

São Paulo, 05 de setembro de 2005.

**REF.: CONSULTA PÚBLICA  
INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS VAREJISTAS**

Prezado(a) Senhor(a):

A FGV-EAESP, por intermédio de seu Centro de Excelência em Varejo (GVcev), e o Instituto Ethos desenvolveram, em parceria, os **Indicadores de Responsabilidade Social nas Empresas Varejistas**.

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial foram criados como uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão no que se refere à incorporação de práticas de responsabilidade social empresarial (RSE), ao planejamento estratégico e ao monitoramento geral da empresa.

Com o objetivo de fornecer às empresas varejistas a possibilidade de um diagnóstico mais preciso e aprofundado, a FGV-EAESP e o Instituto Ethos desenvolveram indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades do setor varejista e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação. Para mais informações sobre os indicadores acesse: [http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/default.asp](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp).

Para tornar o processo de elaboração o mais democrático e construtivo possível, o Centro de Excelência em Varejo da FGV-EAESP e o Instituto Ethos apresentam para **consulta pública** os Indicadores Setoriais para o Varejo.

Este questionário setorial foi desenvolvido a partir dos Indicadores Ethos 2005 e por meio de reuniões com especialistas e profissionais do setor, bem como representantes de empresas e entidades de classe varejista (a relação dos membros do grupo de trabalho está no final do questionário).

Agradecemos sua participação, certos de que ela contribuirá para a gestão socialmente responsável das empresas varejistas.

Atenciosamente,

**Programa FGV-EAESP de Responsabilidade Social no Varejo**  
**GVcev - Centro de Excelência em Varejo da FGV-EAESP**  
[rsnovarejo@fgvsp.br](mailto:rsnovarejo@fgvsp.br) - [www.fgvsp.br/cev](http://www.fgvsp.br/cev)  
Tel.: 55 11 3281-7970/3276  
Fax: 55 11 3262-3674  
Av. 9 de Julho, 2029 - Biblioteca (2º andar)  
01313-902 - São Paulo (SP)

**Núcleo de Ferramentas de Gestão Empresarial Instituto Ethos** de Empresas e Responsabilidade Social  
[indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br) - [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)  
T. 55 11 3897-2431/3897-2443  
F. 55 11 3897-2424  
Rua Francisco Leitão, 469 – 14º andar  
05414-020 – São Paulo (SP)

## **FAQ - Perguntas Frequentes**

### **1- O que são os Indicadores de Responsabilidade Social nas Empresas Varejistas?**

São uma ferramenta de aprendizado e avaliação da gestão em relação às práticas de responsabilidade social empresarial (RSE), ao planejamento estratégico e ao monitoramento geral da empresa varejista.

### **2- Como foram desenvolvidos os Indicadores Setoriais de Varejo?**

Para complementar o Indicador Ethos 2005 (Genérico), foram desenvolvidas questões específicas para o setor varejista.

Por meio de reuniões temáticas com um grupo de trabalho formado por especialistas e profissionais que desenvolvem atividades no campo da responsabilidade social, representantes de empresas varejistas e entidades de classe do varejo, a FGV-EAESP e o Instituto Ethos desenvolveram indicadores específicos, que abrangem dilemas e peculiaridades do setor varejista e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação.

O processo também envolveu um intenso trabalho de pesquisas em publicações diversas, sites e artigos especializados.



### **3- Para que servem os Indicadores Setoriais de Varejo?**

Para realizar um autodiagnóstico e fomentar o processo de reflexão das empresas em relação à temática da responsabilidade social, além de permitir a elaboração de índices de desempenho específicos para o setor varejista.

### **4- O que é a Consulta Pública e por quê?**

É a oportunidade de empresas e entidades varejistas, fornecedores do varejo, acadêmicos e demais profissionais interessados participarem do processo de elaboração dos Indicadores de Responsabilidade Social nas Empresas Varejistas.

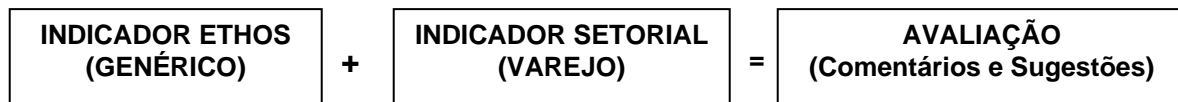
A consulta pública tem como principal objetivo tornar o processo de elaboração dos indicadores uma experiência democrática e construtiva,

proporcionando a participação de outros segmentos da sociedade, além dos que já compõem o grupo de trabalho.

