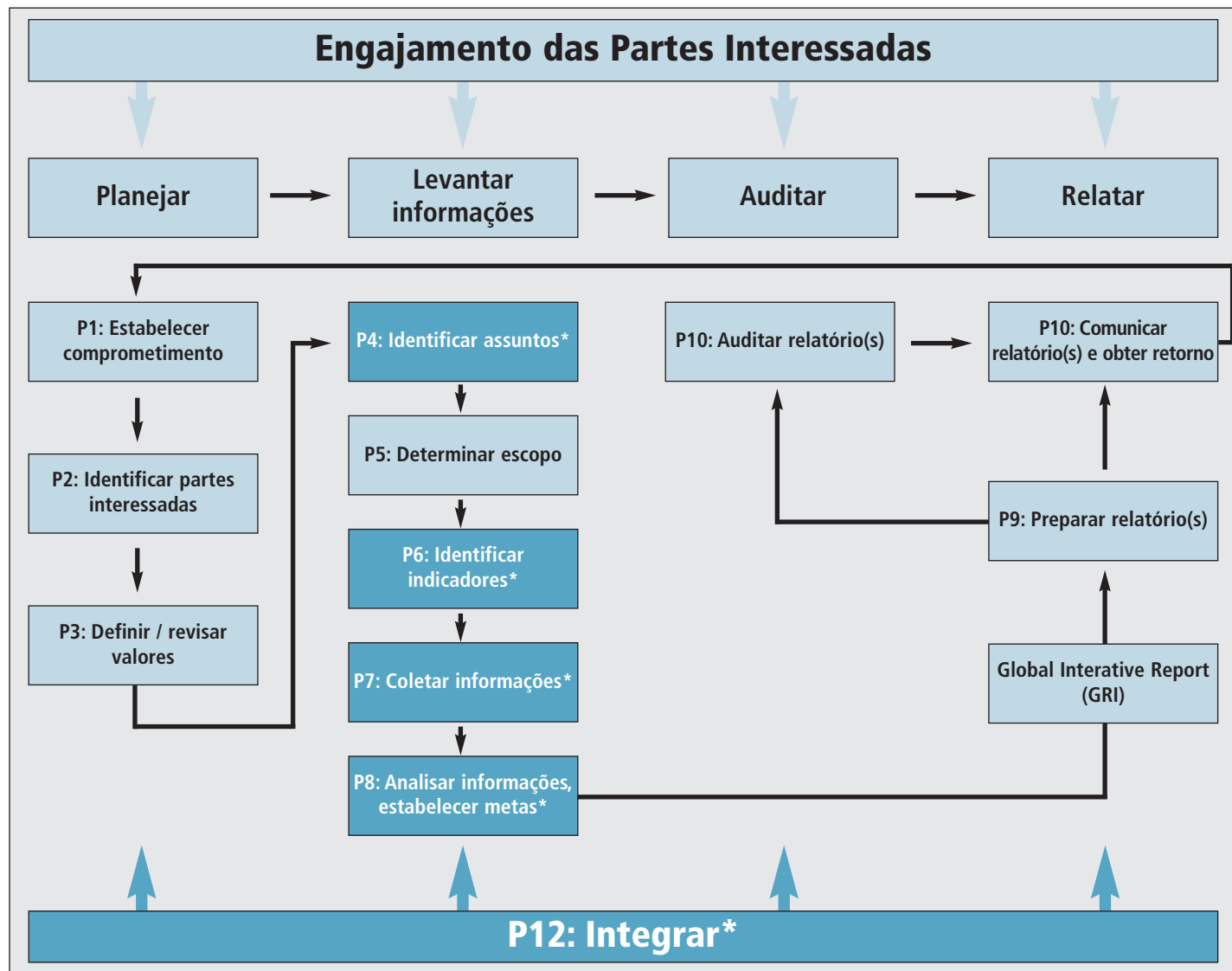
O documento integral de correlação dos Indicadores Ethos de RSE e as diretrizes do GRI está disponível para *download* em arquivos pdf na página dos Indicadores Ethos de RSE em www.ethos.org.br

Apresentação

Utilização dos Indicadores Ethos de RSE no processo da SA8000

Requisitos da Norma SA8000	Indicadores Ethos de RSE 2005
1. Trabalho infantil: Não é permitido	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 9.1, 9.6, 23 completo
2. Trabalho forçado: Não é permitido	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 24 completo
3. Saúde e segurança: Devem ser asseguradas	13 completo
4. Liberdade de associação e negociação coletiva: Devem ser garantidas	7 completo
5. Discriminação: Não é permitida	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6, 10 completo, 11 completo
6. Práticas disciplinares: Não são permitidas	1 completo, 2 completo, 3.5, 3.6 e 13.6
7. Horário de trabalho: Não deve ultrapassar 48h/semana e não deve ultrapassar 12h extras/semana	13.10, 13.12, 13.13, 13.14
8. Remuneração: Deve ser suficiente	12 completo
9. Sistemas de gestão: Deve garantir o efetivo cumprimento de todos os requisitos	1 completo, 2 completo, 22 completo, 23 completo, 24 completo, 25 completo, 13, 7, 10 completo, 11 completo, 13.6, 13.10, 13.12, 13.13, 13.14

Utilização dos Indicadores Ethos de RSE no processo de engajamento das partes interessadas com a Norma AA1000



Os Indicadores Ethos de RSE podem ser utilizados nas fases identificadas com asterisco (P4, P6, P7, P8 e P12).

Correlação entre os Indicadores Ethos de RSE e os Princípios do Pacto Global¹

O Pacto Global (*Global Compact*) é um programa da Organização das Nações Unidas que busca mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de dez princípios fundamentais abordando direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção os quais, por serem aceitos pela maioria dos governos, são considerados universais:

Direitos Humanos

(base: Declaração Universal de Direitos Humanos)

Princípio nº. 1: As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente;

Princípio nº. 2: As empresas devem assegurar sua não-participação em violações desses direitos.

Direitos do Trabalho

(base: Declaração da OIT sobre os Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho)

Princípio nº. 3: As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;

Princípio nº. 4: As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;

Princípio nº. 5: As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil;

Princípio nº. 6: As empresas devem apoiar a igualdade de remuneração e a eliminação da discriminação no emprego.

Proteção Ambiental

(base: Princípios da Rio 92 sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento)

Princípio nº 7: As empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais;

Princípio nº 8: As empresas devem desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;

Princípio nº 9: As empresas devem incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.

Contra a corrupção

Princípio 10: As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

A apresentação, em cada um dos sete temas, de um quadro esquemático de correlação entre os Indicadores

Apresentação

Ethos de RSE e os Princípios do Pacto Global é uma forma de evidenciar a simbiose existente entre o movimento de RSE no Brasil e as normas universais estabelecidas pelas Nações Unidas.

Esse processo de integração também trouxe de volta os indicadores quantitativos ao questionário que deverão ser obrigatoriamente preenchidos e encaminhados ao Instituto Ethos para elaboração dos relatórios personalizados.

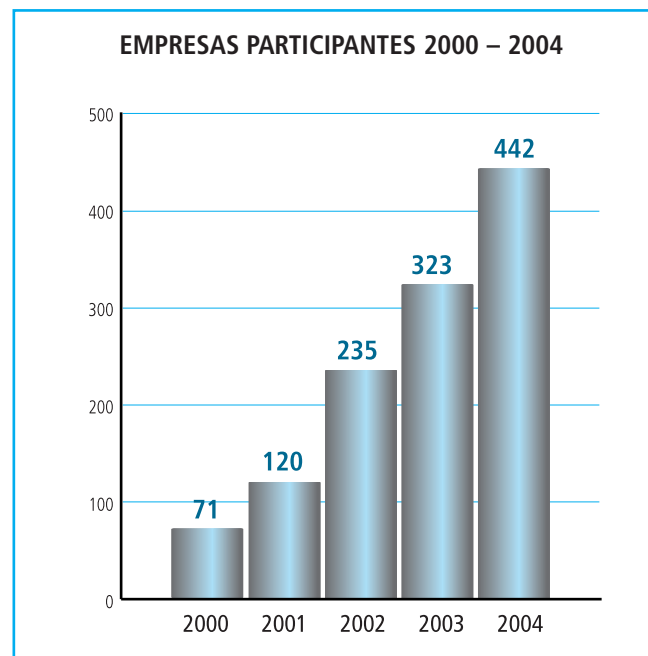
O conhecimento das práticas de responsabilidade social empresarial, que a aplicação dos indicadores propicia, contribui para que as empresas percebam o seu valor como investimento e reconheçam o impacto positivo que uma gestão socialmente responsável traz para sua performance, imagem e para o desenvolvimento socioambiental.

Evolução do número de empresas participantes

A partir do lançamento dos Indicadores Ethos de RSE em 2000, várias empresas têm aplicado o questionário e enviado as respostas voluntariamente ao Instituto Ethos. Essas respostas são tabuladas e transformadas em relatórios personalizados que são devolvidos às empresas. O desempenho das empresas foi quantificado de acordo com as respostas preenchidas no questionário. Para cada um dos 37 indicadores, as empresas recebem uma nota, composta

pela resposta do indicador de profundidade e pelas informações adicionais. A notas são calculadas com base em um sistema de pontuação em que os sete temas possuem um número equivalente de pontos.

Empresas participantes²



Os dados fornecidos pelas empresas são tratados com máxima confidencialidade³, tanto quanto os relatórios de diagnóstico elaborados pelo Instituto Ethos e não serão utilizados para nenhum outro fim.

Banco de Práticas

A partir da etapa do processo de aplicação dos Indicadores Ethos de RSE, as organizações que julgarem ter atingido o estágio mais elevado em relação a algum dos indicadores são convidadas a relatar suas práticas para compor o Banco de Práticas Benchmarking Indicadores Ethos de RSE, centro virtual de referência em responsabilidade social empresarial, que hoje possui cerca de 300 práticas relatadas por empresas usuárias. Esta ferramenta virtual está disponível em www.ethos.org.br.

A mobilização de profissionais da empresa para responder os Indicadores Ethos de RSE deve ser encarada como o início de um processo de autodiagnóstico que, combinado com a missão e estratégia geral da empresa, permitirá identificar aspectos da gestão que necessitam de acompanhamento detalhado, de novas metas e de profissionais focados. Tais metas devem ser preferencialmente incluídas no planejamento seguinte.

Um aspecto que deve ser enfatizado nesse processo é a importância do diálogo com representantes dos públicos com os quais a empresa se relaciona – suas partes interessadas (*stakeholders*) para avaliar os impactos de suas ações, buscar soluções e definir metas.

A partir daí, é fundamental que a empresa faça um esforço para definir os aspectos e dilemas particulares dela e de seu empreendimento e desenvolva seus

próprios indicadores de avaliação de gestão, complementando os aqui propostos.

Estrutura do Questionário

O questionário de avaliação da empresa está dividido em sete grandes temas:

- Valores, Transparência e Governança
- Público Interno
- Meio Ambiente
- Fornecedores
- Consumidores e Clientes
- Comunidade
- Governo e Sociedade

Esses temas são enfocados por três tipos de indicadores. O primeiro tipo permite avaliar o estágio atual da gestão da empresa. É representado por quatro quadros contíguos apresentando estágios de determinada prática, cujo nível de desempenho evolui da esquerda para a direita, o que permite à empresa situar-se facilmente na escala. **O quadro mais à direita corresponde ao melhor desempenho naquela prática e pressupõe que a empresa já atingiu um nível de excelência naquele indicador.**

O segundo tipo de indicadores é composto de questões binárias (*sim* ou *não*) relacionadas ao primeiro grupo.

As informações levantadas durante o processo de aplicação dos Indicadores Ethos de RSE são insumos valiosos para a elaboração do balanço social.

Contém elementos de validação e aprofundamento do estágio de responsabilidade social identificado pela empresa e contribui para a compreensão de quais práticas devem ser incorporadas à gestão dos negócios. O terceiro tipo são os indicadores quantitativos, que devem ser obrigatoriamente preenchidos e enviados ao Instituto Ethos. O levantamento sistemático desses dados (que podem ser avaliados segundo séries anuais e cruzados com outros dados) permite uma análise mais objetiva dos resultados da empresa, facilitando a elaboração do balanço social.

A estrutura dos Indicadores Ethos de RSE permite que a empresa planeje o modo de alcançar um grau mais elevado de responsabilidade social. A disposição em escala fornece parâmetros para os passos subsequentes e, juntamente com os indicadores binários, aponta diretrizes para o estabelecimento de metas de aprimoramento dentro do universo de cada tema.

