Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

INSTITUTO ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Nota Explicativa

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial são uma ferramenta que tem auxiliado fortemente as empresas no sentido de permitir que incorporem em sua gestão os conceitos e compromissos que assumem em favor do desenvolvimento sustentável.

Com a evolução da discussão e o sólido aumento do comprometimento das empresas com o tema, tornou-se necessário criar um processo de revisão da ferramenta que vise à sinergia com outras iniciativas, e que conte com a participação formal de grupos de *stakeholders* variados, a fim de ampliar os parâmetros já existentes da ferramenta quanto à sua aplicabilidade e comparabilidade.

O projeto de revisão dos Indicadores Ethos tem como objetivo construir, por meio da criação de um espaço *multistakeholder* de troca e aprendizagem, a nova geração dessa ferramenta de gestão, garantindo a sua institucionalização no plano nacional e internacional e fortalecendo seu caráter educacional, por meio da consolidação de sua estrutura temática e metodológica, de modo a potencializar sua utilização como valiosa ferramenta de gestão para o diagnóstico e planejamento das práticas de RSE; seu alinhamento com as principais tendências e iniciativas nacionais e internacionais na gestão da responsabilidade social empresarial; sua integração com as principais ferramentas de gestão, metodologias e iniciativas em RSE e sustentabilidade desenvolvidas pelo Instituto Ethos e organizações parceiras; e, também, pela incorporação do aprendizado resultante da experiência do Programa Latino-Americano de RSE – Plarse.

O desenvolvimento do projeto terá as seguintes diretrizes:

1. Estabelecer uma institucionalização transparente e permanente de gestão dos Indicadores Ethos, por meio de um mecanismo estruturado de governança e funcionamento *multistakeholde*r;

2. Alinhar os Indicadores Ethos às principais tendências e iniciativas nacionais e internacionais na gestão da responsabilidade social empresarial, incorporando os conhecimentos adquiridos por outros projetos do Instituto Ethos e Uniethos (por exemplo, Cadastro Positivo, em parceria

com a CGU, Pacto Empresarial pela Integridade e Combate à Corrupção, Pactos Conexões Sustentáveis, Facilitação dos Indicadores Ethos, Programa Tear, etc);

3. Integrá-los com as principais ferramentas de gestão, metodologias e iniciativas em RSE e sustentabilidade desenvolvidas por outras organizações, dando especial ênfase à Norma ISO 26000, a ser lançada em dezembro de 2010;

4. Aplicar a linguagem da Global Reporting Initiative, de modo a concretizar essa integração;

5. Atualizá-los às mais recentes discussões em responsabilidade social (por exemplo, mudanças climáticas, gestão da cadeia de valor, produtos e serviços sustentáveis, desenvolvimento territorial sustentável, etc), no sentido de sugerir práticas de gestão que tratem dessas questões.

O processo de revisão tem início em 2010; ele foi construído como meio de permitir um maior grau de participação dos diversos *stakeholders* da ferramenta (usuários, empresas associadas, entidades de responsabilidade social, organizações especialistas em temas cobertos pelo questionário, parceiros setoriais, internacionais, etc) e buscará, em termos de conteúdo, potencializar os efeitos e os resultados da abordagem de *stakeholders* para a gestão empresarial, na qual a ferramenta já foi estruturada.

A versão 2012 dos Indicadores Ethos mantém o conteúdo das versões anteriores e está disponível para preenchimento no sistema online em **www.indicadoresrse.org**. Participe.

Indicadores Ethos
de Responsabilidade Social Empresarial

INSTITUTO ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

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

Realização
Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Dr. Fernandes Coelho, 85, 10º. andar – 05423-040 – São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400; Fax: (11) 3897-2424
E-mail: atendimento@ethos.org.br
Visite nosso site: www.ethos.org.br

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)
Instituto Ethos: Valdemar de Oliveira Neto e Vivian Smith
Consultores: José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral e Pact

Coordenação
Ana Lucia de Melo Custodio e Renato Moya

Edição
Benjamin S. Gonçalves

Colaboradores do Instituto Ethos
Gláucia Térreo, Paulo Itacarambi (direção editorial) e Tarcila Reis

Colaboradores Convidados (versão 2007)
Ana Cristina Madeira Nascimento, Ana Paula Caporal, Beatriz Dias, Cid Alledi, Diana Fernandes, Dilma Pimentel, Ivana Lúcia B. Carvalho Rizvi, Juliana Calomeni, Lays Castro, Lívia Frossard, Lucienne Gatti, Luiz Melo, Marcelo Pastor, Márcia Belotti, Márcia Coltro, Maria Eugênia Guimarães, Maria Sulema M. B. Pioli, Maurício Werneck, Mônica Patrício, Rogério Bury R. Negrão, Sérgio Kuroda, Silas Silva e Tanya Rothgiesser.

Captação de Recursos
Luciana Aguiar e Maria Cristina Bumachar

Projeto e Produção Gráfica
Waldemar Zaidler (Planeta Terra Design)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2007. / [coordenação da versão 2007 de Ana Lucia de Melo Custodio e Renato Moya]. – São Paulo: Instituto Ethos, 2007.

Vários colaboradores.
Vários patrocinadores.

1. Administração de Empresas 2. Empresas – Aspectos Sociais 3. Empresas – Responsabilidade social I. Custodio, Ana Lucia de Melo. II. Moya, Renato.

07-4084 CDD-658.408

Índices para catálogo sistemático:
1. Responsabilidade social das empresas: Administração 658.408

São Paulo, julho de 2012

É permitida a reprodução do conteúdo deste manual desde que citada a fonte e com autorização prévia do Instituto Ethos.

Esclarecimentos sobre as atividades do Instituto Ethos

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

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

Apresentação

A responsabilidade social empresarial (RSE) implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a ela, a partir de um relacionamento ético e transparente. Por mais que a implementação dessas práticas ainda seja um desafio para as empresas, muitas delas têm alcançado resultados significativos nesse sentido.

São diversos os exemplos de como tais práticas têm sido incorporadas nos processos de gestão empresarial. Entre eles estão as iniciativas das grandes empresas em estimular suas cadeias de fornecedores e clientes a também considerar os princípios da RSE em sua gestão. A adoção dessas práticas possibilita o controle dos riscos e oportunidades de negócio e permite que não só a empresa mas também sua cadeia de valor possam utilizar estratégias e ferramentas rumo à gestão socialmente responsável.

Com relação às ferramentas de gestão empresarial, uma demanda recorrente das empresas tem sido pelo estabelecimento de comparabilidade entre o que elas vêm diagnosticando, implementando e relatando de um período para outro. Com o aprimoramento dos investimentos e da execução das ações com critérios socioambientais, cada vez mais é necessário acompanhar os resultados para medir até que ponto os esforços da empresa estão atendendo seu objetivo de contribuir com o desenvolvimento sustentável[1].

É com base nesse contexto que apresentamos os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, os quais representam o esforço do Instituto Ethos em oferecer às empresas uma ferramenta que as auxilie no processo de aprofundamento de seu comprometimento com a responsabilidade social e com o desenvolvimento sustentável. Estruturados em forma de questionário, os Indicadores Ethos são um excelente instrumento de conscientização, aprendizado e monitoramento da responsabilidade social empresarial.

Sua disposição em quadros contíguos foi estruturada de forma a auxiliar as empresas também no planejamento de ações, pois eles representam uma escala evolutiva de parâmetros que as organizações podem utilizar como referência ou inspiração para desenvolver suas políticas e ações.

Após preencher o questionário dos Indicadores, as empresas podem enviar suas respostas para o Instituto Ethos, por meio do sistema dos Indicadores Ethos[2]. Os dados serão processados, transformados em pontuação e notas e apresentados no Relatório de Diagnóstico, permitindo a cada empresa compará-los, por meio de tabelas e gráficos, com o grupo de *benchmarking* (as dez empresas com as melhores notas) e com a média do grupo de empresas que responderam ao questionário no mesmo período.

As informações cadastrais da empresa, suas respostas ao questionário e seu relatório de diagnóstico são tratados com máxima confidencialidade[3] pelo Instituto Ethos e só serão disponibilizados para terceiros mediante autorização expressa da própria empresa.

A presente versão dos Indicadores foi desenvolvida preservando a comparabilidade de informações. O conteúdo das perguntas foi mantido em relação à versão anterior, havendo somente adequações de linguagem para facilitar seu entendimento. Espera-se com isso que as empresas possam comparar seu desempenho de um ano para o outro, observando seus avanços, desafios e oportunidades de evolução.

A grande inovação de 2007 foi a adaptação do *software* de preenchimento dos Indicadores Ethos para um sistema *on-line*. Os objetivos dessa adaptação foram os de facilitar a aplicação da ferramenta pelas empresas, otimizar sua manutenção e disponibilizar um sistema por meio do qual as empresas possam incentivar boas práticas de gestão socioambiental entre seus fornecedores e clientes. Outra vantagem dessa adaptação será a de proporcionar que as empresas utilizem suas respostas ao questionário para o estabelecimento de metas e planejamento de ações.

No trabalho de desenvolvimento dos Indicadores, o Instituto Ethos procurou aprimorar os processos de gestão sugeridos às empresas que respondem ao questionário e se prepara para, em breve, iniciar um amplo processo participativo de revisão da ferramenta que priorize, cada vez mais, parâmetros de legitimidade, aplicabilidade e comparabilidade.

O Ethos agradece a colaboração de todos que participaram das reuniões temáticas sobre o conteúdo dos Indicadores e informa que os resultados dessas reuniões serão contemplados nos próximos passos de desenvolvimento da ferramenta.

Uso dos Indicadores Ethos na Gestão de RSE das Cadeias de Valor

O sistema dos Indicadores Ethos permite que as organizações que quiserem acompanhar a gestão da responsabilidade social de seus fornecedores e clientes possam ter acesso às informações enviadas por eles, desde que obtenham seu consentimento.
Por seu lado, os fornecedores e clientes, ao preencher o questionário dos Indicadores Ethos, podem autorizar, via sistema, que as empresas com as quais eles mantêm contrato de fornecimento tenham acesso a seus dados cadastrais, respostas aos Indicadores Ethos e Relatório de Diagnóstico.
Essa iniciativa visa estimular e facilitar os processos de gestão socialmente responsável nas cadeias de valor das empresas já comprometidas com o tema e que esperam ampliar os resultados de suas ações por meio de seus fornecedores e clientes.
O sistema permite apontar prioridades, estabelecer metas e iniciativas conjuntas, facilitar o acompanhamento das ações por meio de avaliações periódicas e possibilitar que a empresa e sua cadeia de valor evoluam juntas a caminho da sustentabilidade.
Se sua empresa tem interesse em desenvolver essa iniciativa, com o apoio do Instituto Ethos, ou quer mais informações sobre ela, entre em contato conosco pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Organização do Questionário

O questionário dos Indicadores Ethos está organizado em sete temas:

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

Cada tema é dividido em um conjunto de indicadores cuja finalidade é explorar em diferentes perspectivas como a empresa pode melhorar seu desempenho naquele aspecto.

Estrutura dos Indicadores

Cada indicador é formado por uma questão de profundidade, questões binárias e questões quantitativas.

Questão de Profundidade (ou Indicador de Profundidade) – Esse tipo de indicador permite avaliar o estágio atual da gestão da empresa em relação a determinada prática. É representado por quatro quadros contíguos que apresentam estágios dessa prática cujo nível de desempenho evolui do primeiro até o quarto estágio, permitindo à empresa situar-se facilmente na escala. Esses quatro estágios têm a seguinte interpretação:

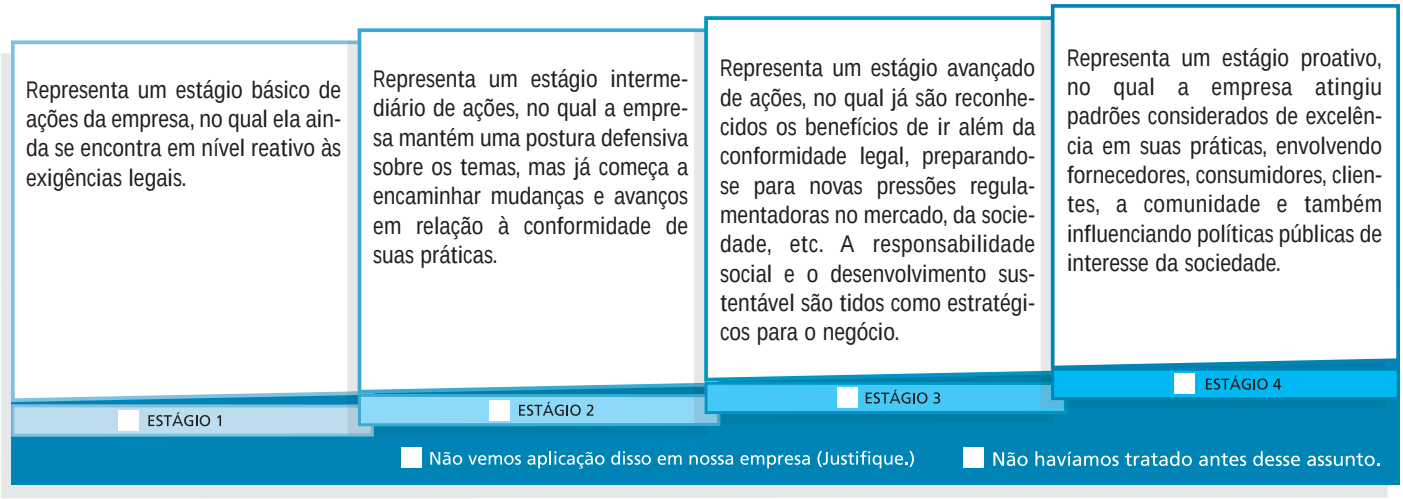
Apenas um dos quatro estágios pode ser escolhido, devendo-se optar por aquele que mais se aproxima da realidade da empresa. Nessa avaliação, é preciso considerar que a escolha de um estágio pressupõe o cumprimento do nível anterior.

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

- Não havíamos tratado antes desse assunto;
- Não vemos aplicação disso em nossa empresa.

Assinalando a segunda opção, a empresa deve apresentar uma justificativa no espaço reservado para comentários. Se a empresa optar por uma dessas alternativas, as questões adicionais correspondentes serão automaticamente consideradas como não aplicáveis.

Questões Binárias (ou Indicadores Binários) – O segundo tipo de indicadores é composto de questões binárias (*sim* ou *não*), que qualificam a resposta escolhida no indicador de profundidade. As questões binárias contêm elementos de validação e aprofundamento do estágio de responsabilidade social identificado pela empresa e ajudam a entender quais práticas devem ser incorporadas à gestão dos negócios.



Esses indicadores devem ser obrigatoriamente preenchidos, exceto nos casos em que o assunto do indicador de profundidade correspondente não foi tratado antes pela empresa ou não é aplicável à sua realidade.

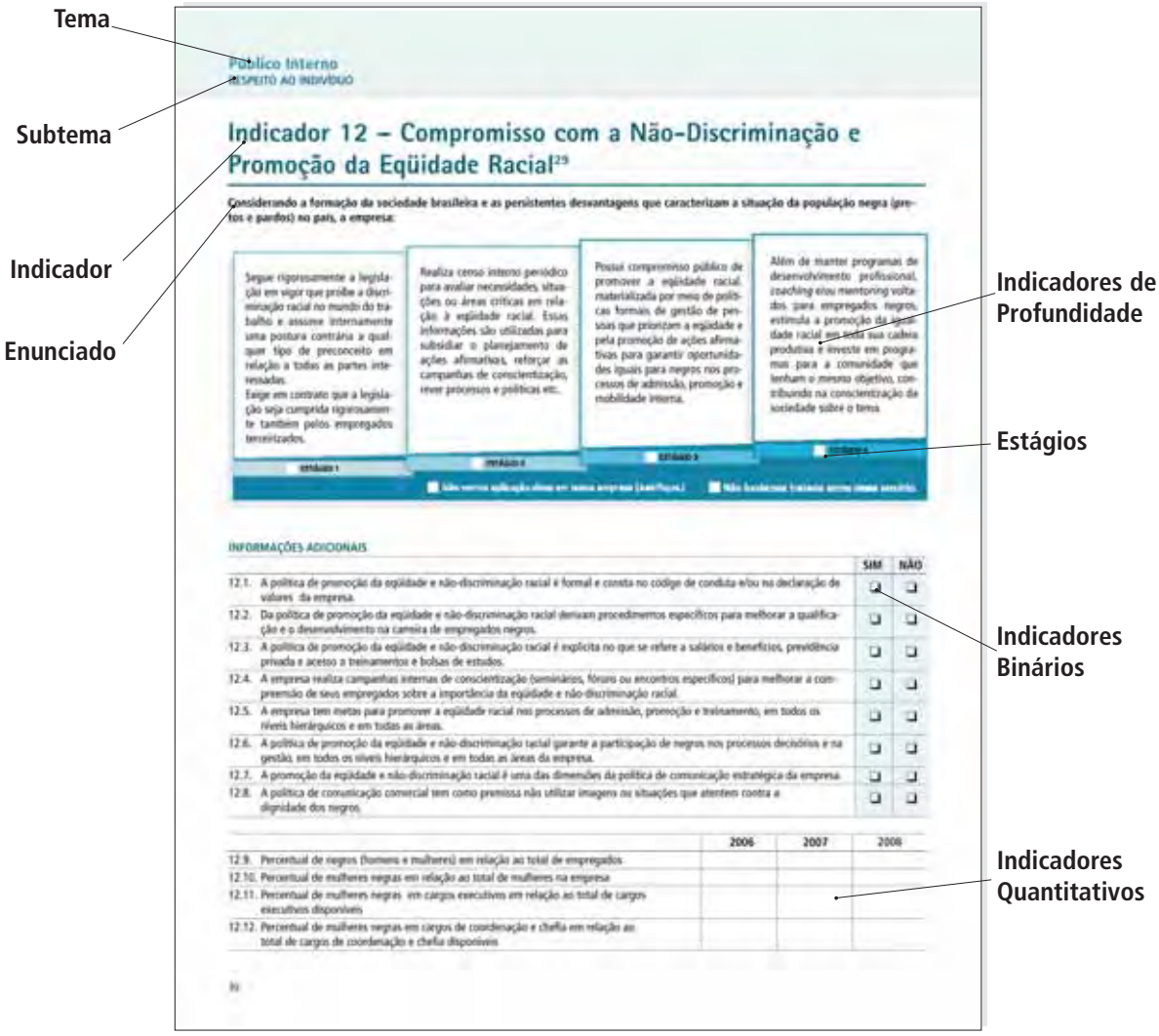
Questões Quantitativas (ou Indicadores Quantitativos) –

O terceiro tipo de indicadores propõe o levantamento sistemático de determinados dados, que podem ser avaliados segundo séries anuais e cruzados com outros. Nem todos os indicadores apresentam dados quantitativos. No entanto, os que existem devem ser levantados precisamente, pois serão úteis, principalmente no monitoramento interno da empresa.

A ausência de dados quantitativos não influencia o desempenho final da empresa em seu Relatório de Diagnóstico. Entretanto, ressaltamos que o monitoramento desses números contribuirá muito para a consistência do planejamento das melhorias propostas por meio dos Indicadores Ethos.

A estrutura do questionário permite que a empresa planeje o modo de fortalecer seu compromisso com a responsabilidade social. A disposição em escala dos indicadores de profundidade fornece parâmetros para os passos subseqüentes e, juntamente com os indicadores binários e quantitativos, aponta diretrizes para o estabelecimento de metas de aprimoramento dentro do universo de cada tema.

ESTRUTURA DO QUESTIONÁRIO



Glossário de Conceitos e Definições

Está disponível, no final da publicação (e no sistema dos Indicadores Ethos, em www.ethos.org.br), um glossário de conceitos e definições com o objetivo de esclarecer os termos mais relevantes para a compreensão das questões apresentadas em cada indicador, facilitando assim o preenchimento do questionário.

Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas

Visando incentivar e contribuir para que a RSE seja incorporada pelo universo das micro e pequenas empresas, o Instituto Ethos e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) desenvolveram em 2003 duas publicações: 1) *Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas* e 2) *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo*.

Em 2006, o conteúdo da primeira ferramenta foi revisto, dando origem à publicação *Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas* [4], que desde então está disponível para preenchimento no sistema dos Indicadores Ethos, em www.ethos.org.br. Por meio desse sistema, as micro e pequenas empresas podem enviar seus dados para o Instituto Ethos e receber seu relatório personalizado, num processo semelhante ao dos Indicadores Ethos.

Indicadores Ethos Setoriais

Com o objetivo de fornecer às empresas a possibilidade de um autodiagnóstico mais preciso e aprofundado, o Instituto Ethos vem desenvolvendo desde 1999 indicadores específicos para abranger dilemas e peculiaridades de cada setor empresarial. Esses questionários são complementares aos Indicadores Ethos de RSE gerais e possibilitam à empresa avaliar as oportunidades e desafios típicos de seu setor de atuação. Para maior legitimidade e engajamento das empresas nesse trabalho, o Instituto Ethos procura realizá-lo em parceria com entidades que representam nacionalmente as empresas do setor.