Este é o momento para o envio de comentários e sugestões que podem ser acrescentadas à ferramenta.

## 5- Como participar do processo de Consulta Pública?

Para avaliar o material é necessário levar em consideração que este conjunto de indicadores é complementar aos Indicadores Ethos (genérico) - versão 2005 - o que implica numa análise conjunta dos dois conteúdos.



Desta forma, cada pergunta específica do setor varejista estará inserida em uma questão já existente no indicador genérico.

### Por exemplo:

No INDICADOR SETORIAL DE VAREJO, a pergunta “**O varejista possui acordo com o sindicato ou órgão competente para funcionar além do horário contratual ou aos domingos?**”, que está localizada dentro do **tema** Público Interno e do **subtema** Relação com Sindicatos, deverá ser avaliada em conjunto com a questão 7 dos Indicadores Ethos 2005 (genérico), na página 28.

### Ou seja:

**Tema:** Público Interno

**Subtema:** Relação com Sindicatos

**Pergunta:** O varejista possui acordo com o sindicato ou órgão competente para funcionar além do horário contratual ou aos domingos?

A pergunta 1 do tema Público Interno no INDICADOR SETORIAL DE VAREJO deverá ser avaliada em conjunto com a questão 7, na página 28 dos indicadores Ethos 2005.

## 6- Como enviar comentários e sugestões?

Caso você tenha comentários e sugestões às questões setoriais apresentadas, solicitamos encaminhar **por escrito** ao Centro de Excelência em Varejo ou ao Instituto Ethos.

E-mail para envio dos comentários e sugestões: [rsnovarejo@fgvsp.br](mailto:rsnovarejo@fgvsp.br) e [indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br)

Favor incluir os seguintes dados referentes à sugestão:

- **Tema:**
- **Subtema:**
- **Pergunta:**

Dados do participante

- **Nome completo:**
- **Empresa/Instituição:**
- **Telefone para contato:**

Estes dados são necessários para que todos os participantes sejam incluídos nos créditos do trabalho e permitir o contato em caso de dúvidas.

#### **7- Qual o prazo final para envio de comentários e sugestões?**

O prazo máximo para envio de comentários e sugestões é dia **05 de outubro de 2005**.

#### **8- Quando os Indicadores Setoriais de Varejo estarão prontos para o preenchimento?**

A data prevista para o lançamento dos Indicadores é 24 de novembro de 2005, a partir de quando a ferramenta estará disponível para preenchimento, tanto no site do Centro de Excelência em Varejo ([www.fgvsp.br/cev](http://www.fgvsp.br/cev)) quanto no site do Instituto Ethos ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)) .

Contamos com a sua colaboração.

Participe!

## CONSULTA PÚBLICA

### INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS VAREJISTAS

#### Tema: Valores , Transparência e Governança

##### Subtema: Governança Corporativa (avaliar em conjunto com a questão 3 – página 21 dos Indicadores Ethos 2005)

1. O varejista possui separação clara entre os negócios do proprietário e os da empresa (inclusive em questões relacionadas à responsabilidade social e doações)?

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Não se aplica

##### Subtema: Balanço Social (avaliar em conjunto com a questão 6 – página 24 dos Indicadores Ethos 2005)

2. Os custos de produção e divulgação do balanço social são compatíveis com o valor do investimento social privado dos programas?

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Não se aplica

3. A empresa varejista disponibiliza o balanço social também em seu site?

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Não se aplica

4. A empresa varejista disponibiliza informações do balanço social em linguagem acessível aos seus diversos públicos?

- ( ) Sim
- ( ) Não
- ( ) Não se aplica

## Tema: Público Interno

### Subtema: Relações com Sindicatos (avaliar em conjunto com a questão 7 – página 28 dos Indicadores Ethos 2005)

1. O varejista possui acordo com o sindicato ou órgão competente para funcionar além do horário contratual ou aos domingos?<sup>1</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

2. É feito rodízio dos funcionários que trabalham além do horário contratual ou aos domingos de forma a garantir período de descanso previsto na legislação (semanal e jornadas diárias)?<sup>2</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>1</sup> TRABALHO AOS DOMINGOS - Na forma do Decreto nº 99.467, de 20.08.90, c/c a Lei 605/49, artigo 6º da Lei 10.101, de 19/12/2000 e legislação municipal aplicável, o trabalho aos domingos, rege-se pelas seguintes disposições:

- 1) As empresas somente poderão contar com o trabalho de seus empregados que optarem em fazê-lo, assegurado o cumprimento da legislação vigente referente à jornada de trabalho;
  - 2) trabalho em domingos alternados, ou seja, a um domingo trabalhado segue-se o outro, necessariamente, de concessão do Descanso Semanal Remunerado (DSR), ou seja, de descanso;
  - 3) concessão, nos domingos trabalhados, do vale transporte de ida e volta do empregado, sem nenhum ônus ou desconto para o mesmo;
  - 4) quando a jornada no domingo exceder a 6 (seis) horas será oferecida, nas empresas que dispõem de restaurante, refeição, nas demais empresas, para o mesmo fim, haverá o adiantamento, em pecúnia, de R\$ 10,00 (dez reais), ou concessão de documento-refeição de igual valor, vedado qualquer desconto posterior;
  - 5) o trabalho excedente da jornada diária ensejará hora extra remunerada com adicional de 100%;
  - 6) o pagamento no domingo será remunerado como dia normal de trabalho;
- (Fonte: Sindicato dos Comerciantes de São Paulo - Federação do Comércio do Estado de São Paulo)

Mais informações sobre Trabalho aos Domingos podem ser encontradas em

[www.fecomercio.com.br](http://www.fecomercio.com.br).

<sup>2</sup> COMPENSAÇÃO DE HORÁRIO DE TRABALHO - A compensação da duração diária de trabalho, obedecidos aos preceitos legais, fica autorizada, atendidas as seguintes regras:

- a) manifestação de vontade por escrito, por parte do empregado, assistido o menor pelo seu representante legal, em instrumento individual ou plúrimo, do qual conste o horário normal e o compensável;
- b) não estarão sujeitas ao adicional extraordinário, as horas acrescidas em uns ou outros dias, desde que, compensadas conforme o prazo abaixo;
- c) para efeito da presente Convenção Coletiva de Trabalho, o prazo constante do § 2º do art. 59 da C.L.T., fica ajustado em 180 (cento e oitenta) dias, para compensação de horas extraordinárias, contado da data da prestação de cada hora extra.

(Fonte: Sindicato dos Comerciantes de São Paulo - Federação do Comércio do Estado de São Paulo)

Mais informações sobre Compensação de Horas podem ser encontradas em

[www.fecomercio.com.br](http://www.fecomercio.com.br).

3. O varejista tem histórico de conflitos trabalhistas (ações, paralisação ou greves) no último ano?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Compromisso com o Futuro das Crianças** (avaliar em conjunto com a questão 9 – página 30 dos Indicadores Ethos 2005)

4. O varejista tem alguma ação específica para garantir que os filhos de funcionários estejam freqüentando a escola regularmente?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Valorização da Diversidade** (avaliar em conjunto com a questão 10 – página 31 dos Indicadores Ethos 2005)

5. O varejista mantém programa especial para contratação de idosos?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

6. A empresa varejista está preparada para receber ou contratar portadores de deficiência (como por exemplo, treinamento de funcionários para atendê-los e adaptações nas instalações)?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Política de Remuneração, Benefícios e Carreira** (avaliar em conjunto com a questão 12 – página 34 dos Indicadores Ethos 2005)

7. O varejista concede benefício-alimentação para seus funcionários?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

8. O desconto dos benefícios concedidos ao funcionário é diretamente proporcional ao seu salário (ou seja, o funcionário que recebe mais, tem maior percentual de desconto)?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

9. O varejista prepara seus gestores para avaliar questões complexas (por exemplo, o impacto de questões pessoais e sociais nas atividades cotidianas de seus funcionários)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho** (avaliar em conjunto com a questão 13 – página 36 dos Indicadores Ethos 2005)

10. O varejista fornece calçados e vestimentas adequadas e confortáveis aos seus funcionários para o exercício de suas funções?

- Sim
- Não
- Não se aplica

11. A empresa varejista orienta seus funcionários quanto ao uso de calçados e vestimentas adequadas e confortáveis para o exercício da função?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade** (avaliar em conjunto com a questão 14 – página 38 dos Indicadores Ethos 2005)

12. Além de considerar os aspectos legais em relação à contratação do aprendiz, o varejista oferece treinamento e capacitação necessários para sua empregabilidade?

- Sim
- Não
- Não se aplica

13. A empresa varejista acompanha o aproveitamento dos cursos subsidiados ou bolsas de estudo proporcionados aos seus funcionários?

