

Indicadores Ethos-ABF-Afras

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 determinados setores da economia, abrangendo dilemas e peculiaridades próprios de cada um. Complementares aos Indicadores Ethos de SER, esses indicadores setoriais 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 uma entidade que represente nacionalmente o setor.

É esse o caso dos **Indicadores Setoriais Ethos-ABF-Afras**, desenvolvidos pelo Ethos em parceria com a Associação Brasileira de Franquias (ABF), sob a coordenação da Associação Franquia Solidária (Afras). Seu objetivo é tratar das especificidades do setor de franchising, de modo a engajar esse segmento ainda mais na discussão da gestão socialmente responsável. Tendo como base os Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas e elaborados com a participação de empresas do setor e de especialistas nos temas cobertos pela ferramenta, esses indicadores complementares estão disponíveis para preenchimento pelas empresas do sistema de *franchising* no sistema dos **Indicadores Ethos de RSE** (<http://indicadores.ethos.org.br>). Para respondê-los, a empresa precisará apenas informar, na tela de preenchimento dos dados cadastrais do sistema, que faz parte do setor de franquias.

Ao preencher o questionário setorial a empresa tem acesso, além de seu relatório de desempenho padrão, a um segundo relatório, que considera as questões setoriais e indica como a empresa está em relação ao seu setor de atuação.

Participe! Para mais informações, entre em contato com a Equipe dos Indicadores Ethos de RSE do Instituto Ethos pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Valores Transparência e Governança

Indicador 1 – Compromissos Éticos

A empresa possui documento escrito que esclarece quais são os comportamentos incentivados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais?¹

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

Esse documento é de amplo conhecimento de seus:

1.1. empregados?

- Sim Não Não se aplica

1.2. clientes?

- Sim Não Não se aplica

1.3. fornecedores?

- Sim Não Não se aplica

1.4. comunidade?

- Sim Não Não se aplica

1.5. A empresa procura envolver suas partes interessadas (empregados, clientes, fornecedores, comunidade) na elaboração e revisão desse documento?

- Sim Não Não se aplica

1.6. Indicar o número de partes interessadas envolvidas na elaboração e revisão do documento (empregados, comunidade, fornecedores, clientes, governo)

2008 **2009** **2010**
|_____| |_____| |_____|

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
Caso o franqueador possua um documento escrito que esclarece quais são os comportamentos incentivados por ele no que se refere às relações pessoais e comerciais:			
1.7. Este documento é de amplo conhecimento de seus franqueados ² ?			
1.8. O franqueado é envolvido na elaboração e revisão deste documento?			
1.9 O franqueador tem a visão, a missão e os valores da empresa registrados por escrito?			
Esse documento é de amplo conhecimento de seus:			

¹ Veja a publicação do Instituto Ethos *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões* (agosto 2000), disponível em www.ethos.org.br.

² Veja o *Código de Ética* da ABF, disponível em www.portaldofranchising.com.br/Arquivos/Regtica.PDF.

1.10. empregados?			
1.11. clientes?			
1.12. fornecedores?			
1.13. comunidade?			
1.14. franqueados?			
1.15. O franqueador utiliza mecanismos de "conciliação" e arbitragem para situações de divergência entre franqueador e franqueado (mecanismos próprios e de terceiros) ³ ?			

Indicador 2 – Práticas Antipropina

Na empresa, é expressamente proibida a prática de pagamentos ou recebimentos irregulares que tenham como objetivo facilitar negócios, influenciar decisões em benefício da empresa ou induzir pessoas a conceder permissões indevidas (a empresa, por exemplo, proíbe propinas, comissões ilícitas e favores pessoais, estabelecendo regras claras para o recebimento de presentes, brindes etc.)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

2.1. Existem documentos escritos, acessíveis a empregados, fornecedores e clientes, que formalizem essa proibição?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
2.2. Existem documentos escritos, acessíveis a franqueados, que formalizem a proibição da prática de pagamentos ou recebimentos irregulares que tenham como objetivo facilitar negócios, influenciar decisões em benefício da empresa ou induzir pessoas a conceder permissões indevidas (por exemplo, proibindo propinas, comissões ilícitas e favores pessoais e estabelecendo regras claras para o recebimento de presentes, brindes etc.)?			

³ A Comissão de Ética é o órgão consultivo da diretoria da ABF que se pronuncia nas questões de ordem ética e também sobre práticas comerciais que envolvam franqueadores, franqueados ou prestadores de serviços do sistema de franquia.

Indicador 3 – Práticas Anticorrupção

A empresa, em sua ação, contempla de alguma forma o modo de relacionamento ético e transparente com o governo (proibindo “caixa dois” e sonegações, por exemplo, ou explicitando transparência nos registros em geral e nos balanços.)

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

3.1. Há, em algum documento escrito e divulgado aos empregados, informações sobre como eles devem se relacionar com o governo?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
3.2. Há, em algum documento escrito e divulgado aos franqueados, informações sobre como eles devem se relacionar com o governo?			

Indicador 4 – Balanço Social

A empresa tem informações sobre balanço social?⁴

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

4.1. A empresa acredita que o balanço social pode ajudá-la a medir o impacto de suas operações sobre as pessoas e o meio ambiente e a divulgar seus compromissos futuros em relação a esses temas?

- Sim Não Não se aplica

4.2. A empresa elabora seu balanço social?

- Sim Não Não se aplica

A empresa divulga seu balanço social (em murais, locais de grande circulação, jornal do bairro etc.) para:

4.3. seu público interno?

- Sim Não Não se aplica

4.4. seus consumidores e clientes?

- Sim Não Não se aplica

4.5. seus fornecedores?

- Sim Não Não se aplica

⁴ Veja o *Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007*, disponível em www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm. Consulte também www.balancosocial.org.br.

- 4.6. a comunidade de entorno?
 Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
4.7. O franqueador divulga seu balanço social para os franqueados?			