Os setores já contemplados com indicadores próprios são: o de distribuição de energia elétrica, desde 1999; o de panificação e o de restaurantes e bares, desde 2002; o financeiro, o de mineração e o de papel e celulose, desde 2003; o de transporte de passageiros terrestres, o de petróleo e gás, o da construção civil e o do varejo, desde 2005[5].

Os sete questionários desenvolvidos a partir de 2003 estão disponíveis para preenchimento por meio do sistema dos Indicadores Ethos. Se sua empresa fizer parte de um dos setores contemplados, as questões pertinentes a ele estarão disponíveis para preenchimento em seu questionário como indicadores binários. Para isso, basta preencher normalmente o cadastro do sistema que, ao informar seu setor de atuação, o questionário setorial já será incorporado.

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

Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E)

Os especialistas são unânimes em afirmar que os primeiros anos de vida da criança são fundamentais – e não apenas para ela, mas para toda a sociedade. É preciso, portanto, protegê-la desde sua formação e desenvolvimento, garantindo a ela cuidado e afeto, bem como o direito de brincar e a participação dos pais e da família em sua vida.

Sensíveis a essa questão, o Instituto Ethos e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) criaram o Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E), que pretende levar para as empresas formas concretas de colaborar para o desenvolvimento dos filhos de seus empregados, contribuindo assim para que sejam alcançados os

Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). O conteúdo do IDI-E e seu monitoramento irão orientar as empresas na criação de políticas e programas dirigidos ao desenvolvimento infantil, aferir os resultados na vida das crianças e identificar boas práticas e lições que sejam úteis para todas as organizações.

Ao responder integralmente as questões quantitativas referentes ao último ano do Indicador 10 – Compromisso com o Desenvolvimento Infantil – sua empresa levantará as informações necessárias para o cálculo do índice. O IDI-E da sua empresa será informado juntamente com o relatório de desempenho dos Indicadores Ethos e será considerado de acordo com três diferentes contextos: o dos empregados em regime CLT de contratação, o dos empregados terceirizados e o dos empregados autônomos ou comissionados.

Para entender melhor seu desempenho em relação a essa questão, sugerimos que o IDI-E de sua empresa seja comparado com o Índice de Desenvolvimento Infantil (IDI) do município em que ela está localizada. Sugerimos também a consulta às publicações do Unicef sobre a situação da infância brasileira em www.unicef.org.br.

Instruções para Preenchimento dos Indicadores

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

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

Para essa fase de preenchimento, recomendam-se as seguintes premissas:

- 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 e níveis da empresa. Quanto mais pessoas estiverem envolvidas no processo de preenchimento e quanto mais diversificados forem os níveis hierárquicos e os departamentos aos quais elas pertençam, maior será a representatividade das respostas e mais profunda a reflexão interna, garantindo um melhor autodiagnóstico.
- É muito importante que a direção da empresa acompanhe o processo e conheça os resultados.

A operacionalização do preenchimento poderá seguir as indicações do quadro na página ao lado.

Cada empresa desenvolve seu próprio modo de preenchimento e muitas optam por contratar profissionais externos para auxiliá-las nesse trabalho. A forma como o Instituto Ethos procura ajudar as empresas é por meio de programas de capacitação para profissionais da própria empresa.

Sugestão de processo de aplicação dos Indicadores Ethos de RSE

1. Definição do(s) facilitador(es) interno(s) e externo(s) do processo[6].
2. 2. Capacitação do(s) facilitador(es) interno(s) e externo(s) sobre os Indicadores Ethos[7].
3. Evento de conscientização geral, durante o qual a empresa pode esclarecer as principais partes interessadas sobre a razão para o preenchimento dos Indicadores Ethos e engajá-las no processo.
4. Estabelecimento de comitês internos por tema, destaque de lideranças formais e informais, definição da agenda de trabalho etc.
5. Reuniões de discussão por tema e preenchimento dos indicadores.
6. Reunião final de consolidação dos temas e identificação de fatores críticos de sucesso.
7. Envio dos dados ao Instituto Ethos e autorização de acesso, por meio do sistema dos Indicadores Ethos.
8. Obtenção do respectivo Relatório de Diagnóstico, também pelo sistema dos Indicadores Ethos.
9. Avaliação e apresentação do relatório para os envolvidos, identificando os pontos fortes e fracos e definindo as prioridades.
10. Planejamento e definição das metas com relação às informações levantadas.
11. Implementação das ações estabelecidas como prioridades.
12. Avaliação das ações implementadas, elaboração de balanço social e reinício do processo.

Programa do UniEthos para Implementação dos Indicadores Ethos

O UniEthos - Educação para a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável é uma instituição sem fins lucrativos, fundada por iniciativa do Instituto Ethos e voltada para pesquisa, produção de conhecimento, instrumentalização e capacitação para o meio empresarial e acadêmico nos temas da responsabilidade social empresarial e do desenvolvimento sustentável.

Uma das soluções educacionais desenvolvidas pelo UniEthos é o *Programa de Facilitação para Implementação dos Indicadores Ethos*. Seu objetivo é capacitar os empregados da empresa para a implementação dos Indicadores Ethos por meio da facilitação do processo de preenchimento da ferramenta. Foi a partir desse programa que se desenvolveu o processo de preenchimento apresentado no quadro anterior.

Para mais informações sobre este e outros programas do UniEthos, acesse www.uniethos.org.br.

Relatórios Consolidados

Os relatórios consolidados de versões anteriores, com notas gerais por tema, porte, região etc., estão disponíveis para consulta no sistema dos Indicadores Ethos, em www.ethos.org.br.

Correlações com Ferramentas e Iniciativas Relevantes

Mostrar a correlação dos Indicadores Ethos com iniciativas relevantes, como o Pacto Global, os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, as Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI) e a norma SA8000, tem o principal objetivo de facilitar aos gestores a utilização integrada das sinergias existentes.

Para exemplificar, podemos citar o trabalho infantil, tema que, por sua magnitude, está presente em quase todas as iniciativas desse tipo. Esse tema se insere em várias questões dos Indicadores Ethos. Ao refletir e responder a elas,

criando processos ou políticas internas sobre o tema, a empresa estará dando passos importantes para o atendimento do requisito 1 da norma SA8000 e da diretriz HR6 das Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade da GRI.

As correlações são reveladas à empresa, de acordo com suas respostas, no momento em que ela recebe o Relatório de Diagnóstico, e são objeto de estudo constante da equipe dos Indicadores Ethos. Esperamos que esses estudos possam indicar caminhos seguros para a empresa trilhar em direção a uma gestão que contribua de fato para o desenvolvimento sustentável, gerenciando eficazmente os riscos inerentes ao negócio, bem como as oportunidades que surgirem.

A SA8000 é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho. Abrange os principais direitos dos trabalhadores – saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação e garantias contra trabalho infantil, trabalho forçado e discriminação – e certifica seu cumprimento por meio de auditorias independentes. A norma segue o padrão ISO, o que facilita sua implantação por empresas que já conhecem esse sistema.

O exemplo indica a parte do Relatório de Diagnóstico em que estão as correlações dos Indicadores Ethos com os requisitos da norma SA8000.

Comparativo – Norma SA8000		
1. Com relação à adoção e abrangência de valores e princípios éticos:	Os valores e princípios da organização existem em documento formal, que conta com processo de difusão sistemático, com foco no público interno, sob responsabilidade de pessoa ou área responsável.	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.1	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.2	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.3	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.4	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.5	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.18	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.21	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.22	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000
1.23	Sim	Atende aos requisitos 1, 2, 5, 6 e 9 da norma SA 8000

Contate-nos

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

NOTAS

1 *De acordo com o Relatório Brundtland* (www.brundtland-net.com/brundtlandreport.htm), *"desenvolvimento sustentável é aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades". Esse conceito alerta para o cuidado com a exploração irracional dos recursos naturais, com os direitos humanos, com o resgate da cidadania e com o acesso ao consumo de bens e serviços.*

2 *O sistema dos Indicadores Ethos de RSE está disponível em www.ethos.org.br.*

3 *O Instituto Ethos não utiliza os dados recebidos das empresas para nenhum tipo de premiação ou confecção de* ranking.

4 *As publicações* Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas 2003, Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas - Passo a Passo *e* Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas *estão disponíveis em www.ethos.org.br.*

5 *Os questionários referentes aos Indicadores Ethos Setoriais estão disponíveis em www.ethos.org.br.*

6 *Entende-se como facilitador interno como a pessoa da empresa que no momento esteja mais relacionada com o tema e tenha uma visão integrada das áreas e facilidade para coletar e sistematizar dados e interpretá-los para uso na gestão estratégica da empresa. O Instituto Ethos aconselha que o processo envolva participantes externos apenas para legitimar a reflexão propiciada pelos Indicadores Ethos de RSE. Sugerimos como participantes externos os principais* stakeholders *da empresa, que devem ser envolvidos principalmente nos temas em que são mais impactados.*

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

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

Compromissos Éticos 16
Enraizamento na Cultura Organizacional 17
Governança Corporativa 17

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Relações com a Concorrência 18
Diálogo e Engajamento das Partes Interessadas (*Stakeholders*) 19
Balanço Social 20

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

Relações com Sindicatos 24
Gestão Participativa 24

RESPEITO AO INDIVÍDUO

Compromisso com o Futuro das Crianças 25
Compromisso com o Desenvolvimento Infantil 26
Valorização da Diversidade 28
Compromisso com a Não-Discriminação e Promoção da Eqüidade Racial 30
Compromisso com a Promoção da Eqüidade de Gênero 31
Relações com Trabalhadores Terceirizados 33

TRABALHO DECENTE

Política de Remuneração, Benefícios e Carreira 34
Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho 35
Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade 36
Comportamento nas Demissões 37
Preparação para a Aposentadoria 38

Meio Ambiente

RESPONSABILIDADE COM AS GERAÇÕES FUTURAS

Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental 42
Educação e Conscientização Ambiental 42

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL
Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços 43
Sustentabilidade da Economia Florestal 44
Minimização de Entradas e Saídas de Materiais 44

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES
Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores 48
Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva 49
Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva 49
Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores 50

Consumidores e Clientes

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO
Política de Comunicação Comercial 54
Excelência do Atendimento 55
Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços 56

Comunidade

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL
Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno 60
Relações com Organizações Locais 61

AÇÃO SOCIAL
Financiamento da Ação Social 61
Envolvimento com a Ação Social 62

Governo e Sociedade

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA
Contribuições para Campanhas Políticas 66
Construção da Cidadania pelas Empresas 66
Práticas Anticorrupção e Antipropina 67

LIDERANÇA SOCIAL
Liderança e Influência Social 67
Participação em Projetos Sociais Governamentais 68

Anotações sobre os Indicadores Ethos 69
Glossário de RSE para as Ferramentas de Gestão 70

Valores, Transparência e Governança

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

Indicador 1 — Compromissos Éticos

Indicador 2 — Enraizamento na Cultura Organizacional

Indicador 3 — Governança Corporativa

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Indicador 4 — Relações com a Concorrência

Indicador 5 — Diálogo e Engajamento ds Partes Interessadas (*Stakeholders*)

Indicador 6 — Balanço Social

Indicador 1 — Compromissos Éticos

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Os valores da organização estão formalizados em uma carta de princípios, mas pouco incorporados aos processos de trabalho e às atitudes/comportamento das pessoas.	Os valores e princípios da organização existem em documento formal, que conta com processo de difusão sistemático, com foco no público interno, sob responsabilidade de pessoa ou área responsável.	A organização possui um código de conduta (em português e adaptado ao contexto local, no caso de multinacionais) e mantém um programa de orientação e treinamento para os empregados de todos os níveis hierárquicos a fim de garantir que seus valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes/comportamento das pessoas. Tais ações estão formalmente a cargo de uma pessoa ou área responsável.	Além disso, o código de conduta da organização prevê a participação das principais partes interessadas em sua revisão e é submetido a controle e auditoria periódicos. A responsabilidade dessas ações está formalmente a cargo de uma equipe multidisciplinar.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:		**SIM**	**NÃO**
1.1.	expõe publicamente seus compromissos éticos por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira adequada às suas partes interessadas.	❑	❑
O código de conduta e/ou a declaração de valores da organização			
1.2.	contemplam as seguintes partes interessadas: empregados, fornecedores, meio ambiente, consumidores/clientes, comunidade, governo e acionistas minoritários.	❑	❑
1.3.	proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como suborno, corrupção, extorsão, propina e caixa dois) para obtenção de vantagens comerciais.	❑	❑
1.4.	são explícitos quanto ao compromisso de ética na gestão das informações privilegiadas ou de caráter privado obtidas durante os processos da empresa em sua interação com seus diversos públicos (clientes, empregados, fornecedores etc.).	❑	❑
1.5.	são explícitos quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas.	❑	❑
O código de conduta e/ou a declaração de valores da organização cobrem assuntos como:			
1.6.	cumprimento das leis e pagamento de tributos;	❑	❑
1.7.	concussão, pagamentos ou recebimentos questionáveis;	❑	❑
1.8.	regras explícitas no relacionamento com agentes públicos;	❑	❑
1.9.	conflito de interesses;	❑	❑
1.10.	doações;	❑	❑
1.11.	corrupção ativa e passiva;	❑	❑
1.12.	improbidade administrativa;	❑	❑
1.13.	fraude em concorrência pública;	❑	❑
1.14.	limites das atividades e contribuições políticas;	❑	❑
1.15.	relações com a comunidade;	❑	❑
1.16.	nepotismo;	❑	❑
1.17.	prevenção e tratamento de fraudes.	❑	❑

A empresa:		SIM	NÃO
1.18.	possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecido(s) internamente.	❑	❑
1.19.	possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecido(s) externamente.	❑	❑
1.20.	estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados.	❑	❑
1.21.	vincula expressamente a atuação das assessorias jurídica e contábil ao código de conduta/declaração de princípios.	❑	❑
1.22.	além de atender toda a legislação em vigor para seu exercício e estar em dia com todos os tributos, tem procedimentos para que todos os seus empregados conheçam as leis a que estão submetidos, tanto as que se referem às atividades profissionais quanto as que os beneficiam, para que possam cumpri-las integralmente.	❑	❑

Indicador 2 — Enraizamento na Cultura Organizacional

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Os valores e princípios são transmitidos ao público interno esporadicamente ou em momentos específicos (como na contratação de empregados ou em processos de auditoria).	Há processos sistemáticos de difusão dos valores e princípios para o público interno.	Além disso, a adoção desses valores e princípios é auditada e verificada periodicamente[9] e os empregados são estimulados a contribuir com o monitoramento do processo.	Além disso, todos os parceiros externos são estimulados a replicar esse processo na cadeia produtiva.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

		SIM	NÃO
2.1.	Questões éticas são abordadas em pesquisas de clima organizacional, por avaliação 360 graus ou ferramentas similares.	❑	❑
2.2.	Os empregados da empresa demonstram familiaridade no seu dia-a-dia com os temas e pressupostos contemplados no código de conduta, aplicando-os espontaneamente.	❑	❑
2.3.	A estrutura organizacional desenvolveu procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito ao seu código de conduta ou à sua declaração de valores.	❑	❑

Indicador 3 — Governança Corporativa[10]

Com relação à estrutura organizacional e práticas de governança corporativa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Além de atuar de acordo com a legislação em vigor, a empresa dispõe de um conselho de administração, conselho consultivo ou estrutura similar e suas demonstrações financeiras são auditadas por auditoria externa independente.	Seu conselho de administração, conselho consultivo ou estrutura similar tem compromissos, políticas explícitas e mecanismos formais que garantem a integridade dos relatórios financeiros, priorizando a transparência nas prestações de contas e outras informações.	Além disso, a empresa tem políticas explícitas para promover tratamento adequado ao direito de voto e tratamento justo e eqüitativo aos sócios, com resultados monitorados e avaliados periodicamente.	Além do exposto nos estágios anteriores, a alta administração (conselho e diretores) incorpora critérios de ordem socioambiental na definição e gestão do negócio e tem como norma ouvir, avaliar e considerar as preocupações, críticas e sugestões das partes interessadas em assuntos que as envolvam.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

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 um conselho de administração ou consultivo e uma auditoria externa independente, 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; e 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.	para nomear membros do conselho de administração ou consultivo, leva em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e riscos ambientais e sociais, e monitorar a atuação dos gestores (diretoria).	❑	❑
3.4.	utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para melhor fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos.	❑	❑
3.5.	inclui o respeito aos direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e aquisição[11].	❑	❑
3.6.	orienta suas operações em concordância com a declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho[12].	❑	❑
3.7.	orienta suas operações em concordância com as diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)[13].	❑	❑
3.8.	orienta suas operações em concordância com os Princípios do Pacto Global [14] ou em apoio aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)[15].	❑	❑
3.9.	A visão da empresa e sua estratégia contemplam contribuições da organização no que se refere ao desenvolvimento sustentável.	❑	❑

		2010	2011	2012
3.10.	Total de membros do conselho de administração (ou estrutura similar)			
3.11.	Percentual do conselho de administração (ou estrutura similar) formado por conselheiros independentes, sem cargo executivo			
3.12.	Percentual de mulheres no conselho de administração (ou estrutura similar)			
3.13.	Percentual de negros (pretos e pardos) no conselho de administração (ou estrutura similar)			

Valores, Transparência e Governança
RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

Indicador 4 — Relações com a Concorrência

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Segue as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumpre a legislação e busca um posicionamento leal.	Possui regras explícitas e declaradas contra a concorrência desleal, discutindo periodicamente (ou quando necessário) com o público interno sobre sua postura perante os concorrentes.	Assume compromisso público de combate à concorrência desleal, discute sua postura com fornecedores e clientes, alertando-os para a questão, e participa de discussões sobre o assunto em associações de classe.	Exerce posição de liderança em seu segmento nas discussões relacionadas à busca de padrões de concorrência cada vez mais elevados, considerando o combate à formação de trustes e cartéis, práticas desleais de comércio, fraudes em licitações e espionagem empresarial.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
4.1. Os princípios em relação à concorrência leal constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
A empresa:		
4.2. expõe publicamente, e com freqüência, seus princípios em relação à concorrência (por exemplo, por meio de seu *website*, de material institucional, do relatório anual etc.).	❑	❑
4.3. possui política de não utilização da demonstração dos defeitos ou deficiências dos produtos ou serviços dos concorrentes para promover seus produtos ou serviços.	❑	❑
4.4. A política sobre concorrência desleal abrange a cadeia produtiva da empresa.	❑	❑
A política sobre concorrência desleal aborda os seguintes itens:		
4.5. Pirataria;	❑	❑
4.6. Sonegação fiscal;	❑	❑
4.7. Contrabando;	❑	❑
4.8. Adulteração de produtos ou marcas;	❑	❑
4.9. Falsificação de produtos.	❑	❑
A empresa:		
4.10. nos últimos três anos foi denunciada por prática de concorrência desleal pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).	❑	❑
4.11. nos últimos três anos foi denunciada por órgãos como Anvisa, Ipem, Idec, Inmetro, Procon etc. ou outras organizações governamentais ou da sociedade civil por irregularidades em seus processos, serviços ou produtos.	❑	❑

Indicador 5 — Diálogo e Engajamento das Partes Interessadas (*Stakeholders*[16])

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Está consciente da importância do diálogo e do engajamento das partes interessadas para o sucesso do negócio, conhece os dilemas específicos e atributos de algumas delas (empregados, clientes e consumidores, acionistas ou investidores) e estabeleceu canais de diálogo para a manutenção dessas relações.	Conhece os dilemas específicos e atributos da maioria de suas partes interessadas por meio de um mapeamento periódico e tem estabelecido mecanismos de diálogo e envolvimento das partes interessadas para remediar impactos socioambientais ocasionados por suas atividades, por meio de equipes preparadas para os planos de contingência necessários.	Além de priorizar o constante envolvimento e diálogo com suas partes interessadas, possui estratégia de gestão da informação e conhecimento para "internalizar as externalidades socioambientais" negativas ocasionadas por suas atividades como base para redefinição de políticas e processos de gestão ou produção.	Por meio de ferramentas e políticas específicas, dialoga e envolve as partes interessadas de forma estruturada em reflexões prévias sobre suas atividades, processos e ações de forma a prever, minimizar ou eliminar as externalidades socioambientais negativas ocasionadas pela organização. Além disso, o processo de diálogo e engajamento é auditado por terceiros.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