Instruções de Preenchimento

- Cada unidade de negócios deve responder a seu próprio questionário.
- É aconselhável que a empresa indique um coordenador que centralize e sistematize as informações e facilite o diálogo interno.
- Devido à abrangência dos temas, o processo de preenchimento deve envolver **a participação de várias áreas da empresa**. Quanto mais pessoas estiverem envolvidas no processo de preenchimento e quanto mais **diversificados** sejam os **níveis hierárquicos** e **os departamentos aos quais elas pertencam**, maior será a representatividade das respostas e mais profunda a reflexão interna, garantindo um melhor autodiagnóstico.
- É muito importante que a alta direção da empresa acompanhe o processo e conheça os resultados.

Indicadores de Profundidade

Apenas um dos quatro quadros deverá ser escolhido, devendo-se optar por aquele que mais se aproxima da realidade da empresa. Nesta avaliação, considere que cada nível pressupõe o cumprimento do nível anterior, e que o quadro mais à direita corresponde ao melhor desempenho naquela prática.

Apresentação

Na hipótese de nenhum dos quadros corresponder à realidade da empresa, deve-se assinalar um dos seguintes motivos:

- *Não havíamos tratado antes deste assunto.*
- *Não vemos aplicação disto em nossa empresa.*

Assinalando a segunda opção, a empresa deve apresentar uma justificativa no espaço reservado para comentários. Ao preencher essas alternativas, as adicionais correspondentes serão automaticamente consideradas como não aplicáveis.

Indicadores Binários

Os indicadores binários (sim ou não) devem ser obrigatoriamente preenchidos, exceto nos casos em que o indicador de profundidade correspondente não for aplicável à realidade da empresa respondente.

Indicadores Quantitativos

Os indicadores quantitativos devem ser levantados precisamente, pois serão úteis principalmente no monitoramento interno da empresa. Esses indicadores devem ser obrigatoriamente preenchidos exceto nos casos em que o indicador de profundidade correspondente não for aplicável à realidade da empresa respondente.

Sugestão de processo de aplicação dos Indicadores Ethos de RSE



Envio Via Internet

Envio das Respostas e Recebimento do Relatório de Diagnóstico

O Instituto Ethos desenvolveu um software pelo qual a empresa poderá responder o questionário no ritmo que lhe for conveniente e enviar suas respostas via internet diretamente ao nosso sistema de processamento. Para isso, a empresa deve acessar a área exclusiva dos Indicadores Ethos de RSE, no site do Instituto Ethos, e baixar o arquivo executável Indicadores Ethos de RSE – 2005.

O *Relatório de Diagnóstico de RSE* estará disponível na área restrita da empresa a partir da data que será divulgada pelo Instituto Ethos.

Indicadores Ethos Setoriais

Com o objetivo de fornecer às empresas a possibilidade de um autodiagnóstico mais preciso e aprofundado, o Instituto Ethos vem desenvolvendo indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades de cada setor empresarial. Esses indicadores são **complementares** aos Indicadores Ethos de RSE gerais e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação. Os setores já contemplados com indicadores próprios são: o de distribuição de energia, em 1999; o de panificação e o de restaurantes e bares, em 2002; e o financeiro, o de mineração e o de papel e celulose, em 2003. Neste ano

estamos lançando os indicadores para os setores de transporte de passageiros terrestres, de petróleo e gás e da construção civil (focalizando num primeiro momento as construtoras) e iniciando, em parceria com o Centro de Excelência no Varejo da Fundação Getúlio Vargas SP – GV CEV os indicadores setoriais para as empresas varejistas.

Caso sua empresa atue num desses setores, visite a área **Autodiagnóstico Setorial**, na **página Indicadores Ethos de RSE do website www.ethos.org.br**, e obtenha informações detalhadas sobre esses indicadores setoriais.

Empresas e entidades empresariais dos demais setores que tenham interesse em desenvolver indicadores próprios devem entrar em contato com o núcleo de Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas

Ainda em 2003, com o objetivo de incentivar e contribuir para que a RSE seja incorporada pelo universo das micro e pequenas empresas, o Instituto Ethos e o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – desenvolveram duas publicações: Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de para Micro e Pequenas Empresas – e Responsabilidade Social

Apresentação

Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo. Essas publicações formam um conjunto de ferramentas de gestão que possibilitam ao micro e ao pequeno empresário o diagnóstico e a implementação desse processo. Essas ferramentas estão disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

Glossário de Conceitos e Definições

Na área exclusiva dos **Indicadores Ethos de RSE** no site do Instituto Ethos, está também disponível um

glossário de conceitos e definições com o objetivo de esclarecer os termos mais relevantes para a compreensão das questões apresentadas em cada indicador, facilitando assim o preenchimento do questionário.

Contate-nos

Para obter informações específicas sobre os Indicadores Ethos de RSE entre em contato com o Instituto Ethos pelo e-mail: indicadores@ethos.org.br.

NOTAS

¹ *Veja também as publicações do Instituto Ethos “Práticas Empresariais de Responsabilidade Social” (dez/2003), “Diálogo Empresarial sobre os Princípios do Global Compact” (out/2002) e os “Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global”.*

² *Mais informações sobre as empresas participantes na página dos indicadores em www.ethos.org.br*

³ *Embora os Indicadores Ethos de RSE sejam freqüentemente utilizados por outras organizações como critério para premiação de empresas e confecção de rankings, o Instituto Ethos não participa desses processos de avaliação nem fornece dados recebidos das empresas.*

⁴ *Entende-se por facilitador interno como a(s) pessoa(s) que no momento são mais relacionadas ao tema e que tenha(m) uma visão integrada das áreas da empresa e, finalmente, que tenha(m) facilidade para coletar e sistematizar dados e interpretá-los para uso destes na gestão estratégica da empresa. O Instituto Ethos aconselha que o processo envolva apenas participantes internos para legitimar a reflexão propiciada pelos Indicadores Ethos de RSE. Entretanto, é também possível recorrer a facilitadores externos desde que o processo seja liderado pelo facilitar interno.*

⁵ *O Instituto Ethos realiza periodicamente com os seus associados, oficinas de capacitação nos Indicadores Ethos. Para saber mais escreva para associada@ethos.org.br*

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Valores, Transparência e Governança	AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA	Compromissos Éticos19 Enraizamento na Cultura Organizacional20 Governança Corporativa21
	RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE	Diálogo com as Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>)22 Relações com a Concorrência23 Balço Social24
Público Interno	DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO	Relações com Sindicatos28 Gestão Participativa29
	RESPEITO AO INDIVÍDUO	Compromisso com o Futuro das Crianças30 Valorização da Diversidade31 Relações com Trabalhadores Terceirizados33
	TRABALHO DECENTE	Política de Remuneração, Benefícios e Carreira34 Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho36 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade38 Comportamento Frente a Demissões39 Preparação para Aposentadoria41
Meio Ambiente	RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS	Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental44 Educação e Conscientização Ambiental45
	GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços46 Sustentabilidade da Economia Florestal47 Minimização de Entradas e Saídas de Materiais48

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Fornecedores	SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES	Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores52 Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva53 Trabalho Forçado (ou análogo ao escravo) na Cadeia Produtiva54 Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores55
Consumidores e Clientes	DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO	Política de Comunicação Comercial58 Excelência do Atendimento59 Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços61
Comunidade	RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno64 Relações com Organizações Locais65
	AÇÃO SOCIAL	Financiamento da Ação Social66 Envolvimento da Empresa com a Ação Social67
Governo e Sociedade	TRANSPARÊNCIA POLÍTICA	Contribuições para Campanhas Políticas70 Construção da Cidadania pelas Empresas71 Práticas Anticorrupção e Propina71
	LIDERANÇA SOCIAL	Liderança e Influência Social72 Participação em Projetos Sociais Governamentais73
	GABARITO74
	Espaço reservado para comentários e justificativas sobre os indicadores de cada tema76

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

- Compromissos Éticos
- Enraizamento na Cultura Organizacional
- Governança Corporativa

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

- Diálogo com as Partes Interessadas (*Stakeholders*)
- Relações com a Concorrência
- Balanço Social

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

<i>Compromissos Éticos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Enraizamento na Cultura Organizacional</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Governança Corporativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

<i>Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relações com a Concorrência</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Balanço Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO
DA CONDUCTA⁶

Compromissos Éticos

1. Com relação à adoção e abrangência de valores e princípios éticos:

<p>Os valores da organização existem de maneira formal, mas estão pouco incorporados aos processos de trabalho e às atitudes/comportamento das pessoas.</p>	<p>Os valores da organização estão documentados numa carta de princípios, disseminados e incorporados aos processos de trabalho e às atitudes/comportamento das pessoas.</p>	<p>A organização possui um código de ética (em português e adaptado ao contexto local, no caso de multinacionais) e tem programa de orientação e treinamento para os empregados de todos os níveis hierárquicos para garantir que os valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes e comportamento das pessoas.</p>	<p>O código de ética da organização prevê a participação de empregados, de parceiros e/ou da comunidade em sua revisão e é submetido a controle e auditoria periódicos.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	1.1. expõe publicamente seus compromissos éticos por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira que seja adequada às suas partes interessadas?		
	O código de ética e/ou a declaração de valores da organização:		
	1.2. contemplam três ou mais das seguintes partes interessadas: empregados, fornecedores, consumidores/clientes, comunidade, governo e acionistas minoritários?		
	1.3. proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como corrupção, extorsão, propina e "caixa dois") para obtenção de vantagens comerciais?		

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais	Sim	Não
1.4. são explícitos quanto ao compromisso de ética na gestão das informações de caráter privado obtidas durante os processos da empresa em sua interação com seus diversos públicos (clientes, empregados, fornecedores, etc.)?		
1.5. são explícitos quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas?		
A empresa:		
1.6. conduz o diálogo no sentido de promover o combate à corrupção e à extorsão e tem estrutura formal para estimular e assegurar a cooperação de todos os seus públicos nesse sentido (empregados, fornecedores, consumidores etc)?		
1.7. estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados?		
1.8. vincula expressamente a atuação das assessorias jurídica e contábil ao código de ética/declaração de princípios?		

Enraizamento na Cultura Organizacional

2. Com relação à eficácia na disseminação dos valores e princípios éticos da empresa:

Os valores são transmitidos esporadicamente ou em momentos específicos (contratação de empregados, processo de auditoria), com foco no público interno.	Existem processos sistemáticos de difusão dos valores com foco no público interno.	Além disso, a adoção desses valores e princípios é auditada e verificada periodicamente e os empregados são estimulados a contribuírem com o seu monitoramento.	Além disso, todos os parceiros externos são estimulados a replicarem o mesmo processo na cadeia produtiva da empresa.	Não havíamos tratado antes deste assunto.
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

Informações Adicionais	Sim	Não
2.1. A empresa tem comitês, conselhos ou responsável(eis) formal(ais) por questões éticas?		
2.2. Questões éticas são abordadas em pesquisas de clima organizacional, por avaliação 360º ou ferramentas similares?		
2.3. A empresa verifica a adequação da atuação de fornecedores a seus valores e princípios?		

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais	Sim	Não
2.4 . Os empregados da empresa demonstram familiaridade no seu dia-a-dia com os temas e pressupostos contemplados no código de ética, aplicando-os espontaneamente?		
2.5. A empresa desenvolveu procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito ao código de ética?		

Governança Corporativa⁷

3. Com relação à estrutura organizacional e práticas de governança da empresa:

A alta direção tem estrutura e práticas que seguem estritamente a legislação vigente, com estratégias empresariais definidas.	A alta direção tem compromissos, políticas explícitas e mecanismos formais que garantam a integridade dos relatórios financeiros, priorizando a transparência nas prestações de contas e outras informações.	A alta direção tem políticas explícitas para promover tratamento adequado ao direito de voto e tratamento justo e equitativo aos sócios, com resultados monitorados e avaliados periodicamente.	Além do exposto nos estágios anteriores, a alta direção incorpora critérios de ordem socioambiental na definição e gestão do negócio e tem como norma ouvir, avaliar e considerar as preocupações, críticas e sugestões das partes interessadas em assuntos que as envolvam.	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A alta direção da empresa:	Sim	Não
	3.1. conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes?		
	3.2. possui estrutura que contempla conselhos ou comissões de administração, auditoria independente, fiscal e de remuneração visando: assegurar o controle da propriedade sobre a gestão; prevenir/coibir abusos de poder de seus integrantes, fraudes por uso de informação privilegiada em benefício próprio ou atuação em conflito de interesses; desencorajar o suborno e outras práticas de corrupção, a criação de "contabilidades paralelas" ou de contas secretas e a elaboração de documentos que não reflitam verdadeiramente as transações que reportam?		