- Sim
- Não
- Não se aplica

14. O varejista orienta e treina seus empregados para cumprir a legislação relacionada à comercialização responsável de produtos? (por exemplo, não vende cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício, materiais eróticos e pornográficos a menores de 18 anos; vende medicamentos mediante apresentação de receita médica etc.)<sup>3</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

## Tema: Meio Ambiente

### **Subtema: Compromisso da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental** (avaliar em conjunto com a questão 17 – página 44 dos Indicadores Ethos 2005)

1. A empresa varejista segue as normas para poda de árvores que interfiram em sua atividade comercial?<sup>4</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>3</sup> O artigo 81 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) - Lei 8.069, de 13 de julho de 1990 - proíbe a crianças e adolescentes a venda de: armas; munições; explosivos; bebidas alcoólicas; produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica; fogos de artifício; revistas e publicações de conteúdo inadequado e impróprio; bilhetes lotéricos e equivalentes.  
(Fonte: ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária [www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br))

<sup>4</sup> NORMAS PARA PODA E REMOÇÃO DE ÁRVORES - A poda de árvores em vias e logradouros públicos é de responsabilidade da prefeitura municipal. No entanto, se o cidadão constatar que os galhos de uma árvore estão encostados em fios da rede elétrica ou prejudicando semáforos e demais sinalizações de trânsito, deverá informar, pessoalmente ou por telefone a prefeitura e/ou secretaria do meio ambiente. Casos de emergência devem ser comunicados ao Corpo de Bombeiros (Tel. 193).

Para poda de árvores em terrenos de propriedade privada, o cidadão deve obter autorização do órgão público responsável, mediante solicitação por escrito, contendo exposição de motivos e informação sobre a espécie da árvore. A autorização será concedida somente após vistoria do local, efetuada pelos órgãos competentes.

A prefeitura também é responsável pela remoção das árvores que oferecem risco de queda. Caso o cidadão constate que determinada árvore corre perigo de queda, deve informar a prefeitura e/ou secretaria do meio ambiente, por telefone ou pessoalmente.

Para remoção de árvore em propriedade particular, o interessado deverá solicitar a vistoria de engenheiro agrônomo. Deverá ser preenchida a documentação necessária, com indicação da localização da árvore. Se houver risco de segurança, será autorizada a remoção da árvore, com o custeio do proprietário.

(Fonte: Adaptado do Guia de Serviços Públicos da Prefeitura Municipal de São Paulo - [http://portal.prefeitura.sp.gov.br/guia\\_servicos](http://portal.prefeitura.sp.gov.br/guia_servicos)).

2. O varejista busca alternativas de embalagens que causem menor impacto ambiental?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Educação e Conscientização Ambiental (avaliar em conjunto com a questão 18 – página 45 dos Indicadores Ethos 2005)**

3. A empresa varejista conscientiza os funcionários para o uso racional de embalagens?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Na campanha de educação para o consumo consciente, a empresa varejista:**

4. Trata da questão de redução de resíduos (como embalagens desnecessárias, sacolas etc.)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

5. Educa os consumidores para evitar desperdícios, orientando para o uso integral dos produtos adquiridos? (conserto de eletro-eletrônicos, doação de roupas usadas, cartilha de receitas, entre outros)

- Sim
- Não
- Não se aplica

6. Busca formas de incentivar a reciclagem dos produtos e embalagens?

- Sim
- Não
- Não se aplica

7. Orienta o consumidor sobre a importância de selos e informações nos rótulos dos produtos (por exemplo, consumo de energia em eletrodomésticos, símbolos de reciclagem nas embalagens e identificação de origem de produtos orgânicos)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços** (avaliar em conjunto com a questão 19 – página 46 dos Indicadores Ethos 2005)

8. A empresa varejista realiza ou participa de Inventários Ambientais?<sup>5</sup>

- Sim
- Não
- Não se aplica

9. A empresa varejista utiliza embalagens que minimizem o impacto ambiental? (ex: sacolas biodegradáveis ou de tecido em vez de sacos plásticos; utilização de embalagens retornáveis em vez de copos e garrafas plásticas etc.)

- Sim
- Não
- Não se aplica

10. O varejista possui sistema de gestão ambiental que garanta a destinação final adequada para resíduos (tais como: pilhas e baterias, óleo, pneus, lixo hospitalar, entre outros)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

11. A empresa varejista discute com fornecedores parcerias visando o retorno de produtos descartados ao fabricante (como por exemplo, produtos vencidos, pneus usados, pilhas e baterias etc.)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Sustentabilidade da Economia Florestal** (avaliar em conjunto com a questão 20 – página 47 dos Indicadores Ethos 2005)

12. A empresa tem conhecimento da origem da madeira que utiliza? (exemplo aplicável a padarias, marcenarias, restaurantes, pizzarias, lojas de material de construção, lojas de móveis, entre outros)

- Sim
- Não
- Não se aplica

---

<sup>5</sup> Mais informações sobre Inventário Ambiental podem ser encontradas na Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - [www.abit.org.br](http://www.abit.org.br) .