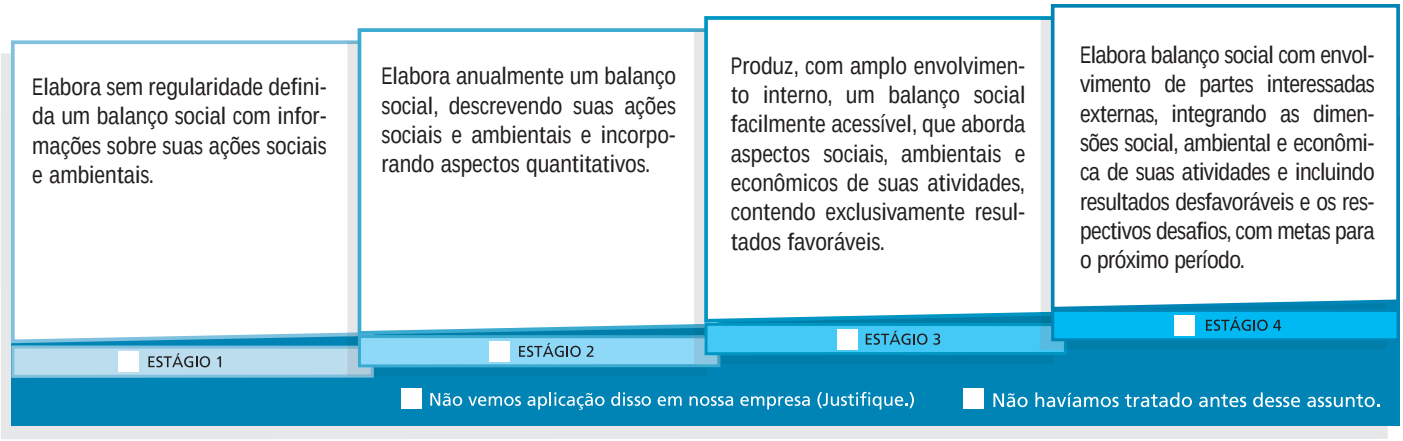
INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
5.1. está aberta a críticas de grupos ou partes interessadas sobre a natureza de seus processos, produtos ou serviços.	❑	❑
5.2. tem política e/ou procedimentos de relacionamento para responder prontamente a qualquer sugestão, apelo, esforço ou demanda de suas partes interessadas.	❑	❑

		SIM	NÃO
5.3.	O processo de diálogo e engajamento das partes interessadas conta com indicadores de desempenho para monitoramento das relações.	❑	❑
5.4.	A empresa tem política para que os indicadores/dados/informações advindos do processo de diálogo e engajamento das partes interessadas sejam, comparáveis, confiáveis, relevantes e compreensíveis por suas partes interessadas.	❑	❑
5.5.	Esses indicadores/dados/informações são utilizados no processo de planejamento geral da empresa.	❑	❑
5.6.	Esses indicadores/dados/informações são inseridos no balanço social da empresa.	❑	❑
5.7.	A empresa aplica metodologias de diálogo estruturado com as partes interessadas, como a norma AA1000[17] ou similar.	❑	❑

Indicador 6 — Balanço Social[18]

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



INFORMAÇÕES ADICIONAIS

		SIM	NÃO
6.1.	As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	❑	❑
6.2.	As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	❑	❑
6.3.	No processo de elaboração do balanço social, a empresa envolve pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: comunidade, público interno, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral (por meio, por exemplo, de contatos com organizações de defesa do meio ambiente, sindicatos, entidades voltadas para a saúde pública ou defesa dos direitos humanos etc.).	❑	❑
6.4.	A empresa incorpora no balanço social críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas.	❑	❑
6.5.	O processo de divulgação do balanço social contempla pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: público interno, comunidade, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral.	❑	❑
6.6.	A empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades.	❑	❑
6.7.	A empresa contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo.	❑	❑
6.8.	Os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa.	❑	❑
Ao produzir o balanço social a empresa leva em consideração os princípios[19] de:			
6.9.	Inclusão;	❑	❑
6.10.	Relevância e Materialidade;	❑	❑
6.11.	Abrangência;	❑	❑
6.12.	Equilíbrio;	❑	❑

	SIM	NÃO
6.13. Comparabilidade;	❑	❑
6.14. Exatidão;	❑	❑
6.15. Periodicidade;	❑	❑
6.16. Clareza;	❑	❑
6.17. Confiabilidade	❑	❑

	2010	2011	2012
6.18. Quantas partes interessadas (público interno, fornecedores, comunidade, governo e sociedade etc.) estão envolvidas na elaboração do balanço social?			
6.19. Quantas partes interessadas estão contempladas no demonstrativo de distribuição de riqueza?			

NOTAS

8 *Sobre esse tema, veja a publicação do Instituto Ethos* Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões*, disponível em www.ethos.org.br, o site de Joaquim Manhães Moreira (www.manhaesmoreira.com.br) e seu livro* Ética Empresarial no Brasil *(Editora Pioneira, 1998). Conheça também o Centro de Estudos de Ética nas Organizações (Cene), da Fundação Getúlio Vargas (www.-fgvsp.br/cene).*

9 *Essa auditoria deve ser feita, interna ou externamente, por um consultor ou profissional especializado.*

10 *De acordo com o* Relatório Oficial sobre Governança Corporativa na América Latina*, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), "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". Para mais informações sobre governança corporativa, veja o* Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), em www.ibgc.org.br.*

11 *Um exemplo de questões às quais a empresa deve estar atenta é a de não adquirir nem investir em fábricas que empreguem trabalho infantil ou submetam seus empregados 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 em 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 em www.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_-inter_universal.htm.*

12 *Os princípios e direitos fundamentais no trabalho, de acordo com a declaração da OIT, 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 em www.oit.org/public/portugue/region/-ampro/brasilia/normas_princip_dir.htm.*

13 *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 em www.mre.gov.br/portugues/politica_externa/organismos/ocde/diretrizes_02.asp.*

14 *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 parcei-*

ros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Mais informações em www.unglobalcompact.org.

15 *Os ODM foram estabelecidos na Declaração do Milênio das Nações Unidas, documento aprovado na Cúpula do Milênio, que se realizou 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 objetivos a serem cumpridos até o ano de 2015. Mais informações em www.pnud.org.br/milenio/ e nas publicações* O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio *e* O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio – Volume II – Avanços e Desafios, *ambas disponíveis em www.ethos.org.br, no item "Publicações Ethos".*

16 Stakeholder *é o termo em inglês amplamente utilizado para designar cada parte interessada, 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.*

17 *A AA1000 (Accountability 1000) é uma norma internacional para a gestão da contabilidade, auditoria e relato da responsabilidade corporativa. Por meio do diálogo e do engajamento em vários passos do processo, a organização que utiliza essa norma obtém a credibilidade perante suas partes interessadas. Mais informações em www.accountability21.net.*

18 *Sobre o tema, veja o* Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade, *disponível em www.ethos.org.br, item "Publicações Ethos", entrada "Guias".*

19 *Para mais informações sobre os princípios para elaboração de balanço social, veja o* Guia para Elaboração do Balanço Social *e Relatório de Sustentabilidade e as* Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade, *da Global Reporting Initiative (GRI), ambos disponíveis em www.ethos.org.br, item "Publicações Ethos", entrada "Guias".*

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

Indicador 7 — Relações com Sindicatos
Indicador 8 — Gestão Participativa

RESPEITO AO INDIVÍDUO

Indicador 9 — Compromisso com o Futuro das Crianças
Indicador 10 — Compromisso com o Desenvolvimento Infantil
Indicador 11 — Valorização da Diversidade
Indicador 12 — Compromisso com Não-Discriminação e Promoção da Eqüidade Racial
Indicador 13 — Compromisso com a Promoção da Eqüidade de Gênero
Indicador 14 — Relações com Trabalhadores Terceirizados

TRABALHO DECENTE

Indicador 15 — Política de Remuneração, Benefícios e Carreira
Indicador 16 — Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
Indicador 17 — Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade
Indicador 18 — Comportamento nas Demissões
Indicador 19 — Preparação para Aposentadoria

Indicador 7 — Relações com Sindicatos

Quanto à participação de empregados em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes[20], a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Não exerce pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais.	Não exerce pressão e oferece liberdade para a atuação dos sindicatos no local de trabalho.	Além de permitir a atuação dos sindicatos no local de trabalho, fornece informações sobre as condições de trabalho e se reúne periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações.	Além disso, possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, mantendo-os informados e fornecendo-lhes dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos que afetem os empregados para subsidiar as discussões.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

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

Indicador 8 — Gestão Participativa

Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Disponibiliza informações sobre a empresa (histórico, missão, visão, políticas, organograma, mercados, principais parceiros, clientes etc.) e treina os empregados (no momento da admissão, em programas de integração, em treinamento sobre novos produtos e serviços, em seminários e palestras sobre novas políticas e estratégias etc.) para que possam compreendê-las e analisá-las.	Além disso, disponibiliza para os empregados informações econômico-financeiras.	Além do exposto nos dois estágios anteriores, tem um processo estruturado de discussão e análise das informações econômico-financeiras com seus empregados, a fim de prepará-los para contribuírem com os comitês de gestão ou nas decisões estratégicas, apresentando informações importantes para a gestão de riscos e oportunidades.	Representantes dos empregados participam ativamente dos comitês de gestão ou das decisões estratégicas e têm comunicação regular com os membros da governança.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

		SIM	NÃO
8.1.	Todos os integrantes de comissões de empregados – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), Comissão de Conciliação Prévia (CCP), comissão de participação nos lucros e resultados etc. – são eleitos pelos empregados, 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.	A empresa possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos.	❑	❑

Público Interno
RESPEITO AO INDIVÍDUO

Indicador 9 — Compromisso com o Futuro das Crianças[21]

No tratamento da questão do combate ao trabalho infantil, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Além de respeitar a legislação brasileira, que proíbe o trabalho a pessoas com menos de 16 anos (exceto na condição de aprendiz, entre os 14 e 18 anos), discute internamente a importância da educação e as conseqüências 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 de seus empregados (inclusive dos terceirizados), estimulando suas competências técnicas e psicossociais (cidadania, esportes, artes etc.).	Além do descrito no estágio anterior, desenvolve ou apóia projetos para as crianças e adolescentes da comunidade.	Coordena seus projetos com outros realizados na comunidade, atua junto ao poder público em benefício da criança e do adolescente e estimula que as políticas e programas da empresa relacionados ao tema sejam replicados em toda a cadeia produtiva.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:		SIM	NÃO
9.1.	discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral).	❑	❑
9.2.	tem programa específico para contratação de aprendizes[22].	❑	❑
9.3.	considerando seu papel social em relação aos aprendizes, oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal – com o devido acompanhamento, avaliação e orientação.	❑	❑
9.4.	ao encerrar o período referente ao programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação para eles em empresas ou organizações parceiras.	❑	❑

		2010	2011	2012
9.5.	Total de menores aprendizes na empresa			
9.6.	Total de jovens contratados após o término do período de aprendizagem			
9.7.	Total de autuações que a empresa recebeu do Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil			

Indicador 10 — Compromisso com o Desenvolvimento Infantil

Considerando sua contribuição para o desenvolvimento infantil no país e o compromisso com os direitos das crianças, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Obedece a legislação em vigor relativa à proteção à maternidade[23], paternidade, amamentação e creche, proibindo formalmente qualquer tipo de discriminação à mulher gestante e a empregados (mulheres e homens, incluindo terceirizados) com filhos menores de 6 anos de idade em processos admissionais, em promoções ou na mobilidade interna.	Possui políticas ou iniciativas internas para facilitar a consulta pré-natal e o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados (mulheres e homens, incluindo terceirizados) e oferece orientação médica, nutricional e psicológica específica para acompanhamento desses períodos, a fim de assegurar que as competências para o desenvolvimento integral dessas crianças (sobrevivência, desenvolvimento, participação e proteção[24]) sejam alcançadas.	Por compreender que o sucesso dessas políticas e/ou iniciativas está relacionado à formação educacional dos pais e à sua condição de vida, integra esse aspecto às ações destinadas ao desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados. Além disso, desenvolve campanhas de orientação voltadas para a comunidade e estende a discussão do tema a seus fornecedores.	Entende que a proteção à maternidade e à infância é um direito e uma contribuição fundamental para o desenvolvimento das presentes e futuras gerações e se envolve na elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle ou avaliação de políticas públicas voltadas para a promoção dos direitos da infância.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	**SIM**	**NÃO**
10.1. oferece programa específico para a saúde da mulher gestante.	❑	❑
10.2. oferece programa de orientação aos empregados sobre como se dá o desenvolvimento integral da criança por meio do fortalecimento das competências familiares[25] (cuidados com o nascimento, alimentação saudável, prevenção de doenças, proteção à integridade da criança e estímulo ao seu desenvolvimento cognitivo e emocional).	❑	❑
10.3. faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados, solicitando e verificando a Caderneta de Saúde da Criança do Ministério da Saúde.	❑	❑
10.4. promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde (a antigripal, por exemplo).	❑	❑
10.5. faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula (particularmente das crianças com deficiência).	❑	❑
10.6. possui política específica para os empregados que sejam pais ou responsáveis por crianças com deficiência, garantindo-lhes a possibilidade de acompanhar o desenvolvimento dos filhos de forma adequada.	❑	❑
10.7. contribui com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente, destinando para esse fim 1% do Imposto de Renda devido.	❑	❑
10.8. estimula os empregados a destinar até 6% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente.	❑	❑
10.9. estimula os fornecedores e empresas parceiras a destinar 1% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente.	❑	❑
A empresa oferece para os empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios:		
10.10. Plano de saúde familiar;	❑	❑
10.11. Creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei;	❑	❑
10.12. Flexibilidade de horário para empregados com filhos menores de 6 anos;	❑	❑
10.13. Auxílio para educação dos filhos.	❑	❑

A empresa:	SIM	NÃO
10.14. oferece aos trabalhadores terceirizados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.	❑	❑
10.15. oferece aos trabalhadores comissionados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.	❑	❑
10.16. possui políticas de acompanhamento do pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto.	❑	❑
10.17. facilita a utilização da flexibilidade de horário para amamentação, conforme a legislação em vigor.	❑	❑

	2010	2011	2012
10.18. Percentual de filhos dos empregados matriculados em creche (0 a 3 anos)			
10.19. Percentual de filhos com deficiência dos empregados matriculados em creche (0 a 3 anos)			
10.20. Percentual de filhos com deficiência dos empregados matriculados em pré-escola (4 e 5 anos)			
10.21. Percentual de filhos dos empregados com vacinação em dia para a idade, conforme o calendário básico estabelecido pelo Ministério da Saúde			
Dos empregados em regime CLT de contratação[26]			
10.22. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.23. Total de empregadas responsáveis (mães ou não) por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.24. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade			
10.25. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até 6 meses de idade			
10.26. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas*			
10.27. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.28. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens*			
10.29. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.30. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*			
10.31. Total de dependentes menores de 1 ano de idade vacinados com a tetravalente*			
10.32. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados)*			
10.33. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados) em acompanhamento pré-natal*			
10.34. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*			
10.35. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*			
Dos empregados terceirizados			
10.36. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.37. Total de empregadas responsáveis (mães ou não) por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.38. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade			
10.39. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até 6 meses de idade			
10.40. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas*			
10.41. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.42. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens*			
10.43. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.44. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*			
10.45. Total de dependentes menores de 1 ano de idade vacinados com a tetravalente*			
10.46. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados)*			
10.47. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados) em acompanhamento pré-natal*			
10.48. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*			
10.49. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*			

	2010	2011	2012
Dos empregados autônomos ou comissionados			
10.50. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.51. Total de empregadas responsáveis (mães ou não) por crianças de 0 a 5 anos de idade			
10.52. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade			
10.53. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até 6 meses de idade			
10.54. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas*			
10.55. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de mulheres empregadas com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.56. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens*			
10.57. Total de dependentes de 0 a 5 anos filhos de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade*			
10.58. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*			
10.59. Total de dependentes menores de 1 ano de idade vacinados com a tetravalente*			
10.60. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados)*			
10.61. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados) em acompanhamento pré-natal*			
10.62. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*			
10.63. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*			

** As respostas aos itens do Indicador 10 assinalados com asterisco vão compor o Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E). Se responder a todos eles, a empresa terá acesso – por meio do Relatório de Diagnóstico dos Indicadores Ethos – ao seu desempenho em relação à contribuição para o desenvolvimento infantil. Essa informação pode balizar o processo de elaboração, desenvolvimento e monitoramento pela empresa de programas sobre o tema. Mais informações a respeito do IDI-E podem ser encontradas na introdução desta publicação, bem como no relatório* Situação da Infância Brasileira 2006 – Crianças de até 6 Anos, o Direito à Sobrevivência e ao Desenvolvimento *e no livro* O Município e a Criança de até 6 Anos – Direitos Cumpridos, Respeitados e Protegidos, *ambos da Unicef.*

Indicador 11 — Valorização da Diversidade[27]

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

Segue rigorosamente a legislação relacionada a preconceito e discriminação negativa[28] e se declara contra comportamentos discriminatórios que não promovam igualdade de oportunidades no ambiente interno e na relação com seus clientes, fornecedores e comunidade de entorno.

☐ ESTÁGIO 1

Além disso, promove a diversidade por meio de normas escritas que proíbem práticas discriminatórias negativas, regulando os processos de seleção, admissão e promoção, bem como a mobilidade interna, e orientando sobre o encaminhamento de possíveis denúncias.

☐ ESTÁGIO 2

Além de possuir normas escritas e canais para possíveis denúncias contra práticas discriminatórias negativas, realiza treinamentos e seminários de conscientização específicos sobre o tema e utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento e promoção.

☐ ESTÁGIO 3

Estende essas ações a toda a cadeia produtiva e participa de fóruns de valorização de segmentos em desvantagem, como negros (pretos e pardos), mulheres, pessoas com deficiência e pessoas acima de 45 anos de idade, entre outros segmentos e situações.

☐ ESTÁGIO 4

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.)

☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
11.1. A política de valorização da diversidade e não-discriminação consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
Essa política contempla explicitamente:		
11.2. a questão étnico-racial;	❑	❑
11.3. a questão de gênero;	❑	❑
11.4. a questão de idade;	❑	❑
11.5. a questão religiosa;	❑	❑
11.6. a questão da orientação sexual;	❑	❑
11.7. a questão da origem geográfica;	❑	❑
11.8. a questão da classe social;	❑	❑
11.9. a questão da deficiência;	❑	❑
11.10. a questão da aparência física.	❑	❑
11.11. Nos processos e ferramentas de gestão de pessoas, a empresa insere quesitos para monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos em desvantagem, entre outras situações.	❑	❑
11.12. Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos formais para processos de seleção, admissão, promoção e mobilidade interna e demissão.	❑	❑
11.13. Nessa política estão claramente previstos os mecanismos e canais formais para denúncia, encaminhamento, análise e apuração de fatos que envolvam possíveis casos de discriminação.	❑	❑
11.14. A empresa possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende rigorosamente a legislação de cotas de vagas para esse público.	❑	❑
11.15. Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover pessoas com deficiência.	❑	❑
11.16. A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade, de acordo com a legislação em vigor.	❑	❑
11.17. Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam políticas para a contratação de pessoas com idade superior a 45 anos.	❑	❑
11.18. Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam procedimentos específicos que abordam a questão da faixa etária dos empregados.	❑	❑
11.19. A empresa procura evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos.	❑	❑
11.20. A empresa oferece oportunidade de trabalho para ex-detentos.	❑	❑
11.21. Da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam políticas específicas para empregados indígenas.	❑	❑

	2010	2011	2012
11.22. Percentual de pessoas com deficiência na empresa			
11.23. Percentual de pessoas com deficiência em cargos executivos			
11.24. Percentual de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia			
11.25. Salário médio mensal de pessoas com deficiência			
11.26. Salário médio mensal de pessoas com deficiência em cargos executivos			
11.27. Salário médio mensal de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia			
11.28. Percentual de pessoas com idade superior a 45 anos			

Indicador 12 – Compromisso com a Não-Discriminação e Promoção da Eqüidade Racial[29]

Considerando a formação da sociedade brasileira e as persistentes desvantagens que caracterizam a situação da população negra (pretos e pardos) no país, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Segue rigorosamente a legislação em vigor que proíbe a discriminação racial no mundo do trabalho e assume internamente uma postura contrária a qualquer tipo de preconceito em relação a todas as partes interessadas. Exige em contrato que a legislação seja cumprida rigorosamente também pelos empregados terceirizados.	Realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à eqüidade racial. Essas informações são utilizadas para subsidiar o planejamento de ações afirmativas, reforçar as campanhas de conscientização, rever processos e políticas etc.	Possui compromisso público de promover a eqüidade racial, materializada por meio de políticas formais de gestão de pessoas que priorizam a eqüidade e pela promoção de ações afirmativas para garantir oportunidades iguais para negros nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna.	Além de manter programas de desenvolvimento profissional, *coaching* e/ou *mentoring* voltados para empregados negros, estimula a promoção da igualdade racial em toda sua cadeia produtiva e investe em programas para a comunidade que tenham o mesmo objetivo, contribuindo na conscientização da sociedade sobre o tema.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
12.1. A política de promoção da eqüidade e não-discriminação racial é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
12.2. Da política de promoção da eqüidade e não-discriminação racial derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros.	❑	❑
12.3. A política de promoção da eqüidade e não-discriminação racial é explicita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada e acesso a treinamentos e bolsas de estudos.	❑	❑
12.4. A empresa realiza campanhas internas de conscientização (seminários, fóruns ou encontros específicos) para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da eqüidade e não-discriminação racial.	❑	❑
12.5. A empresa tem metas para promover a eqüidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	❑	❑
12.6. A política de promoção da eqüidade e não-discriminação racial garante a participação de negros nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas da empresa.	❑	❑
12.7. A promoção da eqüidade e não-discriminação racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	❑	❑
12.8. A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar imagens ou situações que atentem contra a dignidade dos negros.	❑	❑