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais	A alta direção da empresa:	Sim	Não
<p>RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE</p>	3.3. para nomear membros do conselho, leva em consideração habilidades, conhecimentos e especialização para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e riscos ambientais e sociais?		
	3.4. utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos?		
	3.5. inclui o respeito aos direitos humanos ⁸ como critério formal em suas decisões de investimento e/ou aquisições?		
	3.6. orienta suas operações em concordância com as declarações de princípios da Organização Internacional do Trabalho ⁹ (OIT), com as diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) ¹⁰ e/ou Princípios do Pacto Global ¹¹ e/ou em apoio às Metas do Milênio ¹² ?		
	3.7. A declaração da visão e a estratégia da organização contemplam contribuições e dilemas da empresa para o desenvolvimento sustentável?		

Diálogo com as Partes Interessadas (*Stakeholders*¹³)

4. Considerando seus impactos sobre distintos grupos da sociedade, a empresa:

<p>Discute dilemas, estratégias e problemas apenas no ambiente da liderança da organização.</p>	<p>Estende a discussão aos empregados e interessados diretos, dependendo do tema em questão.</p>	<p>Tem estabelecido mecanismos de diálogo com as diversas partes interessadas nos negócios da empresa e pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados.</p>	<p>Possui indicadores de desempenho definidos a partir do diálogo estruturado com as partes interessadas e tem mecanismos para assegurar que os canais de comunicação e discussão sejam acessíveis e eficientes.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	4.1. mantém comunicação regular com grupos ou partes interessadas que critiquem a natureza de seus processos, produtos ou serviços?		
	4.2. inclui as expectativas ou demandas das partes interessadas em suas decisões sobre políticas ou operações?		
	4.3. possui indicadores de desempenho resultantes do diálogo com as partes interessadas?		
	4.4. utiliza-se de metodologias de diálogo estruturado com as partes interessadas, tais como a Norma AA1000 ¹⁴ ou similares?		
	4.5. tem processo para mapear suas partes interessadas, identificar seus atributos e especificar sua relação com a organização?		

Relações com a Concorrência

5. Quanto às políticas de relacionamento com a concorrência ou organizações de mesmo propósito, a empresa:

Segue as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumpre a legislação e busca um posicionamento leal.	Possui regras explícitas e declaradas sobre concorrência desleal discutindo periodicamente (ou quando necessário) com o público interno sobre sua postura perante os concorrentes.	Discute sua postura com fornecedores e clientes, alertando-os para as questões da concorrência leal, e participa de associações de classe na discussão desses aspectos.	Exerce posição de liderança em seu segmento nas discussões relacionadas à busca de padrões de concorrência cada vez mais elevados (combate à formação de trustes e cartéis, práticas desleais de comércio, fraude em licitações e espionagem empresarial).	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	5.1. nos últimos três anos, foi denunciada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) por prática de concorrência desleal?		
	5.2. expõe publicamente, e com frequência, seus princípios em relação à concorrência (por exemplo, por meio de seu website, de material institucional, do relatório anual etc.)?		

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	5.3. não se utiliza da demonstração dos defeitos ou deficiências dos produtos ou serviços dos concorrentes para promover seus produtos ou serviços?		
	5.4. A política sobre concorrência desleal prevê regras sobre pirataria, sonegação fiscal, contrabando, adulteração de produtos e de marcas?		

Balço Social¹⁵

6. Com relação à elaboração de relatório sobre os aspectos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades, a empresa:

<p>Elabora sem regularidade definida balanço social com informações sobre suas ações sociais e ambientais.</p> <p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Elabora anualmente balanço social, descrevendo suas ações sociais e ambientais e incorporando aspectos quantitativos.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Produz com amplo envolvimento interno balanço social facilmente acessível que aborda aspectos sociais, ambientais e econômicos de suas atividades, contendo exclusivamente resultados favoráveis.</p> <p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Produz um balanço social facilmente acessível, elaborado com envolvimento de <i>stakeholders</i>¹⁶ externos, que integra as dimensões sociais, ambientais e econômicas de suas atividades e inclui resultados desfavoráveis e os respectivos desafios, com metas para o próximo período.</p> <p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	--	--	--	---

Informações Adicionais	Sim	Não
6.1. As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros?		
6.2. As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros?		

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais		Sim	Não
	6.3. No processo de elaboração do balanço social, a empresa envolve pelo menos quatro dos seguintes <i>stakeholders</i> : comunidade, público interno, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral (por exemplo, por meio de contatos com organizações de defesa do meio ambiente, sindicatos, entidades voltadas para a saúde pública ou defesa dos direitos humanos etc.)?		
	6.4. A empresa incorpora no balanço social críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas?		
	6.5. O processo de divulgação do balanço social contempla pelo menos quatro dos seguintes <i>stakeholders</i> : público interno, comunidade, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral?		
	6.6. A empresa expõe dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades na internet?		
	6.7. A empresa contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza — a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo?		
	6.8. Os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa?		
	Ao produzir o balanço social a empresa leva em consideração os princípios¹⁷:		
	6.9. Relevância?		
	6.10. Veracidade?		
	6.11. Clareza?		
	6.12. Comparabilidade?		
	6.13. Verificabilidade?		
	6.14. Neutralidade?		
		2003	2004
	6.15. Partes interessadas (ex.: público interno, fornecedores, comunidade, governo e sociedade etc) envolvidas na elaboração do balanço social:	2005	

NOTAS

⁶ Veja a publicação do Instituto Ethos *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões* (agosto 2000), disponível para download gratuito em www.ethos.org.br

⁷ “Os debates sobre governança corporativa na América Latina e em todo o mundo, concentram-se nas sociedades de capital aberto e nas empresas que, embora de capital fechado, têm potencial para a abertura de seu capital a curto prazo. (...) No entanto, (...) a boa governança corporativa constitui motivo relevante de preocupação também para as sociedades de capital fechado, pois a maior parte delas ainda depende de autofinanciamento, de operações de private equity e do sistema bancário para levantar os recursos necessários para sua expansão e crescimento. As sociedades de capital fechado (em geral, empresas familiares ou de propriedade de seus próprios fundadores) devem adotar práticas coerentes de contabilidade e auditoria, bem como controles adequados e administração e planejamento estratégico, se quiserem preservar sua competitividade.” (Fonte: Relatório Oficial sobre Governança Corporativa na América Latina, da OCDE; para mais informações sobre governança corporativa, veja o website www.ibgc.org.br.)

⁸ Um exemplo de questões às quais a empresa deve estar atenta é o de não investir nem adquirir fábricas que empreguem trabalho infantil ou submetam seus funcionários a condições impróprias de saúde e segurança, ou em empresas vistas pela comunidade como violadoras de direitos sobre a terra ou do conhecimento tradicional de populações locais. Outro exemplo é a participação em negócios com representantes do governo envolvidos com corrupção, situação em que a empresa pode ser vista como conivente com crimes contra o patrimônio público e com distribuição de renda fraudulenta. Situações como essas geram riscos que podem levar a litígio, extorsão, perda de produção, seguros mais caros, dificuldade de acesso ao capital e de recrutamento e retenção de talentos, além, é claro, de danos à reputação. (Veja a Declaração Universal dos Direitos Humanos no website www.mj.gov.br/sedh/dpdlh/gpdhiddh_bib_inter_universal.htm.)

⁹ Os princípios e direitos fundamentais no trabalho são relacionados à liberdade sindical e ao reconhecimento do direito de negociação coletiva, à eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou obrigatório, à abolição efetiva do trabalho infantil e à eliminação de qualquer discriminação relacionada a emprego e ocupação. Mais informações no website da OIT (www.oit.org/public/portuguese/region/amprol/brasil/normas_princip_dir.htm).

¹⁰ As diretrizes da OCDE para multinacionais fornecem princípios e padrões voluntários para a conduta responsável de empresas em áreas como trabalho e relações industriais, direitos humanos, meio ambiente, transparência, concorrência, impostos e ciência e tecnologia. Mais

informações, no website (www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/organismos/ocdel/diretrizes_02.asp)

¹¹ O Pacto Global (Global Compact) é uma iniciativa desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU) com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. Essa iniciativa conta com a participação das agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não-governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. (Mais informações, nos websites www.unglobalcompact.org e www.ethos.org.br/docs/empresas_entidades/global_compact/index.shtml.)

¹² A Declaração do Milênio das Nações Unidas é um documento aprovado na Cúpula do Milênio, realizada de 6 a 8 de setembro de 2000, em Nova York, nos EUA. Trata-se de um compromisso global para enfrentar os mais significativos desafios nos campos econômico e social colocados na forma de metas a serem cumpridas até o ano de 2015. (Mais informações, no website www.undp.org.br/milenio/default.asp ou www.ethos.org.br.)

¹³ Stakeholder – termo em inglês amplamente utilizado para designar as partes interessadas, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar o negócio, por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ele afetado: público interno, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, acionistas etc. Há uma tendência cada vez maior para se considerar stakeholder quem se julgue como tal, e em cada situação a empresa deve procurar fazer um mapeamento dos stakeholders envolvidos.

¹⁴ A AA1000 (AccountAbility 1000) é uma norma internacional para a gestão da contabilidade, auditoria e relato da responsabilidade corporativa. Por meio da inclusão de stakeholders em vários passos do processo, a organização adotante obtém credibilidade perante seus diversos públicos. (Mais informações, no website www.accountability.org.uk.)

¹⁵ Veja Guia de Elaboração do Balanço Social 2004, disponível para download em www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm.

¹⁶ Veja nota 13.

¹⁷ Mais informações sobre os princípios para elaboração de balanços sociais, veja o Guia de Elaboração do Balanço Social 2005 – disponível para download em www.ethos.org.br e as Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade disponível em www.globalreporting.org

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

- Relação com Sindicatos
- Gestão Participativa

RESPEITO AO INDIVÍDUO

- Compromisso com o Futuro das Crianças
- Valorização da Diversidade
- Relações Com Trabalhadores Terceirizados

TRABALHO DECENTE

- Política de Remuneração, Benefícios e Carreira
- Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
- Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade
- Comportamento Frente a Demissões
- Preparação para Aposentadoria

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

PÚBLICO INTERNO

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

<i>Compromissos Éticos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Gestão Participativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

RESPEITO AO INDIVÍDUO

<i>Compromisso com o Futuro das Crianças</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Valorização da Diversidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relações com Trabalhadores Terceirizados</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

TRABALHO DECENTE

<i>Política de Remuneração, Benefícios e Carreira</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Comportamento Frente a Demissões</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Preparação para Aposentadoria</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

Relações com Sindicatos

7. Quanto à participação de empregados em sindicatos¹⁸ e ao relacionamento com seus representantes, a empresa:

<p>Não exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais.</p>	<p>Não exerce pressão e oferece liberdade para a atuação dos sindicatos no local de trabalho.</p>	<p>Além de permitir a atuação dos sindicatos no local de trabalho, fornece informações sobre as condições de trabalho, e os dirigentes da empresa se reúnem periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações.</p>	<p>Além disso, possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, informando-os e fornecendo-lhes dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos (quando estes afetarem os trabalhadores) para subsidiar as discussões.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	7.1. fornece informações que afetem os trabalhadores em tempo hábil para que o sindicato e os trabalhadores se posicionem?		
	7.2. possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal?		
	7.3. possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo?		
	7.4. caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns?		
	7.5. disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria tais como dissídio, contribuições sindicais etc?		