## Tema: Fornecedores

### Subtema: Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores (avaliar em conjunto com a questão 22 – página 52 dos Indicadores Ethos 2005)

1. O varejista inclui nos contratos com fornecedores cláusulas referentes à confidencialidade no tratamento de informações procurando evitar que as mesmas sejam utilizadas indevidamente (por exemplo, passar informações para concorrentes)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

2. O varejista valoriza ou dá preferência a fornecedores que possuam e pratiquem políticas éticas e transparentes na relação com seus concorrentes (por exemplo, não exige exclusividade para fornecimento)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

3. A empresa varejista tem controle dos desperdícios ocorridos na armazenagem e no ponto de venda?

- Sim
- Não
- Não se aplica

4. O varejista procura identificar e prevenir os desperdícios que ocorrem na armazenagem e no ponto de venda?

- Sim
- Não
- Não se aplica

5. A empresa varejista procura desenvolver ações de responsabilidade social em parceria com seus fornecedores?

- Sim
- Não
- Não se aplica

6. A empresa tem normas e procedimentos explícitos sobre recebimento de brindes e vantagens de fornecedores?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva (avaliar em conjunto com a questão 23 – página 53 dos Indicadores Ethos 2005)**

7. O varejista considera ou avalia se os produtos provenientes de programas de recuperação de crianças, adolescentes ou oficinas de portadores de deficiência cumprem a legislação específica (procurando evitar que a relação comercial desvirtue o objetivo central destes programas)?<sup>6</sup>

- Sim
- Não
- Não se aplica

8. No caso de averiguação da existência de exploração de mão-de-obra infantil, o varejista substitui o fornecedor mesmo que a sua proposta seja a mais vantajosa economicamente?

- Sim
- Não
- Não se aplica

9. No caso de averiguação da existência de exploração de mão-de-obra infantil, o varejista denuncia o fornecedor?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Subtema: Trabalho Forçado (ou Análogo) na Cadeia Produtiva (avaliar em conjunto com a questão 24 – página 54 dos Indicadores Ethos 2005)**

10. No caso de averiguação da existência de trabalho forçado, o varejista substitui o fornecedor mesmo que a sua proposta seja a mais vantajosa economicamente?

- Sim
- Não
- Não se aplica

11. No caso de averiguação da existência de trabalho forçado, a empresa varejista denuncia o fornecedor?

- Sim
- Não
- Não se aplica

---

<sup>6</sup> Mais informações sobre a legislação para programas que envolvam crianças, adolescentes e portadores de deficiência podem ser encontradas na Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança - [www.fundabrinq.org.br](http://www.fundabrinq.org.br) e na publicação O que as Empresas podem fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, do Instituto Ethos - [http://www.ethos.org.br/ Uniethos/Documents/manual\\_pessoas\\_deficientes.pdf](http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/manual_pessoas_deficientes.pdf) .

**Subtema: Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores (avaliar em conjunto com a questão 25 – página 55 dos Indicadores Ethos 2005)**

12. O varejista estimula a formalização e a profissionalização de pequenos fornecedores ajudando-os a se adequar aos padrões de mercado?

- Sim
- Não
- Não se aplica

13. A empresa varejista tem parceria com seus fornecedores para atuar com autonomia na solução de problemas dos clientes, proporcionando maior agilidade no atendimento?

- Sim
- Não
- Não se aplica

14. A empresa varejista informa os fornecedores as sugestões de clientes quanto à melhoria de produtos/serviços?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Tema: Consumidores e Clientes**

**Subtema: Política de Comunicação Comercial (avaliar em conjunto com a questão 26 – página 58 dos Indicadores Ethos 2005)**

1. A empresa varejista possui mecanismos que garantam a uniformidade e coerência das informações transmitidas aos consumidores?

- Sim
- Não
- Não se aplica

2. A empresa varejista, no ponto de venda, atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes para tornar mais transparente o relacionamento e mais seguro o uso dos produtos?

- Sim
- Não
- Não se aplica

4. Além de observar as exigências legais, a empresa varejista informa e cumpre, de maneira ética e transparente, o regulamento relativo a ações como promoções, concursos, sorteios ou liquidações?<sup>7</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

5. Cuida para que a exposição de produtos de risco ou produtos destinados a adultos seja feita em local fora do alcance de crianças e adolescentes?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

6. A empresa varejista realiza ajustes e revisões em seus procedimentos com base nas reclamações, processos administrativos e/ou judiciais?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

7. A empresa divulga aos clientes, de maneira clara e transparente, informações sobre juros e/ou outras taxas embutidas em compras feitas a prazo?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Excelência no Atendimento (avaliar em conjunto com a questão 27 – página 59 dos Indicadores Ethos 2005)**

8. A empresa varejista fornece cupom fiscal mesmo sem solicitação expressa do cliente?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

9. O varejista tem procedimentos para que o consumidor/cliente receba retorno sobre as reclamações, solicitações ou sugestões?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>7</sup> A operacionalização, a emissão das autorizações e a fiscalização das atividades relativas à distribuição gratuita de prêmios efetuada mediante sorteios, vales brindes, concursos ou apurações assemelhadas é da competência da Caixa Econômica Federal (CEF).

O pedido de autorização para a distribuição de prêmios deve ser formulado à GENAB - Gerência Nacional de Bingos e Promoções Comerciais, da Caixa Econômica Federal. (Fonte: Secretaria da Receita Federal - [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br)). Mais informações sobre Concursos, Sorteios e Promoções podem ser encontradas na Caixa Econômica Federal - [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br).

10. O varejista procura saber se o consumidor/cliente ficou satisfeito com a resposta e/ou solução dada para a reclamação, solicitação ou sugestão?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

11. A empresa varejista assume sua co-responsabilidade em falhas ou defeitos de produtos/serviços que vende ou utiliza, de modo a agilizar e facilitar o atendimento às demandas dos consumidores?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Quanto à acessibilidade, a empresa:**

12. A empresa possui política para atendimento preferencial (para idosos, gestantes, portadores de deficiência etc.)?<sup>8</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

13. A empresa oferece vagas de estacionamento delimitadas para clientes portadores de deficiência?<sup>9</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>8</sup> As pessoas portadoras de deficiência, os idosos com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, as gestantes, as lactantes e as pessoas acompanhadas por crianças de colo terão atendimento prioritário, de acordo com o artigo 114 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, que estabelece o Estatuto do Idoso.

(Fonte: *Presidência da República - Casa Civil: Subchefia de Assuntos Jurídicos - [www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br).*)

<sup>9</sup> Nas áreas externas ou internas da edificação, destinadas a garagem e a estacionamento de uso público, serão reservados dois por cento do total das vagas à pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida, garantidas no mínimo três, próximas dos acessos de circulação de pedestres, devidamente sinalizadas e com as especificações técnicas de desenho e traçado segundo as normas da ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas.

(Fonte: *Art. 52 da Convenção sobre Reabilitação Profissional e Emprego de Pessoas Deficientes*), disponível no manual O que as Empresas podem fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, publicado pelo Instituto Ethos -

[http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/manual\\_pessoas\\_deficientes.pdf](http://www.ethos.org.br/Uniethos/Documents/manual_pessoas_deficientes.pdf).

14. A empresa varejista oferece acesso e mobilidade dentro da loja para o consumidor/cliente portador de deficiência?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços (avaliar em conjunto com a questão 28 – página 61 dos Indicadores Ethos 2005)**

15. Cuida para que a exposição de produtos de risco, no ponto de venda, seja feita de maneira adequada e segura para o consumidor?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

16. Adota cuidados especiais para manutenção da integridade dos produtos que comercializa (tais como: armazenamento adequado, informações de rotulagem etc.), de modo a não prejudicar os consumidores?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

17. Cooperar efetivamente com as determinações legais e/ou acordos na divulgação/exposição de informações para alertar os consumidores sobre o consumo de produtos que oferecem riscos à saúde?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

18. Proíbe seus funcionários de vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício, materiais eróticos e pornográficos para menores de 18 anos e os conscientiza sobre possíveis danos causados por esse tipo de venda?<sup>10</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>10</sup> O artigo 81 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) - Lei 8.069, de 13 de julho de 1990 - proíbe a crianças e adolescentes a venda de: armas; munições; explosivos; bebidas alcoólicas; produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica; fogos de artifício; revistas e publicações de conteúdo inadequado e impróprio; bilhetes lotéricos e equivalentes. (Fonte: ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária [www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br))

19. Preocupa-se em oferecer condições adequadas de segurança nas instalações e acesso ao seu ponto de venda?

- Sim
- Não
- Não se aplica

20. Responde imediatamente a eventuais pedidos de fabricantes/importadores para retirada de produtos do(s) ponto(s) de venda?

- Sim
- Não
- Não se aplica

21. Comunica imediatamente o fabricante/importador e/ou às autoridades competentes sobre riscos verificados em produto/serviço, de modo a prevenir danos aos consumidores e a terceiros?

- Sim
- Não
- Não se aplica

## **Tema: Comunidade**

**Subtema: Gerenciamento do Impacto da Empresa Política na Comunidade do Entorno** (avaliar em conjunto com a questão 29 – página 64 dos Indicadores Ethos 2005)

1. A empresa varejista incentiva os terceirizados a seguir os seus padrões de relacionamento com a comunidade?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**A empresa varejista respeita a legislação relativa a:**

2. Silêncio (tráfego de veículos, barulho de maquinário, som alto, entre outros)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

3. Carga e descarga de mercadorias?

- Sim
- Não
- Não se aplica

4. Destinação do lixo?

- Sim
- Não
- Não se aplica

5. Utilização de calçadas e espaço público (estacionamento, mesas, propaganda etc.)

- Sim
- Não
- Não se aplica

**Na implantação de uma nova loja, ou na aquisição de uma já existente, a empresa varejista avalia os impactos sobre:**

6. Pequenos comerciantes?

- Sim
- Não
- Não se aplica

7. Acesso ao ponto de venda e geração de tráfego?

- Sim
- Não
- Não se aplica

8. Cultura regional?

- Sim
- Não
- Não se aplica

9. Utilização de infra-estrutura pública (transporte, escolas, segurança etc.)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

10. Geração de emprego para moradores da região?

- Sim
- Não
- Não se aplica

**No fechamento de um ponto de venda, a empresa varejista procura diminuir os efeitos sobre:**

11. Empregados, oferecendo oportunidade de recolocação e capacitação?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

12. Pequenos comerciantes locais, gerando novas oportunidades de negócio?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

13. Pequenos fornecedores, gerando novas oportunidades de negócio?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Envolvimento da Empresa com a Ação Social (avaliar em conjunto com a questão 32 – página 67 dos Indicadores Ethos 2005)**

14. A empresa utiliza-se de membros da comunidade para fazer o planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

15. A empresa realiza capacitação dos funcionários envolvidos na ação social?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

16. A empresa propicia que os membros da comunidade colaborem de maneira voluntária com suas ações sociais?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Tema: Governo e Sociedade**

**Subtema: Construção da Cidadania pelas Empresas (avaliar em conjunto com a questão 34 – página 71 dos Indicadores Ethos 2005)**

1. A empresa varejista promove conscientização política, práticas de cidadania e o voto consciente, envolvendo todos os empregados e outras partes interessadas?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Práticas Anticorrupção e Propina (avaliar em conjunto com a questão 35 – página 71 dos Indicadores Ethos 2005)**

**A empresa varejista possui princípios explícitos sobre:**

2. Recebimento e oferecimento de vantagens para fiscalização?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

3. Procedimentos junto à fiscalização?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

4. Procedimentos junto a órgãos de defesa do consumidor?

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

**Subtema: Participação em Projetos Sociais Governamentais (avaliar em conjunto com a questão 37 – página 73 dos indicadores Ethos 2005)**

5. A empresa promove alguma ação para esclarecer como utilizar o abatimento no imposto de renda e favorecer o Fundo da Criança e Adolescente?<sup>11</sup>

- Sim  
 Não  
 Não se aplica

---

<sup>11</sup> Lei No. 8069, de 13/07/90 – cria o Estatuto da Criança e do Adolescente, permitindo aos contribuintes do Imposto de Renda, em seu artigo 260, declarar o valor das doações efetuadas aos Fundos. Lei No. 8.242, de 12/10/91 – em seu artigo 16, dá nova redação ao artigo 260 da Lei 8069/90. Lei No. 9532, de 10/12/97 – dispõe sobre os novos limites de dedutibilidade dos incentivos fiscais relativos às pessoas jurídicas e físicas a partir do ano-calendário de 1998. Decreto No. 794 de 05/04/93 – estabelece limite de dedução do Imposto de Renda das pessoas jurídicas. Instrução Normativa No. 86, de 26/10/94 – dispõe sobre os procedimentos a serem adotados para gozo dos benefícios fiscais referentes às doações aos Fundos para a Infância e Adolescência. Instrução Normativa No. 25, de 29/04/96 – dispõe sobre as normas de tributação relativas à incidência do Imposto de Renda das pessoas jurídicas.

*(Fonte: Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente de Minas Gerais - Como Transformar Imposto de Renda em Futuro para Crianças e Adolescentes?)*

Mais informações sobre legislação e contribuições para fundos de apoio às crianças e adolescentes podem ser encontradas na Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança - [www.fundabrinq.org.br](http://www.fundabrinq.org.br).

## **INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS VAREJISTAS**

**Realização:** Fundação Getulio Vargas e Instituto Ethos

**Organização:** GVcev - Centro de Excelência em Varejo da FGV-EAESP

**Coordenação Geral:** Prof. Jacques Gelman  
Prof. Juracy Parente

**Coordenação Técnica:** Roberta Cardoso

**Equipe FGV:** Luiz Macedo e Vandrezza Freiria

**Equipe Ethos:** Gláucia Térreo, Paulo Itacarambi, Renato Moya e Ricardo Young

### **ENTIDADES PARCEIRAS**

Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB)

Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL)

Confederação Nacional do Comércio (CNC)

### **GRUPO DE TRABALHO**

<b>NOME</b>	<b>EMPRESA/ENTIDADE</b>
Antonio Carlos Borges	FECOMERCIO-SP - Federação do Comércio do Estado de São Paulo
Alice Gambardella	Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança
Almeri Bolonhezi	Núcleo Arte e Papel
Ana Maria de Marchi	DPaschoal
Andréa Bonhoni	Grupo Pão de Açúcar
Antônio Carlos Dias	CONAR - Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária
Aparecida Kimie U. Sakotani	SodexoPass
Arilton Sousa	Philip Morris Brasil
Aron Belinky	Instituto Akatu pelo Consumo Consciente
Artur Renato B. de Almeida	ASSERT - Associação das Empresas de Refeição e Alimentação Convênio para o Trabalhador
Carlos Eduardo Teixeira	Philip Morris Brasil
Daniel Lins Menucci	ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Edmilson Sena da Silva	COOP - Cooperativa de Consumo
Eleine Souza P. Bélaváry	ABF - Associação Brasileira de Franchising
Eliane Sant'Ana	Doceria Miroane
Elizabeth Tiemi Morita	SierraEnplanta
Fanny Terepins	FGV-EAESP
Fernanda Cruz	Grupo Pão de Açúcar
Flávia Moraes	Philips do Brasil
Geraldo Ramos da Silva	COOP - Cooperativa de Consumo
Gladis Ribeiro	GVces - Centro de Estudos em Sustentabilidade
Jorgete Lemos	ABRH - Associação Brasileira de Recursos Humanos
Juliana Silva	SierraEnplanta
Kilsa Rocha	CDL Recife - Câmara de Dirigentes Lojistas do Recife
Kleber Sérgio Carvalho Silva	CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas
Ligia Santos	ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção
Luciana Lana	ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping Centers
Luiz Gonzaga da Silva Oliveira	FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
Luiz Rossi	GVcets - Centro de Estudos do Terceiro Setor
Mara Sampaio	
Marcia Hirata	Apoena Empreendimentos Sociais
Marcia Vaz	O Boticário
Marco Antônio F. Plata	FENAVEJOR - Federação Nacional dos Vendedores de Jornais e Revistas
Marcos Manea	Fundação Abras
Marinalva F. N de Lima	APAS - Associação Paulista de Supermercados
Maurício Costa Porto	ANAVE - Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados
Nélson Grecov	ABCFARMA - Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico
Paula de Santis	Multibrás S/A Eletrodomésticos
Paulo Sérgio Costa	McDonald's Jundiaí
Priscilla Cabral	Grupo Pão de Açúcar
Ricardo Camargo	ABF - Associação Brasileira de Franchising
Rita Vucinic Teles	SEBRAE-SP - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo

Roberto S. Gonzalez	APIMEC - Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais.
Rogério Amato	ACSP - Associação Comercial de São Paulo REBRAF - Rede Brasileira de Entidades Assistenciais e Filantrópicas
Rosângela Bacima Quilici	Grupo Pão de Açúcar
Rosânia Dela Bruna	APAS - Associação Paulista de Supermercados
Selma do Amaral	Fundação Procon - SP
Sérgio Herz	Camara-e.net - Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico Livraria Cultura
Shirley Shizue M. Osada	GS1 Brasil
Tomas Carmona	Serasa
Valéria Café	Multibrás S/A Eletrodomésticos
Yara Leonel	Serasa