	2010	2011	2012
12.9. Percentual de negros (homens e mulheres) em relação ao total de empregados			
12.10. Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa			
12.11. Percentual de mulheres negras em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis			
12.12. Percentual de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis			

	2010	2011	2012
12.13. Percentual de homens negros em relação ao total de homens na empresa			
12.14. Percentual de homens negros em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis			
12.15. Percentual de homens negros em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis			
12.16. Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais			
12.17. Salário médio mensal de mulheres negras – em reais			
12.18. Salário médio mensal de homens brancos – em reais			
12.19. Salário médio mensal de homens negros – em reais			
12.20. Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos executivos – em reais			
12.21. Salário médio mensal de mulheres negras em cargos executivos – em reais			
12.22. Salário médio mensal de homens brancos em cargos executivos – em reais			
12.23. Salário médio mensal de homens negros em cargos executivos – em reais			
12.24. Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos de coordenação e chefia – em reais			
12.25. Salário médio mensal de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia – em reais			
12.26. Salário médio mensal de homens brancos em cargos de coordenação e chefia – em reais			
12.27. Salário médio mensal de homens negros em cargos de coordenação e chefia – em reais			

Indicador 13 – Compromisso com a Promoção da Eqüidade de Gênero[30]

Com o objetivo de cooperar para combater o preconceito, ampliar as chances das mulheres no mercado de trabalho e sua capacitação para funções especializadas, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Segue rigorosamente a Constituição Brasileira que proíbe a discriminação de gênero no mundo do trabalho e assume internamente uma postura contrária a qualquer tipo de preconceito em relação a todas as partes interessadas. Exige em contrato que a legislação seja cumprida também pelos empregados terceirizados.	Realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à eqüidade de gênero. Essas informações são utilizadas para subsidiar o planejamento de ações afirmativas, campanhas de conscientização etc.	Possui compromisso público de promover a eqüidade de gênero, materializada por meio de políticas formais de gestão de pessoas que garantam oportunidades iguais para mulheres e homens nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna. Realiza ações afirmativas para garantir oportunidades iguais de crescimento para as mulheres e os homens que trabalham na empresa.	Além de manter programas de desenvolvimento profissional, *coaching* e/ou *mentoring* específico para as mulheres, a fim de estimular a formação de lideranças femininas na empresa, envida esforços para que a atitude de promover a eqüidade de gênero seja replicada em toda a sua cadeia produtiva e investe em programas da comunidade que tenham por objetivo a valorização da mulher.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
13.1. A política de promoção da eqüidade de gênero é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
13.2. Da política de promoção da eqüidade de gênero derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação das mulheres e promovê-las.	❑	❑
13.3. A política de promoção da eqüidade de gênero proíbe expressamente a contratação, demissão ou promoção de mulheres baseada em seu estado civil ou condição reprodutiva.	❑	❑
13.4. A política de promoção da eqüidade de gênero explicita igualdade de condições para homens e mulheres no que se refere a salários e benefícios, previdência privada e acesso a treinamentos e bolsas de estudos.	❑	❑
13.5. A empresa realiza campanhas internas de conscientização (seminários, fóruns ou encontros específicos) para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da valorização da mulher.	❑	❑
13.6. O plano de saúde da empresa tem adaptações específicas objetivando a manutenção e cuidados com a saúde da mulher.	❑	❑
13.7. A empresa tem metas de contratação, treinamento e mobilidade interna (horizontal e vertical) visando a promoção da eqüidade de gênero em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	❑	❑
13.8. A política de promoção da eqüidade garante a participação feminina nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas da empresa.	❑	❑
13.9. A empresa promove, quando necessário, a adequação às condições físicas das mulheres de espaços de trabalho e de equipamentos.	❑	❑
13.10. A política de promoção da eqüidade de gênero proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho.	❑	❑
13.11. A promoção da eqüidade de gênero é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	❑	❑
13.12. A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar a figura feminina de maneira estereotipada ou que atente contra a dignidade das mulheres.	❑	❑
13.13. A política de promoção da eqüidade de gênero proíbe expressamente a discriminação contra mulheres com problemas de saúde, inclusive as soropositivas.	❑	❑
13.14. A empresa tem procedimentos que garantem a proteção das mulheres contra a violência e o assédio psicológico, moral, físico e sexual no local de trabalho e na locomoção entre casa e empresa.	❑	❑
13.15. A empresa promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável.	❑	❑

	2010	2011	2012
13.16. Percentual de mulheres em relação ao total de empregados			
13.17. Percentual de mulheres em cargo executivo em relação ao total de cargos executivos disponíveis			
13.18. Percentual de mulheres em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos disponíveis nesse nível hierárquico			
13.19. Salário médio mensal de mulheres em cargos executivos – em reais			
13.20. Salário médio mensal de homens em cargos executivos – em reais			
13.21. Salário médio mensal de mulheres em cargos de coordenação e chefia – em reais			
13.22. Salário médio mensal de homens em cargos de coordenação e chefia – em reais			

Indicador 14 — Relações com Trabalhadores Terceirizados

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.	Monitora periodicamente o cumprimento dos requisitos estabelecidos na contratação, exigindo que sejam feitos ajustes que garantam o correto cumprimento da legislação.	Além de monitorar o cumprimento da legislação, negocia com seus fornecedores para que proporcionem a seus empregados níveis salariais compatíveis com as médias de mercado.	Oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e o acesso a benefícios básicos gozados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, creche, ambulatório etc.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
14.1. O código de conduta e/ou a declaração de valores da empresa contempla questões referentes à não-discriminação dos trabalhadores terceirizados.	❑	❑
A empresa:		
14.2. integra os trabalhadores terceirizados a seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional.	❑	❑
14.3. possui um número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% (vinte por cento) do total de contratados.	❑	❑
14.4. possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa.	❑	❑

	2010	2011	2012
14.5. Total de trabalhadores (mulheres e homens) terceirizados			
Do universo de trabalhadores terceirizados			
14.6. Percentual de mulheres em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
14.7. Percentual de mulheres negras em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
14.8. Percentual de homens negros em relação ao total de trabalhadores terceirizados			
14.9. Percentual de pessoas com deficiência			
14.10. Percentual de pessoas acima de 45 anos			
14.11. Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais			
14.12. Salário médio mensal de mulheres negras – em reais			
14.13. Salário médio mensal de homens brancos – em reais			
14.14. Salário médio mensal de homens negros – em reais			

Indicador 15 — Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Busca superar os pisos salariais firmados com os sindicatos.	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.	Valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio da remuneração e do investimento em seu desenvolvimento profissional e levando em conta sua capacidade de crescimento e o desenvolvimento de novas habilidades.	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.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
15.1. O plano de cargos e salários da empresa é transparente e é abordado em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores.	❑	❑
15.2. A remuneração variável da empresa representa menos de 20% (vinte por cento) da massa salarial.	❑	❑
A empresa:		
15.3. possui políticas com metas para reduzir a distância entre a maior e a menor remuneração paga pela empresa (monitoradas pelo índice resultante da divisão da maior remuneração pela menor, em espécie, incluindo participação nos resultados e programa de bônus).	❑	❑
15.4. nos últimos dois anos, aumentou o menor salário da empresa em relação ao salário mínimo vigente.	❑	❑
15.5. realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios.	❑	❑
O programa de participação nos resultados da empresa, caso o possua:		
15.6. foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	❑	❑
O programa de bonificação da empresa, caso o possua:		
15.7. foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	❑	❑
15.8. 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.	❑	❑

	2010	2011	2012
15.9. Total anual da folha de pagamento e benefícios – em reais			
15.10. Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente			
Com relação ao programa de participação nos resultados da empresa			
15.11. Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial			
15.12. Percentual de empregados beneficiados			
Com relação ao programa de bonificação da empresa			
15.13. Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial			
15.14. Percentual de empregados beneficiados			
15.15. Percentual de ações da empresa em poder dos empregados			

Indicador 16 — Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Cumpre rigorosamente as obrigações legais e tem planos e metas para alcançar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.	Possui indicadores para monitorar os planos e metas para ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.	Além disso, desenvolve campanhas regulares de conscientização e pesquisa o nível de satisfação dos empregados em relação ao tema, evidenciando áreas críticas.	Além de desenvolver campanhas e realizar pesquisas, conta com a participação dos empregados na definição das metas e indicadores de desempenho relacionados a condições de trabalho, saúde e segurança, os quais são incluídos no planejamento estratégico e divulgados amplamente.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
16.1. foi certificada pela norma SA8000[31], pela BS 8800[32], pela OHSAS 18001[33] ou por norma equivalente.	❑	❑
16.2. oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool.	❑	❑
16.3. oferece programa específico para portadores de HIV/aids.	❑	❑
16.4. o código de conduta da empresa possui uma política 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.	❑	❑
16.5. essa política prevê a não-discriminação por HIV/aids.	❑	❑
16.6. possui normas e processos para combater situações de assédio moral[34], os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	❑	❑
16.7. possui normas e processos para combater situações de assédio sexual[35], os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	❑	❑
16.8. promove exercícios físicos no horário de trabalho.	❑	❑
16.9. promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de *call center*, caixas etc.).	❑	❑
16.10. possui programa de orientação alimentar e nutricional.	❑	❑
16.11. possui política de equilíbrio trabalho-família que aborde questões relativas a horário de trabalho e horas extras.	❑	❑
16.12. possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos.	❑	❑

	2010	2011	2012
16.13. Média de horas extras por empregado/ano			
16.14. Média de acidentes de trabalho por empregado/ano			
16.15. Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço			
16.16. 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 lesões por esforço repetitivo – LER)			
16.17. Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço			

Indicador 17 — Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Promove atividades de treinamento pontuais, focadas no desempenho de tarefas específicas.	Mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento contínuo de todo o seu pessoal e considerando a aplicabilidade em sua função atual.	Além de promover capacitação contínua, oferece a seus empregados bolsas de estudo ou similares para a aquisição de conhecimentos com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente da aplicabilidade em sua função atual.	Promove capacitação contínua em todos os níveis hierárquicos e oferece a seus empregados bolsas de estudo ou similares para a aquisição de conhecimentos, com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente da aplicabilidade em sua função atual.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
17.1. analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados no sentido de balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional.	❑	❑
17.2. mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos[36].	❑	❑
17.3. possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.	❑	❑
17.4. 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.	❑	❑
17.5. possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo.	❑	❑
17.6. 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, com o devido acompanhamento.	❑	❑
17.7. ao encerrar o período referente ao programa de estágio, procura empregar os estagiários na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação para eles em empresas ou organizações parceiras.	❑	❑

	2010	2011	2012
17.8. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano			
17.9. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação			
17.10. Total de analfabetos na força de trabalho			
17.11. Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho			
17.12. Percentual de mulheres com ensino fundamental I (1ª. a 4ª. série) completo na força de trabalho			
17.13. Percentual de mulheres com ensino fundamental II (5ª. a 8ª. série) completo na força de trabalho			
17.14. Percentual de mulheres com ensino médio completo na força de trabalho			
17.15. Percentual de mulheres com ensino superior completo na força de trabalho			
17.16. Percentual de homens analfabetos na força de trabalho			
17.17. Percentual de homens com ensino fundamental I (1ª. a 4ª. série) completo na força de trabalho			
17.18. Percentual de homens com ensino fundamental II (5ª. a 8ª. série) completo na força de trabalho			
17.19. Percentual de homens com ensino médio completo na força de trabalho			
17.20. Percentual de homens com ensino superior completo na força de trabalho			

Indicador 18 — Comportamento nas Demissões

Para conduzir processos demissionais, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Segue rigorosamente a legislação em vigor e fornece ao demitido orientações em relação aos procedimentos necessários. Em caso de necessidade de redução de pessoal, procura analisar alternativas de contenção (como verificar com outras empresas a possibilidade de transferência temporária do excedente de empregados, reduzir a carga horária etc.) e redução de despesas, para evitar demissão em massa.	Possui políticas e processos demissionais que permitem que as decisões sejam tomadas com base em avaliações por competência técnica, psicológica e comportamental, que garantem a impessoalidade da decisão e permitem acesso às informações que balizaram o processo como forma de propiciar o crescimento profissional da(s) pessoa(s) demitida(s). Caso haja necessidade de demissão em massa, analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes etc.) para orientar prioridades.	Oferece serviços de recolocação e manutenção de benefícios por tempo determinado ao trabalhador demitido sem justa causa. Caso haja necessidade de demissão em massa, realiza previamente um programa de demissão voluntária, oferecendo a manutenção de benefícios por tempo determinado, salário por ano de casa etc.	Além disso, financia a recapacitação (*mentoring, coaching* etc.) dos empregados demitidos sem justa causa.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
18.1. teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissão nos últimos três anos.	❑	❑
18.2. acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador.	❑	❑
18.3. 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.	❑	❑
18.4. busca parcerias com organizações especializadas para desenvolver programas de capacitação e de estímulo ao empreendedorismo.	❑	❑
18.5. diante da necessidade de redução de pessoal, prevê uma comunicação dirigida aos empregados remanescentes sobre as razões que balizaram a decisão tomada.	❑	❑

	2010	2011	2012
18.6. Total de empregados no final do período			
18.7. Total do passivo trabalhista no final do período			
18.8. Total de processos trabalhistas em aberto no final do período			
18.9. Total de demissões no período			
18.10. Total de admissões no período			
18.11. Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos			

Indicador 19 — Preparação para a Aposentadoria

Visando preparar seus empregados para a aposentadoria, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Oferece informações básicas quanto à obtenção da aposentadoria.	Orienta e oferece assessoramento regular quanto a modificações na legislação, alternativas e procedimentos administrativos necessários para a obtenção da aposentadoria.	Desenvolve atividades sistemáticas de orientação (coletiva e individual), aconselhamento e preparação para a aposentadoria, discutindo seus aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.	Além de possuir programa sistemático de preparação interna, oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
19.1. oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados.	❑	❑
19.2. envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria.	❑	❑
19.3. participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos.	❑	❑
19.4. participa ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos.	❑	❑

	2010	2011	2012
19.5. Número de empregados que participaram do programa de preparação para a aposentadoria			
19.6. Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e importância da preparação do empregado			

NOTAS

20 *Para mais informações sobre temas relacionados ao trabalho, visite o site www.dieese.org.br, do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese).*

21 *Sobre o assunto, veja o manual do Instituto Ethos* O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente*, disponível em www.ethos.org.br.*

22 *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 empregados cujas funções demandem formação profissional. As micro e pequenas empresas não são obrigadas a contratar aprendizes, mas podem fazê-lo, contribuindo assim para a formação profissional de adolescentes. Mais informações em www.leidoaprendiz.org.br.*

23 *A expressão "proteção à maternidade" é utilizada para identificar a legislação que compreende os direitos da mulher no período de gestação, nascimento e primeiros meses de vida da criança. A Constituição Federal segue essa nomenclatura, que é regulamentada por meio da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), seção V. Outra referência é a Convenção 183 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que entrou em vigor em 2002; essa convenção é uma revisão das convenções anteriores sobre o mesmo tema – Convenção 3, de 1919, e Convenção 103, de 1952 –, as quais foram ratificadas pelo Brasil.*

24 *Para mais informações, conheça a Declaração Mundial sobre a Sobrevivência, a Proteção e o Desenvolvimento das Crianças nos anos 90, disponível em www.unicef.org/brazil/summit.htm.*

25 *De acordo com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), competências familiares são "os conhecimentos, saberes e habilidades somados à afetividade e a atitudes e práticas das famílias que facilitam e promovem a sobrevivência, o desenvolvimento, a proteção e a participação das crianças até 6 anos". O Unicef disponibiliza no site www.unicef.org/brazil/familia_brasileira.htm a coleção* Família Brasileira Fortalecida*, composta por álbuns que esclarecem os cuidados necessários para com as crianças, desde a gestação até os 6 anos de idade. Mais informações em www.unicef.org.br.*

26 *Situação no momento do levantamento.*

27 *Sobre diversidade, veja as publicações do Instituto Ethos* Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade*,* O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher *e* O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*, todas disponíveis em www.ethos.org.br.*

28 *A Constituição Federal considera o racismo crime inafiançável e imprescritível. A Lei 7716/89, atualizada pela Lei 9459/97, estabelece pena de um a três anos de reclusão e multa para quem "praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional".*

29 *Sobre esses assuntos, veja as edições 2003, 2005 e 2007 da pesquisa* Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas*, e o manual* O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial *– disponíveis em www.ethos.org.br.*

30 *Sobre o tema, veja a manuais do Instituto Ethos* O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher *e* Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher*, ambos disponíveis em www.ethos.org.br.*

31 *A Social Accountability 8000 (SA8000) é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho. Abrange os principais direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação e garantias contra o trabalho forçado, a discriminação e o trabalho infantil) e certifica seu cumprimento por meio de auditores independentes. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita sua implantação por empresas que já conhecem esse sistema. Mais informações em www.cepaa.org.*

32 *A norma BS 8800, criada pela British Standards Institution (BSI), é sobre sistemas de gestão da saúde e segurança no trabalho. Mais informações em www.osha-bs8800-ohsas-18001-health-and-safety.com/bs8800.htm e em www.bsi-global.com.*

33 *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 empregados. 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.*

34 *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 aéticas 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.)*

35 *De acordo com a Lei 10.224/01, Art. 216-A, do Código Penal brasileiro, assédio sexual é crime passível de pena de um a dois anos de detenção para quem "constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função".*

36 *Sobre o assunto, veja os manuais do Instituto Ethos* O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação *e* O Compromisso das Empresas com o Alfabetismo Funcional *ambos disponíveis em www.ethos.org.br.*

Meio Ambiente

RESPONSABILIDADE COM AS GERAÇÕES FUTURAS

Indicador 20 – Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental

Indicador 21 – Educação e Conscientização Ambiental

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

Indicador 22 – Gerenciamento dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

Indicador 23 – Sustentabilidade da Economia Florestal

Indicador 24 – Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

Indicador 20 — Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Além de cumprir rigorosamente os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação nacional, desenvolve programas internos de melhoramento ambiental.	Além disso, prioriza políticas preventivas e possui área ou comitê responsável pelo meio ambiente.	Trata a questão ambiental como tema transversal em sua estrutura organizacional e a inclui no planejamento estratégico.	Ao desenvolver novos negócios (ou novos modelos para negócios já existentes), leva em conta, desde a concepção, os princípios da sustentabilidade ambiental e as oportunidades a ela relacionadas.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
20.1. a política ambiental é formal, de conhecimento de todos os empregados e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
20.2. tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa de suas decisões estratégicas.	❑	❑
20.3. participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade.	❑	❑
20.4. contribui para a preservação da biodiversidade[37] por meio de políticas específicas, projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados[38].	❑	❑
20.5. 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.).	❑	❑
20.6. dispõe de processos para mapeamento e análise sistêmica para a melhoria da qualidade ambiental.	❑	❑

Indicador 21 — Educação e Conscientização Ambiental

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
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, fornecedores, consumidores e clientes e à comunidade do entorno imediato da empresa.	Além de desenvolver campanhas, apóia ou participa de projetos educacionais em parceria com organizações não-governamentais e ambientalistas, exercendo liderança social em favor dessa causa.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
21.1. desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia.	❑	❑
21.2. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação com base nos 3 Rs[39].	❑	❑
21.3. desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente[40].	❑	❑

Meio Ambiente
GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

Indicador 22 – Gerenciamento dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

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

- ESTÁGIO 1: 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.
- ESTÁGIO 2: Além de cumprir 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.
- ESTÁGIO 3: Possui sistemas de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo ampla identificação de riscos, plano de ação, alocação de recursos, treinamento de empregados e auditoria.
- ESTÁGIO 4: 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 dos produtos e processos pós-consumo.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
22.1. possui plano de emergência ambiental, que relaciona todos os seus processos e produtos ou serviços que envolvam situações de risco, e treina seus empregados regularmente para enfrentar tais situações.	❑	❑
22.2. possui política e sistema de monitoramento visando o aumento da qualidade ambiental da logística e gestão de frota (tanto para os veículos da empresa quanto para os de seus contratados).	❑	❑
22.3. possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como para a coleta de materiais tóxicos ou a reciclagem pós-consumo.	❑	❑
22.4. fornece aos consumidores e clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos.	❑	❑
22.5. discute com empregados, consumidores e clientes, fornecedores e a comunidade os impactos ambientais causados por seus produtos ou serviços.	❑	❑
22.6. prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental.	❑	❑
22.7. possui certificações ambientais, como a ISO14001, o selo FSC etc.	❑	❑

	2010	2011	2012
22.8. Quantidade média de incidentes, autuações e/ou multas por violação das normas de proteção ambiental			
22.9. Total do passivo ambiental no final do período			

Indicador 23 — Sustentabilidade da Economia Florestal[41]