Gestão Participativa

8. Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:

<p>Disponibiliza informações sobre a empresa e treina (programas de integração, treinamento sobre novos produtos e serviços, seminários e palestras sobre novas políticas e estratégias etc) os empregados para que possam compreendê-las e analisá-las.</p>	<p>Além disso, disponibiliza informações econômico-financeiras aos empregados.</p>	<p>Além do exposto nos dois estágios anteriores, tem um processo estruturado de discussão e análise das informações econômico-financeiras com seus empregados.</p>	<p>Prevê a participação de representantes dos empregados em comitês de gestão ou nas decisões estratégicas e fornece o treinamento necessário para que participem da formulação desses processos.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	Sim	Não
<p>8.1. Todos os integrantes de comissões de trabalhadores – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), Comissão de Conciliação Prévia (CCP), de participação nos lucros e resultados, etc. – são eleitos pelos trabalhadores sem interferência da empresa?</p>		
<p>8.2. A empresa possui políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar posturas, preocupações, sugestões e críticas dos empregados com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos?</p>		
<p>8.3. Possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos?</p>		

RESPEITO AO INDIVÍDUO

Compromisso com o Futuro das Crianças¹⁹

9. No tratamento da questão dos direitos da criança e do adolescente²⁰, a empresa:

<p>Além de respeitar a legislação nacional que proíbe o trabalho antes dos 16 anos (exceto na condição de aprendiz, entre os 14 e 18 anos), discute internamente a importância da educação e as consequências do trabalho infantil.</p>	<p>Além de respeitar a legislação que proíbe o trabalho infantil e discutir a questão internamente, possui projetos que contribuem para o desenvolvimento dos filhos dos empregados, estimulando suas competências técnicas e psicossociais (cidadania, esportes, artes).</p>	<p>Além do descrito anteriormente, desenvolve ou apóia projetos para as crianças e adolescentes da comunidade.</p>	<p>Coordena seus projetos com outros realizados na comunidade e atua junto ao poder público em benefício da criança e do adolescente.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais:	A empresa:	Sim	Não
	9.1. discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral)?		
	9.2. tem programa específico para contratação de aprendizes ²¹ ?		
	9.3. destina 1% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente ²² ?		
	9.4. estimula os empregados a destinar até 6% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente?		
	9.5. estimula os fornecedores e empresas parceiras a destinarem 1% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente?		

Valorização da Diversidade²³

10. Reconhecendo a obrigação ética das empresas de combater todas as formas de discriminação negativa e de valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza da diversidade de nossa sociedade, a empresa:

<p>Declara-se contra comportamentos discriminatórios no ambiente interno e na relação com seus clientes, mas não possui processos formais de promoção da diversidade.</p>	<p>Promove a diversidade por meio de normas escritas que proíbem práticas discriminatórias, regulando os processos de admissão e promoção e orientando sobre o encaminhamento de possíveis denúncias.</p>	<p>Além de possuir normas escritas, realiza treinamento específico sobre o tema e utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento e promoção.</p>	<p>Além de possuir normas antidiscriminatórias, ressaltá-las nos processos de admissão e promoção, realizar treinamento sobre o tema e monitorar seus quadros, também desenvolve atividades de valorização de grupos pouco representados na empresa.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	10.1. possui políticas explícitas de não-discriminação (de raça, gênero, idade, religião e orientação sexual) na política salarial, na admissão, na promoção, no treinamento e na demissão de empregados?		
	10.2. possui políticas de capacitação profissional que visam melhorar a qualificação de grupos usualmente discriminados como negros (pretos e pardos), mulheres ou pessoas com idade superior a 45 anos?		
	10.3. monitora seus quadros buscando equidade na participação de homens e mulheres em cargos gerenciais?		
	10.4. paga salários e oferece benefícios idênticos a homens e mulheres que exerçam a mesma função em qualquer nível hierárquico?		
	10.5. paga salários e oferece benefícios idênticos a negros (pretos e pardos) e brancos que exerçam a mesma função em qualquer nível hierárquico?		
	10.6. oferece flexibilidade de horário para homens e mulheres com filhos menores de 6 anos?		

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não	
	10.7. possui normas e processos para combater situações de assédio sexual que sejam divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos?			
	10.8. mantém programa especial para a contratação de pessoas com deficiência ²⁴ ?			
	10.9. oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos ²⁵ ?			
	10.10. tem política preferencial para a contratação de indivíduos com idade superior a 45 anos ou desempregados há mais de dois anos?			
	10.11. apóia projetos na comunidade que visem melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho?			
	10.12. realiza censo ou processo interno para monitorar possíveis desigualdades raciais, identificando seus candidatos a vagas ou empregados, de acordo com o IBGE, como brancos, pretos, pardos, amarelos e indígenas?			
		2003	2004	2005
	10.13. Percentual de mulheres em relação ao total de colaboradores:			
	10.14. Percentual de mulheres em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
	10.15. Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
	10.16. Percentual de homens negros (pretos e pardos) em relação ao total de colaboradores:			
	10.17. Percentual de homens negros (pretos e pardos) em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
	10.18. Percentual de colaboradores acima de 45 anos de idade em relação ao número total de colaboradores:			
	10.19. Salário médio mensal em cargos gerenciais das mulheres brancas – em reais:			
	10.20. Salário médio mensal em cargos gerenciais das mulheres negras (pretas e pardas) – em reais:			
	10.21. Salário médio mensal em cargos gerenciais dos homens brancos – em reais:			
	10.22. Salário médio mensal em cargos gerenciais dos homens negros (pretos e pardos) – em reais:			

Relações com Trabalhadores Terceirizados

11. Em suas relações com trabalhadores terceirizados e/ou com os fornecedores desses serviços, a empresa:

Mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.	Monitora periodicamente o cumprimento dos requisitos estabelecidos, exigindo que sejam feitos ajustes que garantam o correto cumprimento da legislação.	Além de monitorar o cumprimento da legislação, negocia com seus fornecedores para que proporcionem a seus empregados níveis salariais compatíveis com as médias de mercado.	Oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e o acesso a benefícios básicos gozados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, creche, ambulatório etc.	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	11.1. integra os trabalhadores terceirizados a seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional?		
	11.2. possui um número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% (vinte por cento) do total de contratados?		
	11.3. possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa?		
		2003	2004
	11.4. Percentual de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho:		2005

TRABALHO DECENTE

Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

12. Em sua política de remuneração, benefícios e carreira, a empresa:

<p>Busca superar os pisos salariais firmados com os sindicatos.</p>	<p>Trata os empregados como um recurso, estimulando-os por meio da remuneração e do investimento em seu desenvolvimento profissional, segundo política estruturada de carreira, e levando em conta as habilidades necessárias para seu desempenho atual.</p>	<p>Valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio da remuneração e do investimento em seu desenvolvimento profissional e levando em conta sua capacidade futura de crescimento e desenvolvimento de novas habilidades.</p>	<p>Trata os empregados como sócios e, além de valorizar competências potenciais por meio da remuneração e do desenvolvimento profissional, estabelece mecanismos para que seus representantes participem da formulação de políticas de remuneração e benefícios, desenvolvimento profissional e mobilidade interna.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais		Sim	Não
	12.1. A remuneração variável da empresa representa menos de 20% (vinte por cento) da massa salarial?		
	A empresa:		
	12.2. possui políticas com metas para reduzir a distância entre a maior e a menor remuneração paga pela empresa (monitorada pelo índice resultante da divisão da maior remuneração pela menor, em espécie, incluindo participação nos resultados e programa de bônus)?		
	12.3. efetuou, nos últimos dois anos, um aumento da proporção entre o menor salário da empresa e o salário mínimo vigente?		
	12.4. realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios?		

Público Interno

Informações Adicionais	Sim	Não	
A empresa oferece os benefícios abaixo relacionados para empregados homens e mulheres, indiscriminadamente, abrangendo todos os níveis hierárquicos:			
12.5. plano de saúde familiar?			
12.6. auxílio para educação dos filhos ²⁶ ?			
12.7. financiamento para casa própria?			
12.8. creche no local de trabalho ou por rede conveniada?			
12.9. os mesmos benefícios de seus empregados registrados aos colaboradores apenas comissionados?			
O programa de participação nos resultados da empresa, caso o possua:			
12.10. foi estabelecido por meio de negociação com comissão de empregados ou com sindicato e em conformidade com a legislação aplicável?			
O programa de bonificação da empresa, caso o possua:			
12.11. foi estabelecido por meio de negociação com comissão de empregados ou com sindicato e em conformidade com a legislação aplicável?			
12.12. oferece aos empregados bônus adicionais orientados por elementos de sustentabilidade, como êxitos a médio e longo prazo ou o alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental?			
	2003	2004	2005
12.13. Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente:			
Com relação ao programa de participação nos resultados da empresa:			
12.14. Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial:			
12.15. Percentual de empregados beneficiados:			
Com relação ao programa de bonificação da empresa:			
12.16. Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial:			
12.17. Percentual de empregados beneficiados:			
12.18. Percentual de ações da empresa em poder dos funcionários:			

Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

13. Visando assegurar boas condições de trabalho, saúde e segurança, a empresa:

<p>Cumpre rigorosamente as obrigações legais e tem planos e metas para alcançar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.</p>	<p>Possui indicadores para monitorar os planos e metas para ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.</p>	<p>Além disso, desenvolve campanhas regulares de conscientização e pesquisa o nível de satisfação dos empregados em relação ao tema, evidenciando áreas críticas.</p>	<p>Além de desenvolver campanhas e realizar pesquisas, as metas e indicadores de desempenho relacionados a condições de trabalho, saúde e segurança são definidos com a participação dos empregados, incluídos no planejamento estratégico e divulgados amplamente.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	13.1. foi certificada pela norma SA8000 ²⁷ , pela BS 8800 ²⁸ , pela OHSAS 18001 ²⁹ ou por norma equivalente?		
	13.2. oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool?		
	13.3. oferece programa específico para a saúde da mulher ³⁰ ?		
	13.4. oferece programa específico para portadores de HIV?		
	13.5. possui política expressa de respeito à privacidade de seus empregados no que se refere a informações sensíveis (inclusive médicas) obtidas e mantidas sob responsabilidade da área de recursos humanos?		
	13.6. possui normas e processos para combater situações de assédio moral ³¹ que sejam divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos?		
	13.7. promove exercícios físicos no horário de trabalho?		
	13.8. promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de call center, caixas etc.)?		

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	13.9. possui programa de orientação alimentar e nutricional?		
	13.10. possui política de equilíbrio trabalho-família que abordem questões relativas a horário de trabalho e horas extras?		
	13.11. possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos?		
		2003	2004
	13.12. Média de horas extras por empregado/ano:		
	13.13. Média de acidentes de trabalho por empregado/ano:		
	13.14. Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço:		
	13.15. Percentual dos acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física de empregados e/ou de prestadores de serviço, com afastamento permanente do cargo (incluindo LER):		
	13.16. Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço:		

Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

14. Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:

<p>Promove atividades de treinamento pontuais, focadas no desempenho de tarefas específicas.</p>	<p>Mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento contínuo de todo o seu pessoal, considerando a aplicabilidade em sua função atual.</p>	<p>Além de promover capacitação contínua, oferece bolsas de estudo ou similares para a aquisição de conhecimentos com impacto positivo na empregabilidade de seus empregados, independentemente da aplicabilidade em sua função atual.</p>	<p>Em todos os níveis hierárquicos, promove capacitação contínua e oferece bolsas de estudo ou similares para a aquisição de conhecimentos, com impacto positivo na empregabilidade de seus empregados, independentemente da aplicabilidade em sua função atual.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	14.1. mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos ³² ?		
	14.2. possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas?		
	14.3. contempla em suas políticas de desenvolvimento programas que promovam a coerência entre os valores e princípios éticos da organização com os valores e princípios individuais de seus empregados?		
	14.4. possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo?		
	14.5. considerando seu papel social em relação aos estagiários, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo e com o devido acompanhamento?		

Público Interno

	2003	2004	2005
14.6. Percentual de analfabetos na força de trabalho:			
14.7. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:			
14.8. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:			

Comportamento Frente a Demissões

15. Diante da necessidade de redução de pessoal, a empresa:

<p>Procura evitar demissões, analisando alternativas de contenção e redução de despesas.</p> <p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Além disso discute alternativas com os empregados e analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes) para orientar a definição de prioridades.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Permite acesso às informações que balizaram as decisões tomadas e oferece incentivos para demissão voluntária.</p> <p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>Oferece serviços de recolocação e/ou financia a recapacitação e manutenção de benefícios aos trabalhadores demitidos, em todos os níveis hierárquicos.</p> <p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
--	---	---	---	---

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	15.1. teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões nos últimos três anos?		
	15.2. oferece programa de demissão voluntária incentivada?		
	15.3. acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimização e melhoria desse indicador?		
	15.4. busca estabelecer diálogo estruturado com instâncias do governo local, especialistas, ONGs e sindicatos para conhecer, entender, prever e reduzir o impacto de um possível fechamento de unidades de negócios ou plantas, ou da eventual necessidade de corte de pessoal?		