Indicador 5 – Governança Corporativa

A empresa possui separação clara entre os negócios do proprietário e os da organização (inclusive em questões relacionadas à responsabilidade social e doações)?⁵

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

5.1. Está claro para o empresário a diferença entre os seus negócios particulares e os negócios da empresa?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
5.2. O franqueador acompanha e monitora sistematicamente, por meio de visitas periódicas, relatórios e outros processos, o desempenho de cada unidade franqueada e, com base nas observações e informações obtidas, orienta o franqueado como melhorar seu negócio?			
O franqueador verifica se:			
5.3. seus franqueados são cumpridores da legislação trabalhista e previdenciária?			
5.4. seus franqueados são cumpridores da legislação fiscal?			
5.5. seus franqueados são cumpridores da legislação ambiental?			
5.6. seus franqueados têm práticas de responsabilidade social?			
Para renovar os contratos de franquia, o franqueador verifica se o franqueado:			
5.7. respeita os direitos humanos?			
5.8. oferece ambiente de trabalho com condições de saúde, segurança e higiene adequados aos empregados?			
5.9. valoriza a diversidade?			
5.10. demonstra preocupação ambiental na condução dos negócios?			
5.11. O franqueador possui canais de levantamento e disseminação de boas práticas realizadas pelos seus franqueados?			
5.12. O franqueador estimula e apóia a instituição e funcionamento de associações que representem os interesses de seus franqueados?			
5.13. O franqueador possui Conselhos que contemplam a participação efetiva de franqueados exercendo função consultiva e/ou deliberativa?			

⁵ Essa é uma discussão que diz respeito à governança corporativa da empresa, independentemente do seu tamanho. Para mais informações sobre o tema, veja o site do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (www.ibgc.org.br).

5.14. O franqueador contempla em seu Contrato de Franquia cláusulas que expressem seus compromissos éticos/socioambientais?			
Em caso de existência de fundos coletivos nacionais (marketing, publicidade/propaganda e outros)⁶:			
5.15. As decisões pelo recolhimento e pelos valores são colegiadas?			
5.16. As decisões de aplicação dos valores são colegiadas?			
5.17. O franqueador presta contas da aplicação desses recursos?			

⁶ Considerar como “fundos coletivos nacionais” aqueles fundos que não estão inseridos no Contrato de Franquia.

Público Interno

Indicador 6 – Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

Além de cumprir as obrigações determinadas por lei, a empresa se preocupa em oferecer a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, busca incentivar os cuidados com higiene e saúde e está aberta a críticas e sugestões relativas a esses aspectos?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

6.1. aboliu o fumo em locais de trabalho?

- Sim Não Não se aplica

6.2. incentiva os empregados a praticar atividades físicas?

- Sim Não Não se aplica

6.3. orienta os empregados quanto aos cuidados com a postura corporal durante as atividades profissionais?

- Sim Não Não se aplica

6.4. oferece instalações em boas condições de uso?

- Sim Não Não se aplica

6.5. fornece equipamento de proteção individual (EPI)⁷, como óculos, capacete e protetor auditivo?

- Sim Não Não se aplica

6.6. orienta e incentiva o uso de EPI?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
6.7. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a, além de cumprir as obrigações determinadas por lei, preocupar-se em oferecer aos empregados um ambiente físico agradável e seguro, incentivar os cuidados com higiene e saúde e estar abertos a críticas e sugestões relativas a esses aspectos?			
6.8. O franqueador orienta seus franqueados a fornecer aos funcionários vestimentas e calçados confortáveis e adequados para o exercício de suas funções?			

⁷ Para mais informações sobre EPI para o setor de farmácia, consulte o Conselho Regional de Farmácia (www.crfsp.org.br). Para o setor de alimentação, consulte www.mds.gov.br/programas/editais/editais-2007-sesan/lista-de-utensilios-e-epis-ba.pdf.

6.9. O franqueador incentiva os franqueados a orientar seus funcionários em relação à higiene pessoal?			
6.10. O franqueador orienta suas funcionárias gestantes de forma específica, incentivando o pré-natal e o acompanhamento mensal, assegurando os direitos trabalhistas e adaptando funções e circunstâncias de trabalho?			
6.11. O franqueador incentiva os franqueados a orientar suas funcionárias gestantes de forma específica, incentivando o pré-natal e o acompanhamento mensal, assegurando os direitos trabalhistas e adaptando funções e circunstâncias de trabalho?			

Indicador 7 – Benefícios Adicionais

A empresa oferece benefícios adicionais aos empregados e a seus dependentes?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa oferece aos empregados:

7.1. plano de saúde familiar?

- Sim Não Não se aplica

7.2. cesta básica?

- Sim Não Não se aplica

7.3. orientação sobre prevenção de doenças, como as causadas por sedentarismo, as sexualmente transmissíveis (DST), a aids e a dependência química?

- Sim Não Não se aplica

7.4. orientação sobre campanhas de vacinação realizadas pela rede pública?

- Sim Não Não se aplica

7.5. acompanhamento e orientação sobre calendário de vacinação dos filhos?

- Sim Não Não se aplica

7.6. vacinação não oferecida pela rede pública (como a vacinação contra gripe)?

- Sim Não Não se aplica

7.7. creche no local de trabalho ou em rede conveniada?

- Sim Não Não se aplica

7.8. auxílio-alimentação?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a oferecer benefícios adicionais aos empregados e dependentes, tais como:			
7.9. plano de saúde familiar?			
7. 10. cesta básica?			
7.11. orientação sobre prevenção de doenças, como as causadas por sedentarismo, as sexualmente transmissíveis (DST), a aids e a dependência química?			
7.12. orientação sobre campanhas de vacinação?			
7.13. creche no local de trabalho ou em rede conveniada?			
7.14. auxílio-alimentação?			

Indicador 8 – Critérios de Contratação

Na contratação de empregados, a empresa divulga os critérios objetivos que vai utilizar na seleção dos candidatos (como escolaridade, tempo de experiência e conhecimentos exigidos)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

8.1. No preenchimento de vagas, a empresa procura dar prioridade ao aproveitamento de seus próprios empregados?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
8.2. O franqueador orienta seus franqueados a, na contratação de empregados, divulgar os critérios objetivos que vai utilizar na seleção dos candidatos (como escolaridade, tempo de experiência e conhecimentos exigidos)?			
8.3. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a dar prioridade ao aproveitamento de seus próprios empregados no preenchimento de vagas?			