Com o objetivo de contribuir com a conservação das florestas e combater sua exploração ilegal e predatória, bem como proteger a biodiversidade, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Reconhece a importância de verificar a origem e a cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais[42] utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo, mas não tem política interna ou programa específico.	Tem política ou programa específico para verificar a origem e a cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em sua operação diária e/ou processo produtivo.	Os insumos madeireiros e florestais utilizados na operação diária e/ou processo produtivo possuem certificação de origem e da cadeia de custódia[43].	Os insumos madeireiros e florestais utilizados nas instalações e/ou nos produtos da empresa possuem certificação de origem e/ou da cadeia de custódia.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
23.1. realiza visitas programadas ou eventuais para realizar monitoramento da origem ou da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais que utiliza.	❑	❑
23.2. incentiva seus fornecedores a buscar a certificação florestal.	❑	❑
23.3. prioriza e apóia os fornecedores engajados na busca da sustentabilidade das florestas.	❑	❑

	2010	2011	2012
23.4. Total de visitas programadas ou eventuais para monitoramento da origem de insumos madeireiros e florestais empregados pela empresa			
23.5. Quantidade de produtos de origem florestal com origem verificada utilizados na operação diária ou no processo produtivo			
23.6. Quantidade de produtos de origem florestal com cadeia produtiva certificada utilizados na operação diária ou no processo produtivo			

Indicador 24 — Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Sem alterar seu padrão tecnológico atual, tem procurado reduzir o consumo de energia, de água, de produtos tóxicos e de matérias-primas e implantar processos para a destinação adequada de resíduos.	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).	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.	Está próxima de atingir alto nível de sustentabilidade ambiental por meio de estratégias de reutilização e compensação ambiental que abranjam todo o sistema produtivo.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	**SIM**	**NÃO**
24.1. possui iniciativas para o uso de fontes de energia renovável.	❑	❑
24.2. 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:		
24.3. o aumento da eficiência energética.	❑	❑
24.4. a redução do consumo de água.	❑	❑
24.5. a redução da geração de resíduos sólidos.	❑	❑
24.6. a redução da emissão de CO_2 e outros gases do efeito estufa na atmosfera.	❑	❑

	2010	**2011**	**2012**
24.7. Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (em reais)			
24.8. Percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental			
24.9. Consumo anual de energia (em kWh)			
24.10. Consumo anual de água (em m^3)			
24.11. Volume médio anual de CO_2 e outros gases do efeito estufa emitidos na atmosfera (em toneladas)			
24.12. Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho etc.)			
Consumo anual de combustíveis fósseis:			
24.13. gasolina/diesel (em litros)			
24.14. óleo combustível (em toneladas)			
24.15. gás – GLP/GN (em m^3)			

NOTAS

37 *A propósito do tema, conheça a Convenção sobre Diversidade Biológica (Convention on Biological Diversity – CDB), principal fórum mundial na definição do marco legal e político para temas e questões relacionados à biodiversidade. Para saber como apoiar a CDB, veja os sites www.cdb.gov.br e www.biodiv.org. Veja também o manual* As Empresas e a Biodiversidade*, disponível em www.wbcsd.org/web/publications/business-bio-portugese.pdf.*

38 *Para conhecer a lista de animais ameaçados, veja a Lista Vermelha da organização The World Conservation Union (União Mundial para a Natureza), no site www.iucn.org.*

39 *Segundo a Agenda 21 (www.mma.gov.br/port/se/agen21/cap21.html), os 3 Rs – Redução, Reutilização e Reciclagem – são os passos para que indivíduos, instituições e governos consigam realmente minimizar a exploração de recursos naturais, o volume do lixo produzido, os impactos da sociedade urbano-industrial sobre o meio ambiente.* Redução *envolve a adoção de medidas para evitar o descarte de produtos, implicando uma diminuição no consumo e no desperdício de bens. Depende de uma profunda revisão nos padrões atuais de produção e consumo.* Reutilização *engloba as atividades que aproveitam produtos e embalagens antes de seu descarte, como no reúso direto (de vasilhames ou do verso de folhas de papel, por exemplo), em restauros, em trocas de material usado, em artesanato com sobras, etc.* Reciclagem *é a recuperação do material descartado modificando-se suas características físicas. Pode ser direta (pré-consumo), quando o material descartado é reprocessado na própria linha de produção, como no caso de aparas de papel, rebarbas metálicas etc., ou indireta (pós-consumo), quando são reprocessados materiais que foram descartados como lixo por seus usuários. Mais informações em www.cecae.usp.br/recicla/ ou em www.cempre.org.br.*

40 *Sobre consumo consciente, qualquer organização pode ajudar a construir uma sociedade mais sustentável e justa nas suas escolhas cotidianas, seja na forma como consome recursos naturais, produtos e serviços, seja pela escolha das empresas fornecedoras das quais vai comprar, em função de sua responsabilidade social. Para saber mais, acesse o site do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente (www.akatu.net).*

41 *Sobre o tema, veja o manual do Instituto Ethos* O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente – A Agenda Ambiental e a Sustentabilidade da Economia Florestal*, disponível em www.ethos.org.br.*

42 *Entre os produtos provenientes da floresta utilizados pelas empresas em sua operação diária ou na produção, há os madeireiros, como a celulose, para papel e embalagens, a madeira, para móveis, lápis, pisos, etc., e o madeiramento para a construção civil, e os não-madeireiros, como óleos, ervas e frutas utilizados na fabricação de medicamentos, alimentos, cosméticos etc. Uma organização ciente de seu papel na cadeia de consumo e produção e, principalmente, de seu poder de mudar a atual situação de exploração ilegal e predatória das florestas, de distribuição desigual e injusta das riquezas obtidas pela exploração da biodiversidade (um bem de toda a humanidade) e de apropriação de conhecimentos e práticas tradicionais poderá, por meio de sua liderança, ajudar na conservação das florestas remanescentes e da biodiversidade e atuar no sentido de distribuir de forma eqüitativa a riqueza obtida por sua utilização. Para mais informações, veja os sites http://compradores.amazonia.org.br/ e www.amazonia.org.br. Para conhecer a Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB), veja os sites www.cdb.gov.br e www.biodiv.org. Conheça também o manual* As Empresas e a Biodiversidade*, disponível em www.-wbcsd.org/web/publications/business-bio-portugese.pdf.*

43 *Uma das certificações mais importantes é a do FSC (Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal), cujo objetivo 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 para manejo florestal atesta que a madeira ou outro insumo florestal utilizado em determinado produto é oriundo de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e foi obtido cumprindo-se todas as leis vigentes. Produtos intermediários ou finais que utilizam matéria-prima florestal com o selo FSC para cadeia de custódia garantem a rastreabilidade da matéria-prima da floresta até o consumidor final. O selo FSC 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 da região em que foi obtido. Serve também para ajudar 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.*

Fornecedores

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

Indicador 25 – Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores
Indicador 26 – Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva
Indicador 27 – Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva
Indicador 28 – Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

Indicador 25 — Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Possui políticas de seleção e avaliação de fornecedores e parceiros conhecidas pelas partes envolvidas e baseadas apenas em fatores como qualidade, preço e prazo.	Possui normas conhecidas de seleção e avaliação de fornecedores que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal.	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.	Além de adotar os critérios descritos anteriormente, estimula e coleta evidências de que seus fornecedores reproduzem suas exigências quanto à responsabilidade social para seus respectivos fornecedores e monitoram esses critérios periodicamente.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
25.1. inclui as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores.	❑	❑
25.2. 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.	❑	❑
25.3. possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores.	❑	❑
25.4. produz relatório periódico com evidências de que questões relacionadas à responsabilidade social empresarial estão sendo cumpridas e implementadas em sua cadeia produtiva.	❑	❑
25.5. discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores, visando o treinamento e adequação deles a seus critérios.	❑	❑
25.6. estabelece prazo formal para que os fornecedores entrem em conformidade com seus critérios de responsabilidade social.	❑	❑
25.7. ao exigir práticas de responsabilidade social de seus fornecedores, realiza visitas de inspeção dessas práticas.	❑	❑
25.8. 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 nessa origem os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados.	❑	❑
25.9. adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga.	❑	❑

	2010	2011	2012
25.10. Percentual de fornecedores que receberam visita de inspeção de práticas de responsabilidade social			
25.11. Treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de responsabilidade social oferecidas aos fornecedores			
25.12. Total de fornecedores			
25.13. Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período			

Indicador 26 — Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva[44]

Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
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 sobre a proibição do trabalho infantil em seus contratos com fornecedores.	Além de possuir essa cláusula, verifica seu cumprimento periodicamente e realiza campanhas de conscientização para todos os fornecedores, assumindo publicamente a postura de repúdio à mão-de-obra infantil.	Articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho infantil de forma geral, em parceria com organizações da sociedade civil e/ou do poder público.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
26.1. tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios sobre sua cadeia produtiva, realizando inspeções *in loco* e exigindo documentação comprobatória da não-existência de mão-de-obra infantil.	❑	❑

	2010	2011	2012
26.2. Total de autuações por uso de mão-obra-infantil na cadeia produtiva			

Indicador 27 — Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva[45]

Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Cumpre rigorosamente a legislação e possui políticas formais com o objetivo de contribuir para a erradicação do trabalho forçado, exigindo dos fornecedores o cumprimento da legislação.	Além disso, confere periodicamente o cumprimento da lei e inclui a proibição do trabalho forçado como cláusula específica em seus contratos com fornecedores.	Além de possuir essa cláusula, verifica seu cumprimento periodicamente e realiza campanhas de conscientização para todos os fornecedores, assumindo publicamente uma postura de repúdio ao trabalho forçado.	Articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho forçado de forma geral, em parceria com organizações da sociedade civil e/ou do poder público.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

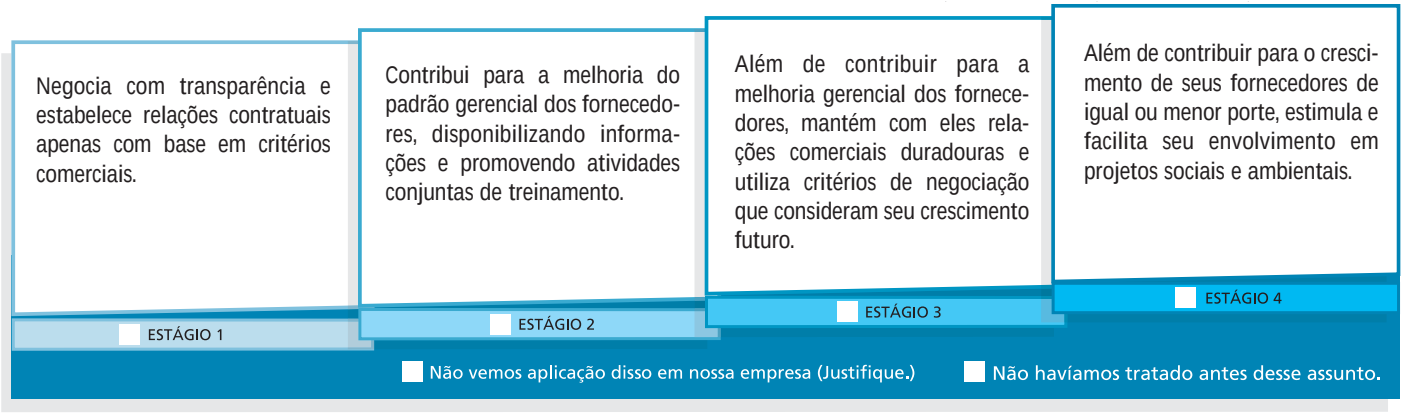
INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
27.1. tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios de avaliação e acompanhamento de seus fornecedores, exigindo documentação comprobatória da não-existência de mão-de-obra forçada.	❑	❑
27.2. antes de comprar ou contratar um fornecedor, tem como procedimento verificar a Lista Suja de Trabalho Forçado do Ministério do Trabalho[46].	❑	❑

	2010	2011	2012
27.3. Total de autuações por uso de mão-de-obra forçada na cadeia produtiva			

Indicador 28 — Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores[47]

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



INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
28.1. inclui entre seus fornecedores indivíduos ou grupos da comunidade, tais como cooperativas de pequenos produtores ou de iniciativas solidárias, associações de bairro e organizações com projetos de geração de renda para grupos usualmente excluídos (populações indígenas, pessoas com deficiência etc.).	❑	❑
28.2. apóia organizações que praticam e promovem o Comércio Justo[48].	❑	❑
28.3. 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 tecnologia etc.).	❑	❑
28.4. estimula a formação de redes ou cooperativas de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento.	❑	❑
28.5. tem política de compras que privilegia fornecedores com certificação socioambiental[49] (como SA8000[50], ISO 14001[51], selo FSC[52], FLO[53], ABNT NBR16001[54] etc.).	❑	❑
28.6. tem mecanismos formais que permitem transferir para a cadeia de fornecedores seus valores e princípios, tais como boas condições de trabalho, ausência de trabalho infantil e forçado (ou análogo ao escravo), proteção ao meio ambiente, eqüidade de gênero, transparência, participação e prestação de contas.	❑	❑
28.7. possui ouvidor de fornecedores ou função similar, para assegurar uma relação de parceria com eles.	❑	❑

NOTAS

44 *Como forma de prevenir e eliminar o trabalho infantil, a Organização Internacional do Trabalho (OIT) adotou a Convenção 138, de 1973, sobre idade mínima para admissão a emprego, e a Convenção 182, de 1999, sobre a proibição das piores formas de trabalho infantil e sua eliminação. Fonte: OIT Brasil (www.oitbrasil.org.br).*

45 *Em seu Artigo 2º., a Convenção 29 da OIT, sobre o Trabalho Forçado ou Obrigatório, define a expressão "trabalho forçado ou obrigatório" como "todo trabalho ou serviço exigido de uma pessoa sob a ameaça de sanção e para o qual não se tenha oferecido espontaneamente". Para mais informações sobre trabalho forçado, veja o site www.oitbrasil.org.br/-prgatv/in_focus/trab_esc.php.*

46 *Preparado pelo Ministério do Trabalho, o Cadastro dos Empregadores da Portaria 540, de 15 de outubro de 2004, conhecido como "lista suja", contém os principais dados de empresas e empregadores que foram flagrados explorando mão-de-obra escrava ou mantendo trabalhadores em situação análoga à escravidão, em condições precárias de higiene, sem alimentação adequada, sem pagamento ou com documentos retidos. Veja a Lista Suja do Trabalho Escravo em http://www.reporterbrasil.com.br/listasuja/index.php.*

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

48 *"Comércio Justo" é a expressão em português para identificar o movimento internacional chamado Fair Trade, o qual defende práticas comerciais que, além de justas, sejam éticas e solidárias, baseadas 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. Para mais informações, veja o site www.facesdobrasil.org.br, do Fórum de Articulação para o Comércio Ético e Solidário – Faces do Brasil.*

49 *Para iniciar um processo de gestão de fornecedores de acordo com os princípios da RSE, a empresa deve ter organizado sua carteira de fornecedores para ter clareza de quais deverão ser priorizados. Normalmente, as empresas que já possuem algum trabalho desse tipo iniciam pelos fornecedores que podem oferecer mais riscos, os considerados críticos para o negócio. Também é possível iniciar o processo por compras esporádicas, como brindes, por exemplo.*

50 *A Social Accountability 8000 (SA8000) é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho. Abrange os principais direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação e garantias contra o trabalho forçado, a discriminação e o trabalho infantil) e certifica seu cumprimento por meio de auditores independentes. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita sua implantação por empresas que já conhecem esse sistema. Mais informações em www.cepaa.org.*

51 *A norma ISO 14000 apresenta uma série de padrões que auxiliam a empresa a estabelecer e implementar um sistema de gestão ambiental, fornecendo os requisitos que serão 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 de serviços se utilize de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam reduzir as possibilidades de ocorrência de danos ambientais. Mais informações em www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/index.html.*

52 *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 para manejo florestal atesta que a madeira ou outro insumo florestal utilizado em determinado produto é oriundo de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e foi obtido cumprindo-se todas as leis vigentes. Produtos intermediários ou finais que utilizam matéria-prima florestal com o selo FSC para cadeia de custódia garantem a rastreabilidade da matéria-prima da floresta até o consumidor final. O selo FSC 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 da região em que foi obtido. Serve também para ajudar 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.*

53 *A FLO (Fair Trade Labelling Organizations) é uma organização internacional que certifica produtos de comércio justo.*

54 *A ABNT NBR16001 é a norma brasileira de responsabilidade social, publicada em 2004. Conheça a norma em www.abnt.org.br.*

Consumidores e Clientes

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

Indicador 29 — Política de Comunicação Comercial
Indicador 30 — Excelência no Atendimento
Indicador 31 — Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços

Indicador 29 — Política de Comunicação Comercial

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Atua rigorosamente de acordo com a legislação de defesa do consumidor. Focaliza suas estratégias de comunicação nos objetivos relacionados a volume de vendas e resultados financeiros.	Tem uma política formal de comunicação, alinhada com seus valores e princípios e abrangendo todo o seu material de comunicação, tanto interno quanto externo.	Tem consciência de seu papel na formação de valores e de padrões de consumo e comportamento da sociedade e tem procedimentos específicos para que sua comunicação possibilite a criação de valores positivos na sociedade como forma de contribuir com o desenvolvimento sustentável.	Além dessa política de comunicação, desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores, assistência técnica e representantes de consumidores visando criar uma cultura de responsabilidade e transparência na comunicação.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
29.1. A política de comunicação comercial consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
A empresa:		
29.2. atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores/clientes (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.	❑	❑
29.3. chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.).	❑	❑
29.4. tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco.	❑	❑
29.5. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios.	❑	❑
29.6. possui políticas específicas para assegurar que a comunicação voltada para o público infanto-juvenil seja responsável[56].	❑	❑
29.7. interage com seus fornecedores e distribuidores estimulando-os a adotar uma postura responsável em relação à comunicação voltada para o público infanto-juvenil.	❑	❑
29.8. realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com a Declaração Universal dos Direitos Humanos.	❑	❑
29.9. teve, nos últimos três anos, alguma campanha ou peça de comunicação como objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes.	❑	❑
29.10. nos últimos três anos, teve campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada.	❑	❑

Indicador 30 — Excelência no Atendimento

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Possui um atendimento básico receptivo, amplamente divulgado, focado na informação e na solução de demandas individuais.	Proporciona fácil acesso do consumidor/cliente ao serviço ou informação de seu interesse, registra e comunica internamente as manifestações dele, resolvendo rápida e individualmente as demandas e orientando-o sobre os procedimentos adotados.	Além de registrar as manifestações e resolver rapidamente as demandas, possui processos que incluem a procura das causas dos problemas e a utilização dessas informações para aprimorar a qualidade dos produtos e serviços.	Promove melhoria contínua de seu atendimento, priorizando o diálogo e o engajamento das partes interessadas no processo.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

	SIM	NÃO
30.1. A política e as normas de relacionamento com clientes e consumidores constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	❑	❑
A empresa:		
30.2. possui um ouvidor do consumidor ou função similar.	❑	❑
30.3. 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.	❑	❑
30.4. promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor.	❑	❑
30.5. treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas.	❑	❑
30.6. 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.	❑	❑
30.7. o serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa.	❑	❑
30.8. ao vender produtos e serviços, utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente.	❑	❑
30.9. possui política explícita de não-suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços.	❑	❑
30.10. possui uma política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário.	❑	❑
30.11. informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la.	❑	❑
30.12. solicita apenas informações pessoais relevantes e não além dos objetivos para os quais declara serem necessárias.	❑	❑
30.13. fornece informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele.	❑	❑
30.14. possui uma política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa.	❑	❑

	2010	2011	2012
30.15. Vendas líquidas			
30.16. Total de consumidores ou clientes			
30.17. Total de ligações atendidas pelo SAC			

	2010	2011	2012
30.18. Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC			
30.19. Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC			
30.20. Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos)			
30.21. Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes			

Indicador 31 — Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

Quanto ao conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de seus produtos e serviços[57], a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Realiza esporadicamente estudos e pesquisas técnicas sobre danos potenciais de seus produtos e serviços para os consumidores e clientes.	Realiza regularmente estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga as informações obtidas para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas quando detectados riscos de falhas. Disponibiliza informações detalhadas sobre seus produtos e serviços a seus consumidores e clientes.	Além disso, por meio do diálogo constante, obtém envolvimento ativo de seu público interno, fornecedores, distribuidores, consumidores e clientes no aperfeiçoamento contínuo dos produtos e serviços, substituindo componentes, tecnologias e procedimentos para minimizar ou evitar riscos à saúde e à segurança do consumidor ou cliente.	Além disso, os valores e princípios da empresa, o desenvolvimento sustentável e a ética[58] são considerados dimensões importantes na concepção ou reformulação, fabricação e venda de seus produtos ou na prestação de serviços.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
31.1. mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços.	❑	❑
31.2. possui sistemas internos ágeis e capacita sua área de comunicação externa para responder com rapidez e transparência a situações de crise.	❑	❑
31.3. foi, nos últimos três anos, processada pelo não-cumprimento de regulamentos relacionados à saúde e à segurança do consumidor/cliente.	❑	❑
31.4. teve, nos últimos cinco anos, produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa.	❑	❑
31.5. tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados.	❑	❑
Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor, a empresa:		
31.6. já teve produtos multados pelo não-cumprimento de regulamento referente à informação e rotulagem.	❑	❑