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	15.5. busca parcerias com organizações especializadas para desenvolver programas de capacitação e estímulo ao empreendedorismo?		
	15.6. busca conferir com outras empresas a possibilidade de alternativas como transferência temporária do excedente de empregados em caso de necessidade de redução de pessoal?		
	15.7. diante da necessidade de redução de pessoal, prevê uma comunicação dirigida para os empregados remanescentes sobre as razões que balizaram as decisões tomadas?		
		2003	2004
	15.8. Número de empregados no final do período:		
	15.9. Número total de demissões no período:		
	15.10. Número total de admissões no período:		
	15.11. Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos:		
	15.12. Percentual de reclamações trabalhistas iniciadas por total de demitidos no período:		

Preparação para Aposentadoria

16. Visando preparar seus empregados para a aposentadoria, a empresa:

Oferece informações básicas quanto à obtenção da aposentadoria.	Orienta e oferece assessoramento regular quanto a modificações na legislação, alternativas e procedimentos administrativos necessários para a obtenção da aposentadoria.	Desenvolve atividades sistemáticas de orientação (coletiva e individual), aconselhamento e preparação para a aposentadoria, discutindo seus aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.	Além de possuir programa sistemático de preparação interna, oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados.	Não havíamos tratado antes deste assunto. <input type="checkbox"/> Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	16.1. oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados?		
	16.2. envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria?		
	16.3. participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos?		
	16.4. participa ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos?		
		2003	2004
	16.5. Número de empregados que participaram do programa de preparação para aposentadoria:		2005
	16.6. Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado:		

NOTAS

¹⁸ Para mais informações sobre temas relacionados ao trabalho, visite o website do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese): www.dieese.org.br e do Observatório Social: www.observatoriosocial.org.br

¹⁹ Veja o manual do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br

²⁰ Para mais informações sobre os direitos da criança e do adolescente, visite o website da Fundação Abrinq (www.abrinq.org.br)

²¹ Todas as empresas de médio e grande porte devem contratar aprendizes em número equivalente a no mínimo 5% e no máximo 15% do total de funcionários cujas funções demandem formação profissional. As micro e pequenas empresas não são obrigadas a contratar aprendizes, porém podem fazê-lo, contribuindo assim para a formação profissional de adolescentes. Mais informações em www.leidoaprendiz.org.br.

²² Mais informações sobre conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente no website www.fundabrinq.org.br/index.php?pg=biblioteca.

²³ Veja as publicações do Instituto Ethos Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher, e Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas, Pesquisa 2003, disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

²⁴ Veja o manual do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.

²⁵ Veja o manual do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.

²⁶ Veja os manuais do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente e O Que as Empresas Podem Fazer pela

Educação, disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

²⁷ A SA8000 é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho, abrangendo os principais direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação, garantias contra trabalho forçado, discriminação e trabalho infantil) e certificando seu cumprimento por meio de auditores independentes. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita a implantação por empresas que já conhecem esse sistema. (Mais informações em www.cepaa.org).

²⁸ Norma criada pela British Standards Institution (BSI) sobre sistema de gestão da saúde e segurança no trabalho. (Mais informações em www.bsi-global.com/Small+Business/Standards/Building/bs8800.xalter.)

²⁹ A OHSAS 18001 é uma série de normas de avaliação de saúde e segurança ocupacionais para sistemas de gestão de saúde e segurança. Seu objetivo é auxiliar as empresas no controle dos riscos de saúde e segurança para os funcionários, e foi desenvolvida em resposta à demanda por um padrão reconhecido para avaliação e certificação. (Mais informações em www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com/index.htm.)

³⁰ Veja o manual do Instituto Ethos Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.

³¹ Assédio moral “é a exposição dos trabalhadores e trabalhadoras a situações humilhantes e constrangedoras, repetitivas e prolongadas, durante a jornada de trabalho e no exercício de suas funções, sendo mais comuns em relações hierárquicas autoritárias e assimétricas, em que predominam condutas negativas, relações desumanas e aéicas de longa duração, de um ou mais chefes, em relação a um ou mais subordinados, desestabilizando a relação da vítima com o ambiente de trabalho e a organização, forçando-a a desistir do emprego”. (Fonte: www.assediomoral.org)

³² Veja o manual do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br

Meio Ambiente

RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

- Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental
- Educação e Conscientização Ambiental

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

- Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços
- Sustentabilidade da Economia Florestal
- Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

MEIO AMBIENTE

RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

<i>Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Educação Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

<i>Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Sustentabilidade da Economia Florestal</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Minimização de Entradas e Saídas de Materiais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Meio Ambiente

RESPONSABILIDADE
FRENTE ÀS
GERAÇÕES FUTURAS

Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental

17. Para tratar com a devida relevância e responsabilidade os impactos ambientais resultantes de suas atividades, a empresa:

<p>Além de cumprir rigorosamente os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação nacional, desenvolve programas internos de melhoramento ambiental.</p>	<p>Além disso, prioriza políticas preventivas e possui área ou comitê responsável pelo meio ambiente.</p>	<p>Trata a questão ambiental como tema transversal em sua estrutura organizacional e a inclui no planejamento estratégico.</p>	<p>Desenvolve novos negócios (ou novos modelos para negócios já existentes) levando em conta, desde a concepção, os princípios e as oportunidades relacionadas à sustentabilidade ambiental.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	17.1. tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa das suas decisões estratégicas?		
	17.2. participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade?		
	17.3. contribui para a preservação da biodiversidade por meio de projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados?		
	17.4. possui política, programa e processos específicos de conservação ambiental para atuar em áreas protegidas ou ambientalmente sensíveis?		
	17.5. tem política explícita de não-utilização de materiais e insumos provenientes de exploração ilegal de recursos naturais (como madeira, produtos florestais não-madeireiros, animais etc.)?		
	17.6. dispõe de processos para mapeamento, análise e ação sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental?		

Educação e Conscientização Ambiental

18. Visando contribuir para a conscientização da população quanto aos desafios ambientais decorrentes da atividade humana e cultivar valores de responsabilidade ambiental, a empresa:

Desenvolve ações de educação ambiental e treinamento de empregados sobre essa temática, pontualmente ou em decorrência de pressão externa (como exigências do governo, crises de fornecimento etc).	Desenvolve sistematicamente atividades de educação ambiental focadas no público interno, disponibilizando informações e promovendo discussões.	Além de campanhas internas, desenvolve campanhas de conscientização e educação ambiental dirigidas a familiares de empregados e à comunidade do entorno imediato da empresa.	Além de desenvolver campanhas, a empresa apóia ou participa de projetos educacionais em parceria com organizações não-governamentais e ambientalistas, exercendo liderança social em favor dessa causa.	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	18.1. desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia?		
	18.2. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente* e a reciclagem de materiais?		

* Para mais informações sobre consumo consciente, visite o website do Instituto Akatu (www.akatu.net)

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

19. Considerando os impactos ambientais causados por seus processos e produtos ou serviços, a empresa:

<p>Produz estudos de impacto ambiental segundo exigências da legislação e foca sua ação preventiva nos processos que oferecem dano potencial à saúde e risco à segurança de seus empregados.</p>	<p>Além de cumprir com a obrigação legal, conhece e desenvolve ações para prevenir os principais impactos ambientais causados por seus processos e produtos ou serviços, e realiza regularmente atividades de controle e monitoramento.</p>	<p>Possui sistemas de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo ampla identificação de riscos, plano de ação, alocação de recursos, treinamento de empregados e auditoria.</p>	<p>Além de possuir sistema de gestão ambiental, produz estudos de impacto em toda a cadeia produtiva; desenvolve parceria com fornecedores visando a melhoria de seus processos de gestão ambiental e participa da destinação final do produto e processos pós-consumo.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	19.1. possui plano de emergência ambiental que relaciona todos os seus processos e produtos ou serviços que envolvam situações de risco, e treina seus empregados em intervalos frequentes para enfrentar tais situações?		
	19.2. possui política e sistema de monitoramento visando o aumento da qualidade ambiental da logística e gestão de frota (tanto para veículos da empresa quanto de seus contratados)?		
	19.3. possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como para a coleta de materiais tóxicos ou a reciclagem pós-consumo?		
	19.4. fornece a seus consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos?		

Meio Ambiente

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	19.5. discute com empregados, consumidores e clientes, fornecedores e a comunidade os impactos ambientais causados por seus produtos ou serviços?		
	19.6. a empresa prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental?		
	Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental de:		
		2003	2004
	19.7. Baixa gravidade:		
	19.8. Média gravidade:		
	19.9. Alta gravidade:		

Sustentabilidade da Economia Florestal³³

20. Com o objetivo de contribuir com a conservação e combater a exploração ilegal e predatória das nossas florestas, a empresa:

<p>Reconhece a importância de verificação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais³⁴ utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo mas não tem política interna ou programa específico.</p>	<p>Tem política ou programa específico para verificação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo.</p>	<p>Os insumos madeireiros e florestais utilizados na operação diária e/ou processo produtivo possuem certificação de origem e da cadeia de custódia³⁵.</p>	<p>Instalações e/ou produtos da empresa possuem a certificação de origem e/ou da cadeia de custódia.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>

Meio Ambiente

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não	
	20.1. realiza visitas programadas ou eventualmente não programadas para realizar monitoramento da origem ou cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais?			
	20.2. incentiva seus fornecedores e clientes a buscarem a certificação florestal?			
	20.3. prioriza e apoia os fornecedores e clientes engajados na busca da sustentabilidade das florestas?			
		2003	2004	2005
	20.4. Número de visitas programadas ou não programadas realizadas para monitoramento da origem ou cadeia de custódia:			
	20.5. Quantidades de produtos utilizados na operação diária ou no processo produtivo com cadeia de custódia certificada:			

Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

21. Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e otimizar processos, a empresa:

<p>Sem alterar seu padrão tecnológico atual, tem procurado reduzir o consumo de energia, água, produtos tóxicos e matérias-primas, e implantar processos de destinação adequada de resíduos.</p>	<p>Tem investido na atualização do seu padrão tecnológico, visando a redução e/ou a substituição de recursos de entrada e a reutilização de resíduos (pela própria empresa ou por terceiros).</p>	<p>Além de investir na redução e na reutilização de recursos, possui processo para medir, monitorar e auditar periodicamente os aspectos ambientais significativos relacionados ao consumo de recursos naturais e à produção de resíduos e dejetos, estabelecendo periodicamente novas metas.</p>	<p>Está próxima de atingir alto nível de sustentabilidade ambiental por meio de estratégias de reutilização e compensação ambiental que abrangem todo o sistema produtivo.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>

Meio Ambiente

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	21.1. possui iniciativas para o uso de fontes de energia renovável?		
	21.2. mantém ações de controle da poluição causada por veículos próprios e de terceiros a seu serviço?		
	A empresa possui sistema de monitoramento com metas específicas para:		
	21.3. o aumento da eficiência energética?		
	21.4. a redução do consumo de água?		
	21.5. a redução da geração de resíduos sólidos?		
	21.6. a redução da emissão de CO ₂ e outros gases do efeito estufa na atmosfera?		
		2003	2004
		2005	
	21.7. Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais):		
	21.8. Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental:		
	21.9. Consumo anual de energia (em kWh):		
	Consumo anual de combustíveis fósseis:		
	21.10. gasolina/diesel (em litros):		
	21.11. óleo combustível (em toneladas):		
	21.12. gás – GLP/GN (em m ³):		
	21.13. Consumo anual de água (em m ³):		
	21.14. Volume médio anual de CO ₂ e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (em toneladas):		
	21.15. Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.):		

NOTAS

³³Veja o manual do Instituto Ethos "O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente – A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal", maio/2005 – disponível para download em www.ethos.org.br

³⁴Exemplos de produtos provenientes da floresta: celulose para papel, embalagens; madeira para móveis, lápis, pisos, construção civil; entre outros.

Além destes produtos, existem também os não madeireiros como óleos, ervas e frutas utilizados na fabricação de diversos produtos como medicamentos, alimentos, cosméticos etc. Mais informações: www.compradores.org.br e www.amazonia.org.br

³⁵Uma das certificações mais importantes é a do FSC. O objetivo do FSC (Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal) é difundir o bom manejo florestal conforme princípios e critérios que

conciliam as salvaguardas ecológicas com os benefícios sociais e a viabilidade econômica. O selo FSC atesta que a madeira (ou outro insumo florestal) utilizada num produto é oriunda de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e no cumprimento de todas as leis vigentes. O selo serve para orientar o consumidor consciente a optar por um produto que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico. O selo também orienta o comprador atacadista ou varejista a escolher um produto diferenciado e com valor agregado, capaz de conquistar um público mais exigente e, assim, abrir novos mercados. Produtos intermediários ou finais que utilizam matéria-prima florestal com o selo Cadeia de Custódia FSC têm a rastreabilidade da matéria-prima da floresta até o consumidor final. (Mais informações em www.fsc.org.br).

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

- Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores
- Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva
- Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva
- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

FORNECEDORES

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

<i>Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

22. Para regular suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:

<p>Possui políticas de seleção e avaliação de fornecedores e parceiros conhecidas pelas partes envolvidas e baseadas apenas em fatores como qualidade, preço e prazo.</p>	<p>Possui normas conhecidas de seleção e avaliação de fornecedores que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal.</p>	<p>Além de critérios básicos de respeito à legislação, suas normas de seleção e avaliação de fornecedores incluem critérios específicos de responsabilidade social, como proibição do trabalho infantil, relações de trabalho adequadas e adoção de padrões ambientais.</p>	<p>Além dos critérios descritos anteriormente, exige que seus fornecedores reproduzam suas exigências quanto à responsabilidade social para seus respectivos fornecedores, e que monitorem esses critérios periodicamente.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	22.1. ao selecionar fornecedores (ou desenvolver novos fornecedores), inclui como critério a prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas em suas relações com clientes ou com o mercado em geral?		
	22.2. possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores?		
	22.3. produz relatório periódico com evidências de que questões relacionadas à responsabilidade social empresarial estão sendo cumpridas e implementadas em sua cadeia produtiva?		
	22.4. discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores, visando o treinamento e adequação deles a seus critérios?		
	22.5. estabelece prazo formal para a conformidade de seus fornecedores com seus critérios de responsabilidade social?		
	22.6. ao exigir práticas de responsabilidade social de seus fornecedores, realiza visitas de inspeção dessas práticas?		

Fornecedores

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não	
	22.7. conhece em profundidade a origem das matérias-primas, insumos e produtos utilizados em sua produção ou nas operações diárias e tem a garantia de que nessas origens os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados?			
	22.8. adota critérios de compra que considerem a garantia de origem para evitar aquisição de produtos "piratas", falsificados ou frutos de roubo de carga?			
		2003	2004	2005
	22.9. Percentual do total de fornecedores que receberam visita de inspeção de práticas de responsabilidade social:			
	22.10. Treinamentos, curso, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores:			

Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva³⁶

23. Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:

<p>Possui políticas formais com o objetivo de contribuir para a erradicação do trabalho infantil, discute a questão com os fornecedores e os estimula a cumprir a legislação.</p>	<p>Além de discutir a questão, possui cláusula específica em seus contratos relativa à proibição do trabalho infantil.</p>	<p>Além de possuir cláusulas específicas em seus contratos que proíbem o trabalho infantil, verifica seu cumprimento.</p>	<p>Articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho infantil em sua cadeia produtiva, incluindo sua proibição nos contratos de seus fornecedores com terceiros.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>

Fornecedores

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	23.1. tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios sobre sua cadeia produtiva, realizando inspeções <i>in loco</i> e exigindo documentação comprobatória de não existência de mão-de-obra infantil?		

Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva³⁷

24. Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:

Possui políticas formais com o objetivo de contribuir para a erradicação do trabalho forçado, discute a questão com os fornecedores e os estimula a cumprir a legislação.	Além de discutir a questão, possui cláusula específica em seus contratos relativa à proibição do trabalho forçado.	Além de possuir cláusulas específicas em seus contratos que proíbem o trabalho forçado, verifica seu cumprimento.	Articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho forçado em sua cadeia produtiva, incluindo sua proibição nos contratos de seus fornecedores com terceiros.	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	24.1. tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios de avaliação e acompanhamento de seus fornecedores, exigindo documentação comprobatória de não existência de mão-de-obra forçada?		
		2003	2004
	24.2. Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de trabalho forçado:		2005

Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores³⁸

25. Com relação a fornecedores de igual ou menor porte, a empresa:

<p>Negocia com transparência e estabelece relações contratuais apenas com base em critérios comerciais.</p>	<p>Contribui para a melhoria do padrão gerencial dos fornecedores, disponibilizando informações e promovendo atividades conjuntas de treinamento.</p>	<p>Além de contribuir para a melhoria gerencial dos fornecedores, mantém com eles relações comerciais duradouras e utiliza critérios de negociação que consideram seu crescimento futuro.</p>	<p>Além de contribuir para o crescimento de seus fornecedores de igual ou menor porte, estimula e facilita seu envolvimento em projetos sociais e ambientais.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	25.1. inclui entre seus fornecedores indivíduos ou grupos da comunidade, tais como cooperativas, associações de bairro e organizações com projetos de geração de renda para grupos usualmente excluídos (populações indígenas, pessoas com deficiência etc.)?		
	25.2. apóia organizações que praticam e promovem o Comércio Justo ³⁹ ?		
	25.3. tem como norma o tratamento justo aos fornecedores, privilegiando o pequeno fornecedor (com remuneração justa e em dia, qualidade na relação, programas de qualificação e de transferência de tecnologias etc.)?		
	25.4. estimula a formação de redes ou cooperativas de fornecedores, ajudando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento?		
	25.5. tem política de compras que privilegiem fornecedores com certificação socioambiental (como SA8000 ⁴⁰ , ISO 14000 ⁴¹ , FSC ⁴² , FLO ⁴³ etc.)?		
	25.6. tem mecanismos formais que permitam que sejam transferidos para a cadeia de fornecedores seus valores e princípios, tais como boas condições de trabalho, ausência de mão-de-obra infantil e forçada (ou análoga ao escravo), proteção ao meio ambiente, equidade de gênero, transparência, participação e prestação de contas?		
	25.7. possui ouvidor de fornecedores ou função similar para assegurar uma relação de parceria com essa parte interessada?		

NOTAS

³⁶ *Convenção (138) da OIT sobre a idade mínima para admissão de emprego - A Convenção 138 sobre idade mínima de admissão ao emprego, adotada pela OIT em 1973, tem como objetivo central estabelecer patamares mínimos de idade para admissão ao emprego e ao trabalho como forma de prevenir e eliminar o trabalho infantil; integra, atualmente, o conjunto das oito convenções da OIT identificadas como fundamentais para a promoção dos direitos humanos no trabalho. Fonte: http://www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/temas_agenda/desenvolvimento/trabalho_oit.asp (Ministério das Relações Exteriores)*

³⁷ *Artigo 2º da Convenção 29 da OIT sobre o Trabalho Forçado ou Obrigatório - Define e limita o uso da expressão “trabalho forçado ou obrigatório”, a qual se refere a “todo trabalho ou serviço exigido de uma pessoa sob a ameaça de sanção e para o qual não se tenha oferecido espontaneamente”. Para mais informações sobre trabalho forçado, veja www.ilo.org/public/portuguese/region/ampro/brasil/trabalho_forcado/oit/faq/p1.htm.*

³⁸ *Veja o manual do Instituto Ethos Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.*

³⁹ *“Comércio Justo” é a expressão utilizada no Brasil para identificar o movimento internacional chamado Fair Trade, que, além de justo, é um comércio ético e solidário, baseado em princípios como a erradicação do trabalho infantil e do trabalho escravo, a eliminação das discriminações relativas a raça, gênero e religião e a preservação da saúde das pessoas e do meio ambiente. (Mais informações em www.facesdobrasil.org.br).*

⁴⁰ *Veja a nota 27*

⁴¹ *Uma série de padrões que auxiliam a empresa a estabelecer e implementar um sistema de gestão ambiental, fornecendo os requisitos a serem considerados para fins de auditoria e certificação. Com base referencial em métodos e análises, a ISO 14000 busca garantir que um determinado agente produtor de bens ou serviços se utilize de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam a redução das possibilidades de ocorrência de danos ambientais. (Mais informações em www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/iso14000/iso14000index.html).*

⁴² *O objetivo do FSC (Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal) é difundir o bom manejo florestal conforme princípios e critérios que conciliam as salvaguardas ecológicas com os benefícios sociais e a viabilidade econômica. O selo FSC atesta que a madeira (ou outro insumo florestal) utilizada num produto é oriunda de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e no cumprimento de todas as leis vigentes. O selo serve para orientar o consumidor consciente a optar por um produto que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico. O selo também orienta o comprador atacadista ou varejista a escolher um produto diferenciado e com valor agregado, capaz de conquistar um público mais exigente e, assim, abrir novos mercados. (Mais informações em www.fsc.org.br).*

⁴³ *FLO (Fair Trade Labelling Organizations) é uma organização internacional de certificação de produtos de comércio justo.*

Consumidores e Clientes

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

- Política de Comunicação Comercial
- Excelência do Atendimento
- Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

CONSUMIDORES E CLIENTES

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

<i>Política de Comunicação Comercial</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Excelência do Atendimento</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Consumidores e Clientes

DIMENSÃO SOCIAL
DO CONSUMO⁴⁴

Política de Comunicação Comercial

26. Considerando a influência de sua política de comunicação comercial na criação de uma imagem de credibilidade e confiança, a empresa:

<p>Focaliza suas estratégias de comunicação nos objetivos relacionados a volume de vendas e resultados financeiros de curto prazo.</p>	<p>Tem uma política formal de comunicação alinhada com seus valores e princípios, abrangendo todo o seu material de comunicação, tanto interno quanto externo.</p>	<p>Além de ter uma política de comunicação abrangente e alinhada com seus valores e princípios, procura estimular a comunicação dos consumidores e clientes com a empresa e esclarecer aspectos inovadores ou controversos de seus produtos e serviços, bem como alertar para eventuais efeitos prejudiciais e cuidados necessários ao seu uso.</p>	<p>Além de ter uma política de comunicação e esclarecer e alertar para cuidados necessários ao uso de seus produtos e serviços, desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores, assistência técnica e representantes de consumidores visando criar uma cultura de responsabilidade e transparência na comunicação com consumidores e clientes.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	26.1. atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes (como rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia e peças publicitárias, entre outros) para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso de seus produtos?		
	26.2. chama a atenção do consumidor/cliente para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.)?		
	26.3. tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco?		
	26.4. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores éticos e com a legislação de defesa do consumidor?		

Consumidores e Clientes

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não	
	26.5. teve, nos últimos três anos, alguma peça de comunicação que tenha sido objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes?			
	Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor, a empresa:			
	26.6. já teve produtos multados pelo não-cumprimento de regulamento referente à informação e rotulagem?			
	26.7. foi, nos últimos três anos, denunciada ou punida por entidades como Procon, Vigilância Sanitária, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem) etc?			
	Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor:			
		2003	2004	2005
	26.8. Quantidade de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, Ipem etc.):			
	26.9. Quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos:			

Excelência do Atendimento

27. Quanto a seu compromisso com a qualidade dos serviços de atendimento ao consumidor/cliente, a empresa:

Possui um atendimento básico receptivo, amplamente divulgado, focado na informação e na solução de demandas individuais.	Proporciona fácil acesso do consumidor/cliente ao serviço de seu interesse, registra e comunica internamente as manifestações dele, resolvendo rápida e individualmente as demandas e orientando-o sobre os procedimentos adotados.	Além de registrar as manifestações e resolver rapidamente as demandas, possui processos que incluem a procura das causas dos problemas e a utilização dessas informações para aprimorar a qualidade dos produtos e serviços.	Atua proativamente no estabelecimento de canais de comunicação gratuitos e de fácil acesso para o consumidor/cliente e incorpora as manifestações e expectativas dele no desenvolvimento de produtos e serviços e na revisão do material de comunicação.	Não havíamos tratado antes deste assunto.
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
				<input type="checkbox"/>

Consumidores e Clientes

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não	
	27.1 . tem um ouvidor do consumidor ou função similar?			
	27.2. oferece Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) ou outra forma de atendimento especializado para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações relativas a seus produtos e serviços?			
	27.3. promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor?			
	27.4. treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas?			
	27.5. adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores, clientes ou usuários?			
	27.6. ao vender produtos e serviços utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente?			
	27.7. tem política explícita de não-suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços?			
	27.8. O serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa?			
		2003	2004	2005
	27.9. Total de ligações atendidas pelo SAC:			
	27.10. Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC:			
	27.11. Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC:			
	27.12. Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos):			
	27.13. Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes:			

Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

28. Quanto ao conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de seus produtos e serviços⁴⁵, a empresa:

<p>Realiza esporadicamente estudos e pesquisas técnicas sobre danos potenciais de seus produtos e serviços para os consumidores/clientes.</p>	<p>Realiza estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga tais informações para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas com agilidade.</p>	<p>Disponibiliza informações detalhadas e treina o pessoal interno e os parceiros externos para adotarem medidas preventivas e corretivas com agilidade e eficiência, tendo um compromisso de transparência, inclusive com o consumidor, e integração de iniciativas em situações de crise.</p>	<p>Faz pesquisas e interage com fornecedores e distribuidores, consumidores, concorrentes e governo para um contínuo aperfeiçoamento dos produtos e serviços, substituindo componentes, tecnologias e procedimentos para minimizar riscos à saúde e à segurança, evitar danos morais e garantir a privacidade do consumidor/cliente.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	28.1. mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços?		
	28.2. possui sistemas internos ágeis e capacita sua área de comunicação externa para responder com rapidez e transparência a situações de crise?		
	28.3. foi, nos últimos três anos, processada pelo não-cumprimento de regulamentos relacionados à saúde e à segurança do consumidor/cliente?		
	28.4. teve, nos últimos cinco anos, produtos retirados do mercado por pressão de consumidores/clientes ou órgãos de defesa?		
	28.5. tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados?		
	28.6. possui uma política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário?		

Consumidores e Clientes

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	28.7. informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la?		
	28.8. solicita apenas informações pessoais relevantes e não além dos objetivos para os quais declara serem necessárias?		
	28.9. fornece informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele?		
	28.10. possui uma política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa?		
	28.11. possui registros de reclamação por desrespeito à privacidade do cliente e os avalia periodicamente?		

NOTAS

⁴⁴ Visite o website da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon): www.procon.sp.gov.br.

⁴⁵ As empresas prestadoras de serviços têm como fonte potencial de danos ao cliente a exposição dos dados pessoais usados nas transações. É importante considerar também esse aspecto na auto-avaliação.

Comunidade

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

- Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno
- Relações com Organizações Locais

AÇÃO SOCIAL

- Financiamento da Ação Social
- Envolvimento da Empresa com a Ação Social

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

COMUNIDADE

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

<i>Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relações com Organizações Locais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

AÇÃO SOCIAL

<i>Financiamento da Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Envolvimento da Empresa com a Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Comunidade

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

29. Considerando seus possíveis impactos na vida da comunidade (demanda sobre centros de saúde e lazer, creches, transporte público, tráfego de veículos etc.), a empresa:

<p>Procura tomar medidas reparadoras em resposta a reclamações e manifestações da comunidade.</p>	<p>Conhece em profundidade seus impactos na comunidade, possui processo estruturado para registrar reclamações e promove reuniões sistemáticas para informar lideranças locais sobre providências tomadas.</p>	<p>Possui uma política formal de antecipar-se a demandas da comunidade e informá-la sobre atuais e futuros planos e impactos de suas atividades, e envolve a comunidade na resolução dos problemas.</p>	<p>Além de possuir uma política formal de relacionamento com a comunidade, mantém comitês permanentes ou grupos de trabalho com a participação de lideranças locais para analisar suas atividades e monitorar seus impactos.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	29.1. reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios?		
	29.2. participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções?		
	29.3. contribui com melhorias na infra-estrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade (habitações, estradas, pontes, escolas, hospitais etc.)?		
	29.4. tem programa para empregar, nas respectivas atividades e na medida praticável, o maior número de pessoas do local, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação da comunidade em que está inserida, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes?		
	29.5. tem práticas de compras e de investimentos para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade em que está presente?		
	29.6. conscientiza e treina seus empregados para respeitarem os valores e tradições da comunidade onde atua?		

Comunidade

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	29.7. possui indicadores para monitorar os impactos causados por suas atividades na comunidade de entorno?		
	Nos últimos três anos, a empresa recebeu reclamações ou manifestações da comunidade (petições, abaixo-assinados, protestos) pelos motivos listados abaixo:		
	29.8. excesso de lixo, geração de mau cheiro, efluentes e outras formas de poluição (sonora, visual etc)?		
	29.9. excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno?		
	29.10. interferência em sistemas de comunicação?		
	29.11. outros motivos?		

Relações com Organizações Locais⁴⁶

30. Com relação às organizações comunitárias, ONGs e equipamentos públicos (escola, postos de saúde, etc.) presentes no seu entorno, a empresa:

<p>Conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.</p>	<p>Apóia várias entidades com doações, financiamento e implementação de projetos, divulgando experiências bem-sucedidas.</p>	<p>Participa da elaboração e implantação de projetos conjuntos com entidades locais, mantendo parcerias de longo prazo e capacitando lideranças envolvidas.</p>	<p>Atua em parceria com entidades locais buscando influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de diversas redes a fim de maximizar sua contribuição para o desenvolvimento local.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>

Comunidade

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
AÇÃO SOCIAL	30.1. faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade?		
	30.2. realiza na comunidade, em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público?		

Financiamento da Ação Social

31. O financiamento da ação social da empresa é baseado em:

Verba variável, administrada arbitrariamente por diretor ou gerente, em resposta a solicitações externas.	Verbas definidas em orçamento anual, geridas com transparência por comitê ou grupo de trabalho, conforme critérios preestabelecidos.	Programa social estruturado ou investimento social privado ⁴⁷ , gerenciado por equipe especializada, com dotação orçamentária estável e com público, metas e estratégias definidos.	Programa social estruturado ou investimento social privado que conta com mecanismo próprio para a geração de receita, estando assegurada sua continuidade a longo prazo (fundo patrimonial e/ou percentual fixo sobre o faturamento da empresa).	Não havíamos tratado antes deste assunto. <input checked="" type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	31.1. inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico?		
	31.2. possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras?		
	31.3. utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social?		
	31.4. planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo?		

Comunidade

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	31.5. otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos?		
	31.6. tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho?		

Envolvimento da Empresa com a Ação Social⁴⁸

32. Como forma de concretizar sua ação social, a empresa:

Faz doações de produtos e recursos financeiros, cede instalações, mobiliza o trabalho voluntário de seus empregados e/ou desenvolve projetos sociais próprios.	Além de doações e/ou projetos sociais corporativos, cede horas de seus empregados ou equipamentos para atividades ligadas a esses projetos.	Além de apoio material, possui projeto estruturado pelo qual cede suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais para fortalecer os projetos sociais (corporativos ou realizados por terceiros).	Além de apoio material e aporte de competências, envolve as organizações ou lideranças locais no desenho e na implementação dos projetos sociais, e intercede perante outros organismos, públicos ou privados, pela concretização desses projetos.	Não havíamos tratado antes deste assunto. <input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	32.1. utiliza os incentivos fiscais de dedução ou desconto de doações e patrocínios?		
	32.2. divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados?		
	32.3. autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário?		

Comunidade

Informações Adicionais	Sim	Não	
Quanto à governança da ação social, a empresa:			
32.4. possui um conselho ou comitê misto, com membros de diferentes áreas da empresa, ou do grupo empresarial, incluindo membros da sociedade credenciados para tratar da área temática em que atua?			
	2003	2004	2005
32.5. Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios vinculados à condição de funcionário da empresa):			
32.6. Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em produtos e serviços:			
32.7. Do total destinado à ação social, percentual gasto em publicidade:			
32.8. Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em espécie:			
32.9. Do total destinado à ação social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio:			
32.10. Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade externa à empresa:			
32.11. Quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de funcionários:			

NOTAS

⁴⁶ Veja os seguintes manuais do Instituto Ethos: *O Que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza, Segurança Alimentar e Nutricional: a Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade das Iniciativas Locais, Segurança Alimentar: a Contribuição das Entidades Empresariais, O Que As Empresas Podem Fazer Pela Inclusão Digital e Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome*. Todos estão disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

⁴⁷ Investimento social privado é o repasse voluntário de recursos privados, de forma planejada, monitorada e sistemática, para projetos sociais,

ambientais e culturais de interesse público. (Mais informações em www.gife.org.br.)

⁴⁸ Veja os manuais do Instituto Ethos: *Como as Empresas Podem Implementar Programas de Voluntariado e Como as Empresas Podem Participar de Programas de Segurança Alimentar com a Mobilização dos Funcionários*, disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

Governo e Sociedade

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

- Contribuições para Campanhas Políticas
- Construção da Cidadania pelas Empresas
- Práticas Anticorrupção e Propina

LIDERANÇA SOCIAL

- Liderança e Influência Social
- Participação em Projetos Sociais Governamentais

Indicadores Ethos 2005

Princípios do Pacto Global correspondentes

GOVERNO E SOCIEDADE

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

<i>Contribuições para Campanhas Políticas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Construção da Cidadania pelas Empresas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Práticas Anti-corrupção e Propina</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

LIDERANÇA SOCIAL

<i>Liderança e Influência Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Participação em Projetos Sociais Governamentais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Governo e Sociedade

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

Contribuições para Campanhas Políticas⁴⁹

33. Com relação ao financiamento de candidatos a cargos públicos e de partidos políticos, a empresa:

Quando financia, o faz limitando a decisão aos membros da alta direção, dentro dos parâmetros estabelecidos pela legislação.	Quando financia, fundamenta-se em regras e critérios definidos internamente, permitindo ao público interno o acesso às informações sobre a decisão tomada.	A decisão de financiamento ou não financiamento é tomada de forma transparente, permitindo às partes interessadas acesso às informações e requerendo do financiado a respectiva comprovação e registro da doação.	Além do descrito no estágio anterior, promove campanhas de conscientização política, cidadania e importância do voto, envolvendo todos os empregados e outras partes interessadas.	Não havíamos tratado antes deste assunto. Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	Sim	Não
33.1. Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política?		
33.2. A empresa tem norma explícita de não utilização do poder econômico para influenciar contribuições de outras empresas, fornecedores, distribuidores e outros parceiros?		

Construção da Cidadania pelas Empresas

34. Em relação ao seu papel na construção da cidadania, a empresa:

<p>Desenvolve atividades eventuais cujo foco é a educação para a cidadania, principalmente durante o período eleitoral.</p>	<p>Desenvolve periodicamente atividades de educação para a cidadania, permite a livre discussão e troca de informações sobre temas políticos.</p>	<p>Além disso, convida candidatos a cargos públicos para debate com seus funcionários e estabelece parcerias com ONGs que trabalham com o tema.</p>	<p>Assume o papel de formar cidadãos e desenvolve programas de educação para a cidadania também na comunidade de entorno e tem papel de liderança na discussão de temas como participação popular e combate à corrupção em seu município.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais:	Sím	Não
34.1. A empresa estimula que seus empregados exerçam a avaliação e o controle da atuação dos candidatos eleitos ?		

Práticas Anticorrupção e Propina

35. Na relação com autoridades, agentes e fiscais do poder público, em todos os níveis, a empresa:

<p>Procura evitar situações que envolvam favorecimento a agentes do poder público, porém não tem procedimentos formais nem divulgados de controle e punição.</p>	<p>Mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento direto ou indireto de agentes do poder público.</p>	<p>Possui normas escritas sobre o tema, as quais são divulgadas amplamente ao público interno e externo (representantes do poder público com os quais se relaciona), e mantém procedimentos formais de controle, punição e auditoria.</p>	<p>Além de divulgar suas normas interna e externamente e auditar regularmente seu cumprimento, inclui entre elas a obrigatoriedade de se denunciar às autoridades superiores qualquer oferta recebida.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>

Governo e Sociedade

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
LIDERANÇA SOCIAL	35.1. teve seu nome mencionado na imprensa nos últimos cinco anos sob suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina ou a prática de corrupção de agentes públicos?		
	35.2. prevê medidas punitivas aos colaboradores e empregados envolvidos no favorecimento a agentes do poder público?		
	35.3. possui política explícita de não apoio e participação em processos que objetivam a manipulação de editais de concorrência (públicos ou privados)?		

Liderança e Influência Social

36. Buscando exercer sua cidadania por meio de associações e fóruns empresariais, a empresa:

Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos interesses específicos do seu ramo ou setor de negócio.	Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados a questões de interesse público e de responsabilidade social.	Participa ativamente, contribuindo com recursos humanos ou financeiros, de processos de elaboração de propostas de interesse público e de caráter social.	Tem membros de sua alta direção envolvidos na articulação, viabilização e fortalecimento de propostas de caráter social e em diálogo com autoridades públicas visando sua adoção.	Não havíamos tratado antes deste assunto. <input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.) <input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	36.1. patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público?		
	36.2. interage ativamente com instituições de ensino de todos os níveis para a elaboração de propostas para melhoria da qualificação da mão-de-obra do setor em que atua?		
	36.3. estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica?		

Participação em Projetos Sociais Governamentais

37. Em seu envolvimento com as atividades sociais realizadas por entidades governamentais, a empresa:

<p>Contribui apenas com o pagamento de impostos.</p>	<p>Contribui ocasionalmente com o poder público na realização de eventos e atividades pontuais e/ou apóia financeiramente programas e projetos do poder público, em resposta a solicitações das autoridades.</p>	<p>Contribui regularmente com recursos humanos, técnicos ou financeiros para a realização de projetos específicos e localizados, executados por entidades governamentais.</p>	<p>Participa ativamente da elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle e avaliação de políticas públicas de interesse geral.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <hr/> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	37.1. adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a assistência social, a saúde e/ou a infra-estrutura, erradicar o trabalho infantil e/ou o trabalho forçado, incentivar a geração de renda e/ou de emprego, promover segurança alimentar etc.?		
	37.2. patrocina programa público ou privado de bolsa escolar?		
	37.3. articula e coordena parcerias nos programas de que participa?		

NOTAS

⁴⁹ Veja o manual do Instituto Ethos A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Versão 2004, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.

Gabarito

Valores, Transparência e Governança

1. Compromissos Éticos

		S	N	S	N
		1.1	<input type="checkbox"/>	1.5	<input type="checkbox"/>
		1.2	<input type="checkbox"/>	1.6	<input type="checkbox"/>
		1.3	<input type="checkbox"/>	1.7	<input type="checkbox"/>
		1.4	<input type="checkbox"/>	1.8	<input type="checkbox"/>

2. Enraizamento na Cultura Organizacional

		S	N	S	N
		2.1	<input type="checkbox"/>	2.4	<input type="checkbox"/>
		2.2	<input type="checkbox"/>	2.5	<input type="checkbox"/>
		2.3	<input type="checkbox"/>		

3. Governança Corporativa

		S	N	S	N
		3.2	<input type="checkbox"/>	3.5	<input type="checkbox"/>
		3.3	<input type="checkbox"/>	3.6	<input type="checkbox"/>
		3.4	<input type="checkbox"/>	3.7	<input type="checkbox"/>
		3.1	<input type="checkbox"/>		

4. Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)

		S	N	S	N
		4.1	<input type="checkbox"/>	4.4	<input type="checkbox"/>
		4.2	<input type="checkbox"/>	4.5	<input type="checkbox"/>
		4.3	<input type="checkbox"/>		

5. Relações com a Concorrência

		S	N	S	N
		5.1	<input type="checkbox"/>	5.3	<input type="checkbox"/>
		5.2	<input type="checkbox"/>	5.4	<input type="checkbox"/>

6. Balanço Social

		S	N	S	N
		6.3	<input type="checkbox"/>	6.9	<input type="checkbox"/>
		6.4	<input type="checkbox"/>	6.10	<input type="checkbox"/>
		6.5	<input type="checkbox"/>	6.11	<input type="checkbox"/>
		6.6	<input type="checkbox"/>	6.12	<input type="checkbox"/>
		6.7	<input type="checkbox"/>	6.13	<input type="checkbox"/>
		6.8	<input type="checkbox"/>	6.14	<input type="checkbox"/>
		6.15	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	

Público Interno

7. Relações com Sindicatos

		S	N	S	N
		7.1	<input type="checkbox"/>	7.4	<input type="checkbox"/>
		7.2	<input type="checkbox"/>	7.5	<input type="checkbox"/>
		7.3	<input type="checkbox"/>		

8. Gestão Participativa

		S	N	S	N
		8.1	<input type="checkbox"/>	8.3	<input type="checkbox"/>
		8.2	<input type="checkbox"/>		

9. Compromisso com o Futuro das Crianças

		S	N	S	N
		9.1	<input type="checkbox"/>	9.4	<input type="checkbox"/>
		9.2	<input type="checkbox"/>	9.5	<input type="checkbox"/>
		9.3	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
		9.6			

10. Valorização da Diversidade

		S	N	S	N
		10.3	<input type="checkbox"/>	10.8	<input type="checkbox"/>
		10.4	<input type="checkbox"/>	10.9	<input type="checkbox"/>
		10.5	<input type="checkbox"/>	10.10	<input type="checkbox"/>
		10.6	<input type="checkbox"/>	10.11	<input type="checkbox"/>
		10.7	<input type="checkbox"/>	10.12	<input type="checkbox"/>
		2003	2004	2005	
		10.13			
		10.14			
		10.15			
		10.16			
		10.17			
		10.18			
		10.19			
		10.20			
		10.21			
		10.22			

11. Relações com Trabalhadores Terceirizados

		S	N	S	N
		11.1	<input type="checkbox"/>	11.3	<input type="checkbox"/>
		11.2	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
		11.4			

12. Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

		S	N	S	N
		12.3	<input type="checkbox"/>	12.8	<input type="checkbox"/>
		12.4	<input type="checkbox"/>	12.9	<input type="checkbox"/>
		12.5	<input type="checkbox"/>	12.10	<input type="checkbox"/>
		12.6	<input type="checkbox"/>	12.11	<input type="checkbox"/>
		12.7	<input type="checkbox"/>	12.12	<input type="checkbox"/>
		2003	2004	2005	
		12.13			
		12.14			
		12.15			
		12.16			
		12.17			
		12.18			

13. Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

		S	N	S	N
		13.3	<input type="checkbox"/>	13.8	<input type="checkbox"/>
		13.4	<input type="checkbox"/>	13.9	<input type="checkbox"/>
		13.5	<input type="checkbox"/>	13.10	<input type="checkbox"/>
		13.6	<input type="checkbox"/>	13.11	<input type="checkbox"/>
		13.7	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
		13.12			
		13.13			
		13.14			
		13.15			
		13.16			

14. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

		S	N	S	N
		14.1	<input type="checkbox"/>	14.4	<input type="checkbox"/>
		14.2	<input type="checkbox"/>	14.5	<input type="checkbox"/>
		14.3	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
		14.6			
		14.7			
		14.8			

15. Comportamento Frente a Demissões

		S	N	S	N
		15.1	<input type="checkbox"/>	15.5	<input type="checkbox"/>
		15.2	<input type="checkbox"/>	15.6	<input type="checkbox"/>
		15.3	<input type="checkbox"/>	15.7	<input type="checkbox"/>
		15.4	<input type="checkbox"/>		
		2003	2004	2005	
		15.8			
		15.9			
		15.10			
		15.11			
		15.12			

16. Preparação para Aposentadoria

		S	N	S	N
		16.1	<input type="checkbox"/>	16.3	<input type="checkbox"/>
		16.2	<input type="checkbox"/>	16.4	<input type="checkbox"/>
		2003	2004	2005	
		16.5			
		16.6			

Meio Ambiente

17. Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental

		S	N	S	N
		17.1	<input type="checkbox"/>	17.4	<input type="checkbox"/>
		17.2	<input type="checkbox"/>	17.5	<input type="checkbox"/>
		17.3	<input type="checkbox"/>	17.6	<input type="checkbox"/>

Gabarito

18. Educação e Conscientização Ambiental

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		18.1	<input type="checkbox"/>	18.2	<input type="checkbox"/>

19. Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		19.1	<input type="checkbox"/>	19.4	<input type="checkbox"/>
					19.2	<input type="checkbox"/>	19.5	<input type="checkbox"/>
					19.3	<input type="checkbox"/>	19.6	<input type="checkbox"/>
2003		2004		2005				
19.7								
19.8								
19.9								

20. Sustentabilidade da Economia Florestal

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		20.1	<input type="checkbox"/>	20.3	<input type="checkbox"/>
					20.2	<input type="checkbox"/>		
2003		2004		2005				
20.4								
20.5								

21. Minimização de Entradas e Saídas e Materiais

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		21.1	<input type="checkbox"/>	21.4	<input type="checkbox"/>
					21.2	<input type="checkbox"/>	21.5	<input type="checkbox"/>
					21.3	<input type="checkbox"/>	21.6	<input type="checkbox"/>
2003		2004		2005				
21.7								
21.8								
21.9								
21.10								
21.11								
21.12								
21.13								
21.14								
21.15								

Fornecedores

22. Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		22.1	<input type="checkbox"/>	22.5	<input type="checkbox"/>
					22.2	<input type="checkbox"/>	22.6	<input type="checkbox"/>
					22.3	<input type="checkbox"/>	22.7	<input type="checkbox"/>
					22.4	<input type="checkbox"/>	22.8	<input type="checkbox"/>
2003		2004		2005				
22.9								
22.10								

23. Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N		
1	2	3	4		23.1	<input type="checkbox"/>		

24. Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N		
1	2	3	4		24.1	<input type="checkbox"/>		
2003		2004		2005				
24.2								

25. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		25.2	<input type="checkbox"/>	25.5	<input type="checkbox"/>
					S	N	25.6	<input type="checkbox"/>
					25.1	<input type="checkbox"/>	25.7	<input type="checkbox"/>
					25.4	<input type="checkbox"/>		

Consumidores e Clientes

26. Política de Comunicação Comercial

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		26.2	<input type="checkbox"/>	26.5	<input type="checkbox"/>
					S	N	26.6	<input type="checkbox"/>
					26.1	<input type="checkbox"/>	26.7	<input type="checkbox"/>
					26.4	<input type="checkbox"/>		
2003		2004		2005				
26.8								
26.9								

27. Excelência do Atendimento

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		27.1	<input type="checkbox"/>	27.5	<input type="checkbox"/>
					27.2	<input type="checkbox"/>	27.6	<input type="checkbox"/>
					27.3	<input type="checkbox"/>	27.7	<input type="checkbox"/>
					27.4	<input type="checkbox"/>	27.8	<input type="checkbox"/>
2003		2004		2005				
27.9								
27.10								
27.11								
27.12								
27.13								

28. Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		28.3	<input type="checkbox"/>	28.8	<input type="checkbox"/>
					28.4	<input type="checkbox"/>	28.9	<input type="checkbox"/>
					S	N	28.10	<input type="checkbox"/>
					28.1	<input type="checkbox"/>	28.11	<input type="checkbox"/>
					28.2	<input type="checkbox"/>		
					28.5	<input type="checkbox"/>		
					28.6	<input type="checkbox"/>		
					28.7	<input type="checkbox"/>		

Comunidade

29. Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		29.3	<input type="checkbox"/>	29.8	<input type="checkbox"/>
					29.4	<input type="checkbox"/>	29.9	<input type="checkbox"/>
					S	N	29.10	<input type="checkbox"/>
					29.1	<input type="checkbox"/>	29.11	<input type="checkbox"/>
					29.2	<input type="checkbox"/>		
					29.5	<input type="checkbox"/>		
					29.6	<input type="checkbox"/>		
					29.7	<input type="checkbox"/>		

30. Relações com Organizações Locais

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		30.1	<input type="checkbox"/>	30.2	<input type="checkbox"/>

31. Financiamento da Ação Social

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		31.1	<input type="checkbox"/>	31.4	<input type="checkbox"/>
					31.2	<input type="checkbox"/>	31.5	<input type="checkbox"/>
					31.3	<input type="checkbox"/>	31.6	<input type="checkbox"/>

32. Envolvimento da Empresa com a Ação Social

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		32.1	<input type="checkbox"/>	32.3	<input type="checkbox"/>
					32.2	<input type="checkbox"/>	32.4	<input type="checkbox"/>
2003		2004		2005				
32.5								
32.6								
32.7								
32.8								
32.9								
32.10								
32.11								

Governo e Sociedade

33. Contribuições para Campanhas Políticas

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		33.1	<input type="checkbox"/>	33.2	<input type="checkbox"/>

34. Construção da Cidadania pelas Empresas

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N		
1	2	3	4		34.1	<input type="checkbox"/>		

35. Práticas Anticorrupção e Propina

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		35.1	<input type="checkbox"/>	35.3	<input type="checkbox"/>
					35.2	<input type="checkbox"/>		

36. Liderança e Influência Social

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		36.1	<input type="checkbox"/>	36.3	<input type="checkbox"/>
					36.2	<input type="checkbox"/>		

37. Participação em Projetos Sociais Governamentais

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S	N	S	N
1	2	3	4		37.1	<input type="checkbox"/>	37.3	<input type="checkbox"/>
					37.2	<input type="checkbox"/>		

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores em cada Tema

VALORES,
TRANSPARÊNCIA
E GOVERNANÇA

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores em cada Tema

PÚBLICO INTERNO

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores em cada Tema

MEIO AMBIENTE

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

FORNECEDORES

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores em cada Tema

CONSUMIDORES E CLIENTES

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

COMUNIDADE

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores em cada Tema

GOVERNO E SOCIEDADE

Em relação a este tema, o que pode ser feito?

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

Patrocínio


CPFL
ENERGIA


ABRADEE

Chesf
Companhia Saneamento Básico de São Francisco


natura
bem estar bem


PETROBRAS

 **ripasa**

SESIsc

Apoio



THE WILLIAM AND FLORA
HEWLETT FOUNDATION



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.