Indicador 9 – Valorização da Diversidade e Promoção da Equidade

Os critérios utilizados na seleção de pessoal são isentos de práticas discriminatórias em relação a gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas dos candidatos, bem como a pessoas com deficiência?⁸

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disto em nossa empresa. (Justifique.)

9.1. Ao divulgar vagas a empresa não utiliza termos como "idade máxima 40 anos", "boa aparência", "sexo masculino", "sexo feminino" etc.?

- Sim Não Não se aplica

A empresa:

9.2. oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos?⁹

- Sim Não Não se aplica

9.3. mantém programa especial para contratação de idosos?

- Sim Não Não se aplica

9.4. disponibiliza vagas para aprendizes?¹⁰

- Sim Não Não se aplica

Percentuais em relação ao total de colaboradores:

9.5. Mulheres

2008	2009	2010
_____	_____	_____

9.6. Homens

2008	2009	2010
_____	_____	_____

9.7. Indígenas

2008	2009	2010
_____	_____	_____

⁸ Veja as publicações do Instituto Ethos *Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, 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, Pesquisa 2007* e *O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência, O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*, todas disponíveis para download gratuito em www.ethos.org.br.

⁹ Veja o manual do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Reabilitação do Preso*, disponível para download gratuito em www.ethos.org.br.

¹⁰ De acordo com a Lei do Aprendiz, 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.

9.8. Negros (pretos e pardos)

2008 **2009** **2010**
|_____| |_____| |_____|

9.9. Colaboradores com mais de 45 anos

2008 **2009** **2010**
|_____| |_____| |_____|

9.10. Pessoas com deficiência

2008 **2009** **2010**
|_____| |_____| |_____|

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
9.11. O franqueador orienta seus franqueados a utilizar, na seleção de pessoal, critérios isentos de práticas discriminatórias em relação a gênero, raça, orientação sexual, idade e crenças religiosas ou políticas, bem como a pessoas com deficiência?			
O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a oferecer oportunidades de trabalho para:			
9.12. ex-detentos?			
9.13. idosos?			
9.14. aprendizes?			
9.15. pessoas com deficiência?			

Indicador 10 – Inclusão de Pessoas com Deficiência

A inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho e consumo é crescente. As dependências da empresa possuem recursos que facilitam o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva e visual (como rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de veículos ou máquinas etc.)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

10.1. Os empregados da empresa são orientados para conviver com pessoas com deficiência e atendê-las adequadamente?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
10.2 - O franqueador adapta seus métodos e processos para incluir as pessoas com deficiência (por meio de treinamento, disponibilização de <i>softwares</i> , soluções específicas e integração, entre outras formas)?			

10.3 - O franqueador contempla o acesso e o deslocamento de pessoas com deficiência motora, auditiva ou visual no projeto arquitetônico das lojas?			
10.4 - O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a manter, nas suas dependências, recursos que facilitem o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva ou visual?			
10.5 - O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a orientar e treinar seus empregados para conviver com pessoas com deficiência e atendê-las adequadamente?			

Indicador 11 – Relações com Sindicatos

Como forma de demonstrar respeito ao indivíduo e transparência em suas relações com o público interno, a empresa entende que é direito do funcionário participar de sindicatos e associações de classe e permite que representantes sindicais compareçam a suas instalações para discutir questões referentes aos interesses dos empregados?¹¹

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

11.1. A empresa disponibiliza aos empregados informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como dissídio, contribuições sindicais etc.?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
11.2. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a disponibilizar a seus empregados informações básicas sobre os direitos e deveres das categorias?			

Indicador 12 – Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

A empresa valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados?¹²

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

¹¹ Para mais informações sobre temas relacionados a questões trabalhistas, visite o site www.dieese.org.br, do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Sócio-Econômicos (Dieese).

¹² Veja os manuais do Instituto Ethos *O Que as Empresas Podem Fazer pela Educação* e *O Compromisso das Empresas com o Alfabetismo Funcional*, disponíveis em www.ethos.org.br.

A empresa:

12.1. subsidia cursos para os empregados?

Sim Não Não se aplica

12.2. colabora com a realização de estágios?

Sim Não Não se aplica

12.3. concede incentivo aos empregados matriculados em cursos de todos os níveis?

Sim Não Não se aplica

12.4. Todos os empregados são alfabetizados?

Sim Não Não se aplica

12.5. Percentual de analfabetos na empresa

2008 **2009** **2010**

| _____ | | _____ | | _____ |

12.6. Percentual de empregados com até a 4ª. série do ensino fundamental na empresa

2008 **2009** **2010**

| _____ | | _____ | | _____ |

12.7. Percentual de empregados com até a 8ª. série do ensino fundamental na empresa

2008 **2009** **2010**

| _____ | | _____ | | _____ |

12.8. Percentual de empregados com o ensino médio (colegial) completo na empresa

2008 **2009** **2010**

| _____ | | _____ | | _____ |

12.9. Percentual de empregados com ensino superior completo (faculdade, universidade) na empresa

2008 **2009** **2010**

| _____ | | _____ | | _____ |

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
12.10. O franqueador acompanha o aproveitamento dos cursos subsidiados ou bolsas de estudo proporcionados a seus funcionários?			
12.11. O franqueador possui mecanismos de desenvolvimento de carreira e aproveitamento de empregados dentro da rede?			
12.12. O franqueador instrui seus empregados quanto às características do sistema de franchising?			
12.13. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a buscar instituições e escolas que possam ser utilizadas para aperfeiçoamento de seus empregados?			

12.14. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a valorizar e promover o desenvolvimento de seus empregados por meio de subsídios a cursos, colaboração para a realização de estágios ou incentivos aos matriculados em cursos de todos os níveis?			
--	--	--	--

Indicador 13 – Acesso à Informação

A empresa facilita o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

13.1. A empresa procura estimular seus empregados a atualizar seus conhecimentos com recursos por ela providos (por exemplo, incentiva a leitura e torna disponíveis jornais, revistas e acesso à internet em horários previamente estabelecidos)?

- Sim Não Não se aplica

13.2. Tendo em vista que o aumento da oferta de crédito no mercado tem sido acompanhado pelo crescimento da inadimplência, muitas pessoas contraem dívidas que não conseguem pagar. A empresa orienta seus empregados quanto ao uso consciente de crédito? ¹³

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
13.3. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a facilitar o acesso à informação como forma de desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados?			

¹³ Mais informações em www.akatu.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=1346&sid=21&tpl=view%5Ftipo4%2Ehtm.

Meio Ambiente

Indicador 14 – Gerenciamento dos Impactos sobre o Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

A empresa conhece, entende e avalia os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente (como emissão de poluentes, erosão do solo, alto consumo de energia, de água e de combustível etc.), mantendo relatórios para medi-los?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

14.1. procura utilizar em seus processos materiais que causem menos danos ao meio ambiente?

- Sim Não Não se aplica

14.2. discute parcerias com fornecedores visando o retorno ao fabricante de materiais descartados (como produtos vencidos, pneus usados, pilhas, baterias etc.)?

- Sim Não Não se aplica

14.3. procura controlar e reduzir a poluição sonora e a poluição visual causadas por seus processos?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
14.4. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a gerenciar o impacto de suas atividades no meio ambiente?			
14.5. O franqueador avalia a forma como seus franqueados gerenciam os impactos ambientais de suas operações?			
O franqueador contempla a questão ambiental nos seguintes itens:			
14.6. Projeto arquitetônico?			
14.7. Equipamentos?			
14.8. Insumos (embalagens, descartáveis, etc.)?			
14.9. Material de divulgação ("folheteria", brindes, etc.)?			
14.10. No desenvolvimento de novos produtos e serviços, o franqueador considera os impactos ambientais e analisa o ciclo de vida de seus produtos e serviços?			
14.11. O franqueador fornece aos franqueados informações sobre os potenciais impactos ambientais resultantes do uso e da destinação final de seus produtos e serviços?			

Indicador 15 – Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental

A empresa procura implementar em suas dependências e em suas atividades ações que visam preservar o meio ambiente?¹⁴

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa pratica em suas dependências:

15.1. coleta seletiva de lixo (tem, por exemplo, recipientes identificados para papel, vidro, metal, plástico e material orgânico)?

- Sim Não Não se aplica

15.2. economia no consumo de papel (como a utilização da frente e do verso das folhas)?

- Sim Não Não se aplica

15.3. redução do consumo de energia (por meio, por exemplo, da melhoria na iluminação natural, de aparelhos eletrônicos de menor consumo de energia, de dispositivo para cortar a energia quando o aparelho não está em uso etc.)?

- Sim Não Não se aplica

15.4. redução do consumo de água (pela instalação de torneiras com fechamento automático e de descargas com vazão reduzida, pelo aproveitamento da água da chuva para atividades industriais etc.)?

- Sim Não Não se aplica

15.5. orientação da política de compras para priorizar fornecedores que não prejudiquem o meio ambiente?

- Sim Não Não se aplica

15.6. destinação final adequada para resíduos que necessitem de tratamento específico, como pilhas, baterias, óleos, pneus e lixo hospitalar, entre outros?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
15.7. O franqueador tem política e sistema de monitoramento da logística e gestão da frota visando o aumento da qualidade ambiental (tanto para a frota própria como para a de terceiros)?			
15.8. O franqueador possui programa de gerenciamento de resíduos (como reciclagem pós-consumo e logística reversa) com a participação dos franqueados?			

¹⁴ 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.

Indicador 16 – Educação e Conscientização Ambiental

Uma forma efetiva de reduzir os impactos ambientais é promovendo a educação ambiental para os empregados e seus familiares e para a comunidade. A empresa faz isso?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

16.1. promove campanhas para reduzir o consumo de água e de energia?

- Sim Não Não se aplica

16.2. promove campanhas para reciclagem de materiais?

- Sim Não Não se aplica

16.3. promove campanhas para descarte adequado de resíduos tóxicos (como cartuchos de tinta, pilhas, cola, baterias, embalagens de agrotóxicos, produtos de limpeza, solventes etc.)?

- Sim Não Não se aplica

16.4. incentiva o transporte solidário (carona) e meios de transporte que não prejudiquem o meio ambiente?

- Sim Não Não se aplica

16.5. fornece informações sobre quais são as áreas protegidas e os animais ameaçados na região em que a empresa está instalada?

- Sim Não Não se aplica

16.6. apóia iniciativas e projetos voltados para a educação ambiental?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
16.7. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a realizar ações de educação e conscientização ambiental?			
16.8. O franqueador insere nos manuais e treinamentos formas efetivas de redução de impactos ambientais?			

Fornecedores

Indicador 17 – Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

Para contratar um fornecedor, além de exigir uma boa proposta comercial (com qualidade, preço e prazo), a empresa avalia se ele mantém práticas de responsabilidade social?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

17.1. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação trabalhista?

- Sim Não Não se aplica

17.2. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação previdenciária?

- Sim Não Não se aplica

17.3. verifica se seus fornecedores cumprem a legislação fiscal?

- Sim Não Não se aplica

17.4. procura saber quais são os princípios seguidos por seus fornecedores?

- Sim Não Não se aplica

17.5. procura conhecer a política de responsabilidade social de seus fornecedores?

- Sim Não Não se aplica

Para selecionar seus fornecedores, a empresa avalia:

17.6. respeito aos direitos humanos?

- Sim Não Não se aplica

17.7. condições de trabalho adequadas?

- Sim Não Não se aplica

17.8. valorização da diversidade?

- Sim Não Não se aplica

17.9. preocupação ambiental na condução dos negócios (evitando, por exemplo, a fabricação de móveis com madeira extraída de forma inadequada ou a fabricação de calçados com couro provindo de curtumes que não tratam as águas residuais)?

- Sim Não Não se aplica

A empresa:

17.10. valoriza ou dá preferência a fornecedores que mantenham relações éticas e transparentes com seus concorrentes (não exigindo exclusividade para fornecimento, por exemplo)?

- Sim Não Não se aplica

17.11. adota critérios de compra que levam em conta a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga?

Sim Não Não se aplica

A empresa:

17.12. exige nota fiscal de todos os produtos adquiridos?

Sim Não Não se aplica

17.13. incentiva e valoriza a adoção pelos fornecedores de um sistema de gestão ambiental e de certificações ambientais (como a ISO 14001¹⁵, o selo FSC¹⁶ e outros)?

Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
17.14. O franqueador informa, de maneira clara e transparente, os critérios de seleção e avaliação de fornecedores e parceiros para as partes envolvidas?			
17.15. O franqueador procura informar-se se seus fornecedores são cumpridores da legislação ambiental?			
17.16. O franqueador estabelece compromissos formais com seus fornecedores que contemplem aspectos socioambientais?			
17.17. No caso de constatação de práticas indesejadas por parte do fornecedor (uso de mão-de-obra infantil, condições de trabalho inadequadas, sonegação fiscal etc.) e na impossibilidade de substituí-lo imediatamente, o franqueador exige que ele elimine a prática e acompanha o processo?			
17.18. O franqueador incentiva e reconhece fornecedores que apresentam soluções de redução de impacto ou desperdício?			
17.19. O franqueador disponibiliza canal adequado para encaminhamento de sugestões, denúncias e reclamações de fornecedores?			
17.20. O franqueador divulga e orienta seus franqueados sobre a adoção de critérios para a seleção e avaliação de fornecedores?			

¹⁵ A norma ISO 14001 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 norma busca garantir que um determinado agente produtor de bens ou serviços se utilize de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam a redução das possibilidades de ocorrência de danos ambientais. Mais informações em www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/index.html.

¹⁶ O selo FSC é uma das certificações ambientais mais importantes. 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. O **selo FSC para cadeia de custódia** garante o rastreamento da matéria-prima florestal utilizada em produtos intermediários ou finais, desde a 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 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.

17.21. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados, por meio de ações concretas, a buscar fornecedores que tenham boas práticas de responsabilidade social?			
--	--	--	--

Indicador 18 – Empregados dos Fornecedores

A empresa verifica constantemente as condições proporcionadas por seus fornecedores aos próprios empregados?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

18.1. A empresa solicita regularmente a seus fornecedores guias de recolhimento do FGTS e do INSS?

- Sim Não Não se aplica

A empresa realiza visitas para verificar se os fornecedores:

18.2. utilizam mão-de-obra infantil?¹⁷

- Sim Não Não se aplica

18.3. oferecem condições adequadas de saúde, segurança e higiene aos empregados?

- Sim Não Não se aplica

Indicador 19 – Responsabilidade Social dos Fornecedores

A empresa procura, sempre que possível, orientar os fornecedores a seguir seus princípios de responsabilidade social e se dispõe a ajudá-los na sua implantação?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

19.1. desenvolve ações de responsabilidade social em parceria com seus fornecedores?

- Sim Não Não se aplica

19.2. articula ou participa de programas e atividades que visam fortalecer os direitos da criança e do adolescente e a erradicar o trabalho infantil de sua cadeia produtiva?

- Sim Não Não se aplica

¹⁷ 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).

Indicador 20 – Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

A empresa busca fornecedores em cooperativas de pequenos produtores, associações de bairro e projetos de geração de renda (como cooperativas de artesãos, incubadoras de negócios, outras micro ou pequenas empresas etc.)?¹⁸

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

20.1. A empresa estimula a formalização e a capacitação de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar aos padrões de mercado?¹⁹

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
20.2. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a apoiar e desenvolver pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar aos padrões de mercado?			

¹⁸ Obtenha mais informações sobre o assunto em www.facesdobrasil.org.br.

¹⁹ Veja o manual do Instituto Ethos *Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas*, disponível em www.ethos.org.br.

Consumidores e Clientes

Indicador 21 – Excelência do Atendimento

A empresa possui um canal formal de comunicação com seus consumidores e clientes (como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atendê-los)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

21.1. Os produtos ou serviços da empresa trazem sempre instruções claras sobre como entrar em contato com ela (endereço para correspondência, telefone para contato, site ou e-mail)?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
21.2. O franqueador mantém um canal formal de comunicação com seus franqueados para orientação e auxílio imediatos nas atividades do dia-a-dia, como <i>help desk</i> ou sistema de atendimento ao franqueado (SAF)?			
21.3. O franqueador possui um canal de comunicação ativo compatível com o período de funcionamento da rede de franquia?			
21.4. O franqueador foi denunciado ou punido, nos últimos três anos, por entidades como Procon, Vigilância Sanitária, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem) etc.?			
21.5. O franqueador assume a co-responsabilidade em falhas e defeitos de produtos ou serviços fornecidos ou homologados para o franqueado, de modo a agilizar e facilitar o atendimento às demandas dos consumidores e clientes?			
21.6. O franqueador tem uma política de troca estabelecida para seus produtos e orienta seus franqueados a cumprir essa política?			
21.7. O franqueador orienta seus franqueados a fornecer cupom fiscal, mesmo sem a solicitação expressa do cliente?			

Indicador 22 – Dúvidas, Sugestões e Reclamações

A empresa analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e as utiliza como instrumento para aperfeiçoar suas atividades?²⁰

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

²⁰ Para saber mais sobre o tema, visite o site www.procon.sp.gov.br, da Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon).

No relacionamento com seus consumidores e clientes, a empresa:

22.1. cria formulários para documentar as informações?

Sim Não Não se aplica

22.2. analisa melhorias que possam ser implantadas?

Sim Não Não se aplica

22.3. responde e/ou esclarece as dúvidas encaminhadas?

Sim Não Não se aplica

22.4. estipula metas e prazos para solucionar os problemas apontados?

Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
O franqueador:			
22.5. responde e esclarece dúvidas encaminhadas pelos franqueados?			
22.6. elabora formulários para documentar e mensurar informações recebidas de seus franqueados?			
22.7. analisa as sugestões e críticas recebidas dos franqueados para poder aperfeiçoar seus processos?			
22.8. estipula prazos para implantar soluções ou sugestões dadas pelos franqueados?			
22.9. orienta seus franqueados sobre como receber, analisar e responder dúvidas, sugestões e reclamações de seus clientes e consumidores?			

Indicador 23 – Satisfação dos Consumidores e Clientes

A empresa realiza pesquisa de satisfação entre seus consumidores e clientes para, com base nos resultados, implementar melhorias em seus produtos ou serviços?

Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

Um dos objetivos da pesquisa é:

23.1. melhorar a qualidade dos produtos ou serviços?

Sim Não Não se aplica

23.2. melhorar a qualidade do relacionamento no dia-a-dia, incluindo serviços pré e pós-venda, com transparência e ética nas relações?

Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
23.3. O franqueador realiza pesquisa de satisfação entre seus franqueados e, com base nos resultados, implementa melhorias?			

23.4. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a realizar pesquisas de avaliação entre seus clientes e consumidores?			
--	--	--	--

Indicador 24 – Política de Comunicação Comercial

Em sua comunicação (contratos e mensagens publicitárias), a empresa não utiliza conteúdo enganoso ou que induza o consumidor ou cliente a erro de entendimento?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

24.1. não adota em sua comunicação conteúdo que se refira a aspectos que possam constranger ou desrespeitar grupos específicos (como mulheres, crianças, idosos, homossexuais, grupos raciais, grupos religiosos etc.)?²¹

- Sim Não Não se aplica

24.2. incentiva e educa seus consumidores a adotar atitudes conscientes e responsáveis de consumo (como, por exemplo, o descarte adequado de embalagens)?²²

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
24.3. O franqueador divulga aos clientes, de maneira clara e transparente, informações sobre juros ou outras taxas embutidas em compras feitas a prazo?			
24.4. Além de observar as exigências legais, o franqueador informa, e cumpre, de maneira ética e transparente, o regulamento relativo a ações como promoções, concursos, sorteios ou liquidações?			
24.5. O franqueador mantém políticas que garantam a uniformidade e coerência das informações transmitidas aos consumidores?			
24.6. O franqueador atualiza sempre que necessário o material de comunicação destinado aos consumidores e clientes (como rótulos, embalagens, bulas, tabelas nutricionais, 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?			
24.7. O franqueador orienta o franqueado para que a exposição de produtos de risco ou destinados a adultos seja feita em local fora do alcance de crianças e adolescentes?			
24.8. O franqueador orienta seus franqueados a não utilizar conteúdo enganoso ou que induza o consumidor ou cliente a erro de entendimento em sua comunicação escrita e verbal?			

²¹ Para mais informações sobre propaganda, consulte os códigos elaborados pelo Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), disponíveis em www.conar.org.br.

²² Para mais informações sobre consumo consciente, visite o site www.akatu.org.br, do Instituto Akatu.

Indicador 25 – Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

A empresa pesquisa e divulga os riscos que seus produtos ou serviços podem causar à saúde ou à segurança de seus consumidores e clientes?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

25.1. coloca aviso na embalagem de seus produtos informando sobre possíveis riscos à saúde ou à segurança de seus consumidores e clientes?

- Sim Não Não se aplica

25.2. está preparada para adotar medidas corretivas, caso seus produtos ou serviços causem algum tipo de dano à saúde ou à segurança de seus consumidores e clientes?

- Sim Não Não se aplica

25.3. orienta e treina seus empregados para cumprir a legislação relacionada à comercialização responsável dos produtos (como não vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício ou materiais eróticos e pornográficos a menores de 18 anos, só vender medicamentos mediante apresentação de receita médica etc.)?²³

- Sim Não Não se aplica

25.4. proíbe seus empregados de vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício ou materiais eróticos e pornográficos para menores de 18 anos e os conscientiza sobre possíveis danos causados por esse tipo de venda?

- Sim Não Não se aplica

25.5. só fornece informações cadastrais de um cliente a terceiros mediante a autorização dele?²⁴

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
25.6. O franqueador prevê no projeto arquitetônico de seus pontos-de-venda condições adequadas de acesso e segurança?			
25.7. O franqueador orienta seus franqueados sobre como agir caso seus produtos ou serviços causem algum tipo de dano à saúde ou à segurança de seus consumidores e clientes?			

²³ O artigo 81 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), instituído pela Lei 8069, de 13 de julho de 1990, proíbe a crianças e adolescentes a venda de: armas; munições; explosivos; bebidas alcoólicas; produtos cujos componentes possam causar dependência física ou psíquica; fogos de artifício; revistas e publicações de conteúdo inadequado ou impróprio; bilhetes lotéricos e equivalentes.

²⁴ 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.

25.8. O franqueador orienta e treina seus franqueados para cumprir a legislação relacionada à comercialização responsável dos produtos (como não vender cigarros, bebidas alcoólicas, fogos de artifício ou materiais eróticos e pornográficos a menores de 18 anos, só vender medicamentos mediante apresentação de receita médica etc.)?			
25.9. O franqueador orienta seus franqueados a fornecer informações cadastrais de um cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele?			
25.10. O franqueador informa e treina franqueados a adotar cuidados especiais para manter a integridade dos produtos que comercializa (como armazenamento adequado, informações de rotulagem etc.), de modo a não prejudicar os consumidores?			
25.11. O franqueador orienta o franqueado a responder imediatamente a eventuais pedidos de retirada de produtos que não estejam em conformidade?			
25.12. O franqueador orienta o franqueado a comunicar a ele e/ou às autoridades competentes sobre riscos verificados em produtos ou serviços, de modo a prevenir danos aos consumidores e a terceiros?			