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor:	2010	2011	2012
31.7. Total de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, Ipem etc.)			
31.8. Total de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos			

NOTAS

55 *Para saber mais sobre o tema, visite o site www.procon.sp.gov.br, da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon).*

56 *Segundo o Instituto Alana, responsável pelo projeto Criança & Consumo (www.criancaeconsumo.org.br), "a exposição excessiva à televisão no Brasil – que é maior entre a população de baixa renda, devido às poucas opções de lazer – pode acentuar os seguintes problemas entre o público infanto-juvenil: obesidade, anorexia e bulimia, sexualização precoce, consumo precoce de álcool, desgaste nas relações familiares, comportamento agressivo devido à frustração com o baixo poder aquisitivo, pouco estímulo ao desenvolvimento da criatividade, banalização do consumo, falta de vínculo com os objetos pessoais e estímulo ao consumismo". Revista* Adiante*, maio de 2006.*

57 *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.*

58 *Referimo-nos aqui ao princípio kantiano de só fazer aos outros aquilo que fariam a si mesmos. Leia mais no livro* Ética Empresarial no Brasil*, de Joaquim Manhães Moreira (www.manhaesmoreira.com.br).*

Comunidade

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Indicador 32 — Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

Indicador 33 — Relações com Organizações Locais

AÇÃO SOCIAL

Indicador 34 — Financiamento da Ação Social

Indicador 35 — Envolvimento com a Ação Social

Indicador 32 — Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Procura tomar medidas reparadoras em resposta a reclamações e manifestações da comunidade.	Conhece em profundidade seus impactos na comunidade, possui processo estruturado para registrar reclamações e promove reuniões sistemáticas para informar lideranças locais sobre as providências tomadas.	Possui uma política formal de antecipar-se a demandas da comunidade e informá-la sobre atuais e futuros planos e impactos de suas atividades, envolvendo a comunidade na resolução dos problemas.	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.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
32.1. reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios.	❑	❑
32.2. possui políticas de relacionamento com a comunidade de entorno contempladas em seu código de conduta e/ou na declaração de valores.	❑	❑
32.3. participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções.	❑	❑
32.4. contribui com melhorias na infra-estrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade (habitações, estradas, pontes, escolas, hospitais etc.).	❑	❑
32.5. tem programa para empregar, na medida do possível, o maior número de moradores do local em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação daquela comunidade, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes.	❑	❑
32.6. tem práticas de compras e de investimentos para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade em que está presente.	❑	❑
32.7. conscientiza e treina seus empregados para respeitar os valores, conhecimento e práticas tradicionais da comunidade em que atua.	❑	❑
32.8. possui indicadores para monitorar os impactos causados por suas atividades na comunidade de entorno.	❑	❑
32.9. caso atue em regiões limítrofes de comunidades e reservas indígenas, possui políticas, procedimentos e normas formais para valorização e preservação do patrimônio cultural e humano e dos conhecimentos e práticas tradicionais das populações indígenas.	❑	❑
Nos últimos três anos, a empresa recebeu reclamações ou manifestações da comunidade ou de organizações da sociedade civil (petições, abaixo-assinados, protestos) pelos motivos listados abaixo:		
32.10. excesso de lixo, geração de mau cheiro, efluentes e outras formas de poluição (sonora, visual etc.).	❑	❑
32.11. excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno.	❑	❑
32.12. interferência em sistemas de comunicação.	❑	❑
32.13. alterações sociais negativas ocasionadas por suas atividades/instalações.	❑	❑
32.14. outros motivos.	❑	❑

Indicador 33 — Relações com Organizações Locais[59]

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.	Apóia várias entidades com doações, financiamento e implementação de projetos, divulgando experiências bem-sucedidas.	Participa da elaboração e implantação de projetos conjuntos com entidades locais, mantendo parcerias de longo prazo e capacitando lideranças envolvidas.	Atua em parceria com entidades locais, buscando influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de diversas redes, a fim de maximizar sua contribuição para o desenvolvimento local.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
33.1. faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade.	❑	❑
33.2. realiza na comunidade, em conjunto com organizações locais, campanhas educacionais e/ou de interesse público.	❑	❑

Indicador 34 — Financiamento da Ação Social

O financiamento da ação social da empresa é baseado em:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Verba variável, administrada arbitrariamente por diretor ou gerente, em resposta a solicitações externas.	Verbas definidas em orçamento anual, geridas com transparência por comitê ou grupo de trabalho, conforme critérios preestabelecidos.	Programa social estruturado ou investimento social privado[60], gerenciado por equipe especializada, com dotação orçamentária estável e com público, metas e estratégias definidos.	Programa social estruturado ou investimento social privado que conta com mecanismo próprio para a geração de receita, estando assegurada sua continuidade a longo prazo (fundo patrimonial e/ou percentual fixo sobre o faturamento da empresa).

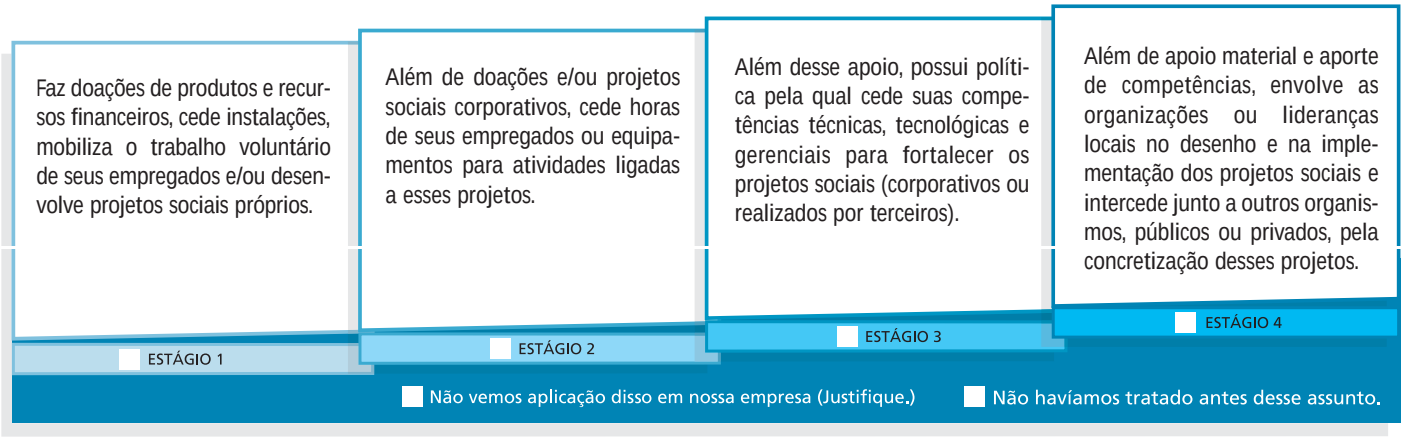
☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
34.1. inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico.	❑	❑
34.2. possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras.	❑	❑
34.3. utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social.	❑	❑
34.4. planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo.	❑	❑
34.5. otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos.	❑	❑
34.6. tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho.	❑	❑

Indicador 35 — Envolvimento com a Ação Social[61]

Como forma de concretizar sua ação social, a empresa:



INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
35.1. utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios.	❑	❑
35.2. divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados.	❑	❑
35.3. autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados.	❑	❑
Quanto à governança da ação social, a empresa:		
35.4. possui um conselho ou comitê misto, com membros de diferentes áreas da empresa ou do grupo empresarial, incluindo membros da sociedade credenciados para tratar da área temática em que atua.	❑	❑

	2010	2011	2012
35.5. Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios empregatícios)			
35.6. Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em produtos e serviços			
35.7. Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em espécie			
35.8. Percentual do total destinado à ação social correspondente a investimentos em projeto social próprio			
35.9. Percentual do total destinado à ação social correspondente à publicidade			
35.10. Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade			
35.11. Quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de empregados			

NOTAS

59 *Sobre o tema, 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 em www.ethos.org.br.*

60 *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.*

61 *Sobre o assunto, 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 em www.ethos.org.br.*

Governo e Sociedade

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

Indicador 36 — Contribuições para Campanhas Políticas

Indicador 37 — Construção da Cidadania pelas Empresas

Indicador 38 — Práticas Anticorrupção e Antipropina

LIDERANÇA SOCIAL

Indicador 39 — Liderança e Influência Social

Indicador 40 — Participação em Projetos Sociais Governamentais

Indicador 36 — Contribuições para Campanhas Políticas[62]

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Quando financia, o faz limitando a decisão aos membros da alta direção, dentro dos parâmetros estabelecidos pela legislação.	Quando financia, fundamenta-se em regras e critérios definidos internamente, permitindo ao público interno o acesso às informações sobre a decisão tomada.	A decisão de financiamento ou não financiamento é tomada de forma transparente (por meio de políticas escritas, do código de conduta e/ou declaração de valores etc.), permitindo às partes interessadas acesso às informações e requerendo do financiado a respectiva comprovação e registro da doação.	Além do descrito no estágio anterior, promove campanhas de conscientização política, cidadania e importância do voto, envolvendo todos os empregados e outras partes interessadas.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

		SIM	NÃO
36.1	Nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política.	❑	❑
36.2.	A empresa tem norma explícita de não utilização do poder econômico para influenciar contribuições de outras empresas, fornecedores, distribuidores e outros parceiros.	❑	❑

Indicador 37 — Construção da Cidadania[63] pelas Empresas

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Desenvolve atividades eventuais com foco na educação para a cidadania, abordando direitos e deveres.	Desenvolve periodicamente atividades de educação para a cidadania e permite a livre discussão e troca de informações sobre temas políticos.	Além disso, promove ou apóia, em parceria com organizações que trabalham com o tema, a realização de debates e fóruns de discussão com os candidatos a cargos eletivos, com o objetivo de assegurar o voto consciente.	Assume o papel de formar cidadãos e desenvolve programas de educação para a cidadania, tanto internamente quanto em sua cadeia de produção e na comunidade de entorno, exercendo sua liderança na discussão de temas como participação popular e combate à corrupção em seu município.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:		SIM	NÃO
37.1.	estimula seus empregados a avaliar e controlar a atuação dos eleitos.	❑	❑

Indicador 38 — Práticas Anticorrupção e Antipropina[64]

No relacionamento com autoridades, agentes e fiscais do poder público, em todos os níveis, a empresa:

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Procura evitar situações que envolvam favorecimento a agentes do poder público, mas não tem procedimentos formais nem divulgados de controle e punição.	Mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento direto ou indireto de agentes do poder público.	Assume compromisso público de combate à corrupção e à propina, possui normas escritas (em documento específico, no código de conduta etc.), as quais são divulgadas amplamente ao público interno e externo (fornecedores, consumidores, e representantes do poder público com os quais se relaciona), e mantém procedimentos formais de controle, punição e auditoria em caso de ocorrência.	Ciente de que a erradicação das práticas ilegais, imorais e antiéticas depende também da divulgação, facilitação ou educação, busca envolver um número cada vez maior de partes interessadas, como fornecedores, clientes, entidades parceiras etc., em iniciativas de combate à corrupção e à propina, disseminando o tema, ensinando sobre a utilização de ferramentas correlatas etc.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
38.1. 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.	❑	❑
38.2. prevê medidas punitivas aos empregados envolvidos no favorecimento a agentes do poder público.	❑	❑
38.3. possui política explícita de não apoio e não participação em processos que objetivem a manipulação de editais de concorrência (públicos ou privados).	❑	❑

Governo e Sociedade
LIDERANÇA SOCIAL

Indicador 39 — Liderança e Influência Social

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos interesses específicos do seu ramo ou setor de negócio.	Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados a questões de interesse público.	Participa ativamente, contribuindo com recursos humanos ou financeiros, de processos de elaboração de propostas de interesse público e de caráter socioambiental.	Tem membros de sua alta direção envolvidos na articulação, viabilização e fortalecimento de propostas de caráter socioambiental em diálogo com outras empresas, associações ou autoridades públicas visando sua adoção.

☐ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ☐ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
39.1. patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público.	❑	❑
39.2. interage ativamente com instituições de ensino de todos os níveis a fim de elaborar propostas para melhorar a qualificação da mão-de-obra do setor em que atua.	❑	❑
39.3. estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica.	❑	❑

Indicador 40 — Participação em Projetos Sociais Governamentais

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

ESTÁGIO 1	ESTÁGIO 2	ESTÁGIO 3	ESTÁGIO 4
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 de entidades governamentais.	Participa ativamente da elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle e avaliação de políticas públicas de interesse geral, contribuindo para seu fortalecimento.

❑ Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique.) ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A empresa:	SIM	NÃO
40.1. adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a assistência social, a saúde 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.	❑	❑
40.2. patrocina programa público ou privado de bolsa escolar.	❑	❑
40.3. articula e coordena parcerias nos programas de que participa.	❑	❑

NOTAS

62 *Sobre o assunto, veja o manual do Instituto Ethos* A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Edição 2006, *disponível em www.ethos.org.br.*

63 *Segundo o jurista Dalmo Dallari, em seu livro* Direitos Humanos e Cidadania, *"a cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social".*

64 *Em relação ao tema, conheça o Pacto Nacional Empresarial pela Integridade e Combate à Corrupção, uma iniciativa do Instituto Ethos, da Patri – Relações Governamentais e Políticas Públicas, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), do Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime (UNODC) e do Comitê Brasileiro do Pacto Global. O documento contém um conjunto de diretrizes e procedimentos a serem adotados pelas empresas e entidades signatárias no seu relacionamento com os poderes públicos. Para aderir ao Pacto, vá ao site www.empresalimpa.org.br.*

Anotações sobre os Indicadores Ethos

Ao conduzir o processo de preenchimento dos Indicadores Ethos, o facilitador e o relator deverão fazer anotações que ajudarão a empresa a analisar e interpretar o relatório diagnóstico elaborado pelo Instituto Ethos. Abaixo apresentamos um roteiro de anotações como exemplo.

INDICADORES ETHOS DE RSE

Coordenador Geral	Nome do coordenador geral
Tema	Valores, Transparência e Governança
Facilitador do Tema	Nome do facilitador do tema
Equipe	Nome da equipe
Indicador	Compromissos Éticos

Estágio definido pela equipe

Estágio 1 ❑ Estágio 2 ❑ Estágio 3 ❑ Estágio 4 ❑

Não vemos aplicação disso em nossa empresa ❑ Não havíamos tratado antes desse assunto ❑

Consenso

Fácil ❑ Difícil ❑

Comentários/percepções

Riscos verificados

Oportunidades a explorar

Meta para a próxima aplicação

Lideranças internas (formais ou informais) para conduzir este processo

Lideranças externas (formais ou informais) a serem envolvidas neste processo

Ferramentas ou fontes de informações a pesquisar

O que pode ser feito em relação a este indicador

Imediatamente:

Após obter melhores informações:

Após planejamento:

Aspectos a considerar neste indicador em relação a

Sustentabilidade:

Partes Interessadas:

Processos internos:

Aprimoramento contínuo:

Glossário

Ação Social – É qualquer atividade realizada pelas empresas para atender às comunidades em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não-governamentais, associações comunitárias etc.), em áreas como assistência social, alimentação, saúde, educação, cultura, meio ambiente e desenvolvimento comunitário. Abrange desde pequenas doações a pessoas ou instituições até ações estruturadas, com uso planejado e monitorado de recursos, seja pela própria empresa, por fundações e institutos de origem empresarial, seja por indivíduos especialmente contratados para a atividade.

A empresa deve se esforçar para que essas atividades sejam bem estruturadas, visando maximizar seus impactos a longo prazo. É importante que os fornecedores, os acionistas e as outras partes interessadas também sejam estimulados a fazer esse tipo de ação.

Conheça os manuais do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Erradicação da Pobreza, Como as Empresas Podem Apoiar e Participar do Combate à Fome* e outros, em www.ethos.org.br.

Acionista Majoritário – Pessoa física, pessoa jurídica ou grupo de pessoas vinculadas por acordo de voto ou sob controle comum, que:

a) seja titular de direitos de sócio que lhe assegurem a maioria dos votos nas deliberações da assembléia geral e o poder de eleger a maioria dos administradores da empresa;

b) use efetivamente seu poder para dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento dos órgãos da empresa.

Para mais informações sobre a boa participação dos acionistas na direção da empresa, consulte o site www.ibgc.org.br, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Acionista Minoritário – Proprietário de ações cujo total não lhe permite participar do controle da companhia.

Para mais informações sobre a boa participação dos acionistas na direção da empresa, consulte o site www.ibgc.org.br, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Analfabetismo Absoluto e Analfabetismo Funcional – "O conceito de analfabetismo mudou nos últimos anos. Em 1958, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) definia como analfabeto um indivíduo que não conseguia ler ou escrever algo simples. Vinte anos depois, adotou o conceito de analfabeto funcional: uma pessoa que, mesmo sabendo ler e escrever frases simples, não possui as habilidades necessárias para satisfazer as demandas do seu dia-a-dia e se desenvolver pessoal e profissionalmente."

(Fonte: Instituto Paulo Montenegro – www.ipm.org.br.)

É importante que a empresa tenha programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo para seus empregados, com metas e recursos definidos.

Conheça os manuais do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação* e *O Compromisso das Empresas com o Alfabetismo Funcional*, em www.ethos.org.br.

Aperfeiçoamento Contínuo – Desenvolvimento pessoal e intelectual do empregado, relacionado tanto aos conhecimentos necessários para desempenhar as tarefas relativas à sua função quanto a conhecimentos mais universais, o qual pode ser realizado por meio de atividades sistemáticas e organizadas para essa finalidade, como treinamentos, cursos, seminários, vivências etc.

A empresa deve procurar oferecer atividades de desenvolvimento e capacitação a seus empregados, com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente de níveis hierárquicos e da aplicabilidade em suas funções atuais.

Conheça o manual do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação* em www.ethos.org.br.

Aprendiz – Indivíduo maior de 14 e menor de 18 anos de idade inscrito em programa de aprendizagem regulamentado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a qual dispõe sobre o contrato de aprendizagem, a obrigação das empresas em empregar aprendizes, a carga horária permitida, o piso salarial do aprendiz e outros direitos. A Lei 10.097/00 conceitua o contrato de aprendizagem como "o contrato de trabalho especial, ajustado por escrito e por prazo determinado, em que o empregador se compromete a assegurar ao maior de 14 e menor de 18 anos, inscrito em programa de aprendizagem, formação técnico-profissional metódica, compatível com o seu desenvolvimento físico, moral e psicológico, e o aprendiz, a executar, com zelo e diligência, as tarefas necessárias a essa formação". 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, mas podem fazê-lo, contribuindo assim para a formação profissional de adolescentes.

Mais informações no *site* www.fundabrinq.org.br, da Fundação Abrinq.

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 comum em relações hierárquicas autoritárias e assimétricas, em que predominam condutas negativas, relações desumanas e antiéticas de longa duração, de um ou mais chefes, dirigidas a um ou mais subordinados, desestabilizando a relação da vítima com o ambiente de trabalho e a organização, forçando-a a desistir do emprego. Caracteriza-se pela degradação deliberada das condições de trabalho em que prevalecem atitudes e condutas negativas dos chefes em relação a seus subordinados, constituindo uma experiência subjetiva que acarreta prejuízos práticos e emocionais para o trabalhador e a organização. A vítima escolhida é isolada do grupo sem explicações, passando a ser hostilizada, ridicularizada, inferiorizada, culpabilizada e desacreditada diante dos pares. Estes, pelo medo do desemprego e da vergonha de serem também humilhados, associado ao estímulo constante à competitividade, rompem os laços afetivos com a vítima e, freqüentemente, reproduzem e reatualizam ações e atos do agressor no ambiente de trabalho, instaurando o 'pacto da tolerância e do silêncio' no coletivo, enquanto a vítima vai gradativamente se desestabilizando e se fragilizando, 'perdendo' sua auto-estima." *(Fonte: www.assediomoral.org/site)*

É importante que a empresa possua normas e processos para combater situações de assédio moral, os quais devem ser divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.

Assédio Sexual – Crime passível de pena de um a dois anos de detenção para quem "constranger alguém com o intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função". *(Artigo 216 do Código Penal, instituído pela Lei 10.224/01.)*

É importante que a empresa possua normas e processos para combater situações de assédio moral, os quais devem ser divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.

Para mais informações, consulte *A Ética Empresarial no Brasil*, de Joaquim Manhães Moreira (Pioneira, 1999).

