

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

2004



INSTITUTO
ETHOS



Indicadores Ethos
de Responsabilidade
Social Empresarial
2004

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.

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.

Itaú

No Itaú, o efetivo exercício da responsabilidade social fundamenta-se nos valores estruturantes da própria cultura, que são a base da Governança Corporativa e da Sustentabilidade. Defendemos que estes valores e práticas sejam colocados a serviço da ação social no país. Assim, ao assumir o patrocínio do kit Ferramentas de Gestão, o Itaú busca colaborar com a efetivação de melhores práticas de responsabilidade social, considerando o kit um importante instrumento de aprendizagem e consolidação de conhecimentos.

Mc Donald's

A responsabilidade social faz parte da filosofia do McDonald's desde a sua fundação na década de 50. Além de oferecer produtos e serviços de qualidade, a empresa sempre se preocupou em criar condições para o desenvolvimento das comunidades onde atua. No Brasil não é diferente, por ser um dos maiores empregadores do país (36 mil funcionários), relacionar-se com diversos fornecedores (210, nos quais trabalham mais de 15 mil pessoas) e receber mais de 1,5 milhão de clientes/dia, o McDonald's possui um enorme poder de mobilização sobre a sociedade brasileira. Diante disso, patrocinar o kit de Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, é uma consequência natural do trabalho que o McDonald's vem desenvolvendo no país desde a abertura de seu primeiro restaurante em 1979.

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, ao patrocinar as Ferramentas de Gestão 2004 – Responsabilidade Social Empresarial, realizada pelo Instituto Ethos, reafirma a cada ano o compromisso com uma gestão empresarial responsável. A companhia, reconhecida pela liderança no mercado industrial brasileiro, assume o papel de estimular a atuação das corporações na prática de responsabilidade social empresarial para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável. Em 2004, a Petrobras incorporou em seu planejamento estratégico a missão de atuar de forma rentável e segura, com responsabilidade social e ambiental, para contribuir com o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua, adotando os indicadores do Ibase, Ethos, GRI, Dow Jones, Cebeds e ANP na elaboração do Balanço Social da companhia.

SESI

O SESI é uma instituição que fortalece a indústria. Ao aplicar modernas ferramentas de gestão social, que melhoram a qualidade de vida do trabalhador, contribui para o desenvolvimento de toda sociedade. Com o SESI, as empresas ganham na superação de resultados, crescem de forma sustentada e cumprem seu papel social. Conheça nossos produtos nas áreas de educação, saúde, lazer, consultoria social, farmácia, alimentação e microcrédito. www.sesisc.org.br

INDICADORES ETHOS

de Responsabilidade Social Empresarial

2004

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

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)

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

Revisão 2004

Ana Lucia M. Custódio, Benjamin Sérgio Gonçalves, Carmen Weingrill, Fernanda Ribas, Fernando Pachi, Gláucia Terreo (coordenadora), Homero Santos, Karinna Bidermann Forlenza (captação de patrocínio), Leno F. Silva, Paulo Itacarambi, Renato Moya, Ricardo Young Silva, Tarcila R. Ursini, Tatiana S. de Miranda e Vivian Smith.

Agradecimentos

Adriano Diniz Costa, Alexandre Costa Maia, Alvacelia Serenato, Ana Cláudia M. Pernes, Beat Gruening, Carmen Lúcia Canalli, Cíntia Carla Takada, Cristina Fedato, Daniel Ohnuma, Edson Anzolin, Eliane P. Bordenoski, Ernani Turazzi, Eduardo Manoel Araujo, Fabiana Ikeda, Prof. Francisco Ferreira Cardoso, Giuliana Ortega, Helga J. L. Gouveia, Prof. Hélio Santos, João Teixeira Pires, Joceline Valentin, José Cláudio Rodarte, Prof. Lelio Lauretti, Luiz Macedo, Márcia Valéria Gonçalves Vaz, Maria Helena Santana, Marcos Antônio Massaro, Mônica Florindo, Noel Massinhan Levy, Paulo Durval Branco, Prof. Roberto Galassi do Amaral, Roseane Carneiro, Ros Mari Zenha, Saulo Rozendo, Sérgio Teixeira, Susie C. Pontarolli e Prof. Vanderley John.

Projeto e Produção Gráfica

Planeta Terra Design (Waldemar Zaidler, William Haruo)

Apoio

Fundação Avina e The William and Flora Hewlett Foundation.

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), CPFL Energia, McDonald's, Natura, Petrobras, Sesi-SC e Fundação Itaú Social.

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 2004

Tiragem: 7.000 exemplares



Impresso em papel couché Image Art 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 o logotipo do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Caso tenha alguma dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo link "FALE CONOSCO" no qual será possível identificar a área mais apropriada para atender você.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, conj. 1407

05414-020 - São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nosso site: www.ethos.org.br

APRESENTAÇÃO

Os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**, em sua quinta versão, foram criados como uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão da empresa no que se refere à incorporação de práticas de responsabilidade social empresarial (RSE) ao planejamento de estratégias e ao monitoramento do desempenho geral da empresa. Trata-se de um instrumento de **auto-avaliação e aprendizagem** de uso essencialmente interno.

A empresa interessada em comparar seus resultados com as melhores práticas de RSE deve enviá-los ao Instituto Ethos, que irá processá-los. A pontuação obtida será apresentada no *Relatório de Diagnóstico*, permitindo à empresa compará-la, por meio de tabelas e gráficos, com a do grupo de *benchmarking* (as dez empresas com as melhores notas) e com a média obtida pelo grupo de empresas que responderam ao questionário.

Os dados fornecidos serão tratados com máxima **confidencialidade**¹, tanto quanto os relatórios de diagnóstico elaborados pelo Instituto Ethos, e não serão utilizados para nenhum outro fim. As empresas que julgarem ter atingido o estágio mais elevado em relação a algum dos indicadores serão convidadas a relatar suas práticas ao Instituto Ethos, que as divulgará no *Banco de*

Práticas do site www.ethos.org.br, e por outros meios em que a referência à empresa seja pertinente.

A versão 2004 foi revisada e atualizada com a colaboração de parceiros e representantes de empresas usuárias, os quais nos forneceram uma visão externa ao Instituto Ethos sobre os temas abordados. Além de uma revisão conceitual da versão anterior, abordamos aspectos novos, como governança corporativa, comércio justo, assédio moral e trabalho forçado (ou análogo ao escravo).

Os indicadores quantitativos, apresentados no *Anexo* no final desta publicação, são indicadores de monitoramento interno, que devem ser acompanhados pelos gestores. Encorajamos fortemente as empresas a não apenas levantar os indicadores quantitativos aqui propostos, mas criar novos indicadores para monitorar seu desempenho.

A mobilização de profissionais da empresa para responder os Indicadores Ethos 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.

Apresentação

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.

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. Em 1999, a Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), em parceria com o Instituto Ethos, iniciou a elaboração de indicadores de RSE para seu setor, os quais vêm sendo aperfeiçoados desde então. Iniciativa semelhante ocorreu em 2002, quando a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip) adaptou os Indicadores Ethos para aplicação em panificadoras, e a Associação Brasileira de Restaurantes e Empresas de Entretenimento (Abrasel) fez o mesmo para bares e restaurantes². Em 2003 o Instituto Ethos lançou os **Indicadores Ethos Setoriais de RSE**, focalizando os setores financeiro, de mineração e de papel e celulose. Esses indicadores são **complementares** aos Indicadores Ethos gerais e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e

desafios típicos de seu setor de atuação. O objetivo desses indicadores setoriais é estimular novas parcerias com as empresas e respectivas entidades setoriais interessadas em desenvolver indicadores de responsabilidade social próprios para seu setor.

Este ano estão em desenvolvimento novos indicadores específicos para os setores de transporte de passageiros, o de petróleo e gás e o da construção civil, focalizando-se num primeiro momento as construtoras. Caso sua empresa atue num desses setores, visite a área *Autodiagnóstico Setorial*, na página *Indicadores Ethos* do *website* do Instituto Ethos, para informações detalhadas sobre estes indicadores setoriais.

O desempenho da empresa no questionário setorial será avaliado **em conjunto** com as respostas dadas aos Indicadores Ethos gerais. O resultado será apresentado no *Relatório de Diagnóstico Setorial de RSE*.

Empresas e entidades empresariais dos demais setores que tiverem 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 Responsabilidade Social Empresarial 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 desenvolveram duas publicações: *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas* e *Responsabilidade Social 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 de práticas de RSE. Essas ferramentas estão disponíveis para *download* gratuito em www.ethos.org.br.

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. 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, dispostos no *Anexo*, os quais são de uso interno da empresa e não devem ser enviados ao Instituto Ethos. Além de serem utilizados como suporte na resposta aos Indicadores Ethos de RSE 2004, os indicadores quantitativos também podem ser incorporados ao monitoramento e avaliação da gestão da responsabilidade social empresarial. 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 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 subseqüentes e, juntamente com os indicadores binários, aponta diretrizes para o estabelecimento de metas de aprimoramento dentro do universo de cada tema.

Atenção!

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, o que representa amadurecimento e plena integração da responsabilidade social aos processos de gestão da empresa.

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 essa alternativa, 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 se aplica.

Indicadores Quantitativos

Os indicadores quantitativos devem ser levantados precisamente, pois serão úteis no monitoramento interno da empresa. Esses indicadores, que devem ser aprimorados de acordo com as características da empresa, servem principalmente para acompanhamento pelos gestores. Assim, não são pontuados e **não devem ser enviados ao Instituto Ethos.**

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, no *site* do Instituto Ethos, e baixar o arquivo executável **Indicadores Ethos de RSE — 2004**.

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 e o Pacto Global

Correlação entre os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial e os Princípios do Pacto Global³

O Pacto Global (Global Compact) é um programa da Organização das Nações Unidas que busca mobilizar a comunidade empresarial internacional na promoção de nove princípios fundamentais abordando direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente, 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.

Relações de 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.

Meio Ambiente (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.

A apresentação, em cada um dos sete temas, de um quadro esquemático de correlação entre os Indicadores Ethos e os Princípios do Pacto Global é uma forma de evidenciar a simbiose existente entre o movimento de responsabilidade social empresarial no Brasil e as normas universais estabelecidas pelas Nações Unidas.

Apresentação

Glossário de Conceitos

Na área exclusiva dos Indicadores Ethos no *site* do Instituto Ethos, está também disponível um glossário de conceitos 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 mais informações sobre os Indicadores Ethos, entre em contato com o Instituto Ethos pelo *e-mail*: indicadores@ethos.org.br.

-
- 1 Embora os Indicadores Ethos 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.*
 - 2 Ambas as iniciativas contaram com o apoio do Instituto Souza Cruz e o trabalho da consultoria Fractalís.*
 - 3 Veja também as publicações do Instituto Ethos "Práticas Empresariais de Responsabilidade Social" (dez/2003) e "Diálogo Empresarial sobre os Princípios do Global Compact" (out/2002).*

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Valores, Transparência e Governança	Auto-Regulação da Conduta	Compromissos Éticos 12 Enraizamento na Cultura Organizacional 13 Governança Corporativa 14
	Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com as Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>) 15 Relações com a Concorrência 16 Balanço Social 16
Público Interno	Diálogo e Participação	Relações com Sindicatos 20 Gestão Participativa 20
	Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o Futuro das Crianças 21 Valorização da Diversidade 22
	Trabalho Decente	Política de Remuneração, Benefícios e Carreira 23 Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho 25 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade 26 Comportamento Frente a Demissões 27 Preparação para Aposentadoria 28
Meio Ambiente	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental 32 Educação e Conscientização Ambiental 33
	Gerenciamento do Impacto Ambiental	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços 33 Minimização de Entradas e Saídas de Materiais 34

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Fornecedores	Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	CrITÉrios de Seleção e AvaliaÇão de Fornecedores 38
		Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva 39
		Trabalho Forçado (ou análogo ao escravo) na Cadeia Produtiva 39
		Relações com Trabalhadores Terceirizados 40
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores 40
Consumidores e Clientes	Dimensão Social do Consumo	Política de Comunicação Comercial 44
		Excelência do Atendimento 45
		Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços 46
Comunidade	Relações com a Comunidade Local	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno 50
		Relações com Organizações Locais 51
	Ação Social	Financiamento da Ação Social 52
		Envolvimento da Empresa com a Ação Social 53
Governo e Sociedade	Transparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas 56
		Práticas Anticorrupção e Propina 57
	Liderança Social	Liderança e Influência Social 57
	Participação em Projetos Sociais Governamentais 58	

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 2004	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
<i>Enraizamento na Cultura Organizacional</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Governança Corporativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE									
<i>Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Relações com a Concorrência</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Balanço Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA⁴

Compromissos Éticos

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

Os valores da organização existem de maneira informal e estão pouco incorporados aos processos de trabalho e às atitudes/comportamento das pessoas.	Os valores da organização estão documentados e disseminados e incorporados às atitudes/comportamento das pessoas.	A organização possui um código de ética (em português e adaptado ao contexto local, no caso de multinacionais) e orienta e treina com regularidade seus empregados de todos os níveis hierárquicos para sua adoção.	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.	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
1.1. inclui o respeito aos direitos humanos ⁵ como critério formal em suas decisões de investimento e/ou aquisições?		
1.2. orienta suas operações em concordância com as declarações de princípios da Organização Internacional do Trabalho ⁶ (OIT), com as diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) ⁷ e/ou Princípios do Pacto Global ⁸ e/ou em apoio às Metas do Milênio ⁹ ?		
1.3. 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:		
1.4. contemplam três ou mais das seguintes partes interessadas: empregados, fornecedores, consumidores/clientes, comunidade, governo e acionistas minoritários?		
1.5. proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como corrupção, extorsão, propina e "caixa dois") para obtenção de vantagens comerciais?		
1.6. 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.)?		
1.7. são explícitos quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas?		

continua

Valores, Transparência e Governança

informações adicionais (continuação)	A empresa:	Sim	Não
	1.8. conduz o diálogo no sentido de promover o combate à corrupção e à extorsão e tem estrutura sistêmica para estimular e assegurar a cooperação de todos os seus públicos nesse sentido (empregados, fornecedores, consumidores etc)?		
	1.9. estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados?		

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

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, tanto para os empregados quanto para parceiros externos.	Além de os valores e princípios serem sistematicamente difundidos, sua adoção é avaliada e verificada periodicamente.	Empregados, lideranças da organização e parceiros são motivados a contribuir para o monitoramento da adoção dos valores e princípios éticos da empresa.	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <input type="checkbox"/>

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 360° ou ferramentas similares?		
2.3. A empresa verifica a adequação da atuação de fornecedores a seus valores e princípios?		
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?		

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

Governança Corporativa¹⁰

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

<p>A alta direção tem estrutura e práticas que seguem estritamente a legislação vigente, com estratégias empresariais definidas.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>Além do exposto nos estágios anteriores, a alta direção incorpora critérios de ordem social e ambiental 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.</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 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?		
3.3. utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos?		

Valores, Transparência e Governança

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Diálogo com as Partes Interessadas (*Stakeholders*¹¹)

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>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Estende a discussão aos empregados e interessados diretos, dependendo do tema em questão.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Estabelece mecanismos de diálogo com as diversas partes interessadas nos negócios da empresa e pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados.</p> <p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></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>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
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 ¹² ou similares?		

Valores, Transparência e Governança

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Relações com a Concorrência

5. Quanto às políticas de relacionamento com a concorrência, a empresa:

Segue as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumprindo a legislação.	Discute internamente a postura da empresa perante os concorrentes e busca um posicionamento leal.	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.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4	
				Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
				<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 <i>website</i> , de material institucional, do relatório anual etc.)?		

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Balanco Social¹³

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

Elabora sem regularidade definida relatório com informações sobre suas ações sociais e ambientais.	Elabora um relatório anual, descrevendo suas ações sociais e ambientais e incorporando aspectos quantitativos.	Produz um balanço social facilmente acessível que aborda aspectos sociais, ambientais e econômicos de suas atividades, contendo exclusivamente resultados favoráveis	Produz um balanço social facilmente acessível, elaborado com amplo envolvimento interno e de <i>stakeholders</i> ¹⁴ 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.	Não havíamos tratado antes deste assunto.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4	
				Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)
				<input type="checkbox"/>

Valores, Transparência e Governança

Informações Adicionais		Sim	Não
	6.1. Ao publicar informações sobre aspectos sociais e ambientais de seu desempenho, a empresa inclui dados desfavoráveis e discute pendências?		
	6.2. As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros?		
	6.3. As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros?		
	6.4. 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.)?		
	6.5. A empresa incorpora no balanço social críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas?		
	6.6. 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?		
	6.7. A empresa expõe dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades na internet?		
	6.8. A empresa contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo?		
	6.9. Os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa?		

NOTAS

- 4 *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*
- 5 *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/dpdh/gpdh/ddh_bib_inter_universal.htm.)*
- 6 *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/portugue/region/ampro/brasil/normas_princip_dir.htm).*
- 7 *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/ocde/diretrizes_02.asp)*
- 8 *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.)*
- 9 *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.)*
- 10 *“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.)*
- 11 *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.*
- 12 *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.)*
- 13 *Veja Guia de Elaboração do Balanço Social 2004, disponível para download em www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm.*
- 14 *Veja nota 11.*

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

- Relações com Sindicatos
- Gestão Participativa

RESPEITO AO INDIVÍDUO

- Compromisso com o Futuro das Crianças
- Valorização da Diversidade

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 2004	Princípios do Pacto Global correspondentes								
Público Interno									
DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO									
<i>Relações com Sindicatos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Gestão Participativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RESPEITO AO INDIVÍDUO									
<i>Compromisso com o Futuro das Crianças</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Valorização da Diversidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
TRABALHO DECENTE									
<i>Política de Remuneração, Benefícios e Carreira</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Comportamento Frente a Demissões</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Preparação para Aposentadoria</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

Relações com Sindicatos

7. Quanto à participação de empregados em sindicatos¹⁵ e ao relacionamento com seus representantes, a empresa:

<p>Não exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais.</p> <p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Não exerce pressão e oferece liberdade para a atuação dos sindicatos no local de trabalho.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></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>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
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?		

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

Gestão Participativa

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

<p>Disponibiliza informações sobre a empresa e treina os empregados para que possam compreendê-las e analisá-las.</p> <p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Além disso, disponibiliza informações econômico-financeiras aos empregados.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></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>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>
---	--	--	---	---

Público Interno

Informações Adicionais	Sim	Não
	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?	
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?		
8.3. Possui programa para estimular e reconhecer sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos?		

RESPEITO AO INDIVÍDUO

Compromisso com o Futuro das Crianças¹⁶

9. No tratamento da questão dos direitos da criança e do adolescente¹⁷, a empresa:

Além de respeitar a legislação nacional que proíbe o trabalho antes dos 16 anos (exceto na condição de aprendiz, entre os 14 e 16 anos), discute internamente a importância da educação e as consequências do trabalho infantil.	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).	Além do descrito anteriormente, estende esses projetos para as crianças da comunidade.	Coordena seus projetos com outros realizados na comunidade e atua junto ao poder público em benefício da criança e do adolescente.	<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>
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
9.1. possui políticas explícitas de não-contratação de mão-de-obra infantil em seus contratos com terceiros?		
9.2. discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral)?		
9.3. tem programa específico para contratação de aprendizes ¹⁸ ?		

10. Reconhecendo a obrigação ética das empresas de combater todas as formas de discriminação e de valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza étnica e cultural 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 da denúncia.</p>	<p>Além de possuir normas escritas, oferece 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, oferecer 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?		
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 ²⁰ ?		
10.9. oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos ²¹ ?		

continua

Público Interno

informações adicionais (continuação)

A empresa:	Sim	Não
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?		
A empresa oferece os benefícios abaixo relacionados para empregados homens e mulheres, indiscriminadamente, abrangendo todos os níveis hierárquicos:		
10.12. plano de saúde familiar?		
10.13. auxílio para educação dos filhos ²² ?		
10.14. financiamento para casa própria?		
10.15. creche no local de trabalho ou por rede conveniada?		

TRABALHO DECENTE

Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

11. 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> <p><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

Informações Adicionais

	Sim	Não
11.1. A remuneração variável da empresa representa menos de 20% (vinte por cento) da massa salarial?		
A empresa:		
11.2. 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)?		
11.3. efetuou, nos últimos dois anos, um aumento da proporção entre o menor salário da empresa e o salário mínimo vigente?		
11.4. realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios?		
A empresa oferece aos empregados:		
11.5. auxílio para educação dos filhos?		
11.6. financiamento para casa própria?		
11.7. creche no local de trabalho ou por rede conveniada?		
11.8. plano de saúde familiar?		
11.9. os mesmos benefícios de seus empregados registrados aos colaboradores apenas comissionados?		
O programa de participação nos resultados da empresa, caso o possua:		
11.10. 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:		
11.11. foi estabelecido por meio de negociação com comissão de empregados ou com sindicato e em conformidade com a legislação aplicável?		
11.12. A empresa 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?		

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

<p>Vai além das 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 planos e metas para ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.</p>	<p>Além de ter como meta ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor, 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
12.1. foi certificada pela norma SA8000 ²³ , pela BS 8800 ²⁴ , pela OHSAS 18001 ²⁵ ou por norma equivalente?		
12.2. oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool?		
12.3. oferece programa específico para a saúde da mulher ²⁶ ?		
12.4. oferece programa específico para portadores de HIV?		
12.5. 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?		
12.6. possui normas e processos para combater situações de assédio moral ²⁷ que sejam divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos?		
12.7. promove exercícios físicos no horário de trabalho?		
12.8. promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de <i>call center</i> , caixas etc.)?		
12.9. desenvolve política de equilíbrio trabalho-família?		
12.10. possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos?		

13. 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><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></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. mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos ²⁸ ?		
13.2. possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas?		
13.3. 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?		
13.4. 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?		

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

<p>Procura evitar demissões, analisando e discutindo alternativas de contenção e redução de despesas com os empregados.</p>	<p>Além de discutir alternativas com os empregados, permite acesso às informações que balizaram as decisões tomadas.</p>	<p>Além de discutir alternativas internamente e criar incentivos para demissão voluntária, estabelece indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes) para orientar a definição de prioridades.</p>	<p>Além de discutir alternativas, permitir acesso às informações e estabelecer critérios socioeconômicos para a definição de prioridades, oferece serviços de recolocação e/ou financia a recapacitação e manutenção de benefícios aos trabalhadores demitidos, em todos os níveis hierárquicos.</p>	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></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
14.1. teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões nos últimos três anos?		
14.2. oferece programa de demissão voluntária incentivada?		
14.3. acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimização e melhoria desse indicador?		
14.4. 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?		
14.5. busca parcerias com organizações especializadas para desenvolver programas de capacitação e estímulo ao empreendedorismo ²⁹ ?		

Preparação para Aposentadoria

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

<p>Oferece informações básicas quanto à obtenção da aposentadoria.</p>	<p>Orienta e oferece assessoramento regular quanto a modificações na legislação, alternativas e procedimentos administrativos necessários para a obtenção da aposentadoria.</p>	<p>Desenvolve atividades sistemáticas de orientação (coletiva e individual), aconselhamento e preparação para a aposentadoria, discutindo seus aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.</p>	<p>Além de possuir programa sistemático de preparação interna, oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados.</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.</p> <p><input type="checkbox"/></p>

Informações Adicionais

A empresa:

	Sim	Não
15.1. oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados?		
15.2. envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria?		
15.3. participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos?		
15.4. participa ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos?		

NOTAS

- 15 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.
- 16 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
- 17 Para mais informações sobre os direitos da criança e do adolescente, visite o website da Fundação Abrinq (www.abrinq.org.br)
- 18 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.)
- 19 Veja as publicações do Instituto Ethos Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade 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.
- 20 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.
- 21 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.
- 22 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.
- 23 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.)
- 24 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.)
- 25 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.)
- 26 Veja o manual do Instituto Ethos Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.
- 27 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 aécticas 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)
- 28 Veja o manual do Instituto Ethos O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br
- 29 Para mais informações sobre empreendedorismo, visite os websites da Endeavor (www.endeavor.org.br) e do Sebrae (www.sebrae.com.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
- Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

Indicadores Ethos 2004	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
<i>Educação e Conscientização Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
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
<i>Minimização de Entradas e Saídas de Materiais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Meio Ambiente

RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental

16. 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 de cumprir a legislação, prioriza políticas preventivas e possui área ou comitê responsável pelo meio ambiente.</p>	<p>Trata a questão ambiental como tema transversal e sistêmico 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> <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
16.1. tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa das suas decisões estratégicas?		
16.2. participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade?		
16.3. contribui para a preservação da biodiversidade por meio de projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados?		
16.4. possui política, programa e processos específicos de conservação ambiental para atuar em áreas protegidas ou ambientalmente sensíveis?		
16.5. 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.)?		
16.6. dispõe de processos para mapeamento, análise e ação sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental?		

Educação e Conscientização Ambiental

17. 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. <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
17.1. desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia?		
17.2. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente ³⁰ e a reciclagem de materiais?		

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

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

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

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.	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.	Possui sistemas de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo ampla identificação de riscos, plano de ação, alocação de recursos, treinamento de empregados e auditoria.	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.	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"/>

Meio Ambiente

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	18.1.	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 freqüentes para enfrentar tais situações?	
18.2.	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)?		
18.3.	possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como para a coleta de materiais tóxicos ou a reciclagem pós-consumo?		
18.4.	fornece a seus consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos?		
18.5.	discute com empregados, consumidores e clientes, fornecedores e a comunidade os impactos ambientais causados por seus produtos ou serviços?		
18.6.	a empresa prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental?		

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

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

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.

ESTÁGIO 1

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).

ESTÁGIO 2

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.

ESTÁGIO 3

Está próxima de atingir alto nível de sustentabilidade ambiental por meio de estratégias de reutilização e compensação ambiental que abrangem todo o sistema produtivo.

ESTÁGIO 4

Não havíamos tratado antes deste assunto.

Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

Meio Ambiente

Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não
19.1. possui iniciativas para o uso de fontes de energia renovável?		
19.2. 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:		
19.3. o aumento da eficiência energética?		
19.4. a redução do consumo de água?		
19.5. a redução da geração de resíduos sólidos?		
19.6. a redução da emissão de CO ₂ e outros gases do efeito estufa na atmosfera?		

NOTAS

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

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
- Relações com Trabalhadores Terceirizados
- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Indicadores Ethos 2004	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
<i>Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Relações com Trabalhadores Terceirizados</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

20. 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>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></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>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
20.1. 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?		
20.2. a empresa possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores?		
20.3. discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores, visando o treinamento e adequação deles a seus critérios?		
20.4. estabelece prazo formal para a conformidade de seus fornecedores com seus critérios de responsabilidade social?		
20.5. ao exigir práticas de responsabilidade social de seus fornecedores, realiza visitas de inspeção dessas práticas?		
20.6. 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?		
20.7. adota critérios de compra que considerem a garantia de origem para evitar aquisição de produtos "piratas", falsificados ou frutos de roubo de carga?		

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E
PARCERIA COM FORNECEDORES

Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

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

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.	Além de discutir a questão, possui cláusula específica em seus contratos relativa à proibição do trabalho infantil.	Além de possuir cláusulas específicas em seus contratos que proíbem o trabalho infantil, verifica seu cumprimento.	Articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho infantil em sua cadeia produtiva, incluindo sua proibição nos contratos de seus fornecedores com terceiros.	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
21.1. 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?		

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E
PARCERIA COM FORNECEDORES

Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva³¹

22. 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. <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
22.1. 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?		

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E
PARCERIA COM FORNECEDORES

Relações com Trabalhadores Terceirizados

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

<p>Mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.</p>	<p>Monitora periodicamente o cumprimento dos requisitos estabelecidos, exigindo que sejam feitos ajustes que garantam o correto cumprimento da legislação.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</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
23.1. integra os trabalhadores terceirizados a seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional?		
23.2. possui um número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% (vinte por cento) do total de contratados?		
23.3. possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa?		

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E
PARCERIA COM FORNECEDORES

Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores³²

24. 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 parceiros, disponibilizando informações e promovendo atividades conjuntas de treinamento.</p>	<p>Além de contribuir para a melhoria gerencial dos parceiros, 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>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fornecedores

Informações Adicionais

A empresa:

Sim

Não

24.1.	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.)?		
24.2.	apóia organizações que praticam e promovem o Comércio Justo ³³ ?		
24.3.	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.)?		
24.4.	estimula a formação de redes ou cooperativas de fornecedores, ajudando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento?		
24.5.	tem política de compras que privilegiem fornecedores com certificação socioambiental (como SA8000 ³⁴ , ISO 14000 ³⁵ , FSC ³⁶ , FLO ³⁷ etc.)?		
24.6.	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 escrava, proteção ao meio ambiente, equidade de gênero, transparência, participação e prestação de contas?		
24.7.	possui <i>ombudsman</i> de fornecedores ou função similar para assegurar uma relação de parceria com esse público?		

NOTAS

- 31 Para mais informações sobre trabalho forçado, veja www.ilo.org/public/portugue/region/ampro/brasil/trabalho_forcado/oit/faq/p1.htm.
- 32 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.
- 33 “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.)
- 34 Veja a nota 23
- 35 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.)
- 36 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.)
- 37 FLO (Fair Trade Labelling Organizations) é uma organização internacional de certificação de produtos de comércio justo. Mais informações no website: www.fairtrade.net

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 2004	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
<i>Excelência do Atendimento</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Consumidores e Clientes

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO³⁸

Política de Comunicação Comercial

25. 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 clientes e consumidores 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> <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>ESTÁGIO 5 <input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p>
--	--	---	--	---

Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não
25.1. 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?		
25.2. chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.)?		
25.3. tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco?		
25.4. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores éticos e com a legislação de defesa do consumidor?		
25.5. não se utiliza da demonstração dos defeitos ou deficiências dos produtos ou serviços dos concorrentes para promover seus produtos ou serviços?		
25.6. teve, nos últimos três anos, alguma peça de comunicação que tenha sido objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes?		

continua

Consumidores e Clientes

informações adicionais (continuação)

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor, a empresa:

Sim

Não

25.7. já teve produtos multados pelo não-cumprimento de regulamento referente à informação e rotulagem?

25.8. foi, nos últimos três anos, denunciada ou punida por entidades como Procon, Vigilância Sanitária, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem) etc?

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

Excelência do Atendimento

26. 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.

ESTÁGIO 1

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.

ESTÁGIO 2

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.

ESTÁGIO 3

Atua pró-ativamente 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.

ESTÁGIO 4

Não havíamos tratado antes deste assunto.

Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

Informações Adicionais

	Sim	Não
26.1. A empresa tem um <i>ombudsman</i> do consumidor ou função similar?		
26.2. A empresa 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?		
26.3. A empresa promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor?		
26.4. A empresa treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas?		
26.5. A empresa 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?		
26.6. O serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa?		

continua

Consumidores e Clientes

informações adicionais (continuação)

	Sim	Não
26.7. Ao vender produtos e serviços a empresa utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente?		
26.8. A empresa tem política explícita de não-suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços?		

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

27. Quanto ao conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de seus produtos e serviços³⁹, a empresa:

Realiza esporadicamente estudos e pesquisas técnicas sobre danos potenciais de seus produtos e serviços para os consumidores/clientes.	Realiza estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga tais informações para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas com agilidade.	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.	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>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <input type="checkbox"/>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <input type="checkbox"/>

Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não
27.1. mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços?		
27.2. possui sistemas internos ágeis e capacita sua área de comunicação externa para responder com rapidez e transparência a situações de crise?		
27.3. foi, nos últimos três anos, processada pelo não-cumprimento de regulamentos relacionados à saúde e à segurança do consumidor/cliente?		
27.4. teve, nos últimos cinco anos, produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa?		
27.5. tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados?		

continua

Consumidores e Clientes

informações adicionais (continuação)

A empresa:

Sim

Não

27.6. possui uma política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário?

27.7. informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la?

27.8. solicita apenas informações pessoais relevantes e não além dos objetivos para os quais declara serem necessárias?

27.9. fornece informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele?

27.10. possui uma política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa?

27.11. possui registros de reclamação por desrespeito à privacidade do cliente e os avalia periodicamente?

NOTAS

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

39 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 2004	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
<i>Relações com Organizações Locais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
AÇÃO SOCIAL									
<i>Financiamento da Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Envolvimento da Empresa com a Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Comunidade

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

28. 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>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></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>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></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>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
28.1. reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios?		
28.2. participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções?		
28.3. contribui com melhorias na infra-estrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade (habitações, estradas, pontes, escolas, hospitais etc.)?		
28.4. 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?		
28.5. tem práticas de compras e de investimentos para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade em que está presente?		
28.6. conscientiza e treina seus empregados para respeitarem os valores e tradições da comunidade onde atua?		

continua

Comunidade

informações adicionais (continuação)

Nos últimos três anos, a empresa recebeu reclamações ou manifestações

da comunidade (petições, abaixo-assinados, protestos) pelos motivos listados abaixo:

Sim

Não

28.7. excesso de lixo, geração de mau cheiro, efluentes e outras formas de poluição (sonora, visual etc)?

28.8. excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno?

28.9. interferência em sistemas de comunicação?

28.10. outros motivos?

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Relações com Organizações Locais⁴⁰

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

Conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.

ESTÁGIO 1

Participa da vida associativa local e apóia várias entidades com doações, financiamento e implementação de projetos, divulgando experiências bem-sucedidas.

ESTÁGIO 2

Capacita lideranças envolvidas, mantém parcerias de longo prazo com entidades da comunidade local e participa da elaboração e implantação de projetos conjuntos.

ESTÁGIO 3

Além de parcerias com entidades locais, busca influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de diversas redes a fim de maximizar sua contribuição para o desenvolvimento local.

ESTÁGIO 4

Não havíamos tratado antes deste assunto.

Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

Informações Adicionais

A empresa:

Sim

Não

29.1. faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade?

29.2. realiza na comunidade, em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público?

AÇÃO SOCIAL

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Financiamento da Ação Social

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

<p>Verba variável, administrada arbitrariamente por diretor ou gerente, em resposta a solicitações externas.</p> <p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>Verbas definidas em orçamento anual, geridas com transparência por comitê ou grupo de trabalho, conforme critérios preestabelecidos.</p> <p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>Programa social estruturado ou investimento social privado⁴¹, gerenciado por equipe especializada, com dotação orçamentária estável e com público, metas e estratégias definidos.</p> <p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>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).</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
30.1. inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico?		
30.2. utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social?		
30.3. planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo?		
30.4. otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos?		
30.5. tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho?		

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

<p>Faz doações de produtos e recursos financeiros, cede instalações, mobiliza o trabalho voluntário de seus empregados e/ou desenvolve projetos sociais próprios.</p>	<p>Além de doações e/ou projetos sociais corporativos, cede horas de seus empregados ou equipamentos para atividades ligadas a esses projetos.</p>	<p>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).</p>	<p>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.</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> <hr/> <p><input type="checkbox"/></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
31.1. utiliza os incentivos fiscais de dedução ou desconto de doações e patrocínios?		
31.2. utiliza o incentivo fiscal de 1% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente ⁴³ ?		
31.3. possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras?		
31.4. divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados?		
31.5. autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário?		
Quanto à governança da ação social, a empresa:		
31.6. 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?		

NOTAS

- 40 *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.*
- 41 *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.)*
- 42 *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.*
- 43 *Mais informações sobre conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente no website www.fundabrinq.org.br/index.php?pg=biblioteca.*

Governo e Sociedade

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

- Contribuições para Campanhas Políticas
- Práticas Anticorrupção e Propina

LIDERANÇA SOCIAL

- Liderança e Influência Social
- Participação em Projetos Sociais Governamentais

Indicadores Ethos 2004	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
<i>Práticas Anticorrupção e Propina</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
LIDERANÇA SOCIAL									
<i>Liderança e Influência Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<i>Participação em Projetos Sociais Governamentais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Contribuições para Campanhas Políticas⁴⁴

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

<p>Quando financia, o faz limitando a decisão aos membros da alta direção, dentro dos parâmetros estabelecidos pela legislação.</p>	<p>Quando financia, fundamenta-se em regras e critérios definidos internamente, permitindo ao público interno o acesso às informações sobre a decisão tomada.</p>	<p>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.</p>	<p>Além do descrito no estágio anterior, promove campanhas de conscientização política, cidadania e importância do voto, envolvendo todos os empregados e outras partes interessadas, e estimula e facilita debates com candidatos ou partidos.</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

	Sim	Não
32.1 Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política?		
32.2. A empresa tem norma explícita de não utilização do poder econômico para influenciar contribuições de outras empresas, fornecedores, distribuidores e outros parceiros?		
32.3. A empresa estimula que seus empregados exerçam a avaliação e o controle da atuação dos candidatos que elegeram ?		

Práticas Anticorrupção e Propina

33. 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><input type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></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
33.1. 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?		
33.2. prevê medidas punitivas aos colaboradores e empregados envolvidos no favorecimento a agentes do poder público?		
33.3. possui política explícita de não apoio e participação em processos que objetivam a manipulação de editais de concorrência (públicos ou privados)?		

LIDERANÇA SOCIAL

Liderança e Influência Social

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

<p>Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos interesses específicos do seu ramo ou setor de negócio.</p>	<p>Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados a questões de interesse público e de responsabilidade social.</p>	<p>Participa ativamente, contribuindo com recursos humanos ou financeiros, de processos de elaboração de propostas de interesse público e de caráter social.</p>	<p>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.</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>
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Governo e Sociedade

Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não
34.1. patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público?		
34.2. 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?		
34.3. estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica?		

LIDERANÇA SOCIAL

Participação em Projetos Sociais Governamentais

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

Contribui apenas com o pagamento de impostos.	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.	Contribui regularmente com recursos humanos, técnicos ou financeiros para a realização de projetos específicos e localizados, executados por entidades governamentais.	Participa ativamente da elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle e avaliação de políticas públicas de interesse geral.	<p>Não havíamos tratado antes deste assunto.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)</p> <p><input type="checkbox"/></p>
ESTÁGIO 1 <input checked="" 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
35.1. 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.?		
35.2. patrocina programa público ou privado de bolsa escolar?		
35.3. articula e coordena parcerias nos programas de que participa?		

NOTAS

44 *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
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Enraizamento na Cultura Organizacional

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

3. Governança Corporativa

	S	N
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)

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

5. Relações com a Concorrência

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

6. Balanço Social

	S	N
6.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

7. Relações com Sindicatos

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

8. Gestão Participativa

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

9. Compromisso com o Futuro das Crianças

	S	N
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Valorização da Diversidade

	S	N
10.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.13	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

	S	N
11.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.12	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

	S	N
12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

	S	N
13.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Comportamento Frente a Demissões

	S	N
14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Preparação para Aposentadoria

	S	N
15.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meio Ambiente

16. Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental

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

17. Educação Ambiental

	S	N
17.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gabarito

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

	S	N
18.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Minimização de Entradas e Saídas e Materiais

	S	N
19.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fornecedores

20. Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

	S	N
20.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

	S	N
21.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

	S	N
22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Relações com Trabalhadores Terceirizados

	S	N
23.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

	S	N
24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Consumidores e Clientes

25. Política de Comunicação Comercial

	S	N
25.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Excelência do Atendimento

	S	N
26.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

	S	N
27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comunidade

28. Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

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

29. Relações com Organizações Locais

	S	N
29.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Financiamento da Ação Social

	S	N
30.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Envolvimento da Empresa com a Ação Social

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

Governo e Sociedade

32. Contribuições para Campanhas Políticas

	S	N
32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. Práticas Anticorrupção e Propina

	S	N
33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. Liderança e Influência Social

	S	N
34.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Participação em Projetos Sociais Governamentais

	S	N
35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO

Indicadores Quantitativos

(Para uso interno; não vale ponto)

Os indicadores quantitativos que se seguem são de uso interno da empresa e não serão enviados ao Instituto Ethos. Devem não apenas ser utilizados como suporte na resposta aos Indicadores Ethos de RSE 2004, mas também incorporados ao monitoramento e avaliação da gestão da responsabilidade social empresarial. 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.

REFLITA SOBRE A EVOLUÇÃO DESTES INDICADORES NOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS:

Público Interno

RESPEITO AO INDIVÍDUO

Valorização da Diversidade

10.

Percentual de mulheres em relação ao total de colaboradores

Percentual de mulheres em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais

Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em relação ao total de colaboradores

Percentual de mulheres negras (pretas e pardas) em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais

Percentual de homens negros (pretos e pardos) em relação ao total de colaboradores

Percentual de homens negros (pretos e pardos) em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais

Percentual de colaboradores acima de 45 anos de idade em relação ao número total de colaboradores

Salário médio mensal em cargos gerenciais das mulheres brancas — em reais

Salário médio mensal em cargos gerenciais das mulheres negras (pretas e pardas) — em reais

Salário médio mensal em cargos gerenciais dos homens brancos — em reais

Salário médio mensal em cargos gerenciais dos homens negros (pretos e pardos) — em reais

ANEXO

Público Interno

TRABALHO DECENTE

Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

- 11.** Divisão da maior remuneração pela menor remuneração em espécie paga pela empresa (inclui participação nos resultados e programa de bônus)
- Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente
- Com relação ao programa de participação nos resultados da empresa:**
- Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial
- Percentual de empregados beneficiados
- Com relação ao programa de bonificação da empresa:**
- Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial
- Percentual de empregados beneficiados
- Percentual de ações da empresa em poder dos funcionários

TRABALHO DECENTE

Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

- 12.** Média de horas extras por empregado/ano
- Média de acidentes de trabalho por empregado/ano
- Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço
- 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)
- Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço

TRABALHO DECENTE

Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

- 13.** Percentual de analfabetos na força de trabalho
- Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano
- Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação

TRABALHO DECENTE

Comportamento Frente a Demissões

- 14.** Número de empregados no final do período
- Número total de demissões no período
- Número total de admissões no período
- Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos
- Percentual de reclamações trabalhistas iniciadas por total de demitidos no período

ANEXO

Meio Ambiente

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

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

- 18.** Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental de:
- | |
|-----------------|
| baixa gravidade |
| média gravidade |
| alta gravidade |

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

- 19.** Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)
- | |
|--|
| Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental |
| Consumo anual de energia (em kWh) |
| Consumo anual de combustíveis fósseis: |
| gasolina/diesel (em litros) |
| óleo combustível (em toneladas) |
| gás — GLP/GN (em m ³) |
| Consumo anual de água (em m ³) |
| Volume médio anual de CO ₂ e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (em toneladas) |
| Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.) |

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA
COM FORNECEDORES

CrITÉrios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

- 20.** Percentual do total de fornecedores que receberam visita de inspeção de práticas de responsabilidade social

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA
COM FORNECEDORES

Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

- 21.** Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA
COM FORNECEDORES

Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva

- 22.** Quantidade de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de trabalho forçado

ANEXO

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA
COM FORNECEDORES

Relações com Trabalhadores Terceirizados

- 23.** Percentual de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho

Consumidores/Clientes

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

Política de Comunicação Comercial

- 25.** Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor:
- quantidade de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, Ipem etc.)
 - quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

Excelência do Atendimento

- 26.** Total de ligações atendidas pelo SAC
- Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC
 - Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC
 - Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos)
 - Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ombudsman e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes

Comunidade

AÇÃO SOCIAL

ENVOLVIMENTO DA EMPRESA COM A AÇÃO SOCIAL

- 31.** Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios vinculados à condição de funcionário da empresa)
- Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em produtos e serviços
 - Do total destinado à ação social, percentual correspondente a doações em espécie
 - Do total destinado à ação social, percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio
 - Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade externa à empresa
 - Quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de funcionários

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

Valores,
Transparência
e Governança

Público Interno

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

Meio Ambiente

Fornecedores

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

Consumidores e Clientes

Comunidade

Governo e Sociedade

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

Patrocínio


CPFL
ENERGIA



Fundação Itaú
Itaú Social


natura
bem estar bem




PETROBRAS

SESI

Apoio

AVINA

THE WILLIAM AND FLORA
HEWLETT FOUNDATION



Impresso em papel couché Image Art 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.