Comunidade

Indicador 26 – Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

A empresa se preocupa em estar sempre em contato com a comunidade de entorno, procurando minimizar os impactos negativos que suas atividades possam causar?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

26.1. realiza pesquisas com a comunidade de entorno para prevenir ou levantar possíveis problemas causados por sua atuação?

- Sim Não Não se aplica

26.2. convida moradores da região a participar de reuniões em que se abordem assuntos de interesse coletivo?

- Sim Não Não se aplica

Devido a sua atuação no entorno, a empresa toma medidas para controlar:

26.3. o aumento da circulação de veículos?

- Sim Não Não se aplica

26.4. o descarte do lixo de forma adequada?

- Sim Não Não se aplica

26.5. a emissão de poluentes?

- Sim Não Não se aplica

26.6. o nível de ruído?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
Devido a sua atuação no entorno, o franqueador toma medidas para controlar:			
26.7. a comunicação visual?			
26.8. a segurança?			
26.9. a poda de árvores?			
26.10. a carga e descarga?			
26.11. O franqueador incentiva seus franqueados a procurar minimizar os impactos sociais e ambientais de suas atividades na comunidade de entorno?			
26.12. O franqueador incentiva seus franqueados a participar da busca de soluções para assuntos de interesse coletivo?			

Indicador 27 – Relações com a Comunidade de Entorno

Sabendo que, para as micro e pequenas empresas, a prosperidade e a situação da comunidade local podem refletir diretamente no sucesso do negócio, a empresa tem práticas de gestão que beneficiam o desenvolvimento local?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

Em seu relacionamento com a comunidade, a empresa procura:

27.1. comprar/contratar produtos e serviços de empreendedores da comunidade?

- Sim Não Não se aplica

27.2. contratar empregados que residam nas proximidades?

- Sim Não Não se aplica

27.3. utilizar serviços de organizações não-governamentais ou cooperativas próximas à empresa?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
27.4. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a contribuir para o desenvolvimento local (por exemplo, pela contratação de empregados, fornecedores e organizações locais)?			

Indicador 28 – Estímulo ao Trabalho Voluntário

A empresa incentiva o trabalho voluntário de seus empregados na comunidade?²⁵

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

28.1. acompanha o trabalho voluntário que seus empregados desenvolvem em entidades da comunidade?

- Sim Não Não se aplica

28.2. reconhece a importância do trabalho voluntário de seus empregados, divulgando-o por meio de murais, jornal interno, jornal local etc.?

- Sim Não Não se aplica

²⁵ 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 Empregados*, disponíveis em www.ethos.org.br.

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
28.3. O franqueador doa horas de seus empregados para que eles realizem trabalhos voluntários?			
28.4. O franqueador incentiva e orienta seus franqueados a estimular o trabalho voluntário de seus empregados?			

Indicador 29 – Envolvimento da Empresa com a Ação Social

A empresa "adotou" pelo menos uma entidade de sua comunidade e mobiliza sua rede de contatos em favor dela?²⁶

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

Procurando apoiar essa entidade, a empresa:

29.1. divulga o trabalho que ela realiza entre seus clientes e fornecedores, membros da comunidade e outras organizações?

- Sim Não Não se aplica

29.2. destaca as atividades da entidade em seu material promocional, em seu site etc.?

- Sim Não Não se aplica

29.3. incentiva seus empregados a atuar voluntariamente nos projetos desenvolvidos pela entidade?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
29.4. O franqueador incentiva seus franqueados a se envolver nas ações sociais que ele desenvolve?			

Indicador 30 – Relações com Entidades Beneficiadas

Existe entre a empresa e a(s) entidade(s) por ela beneficiada(s) uma conversa franca sobre o papel de cada uma na parceria?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

30.1. A empresa procura sempre acompanhar os resultados que essa parceria tem alcançado (verificando, por exemplo, que tipo de contribuição ela trouxe para a

²⁶ 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.

entidade, para a empresa e para as pessoas atendidas, quais são os próximos passos para dar continuidade à parceria, quando a parceria terá fim e como a entidade se manterá sem o apoio da empresa etc.)?

Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
30.2. O franqueador incentiva seus franqueados a manter um relacionamento franco com as organizações por eles beneficiadas sobre o papel de cada um na parceria?			

Indicador 31 – Participação Comunitária

A responsabilidade social empresarial deve ser uma forma de gestão do negócio, e o lucro é parte do processo. Ao optar por apoiar determinada entidade ou projeto, a empresa busca de algum modo conciliar seus interesses com os dessa entidade ou projeto?*

Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

31.1. A empresa realiza na comunidade campanhas educacionais e/ou de interesse público em conjunto com organizações locais?

Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
31.2. O franqueador incentiva seus franqueados a realizar na comunidade campanhas educacionais e/ou de interesse público em conjunto com organizações locais?			

*** Uma empresa que produz artefatos esportivos, por exemplo, resolve apoiar uma entidade que promova a educação de jovens por meio do esporte por julgar que a vinculação de sua marca a essa atividade pode ser benéfica. Outro exemplo: uma papelaria decide colaborar na recuperação de móveis e instalações da escola pública local por entender que a "simpatia" da comunidade por sua iniciativa resultará num maior volume de vendas para ela.**

Indicador 32 – Benefícios para o Negócio

A empresa acredita que obteve benefícios para o negócio como resultado de sua atividade na comunidade de entorno?

Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

Estão entre esses benefícios:

32.1. o aumento de vendas?

Sim Não Não se aplica

32.2. a melhoria na relação com os fornecedores?

Sim Não Não se aplica

32.3. novos contatos ou clientes?

Sim Não Não se aplica

32.4. menor rotatividade de pessoal?

Sim Não Não se aplica

32.5. economia em itens como segurança e manutenção do prédio?

Sim Não Não se aplica

32.6. A empresa faz um levantamento das necessidades locais antes de desenhar seus projetos na comunidade?

Sim Não Não se aplica

Governo e Sociedade

Indicador 33 – Participação e Influência Social

A empresa procura participar de organizações que integrem empresários (entidades empresariais, associações comerciais, fóruns regionais etc.)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

33.1. A empresa utiliza esse espaço para atualizar-se e discutir com outras empresas suas dificuldades, necessidades e formas de mobilização em busca de melhores condições tanto para os negócios quanto para a comunidade?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
33.2. O franqueador interage ativamente com instituições de ensino de todos os níveis com o objetivo de elaborar propostas para melhoria da qualificação da mão-de-obra do setor em que atua?			
33.3. O franqueador participa e incentiva seus franqueados a participar de conselhos, associações, fundações e demais instituições de interesse público?			
33.4. O franqueador estimula seus franqueados a participar de organizações locais que integrem empresários?			

Indicador 34 – Envolvimento em Campanhas Políticas

A empresa é criteriosa sobre seu envolvimento em campanhas políticas?²⁷

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

A empresa:

34.1. promove debates eleitorais?

- Sim Não Não se aplica

34.2. estimula o voto consciente?

- Sim Não Não se aplica

34.3. é transparente quando decide apoiar algum candidato ou partido político?

- Sim Não Não se aplica

34.4. analisa cuidadosamente a distribuição de material de campanhas políticas (portatítulos, camisetas, sacolas, calendários, santinhos e brindes em geral)?

- Sim Não Não se aplica

²⁷ Sobre o assunto, veja o manual do Instituto Ethos *A Responsabilidade Social das Empresas no Processo Eleitoral, Edição 2008*, disponível em www.ethos.org.br.

Indicador 35 – Participação e Acompanhamento das Administrações Públicas

A empresa informa seus empregados sobre a importância de participar das administrações públicas (opinando, por exemplo, no orçamento participativo, nas eleições de conselhos municipais, em consultas públicas etc.)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

35.1. Além de promover a participação nas administrações públicas, a empresa ainda incentiva seus empregados a fiscalizar as ações realizadas por elas?

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
35.2. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a acompanhar e fiscalizar as administrações públicas?			

Indicador 36 – Melhoria dos Espaços Públicos e Apoio a Iniciativas Sociais Governamentais

Sempre que necessário (e possível), a empresa colabora com a melhoria dos espaços públicos da sua região (como escolas, postos de saúde, praças, áreas verdes etc.)?

- Não Em parte Em grande parte Sim
 Não vemos aplicação disso em nossa empresa. (Justifique.)

36.1. A empresa promove alguma ação para esclarecer os empregados sobre como utilizar o abatimento no imposto de renda em favor dos fundos da Criança e do Adolescente?²⁸

- Sim Não Não se aplica

INDICADORES ETHOS-ABF-AFRAS	Sim	Não	NA
36.2. O franqueador conhece e utiliza os incentivos fiscais (federais, estaduais e municipais) ²⁹ ?			
36.3. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a colaborar com a melhoria dos espaços públicos da sua região?			

²⁸ De acordo com o artigo 260 do Estatuto da Criança e do Adolescente, “os contribuintes poderão deduzir do imposto devido, na declaração do Imposto sobre a Renda, o total das doações feitas aos fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente – nacional, estaduais ou municipais –, devidamente comprovadas, obedecidos os limites estabelecidos”.

²⁹ Os incentivos mais comuns são de incentivo a cultura (Lei Rouanet), o de destinação de recursos para fundos de Criança e do Adolescente, doações para organizações de ensino e pesquisa e organizações sociais (OSCIPI's ou de Utilizada Pública). Para informações sobre incentivos fiscais federais consultar www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LegisAssunto/IncFis.htm

36.4. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a conhecer e utilizar os incentivos fiscais (federais, estaduais e municipais)?			
36.5. O franqueador estimula, incentiva e orienta seus franqueados a participar de campanhas de utilidade pública (como as de vacinação, do agasalho, de doação de sangue etc.)?			

REALIZAÇÃO

**Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
e
Associação Brasileira de Franquias (ABF)
Associação Franquia Solidária (Afras)**

PARTICIPAÇÃO

Amor aos Pedacos

Ana Maura Werner
Marília Neves

Antilhas Embalagens

Maurício Groke

Arezzo

Fábio Figueiredo

Associação Brasileira de Franquias (ABF)

Rogério Feijó

Associação Franquia Solidária (Afras)

Cláudio Tieghi
Eleine Bélaváry
Iara Cabral

Banco Real

Álvaro Silveira

BIT Company

Luiz Fernando Garcia
Walmir Frare

Bob's

Geraldo Gonçalves
Vinitius Fernandes

Cacauí Eventos

Andréa Assami

Cempre

André Vilhena

China in Box
Eduardo Hori
Robinson Shiba

CNA
Margarete de Moraes

Flytour Franchising
Cristina Kiyota
Eloi D'Ávila Oliveira
Regina Sakamoto

Instituto Alana
Isabella Henriques

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Ana Lucia de Melo Custodio
Benjamin S. Gonçalves
Heloísa Eiko Shiota
João Gilberto Azevedo
João Serfozo
Renato Moya
Ricardo Young
Roberta Cardoso (instrutora do UniEthos)

Linces Vitorias
Luciana Caseli
Maria Ângela de Lucca
Reginaldo Costa

Luft Food Service
Regina Polli

McDonald's
Beatriz Fiol
Paulo Costa
Pedro Palatnik

Novoa Prado & Amendoeira
Thaís Kurita

O Boticário
Arthur Grynbaum
Erik Cavalheri

Márcia Vaz
Maria de Lourdes Nunes

Opus Software
Edison Kalaf

Projeto Pescar
Isabel d'Ávila

Publicom
Daniela Rocha

Rei do Mate
Adriana Lima
João Baptista

Spoletto
Isabel Medeiros
Juliana Clemente
Rodrigo Ferri
Sabrina Dutra
Tânia Nahuys

Supporte Engenharia
Odilon Edison Jr.

Tribecca
Benó Krivkin
Pedro Mello

Txai Consultoria
Fabiano Rangel

Vecchi & Ancona
Ana Vecchi

Yázigi Internexus
Alexandre Silva
Cláudio Tieghi
Fanny Catanoso
Jayme Antonio Báez
Márcia Pires