Assistencialismo – Doutrina, sistema ou prática que organiza e presta assistência às comunidades socialmente excluídas, sem uma política para tirá-las da condição de necessitadas. É um conceito associado à noção de "caridade" ou "filantropia", já que não prevê o envolvimento da comunidade nem ambiciona transformações estruturais significativas. *(Fonte:* Folha de S.Paulo*, 1°. de fevereiro de 2005.)*

Atores Sociais – Indivíduos, organizações ou grupos envolvidos em projetos sociais que possam influir na obtenção dos resultados desses trabalhos. Espera-se que o ator social tenha múltiplos conhecimentos, condições de atuar em equipe, representatividade, influência social e, principalmente, identificação com a causa pela qual trabalha. *(Fonte:* Folha de S.Paulo*, 1°. de fevereiro de 2005.)*

Avaliação 360 Graus – Avaliação do desempenho individual que se baseia no recebimento pelo profissional de *feedbacks* de seus superiores, pares e subordinados, podendo o sistema incluir até mesmo clientes, fornecedores, associados e parceiros em geral. Mais do que simplesmente avaliar, esse sistema permite efetuar uma verdadeira análise do funcionamento da organização pelo ponto de vista daqueles que nela trabalham. É importante que questões éticas sejam abordadas nesse tipo de avaliação.

Para mais informações, consulte *A Ética Empresarial no Brasil*, de Joaquim Manhães Moreira (Pioneira, 1999).

Balanced Scorecard (BSC) – É uma ferramenta de gestão que dá suporte à medição a partir de quatro perspectivas de desempenho organizacional: financeira; do cliente; de processos de negócios internos; e de aprendizagem e crescimento. Cria um sistema de objetivos, medidas, metas e iniciativas interligadas que, juntos, descrevem a estratégia da empresa para alcançá-los. O BSC tem sido extensamente usado por empresas de diferentes setores em todos os níveis de estratégia e operação.

O Projeto Sigma adaptou a abordagem tradicional do BSC para auxiliar no planejamento e nas tomadas de decisão referentes ao desenvolvimento sustentável e à sustentabilidade empresarial. É o Sustainability Scorecard.

Mais informações nos sites da Symnetics (www.symnetics.com.br) e do Projeto Sigma (www.projectsigma.com).

Balanço Social – É uma forma de dar transparência às atividades corporativas por meio de um levantamento dos principais indicadores de desempenho econômico, social e ambiental da empresa. Além disso, é um instrumento que amplia o diálogo com todos os públicos com os quais a empresa se relaciona: acionistas, consumidores e clientes, comunidade vizinha, funcionários, fornecedores, governo, organizações não-governamentais, mercado financeiro e a sociedade em geral. Durante sua realização, o balanço social funciona também como uma ferramenta de auto-avaliação, já que dá à empresa uma visão geral sobre sua gestão e o alinhamento de seus valores e objetivos presentes e futuros com seus resultados atuais.

É importante que a empresa inclua em seu balanço aspectos desfavoráveis e seus respectivos desafios, com metas para o período seguinte. O balanço social da empresa deve levar em consideração os princípios de relevância, veracidade, clareza, comparabilidade, verificabilidade e neutralidade.

Veja também "Relatório de Sustentabilidade"

Para mais informações sobre os princípios para elaboração de balanços sociais, consulte o *Guia para Elaboração de Balanço Social* e *Relatório de Sustentabilidade* – disponível em www.ethos.org.br.

Benchmarking – Segundo a International Benchmarking Clearinghouse (IBC), o *benchmarking* é um processo sistemático e contínuo de medida e comparação das práticas de uma organização com as das organizações líderes, no sentido de obter informações que a ajudem a melhorar o seu nível de desempenho. *(Fonte: Dicionário de RH, em www.guiarh.com.br/dicionario2.htm.)*

Benefícios Básicos – Benefícios trabalhistas garantidos pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aos quais todos os trabalhadores legalmente regularizados têm direito, e os benefícios negociados e acordados entre os setores e os sindicatos específicos.

Espera-se que, além dos benefícios básicos, a empresa ofereça para seus funcionários: plano de saúde familiar; auxílio para educação dos filhos; financiamento para casa própria; e creche no local de trabalho ou por rede conveniada. Espera-se também que todos os benefícios sejam oferecidos para funcionários homens e mulheres, indiscriminadamente, abrangendo todos os níveis hierárquicos, bem como trabalhadores registrados ou apenas comissionados.

Conheça os manuais do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação*, *O Que as Empresas Podem Fazer pela Criança e pelo Adolescente* e *O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher*, em www.ethos.org.br.

Bonificação – Remuneração extra relacionada ao desempenho de determinadas tarefas ou atividades. Empresas engajadas com a causa da sustentabilidade podem oferecer a seus funcionários bônus adicionais por êxitos a médio e longo prazo ou alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental.

Cadeia Produtiva – Inclui todos os componentes do processo produtivo, que vai da extração da matéria-prima até a fabricação do produto final a ser comercializado. É importante que a empresa conheça em profundidade a origem das matérias-primas, insumos e produtos que utiliza em sua linha de produção ou nas operações diárias e tenha garantia de que nessa origem os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados. A empresa deve garantir que seus produtos e serviços tenham componentes, tecnologias e procedimentos que minimizem riscos ao meio ambiente e à saúde e segurança de seus consumidores/clientes, evitando danos morais e garantindo sua privacidade.

Conheça os manuais do Instituto Ethos *O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente* e *Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas*, em www.ethos.org.br.

Cadeia de Valor – Conceito de administração de empresas que designa a série de atividades relacionadas e desenvolvidas pela empresa para satisfazer as necessidades dos clientes, desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção e venda até a fase da distribuição para o consumidor final.

O gerenciamento da cadeia de valor, segundo a metodologia que popularizou esse conceito, traz à empresa vantagens competitivas, por meio da eliminação de atividades que não adicionam valor ao produto. Ao incorporar elementos de responsabilidade social ao gerenciamento da cadeia de valor e estimular essa incorporação por parte de sua cadeia de fornecimento e de distribuição, a empresa, além de adicionar valor a seu produto, contribui efetivamente para o desenvolvimento sustentável.

Conheça o manual do Instituto Ethos *Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas*, em www.ethos.org.br.

Caixa Dois – Expressão que define o dinheiro não registrado que entra em uma empresa e que, por isso, pode ser utilizado sem que sobre ele incidam impostos. Essa prática é enquadrada judicialmente como crime por sonegação de impostos. *(Fonte:* Dicionário de Economia*, em www.nortes.com.br/dicionario/.)*

Exemplos de organizações envolvidas com esse tipo de prática são corriqueiros em nossa sociedade. É aconselhável que as instituições tenham um código de ética e que seus valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes e comportamento dos dirigentes e funcionários, devendo estar explícito o compromisso com a transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas. O código deve contemplar itens claros sobre a proibição de práticas ilegais na gestão organizacional. Pode-se ainda criar procedimentos de avisos internos sobre suspeitas de atos ilegais, seguidos de investigação e punição.

Captação de Recursos – Envolve não apenas a obtenção de recursos financeiros, mas também a busca por produtos e serviços que auxiliem determinada entidade a realizar sua missão. No Brasil, a Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR) criou um código de ética para os profissionais que assumirem tal compromisso. Uma das determinações do código é que o captador não receba comissão pelos recursos obtidos.

Para mais informações, contate a Associação Brasileira de Captadores de Recursos (captadores@gmail.com).

Ciclo de Vida do Produto – Inclui os processos de transformação do produto desde a extração ou produção da matéria-prima até o descarte final, após o consumo. Inclui os processos industriais, embalagens, distribuição e comércio.

É importante que a empresa conheça em profundidade a origem das matérias-primas, insumos e produtos que utiliza em sua linha de produção ou nas operações diárias e tenha garantia de que nessa origem os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados. A empresa deve garantir que os componentes, tecnologias e procedimentos de seus produtos e serviços não causem impactos negativos à sociedade e ao meio ambiente.

Conheça os manuais do Instituto Ethos *O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente* e *Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas*, em www.ethos.org.br. Para outras informações, consulte o Instituto Akatu – www.akatu.org.br.

Código de Conduta – Manual elaborado pela diretoria da empresa, de acordo com os princípios e políticas definidos pelo conselho de administração, visando orientar administradores e empregados na sua forma de conduta profissional cotidiana. O código de conduta deve também definir responsabilidades sociais e ambientais.

Para mais informações, consulte o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) – www.ibgc.org.br.

Coleta Seletiva de Materiais – Coleta de resíduos que prevê uma etapa inicial de separação dos materiais descartados por tipo antes de destiná-los à reciclagem, evitando o envio para aterros sanitários ou lixões. Hoje existem organizações que desenvolvem programas estruturados de coleta seletiva de materiais. Esses programas envolvem membros internos da organização e podem ser considerados como um passo eficaz no caminho da sustentabilidade.

Para mais informações sobre esses programas, consulte o Instituto Gea – www.institutogea.org.br.

Comércio Justo – É a expressão em português para identificar o movimento internacional chamado Fair Trade, o qual prevê práticas comerciais que, além de justas, sejam éticas e solidárias, baseadas 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.

Além de realizar essas ações no relacionamento com seus fornecedores, é importante que a empresa apóie organizações que praticam e promovem o comércio justo.

Mais informações em Faces do Brasil – www.facesdobrasil.org.br.

Comissões de Conciliação Prévia (CCP) – Essas comissões de trabalhadores constituem organismos privados de conciliação, ou seja, têm a finalidade de mediar e tentar conciliar, fora do processo judicial, os conflitos individuais advindos das relações de trabalho. Não possuem qualquer relação administrativa ou de dependência com o Ministério do Trabalho e Emprego ou com a Justiça do Trabalho e tampouco estão subordinadas a registro ou reconhecimento dos órgãos públicos. Mesmo assim, funcionam como a primeira instância dos dissídios individuais.

Para ter maior representatividade, os integrantes desse tipo de comissão devem ser eleitos pelos trabalhadores, sem interferência da empresa.

Mais informações no Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br – e no Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) – www.dieese.org.br.

Comissão de Fábrica – Órgão interno de representação dos trabalhadores de uma empresa na negociação de benefícios e na solução de problemas internos, atritos de ordem sindical e todos os outros dilemas do dia-a-dia dos funcionários na empresa. Essa comissão é composta por uma coordenação e por representantes distritais dos empregados, eleitos por voto secreto.

Para ter maior representatividade, os integrantes desse tipo de comissão devem ser eleitos pelos trabalhadores, sem interferência da empresa.

Mais informações no Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br – e no Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) – www.dieese.org.br.

Comitês de Gestão – Funcionam como fóruns de amadurecimento e aprofundamento dos temas do seu escopo e para estruturar as informações a serem apresentadas ao Comitê de Negócios. São compostos pelos principais gerentes das áreas envolvidas e também podem contar com a participação de membros do Comitê de Negócios. São suas atribuições:

1. articular a implementação das decisões e recomendações estratégicas;
2. definir prioridades para as ações, tendo por base a integração de planos, programas e projetos;
3. monitorar a execução dos programas e ações estratégicos, indicando os ajustes necessários, com base em indicadores de desempenho.

Para mais informações sobre boas práticas de governança, consulte o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) – www.ibgc.org.br.

Comitê de Negócios – Formado por membros da alta administração, esse comitê é um fórum de integração dos assuntos relevantes e estratégicos para a empresa. Visa promover o alinhamento entre o desenvolvimento dos negócios, a gestão e as diretrizes do plano estratégico da organização.

Para mais informações sobre boas práticas de governança, consulte o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) – www.ibgc.org.br.

Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa) – Regulamentada por norma do Ministério do Trabalho e Emprego, tem como objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar permanentemente compatível o exercício da função com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador.

Para ter maior representatividade, os integrantes desse tipo de comissão devem ser eleitos pelos trabalhadores, sem interferência da empresa.

Mais informações no Observatório Social – www.observatoriosocial.org.br – e no Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese) – www.dieese.org.br.

Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) – Órgão do governo federal criado em 1962 e transformado em autarquia vinculada ao Ministério da Justiça em 1994, tem a finalidade de defender a livre concorrência, encarregando-se de orientar, fiscalizar, prevenir e apurar abusos de poder econômico, como, por exemplo, a formação de cartéis. (*Fontes: Ministério da Justiça e* Dicionário de Economia*, em www.nortes.com.br/dicionario/.*)

Conselho de Administração – Órgão deliberativo aplicável a organizações abertas ou fechadas, independentemente de sua forma societária. Representa os interesses dos acionistas juntamente com os dos demais *stakeholders*, zelando pela segurança e evolução favorável da organização.

Para mais informações, consulte o *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), em www.ibgc.org.br. Veja também o livro *Governança Corporativa: o Governo da Empresa e o Conselho de Administração*, de João Bosco Lodi (Elsevier, 2000).

Conselho Consultivo – O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) considera a existência de um conselho consultivo como uma boa prática, "sobretudo para sociedades fechadas em desenvolvimento ou com controle familiar e organizações do terceiro setor". Esse recurso "permite que conselheiros independentes possam contribuir para a organização e que esta viva um processo gradual de melhoria na governança corporativa". *(Fonte:* Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*, do IBGC – www.ibgc.org.br.)*

Conselho de Família – Utilizado em organizações de sociedade familiar, esse conselho "é um pequeno grupo formado para discussão de assuntos familiares e organização das expectativas em relação à sociedade". Seus objetivos não devem confundir-se com os do Conselho de Administração. *(Fonte:* Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*, do IBGC – www.ibgc.org.br.)*

Consumo Consciente – Visa transformar o ato de consumir em um ato de cidadania. Em adição ao bem-estar pessoal, o consumidor consciente considera em suas escolhas de consumo as possibilidades ambientais e as necessidades sociais.

Para outras informações, consulte o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente – www.akatu.org.br.

Corrupção – É o comportamento que se desvia dos deveres formais de uma função pública devido a interesses privados (pessoais, familiares, de grupo fechado), de natureza pecuniária ou para melhorar o status, ou que viola regras contra o exercício de certos tipos de comportamento ligados a interesses privados. *(Fonte: "Reforma do Estado, Transparência e Democracia no Brasil", de José Matias Pereira. In:* Revista Académica de Economia*, nº. 26, de 2004. Disponível em www.eumed.net)* Casos de organizações envolvidas com esse tipo de prática são corriqueiros em nossa sociedade. É aconselhável que as instituições tenham um código de ética e que seus valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes e comportamento dos dirigentes e funcionários, devendo estar explícito o compromisso com a transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas. O código deve contemplar itens claros sobre a proibição de práticas ilegais na gestão organizacional. Pode-se ainda criar procedimentos de avisos internos sobre suspeitas de atos ilegais, seguidos de investigação e punição.

Para mais informações sobre práticas e procedimentos de combate à corrupção, consulte a Transparência Brasil – www.transparencia.org.br.

Cor ou Raça – Conhecer a cor ou raça de funcionários e dirigentes permite à empresa desenvolver ações afirmativas com o propósito de promover a diversidade e a eqüidade, que pressupõem a representação proporcional nos quadros da empresa dos diversos grupos presentes na sociedade, com oportunidades iguais para todos. A classificação deve ser feita por meio de autodeclaração, segundo a nomenclatura utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): branca, preta, amarela, parda ou indígena.

Conheça as publicações do Instituto Ethos *Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas* e *O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*, em www.ethos.org.br.

Demonstração do Valor Adicionado (DVA) – Segundo a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), nesse tipo de demonstração a riqueza gerada pela empresa, medida no conceito de valor adicionado, é calculada a partir da diferença entre o valor de sua produção e o dos bens produzidos por terceiros utilizados no processo de produção da empresa. A atual e a potencial aplicações do valor adicionado mostram o aspecto econômico e social que o seu conceito envolve:

1. como índice de avaliação do desempenho na geração da riqueza, ao medir a eficiência da empresa na utilização dos fatores de produção, comparando o valor das saídas com o valor das entradas;
2. como índice de avaliação do desempenho social, à medida que demonstra, na distribuição da riqueza gerada, a participação dos empregados, do governo, dos agentes financiadores e dos acionistas.

A DVA geralmente integra os balanços sociais das empresas.

Veja os princípios para elaboração de balanços sociais no *Guia para Elaboração de Balanço Social* e *Relatórios de Sustentabilidade*, em www.ethos.org.br.

Desenvolvimento Sustentável – É aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades. *(Fonte: Relatório Brundtland.)*

O conceito alerta para o cuidado com a exploração irracional dos recursos naturais, com os direitos humanos, com o resgate da cidadania e com o acesso ao consumo de bens e serviços.

Diversidade – Princípio básico de cidadania que visa assegurar a cada um condições de pleno desenvolvimento de seus talentos e potencialidades, considerando a busca por oportunidades iguais e respeito à dignidade de todas as pessoas. A prática da diversidade representa a efetivação do direito à diferença, criando condições e ambientes em que as pessoas possam agir em conformidade com seus valores individuais.

As empresas têm a obrigação ética de combater todas as formas de discriminação negativa e de valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza da diversidade de nossa sociedade. Para isso elas podem:

1. desenvolver normas antidiscriminatórias para seu ambiente interno e na relação com seus clientes;
2. aplicar essas normas em processos de admissão ou promoção e de pagamento de salários e benefícios;
3. realizar treinamentos sobre o tema;
4. desenvolver atividades de valorização de grupos pouco representados internamente.

Conheça as publicações do Instituto Ethos *Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso, O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher, Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas* e *O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*, em www.ethos.org.br.

Doações para o Fundo da Infância e da Adolescência – Pessoas físicas e jurídicas podem destinar parte de seu imposto de renda para o Fundo da Infância e da Adolescência (FIA). Todos os contribuintes que declaram renda podem escolher inclusive as instituições que devem ser beneficiadas pelo seu imposto. Pessoas físicas podem doar até 6% e empresas até 1% do imposto de renda devido. É aconselhável a consulta a um contador para melhor realizar esse tipo de doação. *(Fontes: Programa da Declaração do Imposto de Renda – Pessoa Física e Pessoa Jurídica; Lei nº. 9.250, de 1995, art. 12, I; e Regulamento do Imposto de Renda RIR/1999, art. 102.)*

Ecoeficiência – Segundo a World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), ecoeficiência significa "a competitividade na produção e colocação no mercado de bens ou serviços que satisfaçam as necessidades humanas, trazendo qualidade de vida, minimizando os impactos ambientais e o uso de recursos naturais, considerando o ciclo inteiro de vida da produção e reconhecendo a 'ecocapacidade' planetária".

As empresas podem desenvolver diversas ações consideradas ecoeficientes, como, por exemplo, criar sistemas de monitoramento de emissão de gases e do consumo de energia, de água, de produtos tóxicos e de matérias-primas. Podem também implantar processos de reutilização de resíduos em determinadas etapas de sua produção.

Para mais informações, veja o manual do Instituto Ethos *O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente*, em www.ethos.org.br.

Empoderamento (do inglês *empowerment*) – Refere-se a aumentar a força política, social e econômica de indivíduos ou grupos. Na compreensão usual do termo, "empoderar" significa fortalecer os grupos habitualmente excluídos dos processos de tomada de decisão.

As ações empresariais de empoderamento variarão de acordo com o público a que se destinam. Os empregados, por exemplo, serão empoderados por meio de ações que lhes dêem mais autonomia. No caso da comunidade, o empoderamento se dará por meio de ações que assegurem aos que carecem de poder condições básicas para poder começar a entender sua participação no processos de decisão de qualquer ordem. *(Adaptado do documento "Responsabilidade Social Empresarial - uma Nova Visão Empresarial", do* Forum Empresa*.)*

Empregabilidade – É a capacidade que uma pessoa tem de permanecer no mercado de trabalho, conseguindo rapidamente outro emprego, com a mesma qualidade que tinha na empresa de que se desligou. *(Fonte: www.estudando.com)*

A empresa pode oferecer aos empregados atividades de desenvolvimento e capacitação, com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente de níveis hierárquicos e da aplicabilidade em suas funções atuais. Pode também oferecer serviços de recolocação e/ou financiamento para recapacitação aos trabalhadores demitidos de qualquer nível hierárquico, bem com a manutenção de benefícios.

Conheça o manual do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação*, em www.ethos.org.br.

Energia Renovável – É uma das alternativas para a redução de emissões, estabilização dos custos de energia e segurança energética. O uso de energia renovável leva também à diminuição da dependência de combustíveis fósseis (petróleo, gás e carvão). Exemplos desse novo tipo de energia são o álcool e as energias eólica e solar, que hoje ainda representam uma taxa muito pequena do consumo mundial. Mas os avanços tecnológicos têm permitido um aumento na aplicação desse tipo de energia. Espera-se que as empresas acompanhem esses avanços, conscientes de sua importância para a sustentabilidade do planeta. Uma forma de a empresa começar a caminhar nesse sentido é considerar os princí-

pios e as oportunidades de negócios ambientalmente sustentáveis no desenvolvimento de novos empreendimentos ou nos novos modelos de negócios já existentes.

Enraizamento – Os valores e princípios da empresa estarão progressivamente enraizados na cultura da organização na medida em que passem por uma difusão sistemática. É importante desenvolver instrumentos de comunicação e estimular a participação e a contribuição dos interessados no processo de avaliação e monitoramento periódicos, possibilitando a incorporação das sugestões aos processos de trabalho.
A empresa pode ainda constituir comitês, conselhos ou pessoa(s) responsável(is) por questões éticas, que abordem o tema em pesquisas de clima organizacional ou similares, por exemplo. Os parceiros externos também podem ser estimulados a replicar esse processo na cadeia produtiva da empresa.

Ética Empresarial – Compreende os princípios e padrões que orientam os procedimentos no mundo dos negócios. O comportamento ético da organização é a base da responsabilidade social, expressa nos princípios e valores adotados pela empresa. Não há responsabilidade social empresarial sem ética nos negócios. É importante haver coerência entre ação e discurso. *(Fonte: Centro de Apoio à Pesquisa – www.uniethos.org.br/universitario.)*

Externalidade – Conceito econômico que se refere aos impactos de uma atividade que não se limitam às partes que dela participam. A externalidade pode ser negativa (como a poluição ambiental decorrente das atividades de uma empresa) ou positiva (quando, por exemplo, um método de produção de baixo custo desenvolvido por determinada empresa é gratuitamente absorvido por outras).

Extorsão – Os dicionários trazem para esse termo as seguintes definições: 1) ato ou efeito de extorquir; 2) o crime de constranger alguém a fazer, tolerar que se faça ou deixar de fazer algo, mediante violência ou grave ameaça, com o intento de obter para si ou para outrem vantagem econômica indevida; 3) exação violenta, imposto excessivo; 4) concussão, usurpação. *(Fonte:* Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa).
Casos de organizações envolvidas com esse tipo de prática são corriqueiros em nossa sociedade. É aconselhável que as instituições tenham um código de ética e que seus valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes e comportamento dos dirigentes e funcionários, devendo estar explícito o compromisso com a transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas. O código deve contemplar itens claros sobre a proibição de práticas ilegais na gestão organizacional. Pode-se ainda criar procedimentos de avisos internos sobre suspeitas de atos ilegais, seguidos de investigação e punição.

Para mais informações sobre práticas e procedimentos de combate à corrupção, consulte a Transparência Brasil – www.transparencia.org.br.

Força de Trabalho – Todos os empregados da organização, independentemente da relação contratual estabelecida (empregados em tempo integral ou parcial, temporários, autônomos, contratados de terceiros que trabalham sob a coordenação direta da organização etc).
A empresa, ao identificar as condições socioeconômicas de seus empregados, pode tornar suas ações de responsabilidade social mais efetivas. Ao tomar conhecimento sobre o nível de escolaridade de sua força de trabalho, por exemplo, a empresa pode buscar meios para aprimorar suas atividades voltadas para a educação e desenvolvimento profissional.

Fornecedor – Qualquer indivíduo ou organização que forneça bens e serviços à empresa. "A utilização desses bens e serviços pode ocorrer em qualquer estágio de projeto, produção e utilização dos produtos. Assim, fornecedores podem incluir distribuidores, revendedores, prestadores de serviços terceirizados, transportadores, contratados e franquias, bem como os que suprem a organização com materiais e componentes. São também fornecedores os prestadores de serviços das áreas de saúde, treinamento e educação." *(Fonte: Associação Brasileira das Instituições de Pesquisa Tecnológica – ABIPTI.)*
A empresa socialmente responsável envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, tomando-o como orientador em casos de conflitos de interesse. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.

Fundação – Pessoa jurídica composta pela organização de um patrimônio destacado pelo seu instituidor para servir a uma causa de interesse público, sem visar lucro. Não permite proprietário, titular ou sócios. O patrimônio, gerido por curadores, é freqüentemente fiscalizado pelo Ministério Público. *(Fonte:* Folha de S.Paulo*, 1°. de fevereiro de 2005.)*

Geração de Renda – Ações sociais que visam a geração de renda têm como objetivo estimular e facilitar a criação de postos de trabalho para a população beneficiada. Também contribuem para a geração de renda algumas iniciativas de empreendedorismo comunitário, como a comercialização de produtos artesanais e a profissionalização de atividades culturais. *(Fonte:* Folha de S.Paulo*, 1°. de fevereiro de 2005.)*
Há diversas formas de a empresa se envolver em ações desse tipo. Ela pode, por exemplo, ceder horas de seus funcionários (como voluntários), bem como suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais, para apoiar projetos de sua própria iniciativa ou realizados por terceiros. Pode ainda, envolver organizações ou lideranças locais no desenho e na implementação dos projetos, intercedendo junto a outros organismos, públicos ou privados, para sua concretização.

Governança Corporativa – É o sistema pelo qual as organizações são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre acionistas/cotistas, conselho de administração, diretoria, auditoria independente e conselho fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade. *(Fonte: Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC.)*
"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.)*

Mais informações sobre governança corporativa no Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), em www.ibgc.org.br.

Impacto Social – É a transformação da realidade de uma comunidade ou região a partir de uma ação planejada, monitorada e avaliada. Só é possível dimensionar o impacto social se a avaliação de resultados detectar que o projeto efetivamente produziu os resultados que pretendia alcançar e afetou a característica da realidade que queria transformar. A empresa deve conhecer os impactos que ela causa na comunidade, informá-la sobre os atuais e futuros planos e impactos de suas atividades, envolvendo a comunidade na resolução de problemas.

A empresa pode contribuir com melhorias na infra-estrutura ou no meio ambiente local, bem como criar programas para empregar, nas respectivas atividades e na medida do possível, o maior número de pessoas da comunidade em que está inserida, dando-lhes formação, com o objetivo de aumentar os níveis de qualificação, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes. A empresa pode ainda ter práticas de compras e investimentos no local, para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades. Pode também conscientizar e treinar seus empregados para respeitarem os valores e tradições das comunidades em que atua.

Conheça os 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*, em www.ethos.org.br.

Imposto de Renda Pessoa Jurídica e Doações para ONGs – As empresas podem fazer doações a entidades de utilidade pública deduzindo de seu imposto de renda "até o limite de 2% do seu lucro operacional, antes de computada a sua dedução", conforme a Lei 9.249/95, artigo 13, § 2, inciso III. É aconselhada a consulta a um contador para o esclarecimento sobre os procedimentos legais do lançamento desse tipo de doação na declaração de imposto da empresa.

Indicadores – Dados que não devem ser analisados isoladamente e podem ser usados como insumos para tomadas de decisão, análise de tendências e construção de cenários futuros. Esses dados refletem sistematicamente as variações da situação num dado momento, para um país, região ou organização, sobre fatores como desempenho de processos e produtos, índices de preços de consumo, desemprego, salários, importação e exportação etc.

Instituto – Estabelecimento dedicado a estudo, pesquisa ou produção científica. Existe apenas como nome fantasia – sua personalidade jurídica é a das associações que o mantêm. Não requer dotação inicial de patrimônio e sua finalidade pode ser alterada ao longo do tempo, conforme decisão da maioria dos sócios. Tem maior autonomia estatutária e gestão mais democrática que uma fundação.

Insumos Madeireiros e Florestais – Entre os produtos provenientes da floresta utilizados pelas empresas em sua operação diária ou na produção, há os madeireiros – como a celulose, para papel e embalagens, a madeira, para móveis, lápis, pisos etc., e o madeiramento para a construção civil – e os não-madeireiros, como óleos, ervas e frutas utilizados na fabricação de medicamentos, alimentos, cosméticos etc.

É importante que a empresa reconheça a importância da verificação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em sua operação diária e no processo produtivo. Políticas ou programas específicos podem ser desenvolvidos para verificar a origem dos insumos, que também podem possuir certificação de origem e cadeia de custódia.

Conheça o manual do Instituto Ethos *O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente*, em www.ethos.org.br. Mais informações em *Compradores de Produtos Florestais Certificados* – http://compradores.amazonia.org.br/.

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. Incluem-se nesse universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias ou indivíduos. A preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de investimento social privado e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre essa prática e as ações assistencialistas. Diferentemente do conceito de caridade, que vem carregado da noção de assistencialismo, os investidores sociais privados estão preocupados com os resultados obtidos, as transformações geradas e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação." *(Fonte: Grupo de Institutos Fundações e Empresas –Gife.)*

Mais informações em www.gife.org.br/investimento.php.

Marketing Social – Consiste de um conjunto de atividades, técnicas e estratégias utilizadas para estimular e promover mudanças sociais, como alterações de crenças, atitudes e comportamentos. No *marketing* social são empregados conceitos e ferramentas originárias do *marketing* convencional com o objetivo de promover mudanças sociais. Exemplos clássicos de aplicação do *marketing* social podem ser vistos em programas ou campanhas de planejamento familiar, prevenção de doenças, direitos humanos, economia de energia e preservação ambiental.

Massa Salarial – É o resultado do produto entre a remuneração média dos empregados e o número de empregos. A massa salarial anual é a soma de todos os salários pagos pela empresa nos 12 meses do ano, acrescida ou não do 13º salário. Uma boa estimativa para o cálculo da massa salarial anual pode ser obtida multiplican-

do-se a remuneração média dos empregados em dezembro por 12 (salários mensais) ou por 13 (incluindo-se o 13º. salário) e depois pelo número de empregos existentes no dia 31 do mesmo mês. *(Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego – www.mte.gov.br.)*

Mobilização Social – Prática estratégica que envolve a sociedade civil no processo de desenho, planejamento, execução, avaliação e sustentabilidade de programas que melhoram sua qualidade de vida. O Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) definiu o termo como um "movimento de larga escala para engajar a participação das pessoas na conquista de uma meta específica de desenvolvimento por meio de esforços próprios". *(Fonte:* Folha de S.Paulo, *1°. de fevereiro de 2005.)*

Negros – Classificação que reúne indivíduos autodeclarados pretos e pardos.

Ombudsman – Palavra sueca que significa "representante" e designa, nos países escandinavos, o ouvidor-geral, pessoa encarregada pelo Estado para canalizar os problemas e reclamações dos cidadãos e defender seus direitos. No meio empresarial, o *ombudsman*, também chamado de ouvidor, é o profissional encarregado de estabelecer um canal de comunicação entre a empresa e seus consumidores, público interno ou fornecedores.

Para mais informações, consulte a Associação Brasileira de Ouvidores/Ombusman (ABO) – www.abonacional.org.br.

Oscip – Sigla para "organização da sociedade civil de interesse público", qualificação concedida pelo Poder Executivo, desde 1999, às entidades privadas sem fins lucrativos. Entre as principais inovações está a possibilidade de remunerar os diretores da entidade. Outro diferencial é a possibilidade de as Oscips estabelecerem parcerias com o poder público para a realização de projetos sociais, permitindo que elas recebam recursos de órgãos ligados às três esferas de governo.

Mais informações no site www.mj.gov.br/snj/oscip/, do Ministério da Justiça.

Parceria – O trabalho em regime de parceria ocorre quando uma organização sai em busca de outras instituições que compartilhem com ela o mesmo objetivo e estejam dispostas a conquistá-lo por meio de um esforço coletivo. Os envolvidos interagem na etapa de concepção e planejamento e estabelecem uma relação de reciprocidade no desenvolvimento das ações. *(Fonte:* Folha de S.Paulo, *1°. de fevereiro de 2005.)*

Participação nos Lucros e Resultados (PLR) – É o dispositivo constitucional que concede aos trabalhadores o direito de participar nos lucros ou nos resultados das empresas, por meio de negociação. Seu pagamento não incide sobre os encargos trabalhistas e não é incorporado ao salário. Fica condicionado ao atingimento de resultados, sendo o valor do bônus proporcional ao salário de cada empregado, sem pagamento de antecipações.

Na grande maioria das empresas, o bônus da PLR é pago em uma parcela anual, ou em duas semestrais. Empresas engajadas com a causa da sustentabilidade podem oferecer a seus funcionários bônus adicionais orientados pelo alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental.

Para mais informações, consulte o Ministério do Trabalho e Emprego – www.mte.gov.br/.

Pesquisa de Clima Organizacional – É um instrumento que permite a identificação e a mensuração das percepções dos profissionais sobre seu ambiente de trabalho. As empresas podem inserir questões éticas em suas pesquisas de clima organizacional.

Programa de Demissão Voluntária – É aplicado quando o empregador, pretendendo diminuir o quadro de empregados, empreende um amplo planejamento estratégico para reorganizar a área administrativo-financeira da empresa. O programa inicialmente define quais serão os empregados-alvo. A esses funcionários é oferecida uma oferta vantajosa, representada pelo pagamento de uma indenização pela perda inesperada do emprego, sem prejuízo de todos os demais direitos, como aviso prévio, férias indenizadas, FGTS, multa de 40% sobre o FGTS e outras. *(Fonte: Revista Tributária e de Finanças Públicas Vol. 59 – p. 30 a 40.)*

É importante que os empregados tenham acesso às informações que balizaram as decisões tomadas. A empresa pode também oferecer serviços de recolocação e financiar a recapacitação dos trabalhadores demitidos em todos os níveis hierárquicos.

Propina – Gratificação ilícita paga a alguém por serviços prestados em forma de gorjeta ou suborno. Casos de organizações envolvidas com esse tipo de prática são corriqueiros em nossa sociedade.

É aconselhável que as instituições tenham um código de ética e que seus valores e princípios sejam incorporados aos processos de trabalho e às atitudes e comportamento dos dirigentes e funcionários, devendo estar explícito o compromisso com a transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas. O código deve contemplar itens claros sobre a proibição de práticas ilegais na gestão organizacional. Pode-se ainda criar procedimentos de avisos internos sobre suspeitas de atos ilegais, seguidos de investigação e punição.

Mais informações sobre práticas e procedimentos de combate à corrupção, consulte a Transparência Brasil – www.transparencia.org.br.

Reciclagem – Processo por meio do qual determinado material retorna a seu ciclo de produção, após já ter sido utilizado e descartado, para ser novamente transformado em um bem de consumo, permitindo-se assim a economia de energia e a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente.

Para mais informações, consulte o Instituto Gea – www.institutogea.org.br.

Relatório de Sustentabilidade – Tem características semelhantes às do balanço social, porém de uma forma mais abrangente. Exige uma postura institucional de relato, pleno e transparente, dos impactos ambientais, sociais e econômicos decorrentes das atividades operacionais da empresa.

O mercado financeiro encontra nos relatórios de sustentabilidade uma fonte de informação privilegiada para qualificar, quantificar e priorizar os investimentos financeiros.

Veja também "Balanço Social"

Para mais informações sobre Relatórios de Sustentabilidade, consulte os sites www.globalreporting.org, da

Global Reporting Initiative (GRI), e www.ethos.org.br, do Instituto Ethos.

Remuneração Variável – Também chamada "remuneração de incentivos", é uma prática que procura melhorar o desempenho dos profissionais atrelando uma parcela de sua remuneração ao sucesso do negócio ou ao desempenho da organização.

Resíduo – Qualquer material, gasoso, líquido ou sólido que sobra de um processo de produção, transformação, extração de recursos naturais, execução ou consumo de produtos e serviços. As empresas podem investir na redução e reutilização de recursos, com processos 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.

Para mais informações, consulte o Instituto Gea – www.institutogea.org.br.

Responsabilidade Social Empresarial – É a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) – Para melhor aproveitamento desse tipo de serviço, a empresa deve divulgá-lo amplamente, proporcionando aos consumidores/clientes acesso fácil e gratuito. Os profissionais que fazem o atendimento ao cliente devem receber treinamento contínuo para que mantenham uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor. A empresa deve procurar resolver rápida e individualmente as demandas atendidas, informando o cliente sobre os procedimentos que adotou. A empresa pode também relacionar as reclamações e sugestões mencionadas pelos clientes ao SAC e utilizá-las para aprimorar o desenvolvimento e a qualidade de seus produtos e serviços.

Sistema de Gestão Ambiental – Sistema que define as etapas de avaliação, planejamento, implementação, monitoramento e revisão de acordo com as normas internacionais ISO 14000, com perspectiva de melhoria contínua progressiva. É importante que a empresa trate a questão ambiental como um tema transversal em sua estrutura organizacional e o inclua em seu planejamento estratégico.

Conheça o manual do Instituto Ethos *O Compromisso das Empresas com o Meio Ambiente*, em *www.ethos.org.br*.

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

Sustentabilidade Empresarial – "Ter sustentabilidade significa assegurar o sucesso do negócio a longo prazo e ao mesmo tempo contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade, um meio ambiente saudável e uma sociedade estável. (...) A sustentabilidade tem três amplos componentes, geralmente descritos como 'as pessoas, os lucros e o planeta', ou seja, os aspectos 'sociais, econômicos e ambientais'. A necessidade de as empresas darem conta dessas três dimensões tem sido resumida no conceito da *triple bottom line*. Além desses três componentes, há ainda outro elemento no processo para a sustentabilidade que diz respeito a responsabilidade (*accountability*), transparência e envolvimento com os *stakeholders*. A sustentabilidade é às vezes chamada de 'responsabilidade social corporativa' ou de 'cidadania corporativa'. Embora usemos aqui a palavra 'sustentabilidade', reconhecemos que em muitos pontos os termos são sinônimos. E cobrem os mesmos amplos aspectos dos negócios: a gestão, o modo de tratar os empregados, o impacto sobre o meio ambiente e sobre a comunidade local e as relações com os fornecedores e clientes." *(Fonte:* Criando Valor – o Business Case para Sustentabilidade em Mercados Emergentes – *www.sustainability.com.)*

Tema Transversal – O que é tratado globalmente pela empresa, e não apenas em relação a uma área específica.

Terceiro Setor – É o conjunto de organizações da sociedade civil de direito privado e sem fins lucrativos que realizam atividades em prol do bem comum. Integram o terceiro setor instituições como as organizações não-governamentais (ONGs) e as organizações da sociedade civil de interesse público (Oscips). O termo, criado por pesquisadores norte-americanos nos anos 1970, parte da idéia de que, além do Estado e do setor privado, haveria uma terceira via, que reuniria atividades privadas voltadas para o atendimento das necessidades coletivas da sociedade. *(Fonte:* Folha de S.Paulo, *1°. de fevereiro de 2005.)*

Trabalho Infantil – "É o trabalho ilegal de crianças. O Estatuto da Criança e do Adolescente (nos artigos 60 a 69) determina que o trabalho só é permitido após os 16 anos de idade ou a partir dos 14 anos de idade, na condição de aprendiz, garantidas a escolarização e a condição peculiar do desenvolvimento do adolescente." *(Fonte: www.fundabrinq.org.br.)*
Além de não contratar menores, exceto na condição de aprendizes, a empresa deve estabelecer políticas formais com o objetivo de contribuir para a erradicação do trabalho infantil, promovendo discussões com seus fornecedores sobre o assunto e estimulando-os a cumprir a legislação. A empresa deve incluir cláusulas específicas sobre o tema em seus contratos com fornecedores, verificando seu cumprimento e garantindo a proibição da contratação de menores até mesmo nos contratos dos fornecedores com terceiros.

Trabalho Forçado (ou Compulsório) – "É todo tipo de trabalho ou serviço exigido de uma pessoa sob a ameaça de sanção e para o qual ela não tenha se oferecido espontaneamente. Ocorre quando o trabalho é imposto pelo Estado ou por emprendimentos privados ou indivíduos que têm o poder de controlar os trabalhadores por meio de privações severas, como a violência física ou o abuso sexual, restringindo a liberdade das pessoas, detendo seus salários ou seus documentos, obrigando-as a ficar no trabalho ou retendo-as por meio de uma dívida fraudulenta da qual eles não podem escapar. Trabalho forçado é um crime e uma violação dos direitos huma-

nos fundamentais." *(Fonte: Organização Internacional do Trabalho – www.oitbrasil.org.br.)*

Como forma de contribuir para o combate ao trabalho forçado, a empresa deve estabelecer cláusulas específicas sobre o tema em seus contratos com fornecedores, verificando seu cumprimento e garantindo a proibição desse tipo de trabalho até mesmo nos contratos dos fornecedores com terceiros. A empresa também pode contribuir por meio da promoção de discussões com seus fornecedores sobre o assunto e estimulando-os a cumprir a legislação.

Trabalhador Terceirizado – É o trabalhador contratado por uma organização prestadora de serviços, e não diretamente pela empresa. O termo "terceirização" significa a contratação de serviços por meio de empresa intermediária entre o tomador de serviços e a mão-de-obra, mediante contrato de prestação de serviços.

É importante que a empresa tenha co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias de seus trabalhadores terceirizados. A empresa pode também negociar com seus fornecedores para que eles providenciem para seus empregados níveis salariais compatíveis com as médias de mercado. Pode ainda oferecer aos seus terceiros as mesmas condições de saúde e segurança e o acesso a benefícios básicos gozados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, creche e ambulatório.

Voluntariado Empresarial – Um programa de voluntariado empresarial é o apoio formal e organizado de uma empresa a empregados e aposentados que desejam servir voluntariamente determinada comunidade com seu tempo e habilidades.

Uma das formas mais valiosas de a empresa colaborar com o desenvolvimento social do país é transferindo conhecimentos e competências de planejamento e gestão para as organizações sociais. Ao estruturar um programa de voluntariado, a empresa cria um canal para essa transferência e com isso pode gerar grandes transformações, pois, fortalecidas, as organizações sociais poderão ampliar e qualificar suas atividades e com isto obter resultados mais eficientes e significativos. *(Fonte: Centro de Voluntariado de São Paulo – CVSP – www.voluntariado.org.br.)*

Realização

INSTITUTO
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL