



INDICADORES ETHOS

DE RESPONSABILIDADE
SOCIAL EMPRESARIAL

3ª Geração

Versão Intermediária
para Aplicação-Piloto

I N S T I T U T O
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Patrocinadores

Patrocínio

Itaú Unibanco

“O Itaú acredita que a sustentabilidade é parte essencial da gestão estratégica das organizações. Ao mesmo tempo, sabemos que só é possível gerenciar aquilo que é mensurável e pode ser monitorado. Essa é a principal motivação para apoiarmos os Indicadores Ethos – 3ª Geração, ferramenta que possibilita um diagnóstico e monitoramento das questões de sustentabilidade, e dessa forma contribui para que o tema seja incorporado à agenda estratégica das organizações.”

Shell

“Não existe uma receita única para a sustentabilidade. Para alcançá-la, é necessário compreender as dinâmicas da sociedade e refletir sobre como as ações de negócio as influenciam, e vice-versa. Nesse caminho, as decisões conjuntas e as parcerias precisam ser valorizadas. O lançamento dos Indicadores Ethos – 3ª Geração oferece-nos uma excelente base para a reflexão e o debate construtivo, aspectos fundamentais para o estabelecimento de premissas básicas para uma atuação responsável e das formas adequadas de atingi-las.”

Apoio

Instituto Abradee

“As empresas distribuidoras de energia elétrica associadas à Abradee ocupam posição de liderança na gestão da sustentabilidade, em relação a outros setores da economia. Essa liderança é fruto da constância de propósito, avaliação permanente, cooperação entre as distribuidoras e compromisso na busca da sustentabilidade. O caminho foi iniciado quando a Abradee adotou e recomendou o uso dos Indicadores Ethos como ferramenta de gestão e benchmarking de Responsabilidade Socioambiental do setor de distribuição de energia elétrica. O setor de distribuição foi o primeiro a adotar os Indicadores Ethos e o primeiro na criação de indicadores setoriais.”





Parceiros Institucionais

Alcoa

“A Alcoa tem um relacionamento de longa data com o Instituto Ethos e sempre o considerou uma referência para gerir seus negócios com responsabilidade social. A Plataforma em questão tem um objetivo ambicioso e é um privilégio para a Alcoa ajudar a criar uma economia inclusiva, verde e responsável. Acreditamos que a sustentabilidade se aprende e se pratica no dia a dia e deve ser baseada em valores. Apesar do tamanho do desafio, a Alcoa não se exime da responsabilidade de começar e espera que a sociedade brasileira abrace essa ideia e torne o Brasil uma liderança nessa nova economia.”

CPFL

“A construção de uma nova economia pede mobilização. Somente com a pluralidade de visões e interesses dos diversos agentes da sociedade conseguiremos caminhar para uma realidade incluyente, verde e responsável. Como uma empresa de energia, a CPFL reconhece o papel preponderante das fontes limpas e renováveis na construção de uma economia de baixo carbono e sabe que, ao trabalhar em conjunto com outras empresas, estará, de fato, contribuindo para a extensão dessa cadeia de valor.”

Natura

“Para a Natura, as empresas têm seu valor e sua longevidade associados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade e seu desenvolvimento sustentável. Oportunamente, a Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável se revela um caminho possível para estabelecermos novas práticas empresariais e influenciarmos políticas públicas comprometidas com o desenvolvimento sustentável do país. Estamos confiantes e dispostos a empreender esforços para o sucesso dessa iniciativa.”

Suzano

“A Suzano traz a sustentabilidade em sua estratégia, como pode ser visto em nossa Visão, Missão e Valores e também em nossas práticas cotidianas. Entretanto, entendemos que a sustentabilidade não se faz sozinha. É preciso que outras empresas e a sociedade participem para que os resultados possam converter-se em benefícios efetivos ao planeta. A Plataforma Ethos vai nesse sentido, convocando a sociedade e o governo para, juntos, construirmos uma economia inclusiva, verde e responsável.”

Vale

“A Vale entende que o setor privado tem um papel essencial para o desenvolvimento da economia de baixo carbono. A criação da plataforma do Instituto Ethos por uma economia verde, inclusiva e responsável ilustra o parecer de empresários sobre a necessidade de romper paradigmas. A plataforma é fundamental para o fomento de um novo padrão de desenvolvimento. A iniciativa do Ethos reforça aquilo em que a Vale acredita: a construção multilateral dessa nova economia.”

Walmart

“No Walmart, a sustentabilidade é parte da nossa estratégia de negócio e estamos comprometidos com uma série de iniciativas de caráter socioambiental, envolvendo todos os nossos funcionários no Brasil, bem como os diferentes públicos de interesse da empresa. Por isso acreditamos que esta Plataforma, somada aos esforços de todos os parceiros institucionais e da sociedade em geral, sem dúvida será um passo fundamental para a criação de uma economia que não seja apenas verde, mas inclusiva e responsável. Esperamos contribuir com esse trabalho por meio da construção de uma agenda consistente, desafiadora e alinhada aos preceitos de uma nova era.”

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Indicadores Ethos – 3ª Geração – Versão Intermediária para Aplicação-Piloto 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

Patrocínio

Itaú Unibanco e Shell

Apoio

Instituto Abradee de Energia

Parceiros Institucionais

Alcoa, CPFL Energia, Natura, Suzano Papel e Celulose, Vale e Walmart Brasil

Apoio para a Estruturação do Projeto – 2010

Instituto Abradee de Energia e BP Biofuels Brasil

Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)

Instituto Ethos: Valdemar de Oliveira Neto e Vivian P.B. Smith
Consultores: José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral e Pact

Colaboradores do Instituto Ethos

Adriana Alves dos Santos, Aldo Malta, Ana Leticia Silva, Ana Lucia de Melo Custodio (coordenação), Benjamin Gonçalves, Betina Sarue, Caio Magri, Daniela Damiani, Felipe Saboya, Graziela Camina Lechi, Grazielle Campos da Silva (analista em gestão sustentável), Heloisa Eiko Shiota, Ivanaira Oliveira Nascimento, Joao Serfozo, Juliana Soares de Brito, Lidia Rapuano Manduré (captação de recursos), Luciana de Souza Aguiar, Margarida Curti Lunetta, Mariana dos Santos Parra, Patricia Saito, Patricia Scaciotti Franco, Paula Scalco dos Santos, Paulo Itacarambi (direção editorial), Regi Magalhães, Renato Moya, Solange Rubio (gerente-executiva), Tatiana Donato Trevisan, Tereza Cristina Rosa Farache e Tiago José Cocco Liberatori (analista em gestão sustentável).

Consultoria

Vereda Consultoria – Michelle G. Shayer e Vivian P.B. Smith

Edição e Revisão de Texto

Márcia Melo

Projeto e Produção Gráfica

Open Box

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Agradecimentos

Aos membros do Conselho Diretor, pelas diretrizes, críticas, sugestões e recomendações dadas à primeira etapa dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**.

Aos parceiros realizadores do Programa Latino-Americano de RSE (Plarse): Forum Empresa, Fundação AVINA e Organização Intereclesiástica de Cooperação para o Desenvolvimento (ICCO); e aos membros do programa: Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC, Paraguai), Consejo Empresarial Colombiano para Desarrollo Sostenible (CECODES, Colômbia), Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social (CERES, Equador), Corporación Boliviana de RSE (COBORSE, Bolívia), Deres (Uruguai), Instituto Argentino de RSE (IARSE, Argentina), Perú2021 (Peru) e Unión Nicaragüense para la RSE (UniRSE, Nicarágua).

A todos os participantes das oficinas e eventos de consulta, cujos nomes podem ser encontrados em **www.ethos.org.br/indicadores**.

Aos colaboradores na concepção da proposta e facilitadores das oficinas realizadas: Carla Stoicov, Giuliana Ortega Bruno, Glaucia Terreo, Gustavo Ferroni, João Gilberto Azevedo e Tarcila Reis.

Aos colaboradores da Global Reporting Initiative: Ásthildur Rutten-Hjaltadóttir, Glaucia Terreo e Nelmara Arbex.

São Paulo, agosto de 2011.

É permitida a reprodução do conteúdo desta publicação 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 pelo serviço “Fale conosco”, do site **www.ethos.org.br**.



Apresentação

É com muita satisfação que apresentamos o resultado da primeira etapa para desenvolvimento dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**, um amplo processo de revisão dos Indicadores Ethos, iniciado em outubro de 2010. O objetivo é construir, por meio da criação de um espaço multistakeholder de troca e aprendizagem, a terceira geração dos Indicadores Ethos, garantindo sua institucionalização no plano nacional e internacional e fortalecendo seu caráter de gestão, por meio da consolidação de sua estrutura temática e metodológica, de modo a potencializar sua utilização como ferramenta de gestão para o diagnóstico e planejamento das práticas de responsabilidade social empresarial (RSE).

Esse processo inova ao ampliar a governança dos Indicadores Ethos, que passa a ser compartilhada com organizações da sociedade civil e conta com instâncias e etapas de consulta periódicas, de modo a garantir a representatividade das partes interessadas¹ na participação desse processo e a legitimidade nas mudanças propostas.

Entendemos, no momento em que realizamos a revisão dos Indicadores Ethos, que esta ferramenta de aprendizado e autoavaliação da gestão da empresa, no que se refere à incorporação de práticas de RSE, passou por duas etapas fundamentais, a primeira e a segunda geração:



¹ Parte interessada, ou *stakeholder*, é o termo usado para designar 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 considerar parte interessada quem se julgue como tal e, em cada situação, a empresa deve procurar fazer um mapeamento dos *stakeholders* envolvidos.

² O Programa Latino-Americano de Responsabilidade Social Empresarial (Plarse) tem como objetivo fortalecer o movimento de responsabilidade social empresarial na América Latina, por meio do compartilhamento de conhecimento e experiências entre as organizações participantes e pela consolidação de parcerias que contribuam para a criação de um ambiente favorável à gestão socialmente responsável na região.

Com o avanço do movimento de responsabilidade social, no Brasil e na América Latina, propomos a **3ª Geração**, com a finalidade de:

- Transformar os Indicadores Ethos em uma plataforma de práticas à luz da Norma de Responsabilidade Social ABNT NBR 26000;
- Aplicar a linguagem da Global Reporting Initiative, de modo a concretizar a integração com essa ferramenta;
- Utilizar os Indicadores Ethos como ferramenta de gestão para o diagnóstico e planejamento das práticas de RSE, com aperfeiçoamento do sistema on-line;
- Incorporar o aprendizado do Programa Latino-Americano de RSE (Plarse), para uma melhor fundamentação e manutenção da base latino-americana;
- Consolidar a abordagem de uso dos Indicadores Ethos no desenvolvimento da cadeia de valor;
- Promover maior integração e esclarecimento conceitual entre RSE e Sustentabilidade, especialmente no âmbito da discussão sobre a transição para uma nova economia, incluyente, verde e responsável.

Plataforma por uma Nova Economia Inclusiva, Verde e Responsável

A Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável é uma iniciativa do Instituto Ethos, em parceria com a Alcoa, a CPFL, a Natura, a Suzano, a Vale, o Walmart e a Roland Berger.

Reúne um conjunto de ideias e propostas que o Instituto Ethos e as parceiras institucionais vêm desenvolvendo ao longo dos últimos anos com o objetivo de estimular as empresas e o Brasil a promover a transição para uma economia incluyente, verde e responsável. Sua construção fundamentou-se em amplo processo de consulta e debates com associados e parceiros do Instituto Ethos, participantes do movimento brasileiro de responsabilidade social empresarial (RSE) e sustentabilidade.

As reflexões e os debates realizados durante a reunião anual do Conselho Internacional do Instituto Ethos e na 10ª Conferência Internacional Ethos, em São Paulo, em maio de 2010, trouxeram contribuições relevantes ao documento, que foi finalizado em comum acordo entre as empresas parceiras participantes do Conselho Orientador do Plano Ethos 10 anos. Essa plataforma será utilizada pelo Instituto Ethos, como referência básica para o desenvolvimento de suas atividades, inclusive para os **Indicadores Ethos – 3ª Geração**, e permanecerá aberta ao recebimento de sugestões de associados e parceiros, podendo ser atualizada periodicamente para incorporar as reflexões acumuladas no período.

Ressaltamos que o documento ora apresentado é uma versão em construção, a ser utilizada como piloto pelas empresas e cujo conteúdo ficará à disposição de todos que tenham interesse em aplicá-la, a seu critério. Queremos conhecer os resultados dessa aplicação para aprimoramento dos Indicadores Ethos – 3ª Geração, a serem lançados oficialmente em outubro de 2012. Solicitamos, assim, que quaisquer dúvidas, sugestões e críticas a respeito deste documento sejam enviadas ao e-mail indicadores@ethos.org.br.

Processo de Revisão

O processo de revisão foi concebido com um caráter amplamente participativo. Está organizado em duas grandes etapas:

- **ETAPA 1 (2010/2011):** definição da relação sinérgica com outras iniciativas e instrumentos de gestão da responsabilidade social, em especial diretrizes GRI e Norma ABNT NBR ISO 26000. Lançamento da versão intermediária para aplicação-piloto em agosto de 2011.
- **ETAPA 2 (2011/2012):** revisão do conteúdo para atualização da ferramenta, com a mesma perspectiva de estabelecer convergência com outros instrumentos e de modo a promover a Plataforma para uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável. Lançamento dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração** previsto para outubro de 2012.

Na primeira etapa, iniciamos os trabalhos com uma consulta virtual para levantar as expectativas das partes interessadas quanto à revisão da ferramenta, assim como oficinas de consulta para aferir a compreensão dos *stakeholders*, de qual seria a melhor forma de integrar aos Indicadores Ethos a Norma ABNT NBR ISO 26000 e as diretrizes GRI.

Conselho Diretor

Compusemos, ainda, o Conselho Diretor do processo de revisão, que é a instância responsável por dar orientações estratégicas para a terceira geração dos Indicadores Ethos. Nessa etapa, norteou e aconselhou o Instituto Ethos quanto ao desenvolvimento do projeto. São membros do Conselho Diretor:

Aron Belinky	Grupo de Articulação das ONGs Brasileiras para a ISO 26000
Bastian Buck	Global Reporting Initiative (GRI)
Carlos Eduardo Lessa Brandão	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)
Clovis Scherer	Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE)
Cristina Montenegro	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA)
Eduardo Schubert	Instituto Akatu
Marcela Zonis	Princípios para o Investimento Responsável (PRI)
Mario Monzoni	Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces)
Milton Milioni	Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec)
Paulo Itacarambi	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Paulo Sergio Muçouçah	Organização Internacional do Trabalho (OIT Brasil)
Ricardo Corrêa Martins	Fundação Nacional da Qualidade (FNQ)
Sônia Consiglio Favaretto	BMF& Bovespa

Elaboração da Versão Intermediária para Aplicação-Piloto

Com os insumos produzidos a partir das consultas, virtuais e presenciais³, além das análises técnicas para verificar as possibilidades de trabalho, atualizamos o questionário dos Indicadores Ethos com a seguinte lógica:

- **Indicadores Ethos & Norma ABNT NBR ISO 26000:** os Indicadores Ethos foram revistos com base na Norma ABNT NBR ISO 26000, para a proposição de práticas de gestão com responsabilidade social. Ao questionário foram incorporados conceitos, princípios e propostas de ações, o que alterou, inclusive, sua própria organização, que passa a ter dois eixos (mais informações na seção “Organização do Questionário”). Sua atualização pode ser verificada pela reformulação e criação de indicadores.

A ISO 26000 traz conceitos importantes para a gestão com responsabilidade social, mencionados no questionário. São conceitos dinâmicos, que devem ser aplicados constantemente para uma melhor gestão da responsabilidade social. Entenda melhor a que eles se referem:



³ Informações e resultados sobre as etapas e eventos de consulta podem ser encontrados em www.ethos.org.br/indicadores

⁴ Esclarecimentos extraídos, parcial e integralmente, da norma de responsabilidade social ABNT NBR ISO 26000.

Consulte o anexo desta publicação e encontre as análises de correlação entre os Indicadores Ethos – Versão Intermediária para Aplicação-Piloto, a Norma ABNT NBR ISO 26000 e as Diretrizes GRI.

• **Indicadores Ethos & Diretrizes GRI para Relatórios de Sustentabilidade:** a proposta de convergência entre os Indicadores Ethos e as Diretrizes GRI não se limitou a uma correspondência de conteúdo. Além de completar os Indicadores Ethos com aspectos abordados pela GRI G3, fizemos reflexões de como apoiar a melhor gestão da responsabilidade social com ambos os instrumentos, cuja relação intrínseca é de complementaridade. A proposição de novos indicadores seguindo o que é abordado na GRI se deu considerando a GRI G3 e GRI G3.1. Para a próxima etapa dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**, está prevista a ampliação da convergência por meio de reflexões da relação desse instrumento com a proposta de atualização GRI G4, na perspectiva da gestão com responsabilidade social integrada.

O Autodiagnóstico no Processo de Gestão da Responsabilidade Social

A GRI propõe, para o processo de elaboração do relatório de sustentabilidade, cinco fases: Prepare, Conecte-se, Defina, Monitore e Relate. O diagnóstico, nessa proposta, deve ser contemplado na fase “Prepare”, uma vez que a empresa poderá identificar quais são seus pontos mais fracos e mais fortes quanto ao desempenho geral em responsabilidade social. Esse levantamento ampliado lhe permitirá estruturar melhor seu processo de relato, bem como sua própria gestão com responsabilidade social.

Sugestão de Processo⁵



• **Gestão Multistakeholder:** propusemos um novo olhar para a relação da empresa com suas partes interessadas de modo a dar-lhes visibilidade, pela nova organização dos stakeholders e pela abordagem de partes interessadas não tratadas anteriormente no instrumento, aspecto que será aprofundado na segunda etapa dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**.

⁵ Adaptado da publicação *Caminhos – Ciclo preparatório para elaboração de relatórios de sustentabilidade da GRI: Manual para pequenas (e nem tão pequenas) organizações*, Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org).

Organização do Questionário

O questionário da versão intermediária para aplicação-piloto foi dividido em dois eixos:

Primeiro Eixo: **Avaliação da Gestão com Responsabilidade Social**

Trata da gestão da responsabilidade social como um todo na organização, a partir da definição de princípios que balizarão a conduta de seus empregados e a atuação da empresa em sua esfera de influência, assim como os mecanismos e processos de gestão que garantirão integrar a responsabilidade social à gestão, considerando as expectativas e perspectivas das partes interessadas. Apresenta os seguintes temas:

- Incorporação dos Princípios de Responsabilidade Social
- Práticas de Gestão
- Relacionamento com Partes Interessadas

Segundo Eixo: **Avaliação dos Temas Centrais da Responsabilidade Social**

Aborda de que maneira a empresa trata os temas centrais da responsabilidade social, elencados inicialmente por temas e, posteriormente, seguindo a consolidada organização dos Indicadores Ethos em partes interessadas. Está dividido nos seguintes temas:

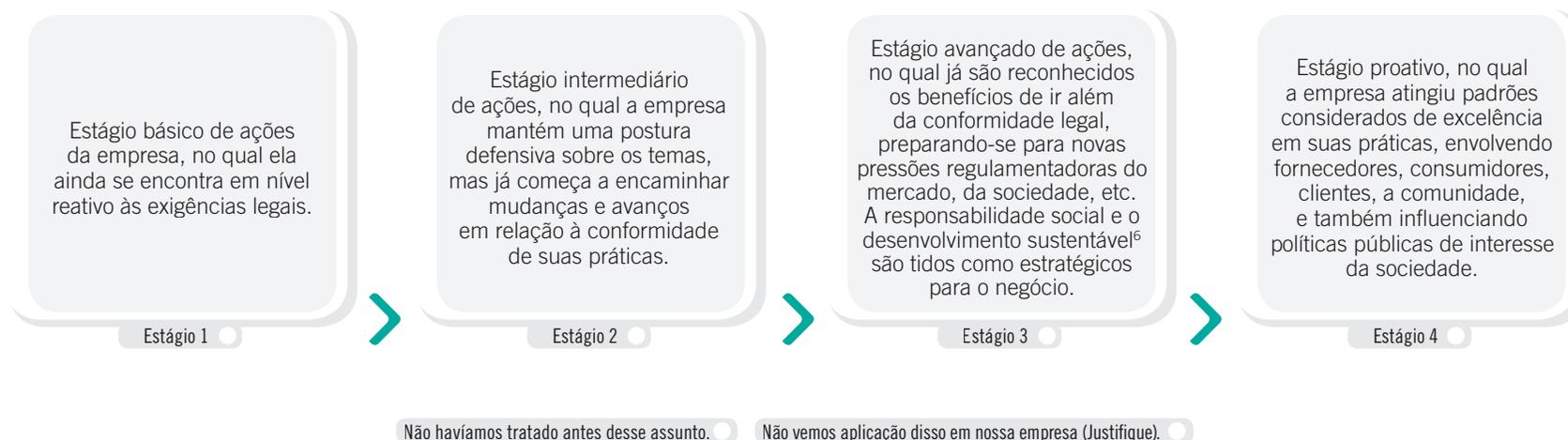
- Governança
- Direitos Humanos
- Público Interno
- Meio Ambiente
- Cadeia de Valor
- Comunidade e Sociedade
- Governo
- Mercado

Tipos de Indicador

Ao longo dos questionários, serão encontrados os seguintes tipos de indicador:

Questão de Profundidade (ou Indicador de Profundidade): 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, permitindo à empresa situar-se facilmente na escala. Esses quatro estágios têm a seguinte interpretação:

Organização do Questionário



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 nenhuma das opções corresponder à realidade da empresa, deve-se assinalar um dos seguintes motivos: “Não havíamos tratado antes desse assunto” ou “Não vemos aplicação disso em nossa empresa”. Assinalando a segunda opção, a empresa deve apresentar uma justificativa no espaço reservado para comentários. Se optar por uma dessas alternativas, as questões adicionais correspondentes serão automaticamente consideradas como não aplicáveis.

Questões Binárias (ou Indicadores Binários): é composto de questões binárias (sim ou não), que qualificam a resposta escolhida no indicador de profundidade. Contêm elementos de validação e aprofundamento dos aspectos ou estágio de responsabilidade social identificados 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): 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, sobretudo 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 consistência do planejamento das melhorias propostas por meio dos Indicadores Ethos.

⁶ 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.

Estrutura do Questionário

Eixo de Avaliação	Segundo Eixo de Avaliação AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	Indicador 24: Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade	Indicador																					
Tema	Tema PÚBLICO INTERNO	ISO 26000 - Item 6.4.7, GRI - Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) - Aspectos: Emprego, Treinamento e Educação e Diversidade e Igualdade de Oportunidades	Correlações																					
Subtema	SISTEMA PRÁTICAS DE TRABALHO	Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:	Enunciado																					
		<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 20%;"> <p>Promove atividades de treinamento pontuais, focadas no desempenho de tarefas específicas.</p> <p>Estágio 1</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 20%;"> <p>Mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando ao aperfeiçoamento contínuo de todo o seu pessoal e considerando a aplicabilidade em sua função atual.</p> <p>Estágio 2</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 20%;"> <p>Oferece a seus empregados bolsas de estudos ou similares para aquisição de conhecimentos com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente da aplicabilidade em sua função atual, e encoraja a cadeia de valor a fazer o mesmo.</p> <p>Estágio 3</p> </div> <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; width: 20%;"> <p>Promove capacitação contínua em todos os níveis hierárquicos e oferece a seus empregados bolsas de estudos ou similares para aquisição de conhecimentos, com impacto positivo em sua empregabilidade, independentemente da aplicabilidade em sua função atual, e encoraja a cadeia de valor a fazer o mesmo.</p> <p>Estágio 4</p> </div> </div> <p style="text-align: center;"> <input type="radio"/> Não havíamos tratado antes desse assunto. <input type="radio"/> Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique) </p>	Indicadores de Profundidade																					
		<p>Informações adicionais</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>A empresa:</th> <th>Sim</th> <th>Não</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>24.1. Analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados para balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24.2. Mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos⁷.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24.3. Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24.4. Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, para auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24.5. Considerando seu papel social em relação aos estagiários, oferece-lhes boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo, com o devido acompanhamento.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>24.6. Ao encerrar o período referente ao programa de estágio, procura empregar os estagiários na própria empresa; quando isso não é possível, busca para os que precisam colocação em empresas ou organizações parceiras.</td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>	A empresa:	Sim	Não	24.1. Analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados para balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24.2. Mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos ⁷ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24.3. Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24.4. Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, para auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24.5. Considerando seu papel social em relação aos estagiários, oferece-lhes boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo, com o devido acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	24.6. Ao encerrar o período referente ao programa de estágio, procura empregar os estagiários na própria empresa; quando isso não é possível, busca para os que precisam colocação em empresas ou organizações parceiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Estágios
A empresa:	Sim	Não																						
24.1. Analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados para balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
24.2. Mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos ⁷ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
24.3. Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
24.4. Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, para auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
24.5. Considerando seu papel social em relação aos estagiários, oferece-lhes boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo, com o devido acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
24.6. Ao encerrar o período referente ao programa de estágio, procura empregar os estagiários na própria empresa; quando isso não é possível, busca para os que precisam colocação em empresas ou organizações parceiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																						
		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2009</th> <th>2010</th> <th>2011</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>24.7. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>24.8. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>24.9. Total de analfabetos na força de trabalho:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		2009	2010	2011	24.7. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:				24.8. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:				24.9. Total de analfabetos na força de trabalho:				Indicadores Binários					
	2009	2010	2011																					
24.7. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:																								
24.8. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:																								
24.9. Total de analfabetos na força de trabalho:																								
			Indicadores Quantitativos																					

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 subsequentes e, junto com os indicadores binários e quantitativos, aponta diretrizes para o estabelecimento de metas de aprimoramento dentro do universo de cada tema.

Glossário de Conceitos e Definições

Está disponível no site dos Indicadores Ethos, em www.ethos.org.br/indicadores, um glossário de conceitos e definições dos termos mais relevantes para a compreensão das questões apresentadas em cada indicador, facilitando assim o preenchimento do questionário.

Processo de Preenchimento

O processo de preenchimento da versão intermediária dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração** será feito por meio de aplicação-piloto, com um conjunto de empresas que demonstrarem interesse em fazê-lo. Todas serão orientadas no processo de preenchimento e receberão um relatório analítico, resultado de seu exercício de autoavaliação⁷. Mais esclarecimentos sobre esse tópico podem ser encontrados em www.ethos.org.br/indicadores.

⁷ O Instituto Ethos não utiliza os dados recebidos das empresas para nenhum tipo de premiação ou confecção de ranking.



Indicadores Ethos: Transição da Segunda para a Terceira Geração

A transição da versão atual dos Indicadores Ethos para a sua 3ª Geração será feita de forma progressiva, para que as empresas tenham tempo para se adaptar à nova versão, cujo lançamento está previsto para outubro de 2012. A versão atual, portanto, será mantida para preenchimento do questionário ciclo 2011, por meio do sistema on-line, encontrado em www.indicadoresrse.org, com o mesmo compromisso de sigilo e confidencialidade. O Relatório de Diagnóstico, oferecido gratuitamente, apresenta informações sobre o desempenho da empresa, comparando-o com o das demais participantes – no Brasil e nos países integrantes do Programa Latino-Americano de RSE (Plarse) – e com iniciativas relevantes para a gestão com responsabilidade social: Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative (GRI), Norma ABNT NBR ISO 26000, Norma SA 8000, Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) e Pacto Global. Além disso, continuarão à disposição das empresas todos os desdobramentos dos Indicadores Ethos acumulados ao longo de seus dez anos de existência – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas, Indicadores Ethos Setoriais, Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E) e Uso dos Indicadores Ethos na Gestão da Cadeia de Valor.

Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas

Visando incentivar a incorporação da RSE 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: Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas e Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo.

Em 2006, o conteúdo da primeira foi revisto, dando origem à publicação Indicadores Ethos-Sebrae de RSE para Micro e Pequenas Empresas 2006⁸, disponível para preenchimento no sistema dos Indicadores Ethos de RSE, em www.ethos.org.br. Por meio desse sistema, as micro e pequenas empresas podem enviar seus dados ao Instituto Ethos e receber seu relatório personalizado, num processo semelhante ao dos Indicadores Ethos.

Está prevista para outubro de 2012 a atualização do questionário para micro e pequenas empresas, de modo a contemplar esse segmento nos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**.

Indicadores Ethos Setoriais

Com o objetivo de fornecer às empresas a possibilidade de um autodiagnóstico mais preciso e aprofundado, o Instituto Ethos vem desenvolvendo indicadores específicos 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 do segmento em que atuam. Para maior legitimidade e engajamento das empresas nesse trabalho, o Instituto Ethos procura realizá-lo em parceria com entidades setoriais que representam nacionalmente as empresas.

⁸ 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 2011* estão disponíveis em www.ethos.org.br.



Já foram contemplados com indicadores próprios os setores⁹ de distribuição de energia elétrica, panificação e restaurantes e bares, mineração e papel e celulose, transporte de passageiros terrestres, petróleo e gás, construção civil, varejo, jornais e franquias e o financeiro.

Os questionários desenvolvidos para o setor da construção civil, o financeiro, os de franquias, jornais, mineração, papel e celulose, petróleo e gás, transporte de passageiros terrestres e varejo podem ser preenchidos por meio do sistema dos Indicadores Ethos. Ao cadastrar a empresa no sistema on-line, o usuário deverá indicar a que setor pertence. Caso seja um dos setores mencionados, o sistema incorporará automaticamente as questões setoriais ao questionário, como perguntas binárias.

A atualização dos Indicadores Ethos Setoriais também está prevista no âmbito do processo de revisão que dará origem aos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**. Será feita de forma progressiva e participativa, envolvendo as empresas e entidades setoriais dos suplementos já desenvolvidos nesse processo. Organizações dos demais setores que tenham interesse em desenvolver indicadores próprios, no âmbito da 3ª Geração dos Indicadores Ethos, 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-lhe cuidado e afeto, bem como o direito a 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), com o propósito de levar às empresas formas concretas de colaboração com 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 vão 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 úteis a todas as organizações.

Ao responder integralmente às questões quantitativas referentes ao último ano do indicador Compromisso com o Desenvolvimento Infantil (indicador 10 na versão da 2ª Geração e indicador 28 na versão para aplicação-piloto), a empresa levantará as informações necessárias para o cálculo do índice. O IDI-E da empresa será informado junto com o Relatório de Diagnóstico dos indicadores 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 que a empresa entenda melhor seu desempenho em relação a essa questão, sugerimos que seu IDI-E seja comparado com o Índice de Desenvolvimento Infantil (IDI) do município em que está localizada. Recomendamos ainda a consulta às publicações do Unicef sobre a situação da infância brasileira em www.unicef.org.br.

⁹ Os questionários referentes aos Indicadores Ethos Setoriais estão disponíveis em www.ethos.org.br/indicadores



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

O sistema dos Indicadores Ethos permite às organizações que queiram acompanhar a gestão da responsabilidade social de seus fornecedores e clientes o 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, pelo sistema, o acesso a seus dados cadastrais, às respostas aos Indicadores Ethos e ao Relatório de Diagnóstico por parte das empresas com as quais mantêm contrato de fornecimento.

Essa iniciativa, disponível apenas para a versão referente à 2ª Geração dos Indicadores Ethos, visa estimular e facilitar os processos de gestão socialmente responsável nas cadeias de valor das empresas já comprometidas com o tema 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 deseja mais informações, entre em contato conosco pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

Instruções para Preenchimento dos Indicadores

A mobilização de profissionais da empresa para responder aos Indicadores Ethos de RSE deve ser entendida como o início de um processo de autodiagnóstico. Este, combinado com a missão e estratégia geral da empresa, possibilita 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 a ser enfatizado nesse processo é a importância do diálogo com representantes dos públicos com os quais a empresa se relaciona – suas partes interessadas – 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 para centralizar e sistematizar as informações e facilitar 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 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 abaixo.

1. Definição do(s) facilitador(es) interno(s) e externo(s) do processo¹⁰.
2. Capacitação do(s) facilitador(es) interno(s) e externo(s) sobre os Indicadores Ethos.
3. Evento de conscientização geral, durante o qual a empresa pode esclarecer às principais partes interessadas 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 prioritárias.
12. Avaliação das ações implementadas, elaboração do relatório de sustentabilidade e reinício do processo.

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

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.

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

¹⁰ Entende-se como facilitador interno a pessoa da empresa que esteja, no momento, mais relacionada com o tema e tenha uma visão integrada das áreas e facilidade para coletar, sistematizar e interpretar dados 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 as principais partes interessadas da empresa, que devem ser envolvidas principalmente nos temas em que são mais impactadas.

Construindo a 3ª Geração

Para dar sequência às atividades de desenvolvimento da **3ª Geração dos Indicadores Ethos**, prevemos constituir, ao longo de 2011, as seguintes instâncias de governança, com seus respectivos objetivos:

Instância	Comitê Consultivo Técnico (CCT)	Comitê Consultivo Plarse (CCP)	Grupos de Trabalho Temáticos (GTTs)
Objetivo	Oferecer informação de nível técnico ao processo, orientado pelas diretrizes definidas pelo Conselho Diretor, para garantir sua qualidade e coerência. Faz recomendações à coordenação do projeto e consultas ao CCP, quando necessário.	Garantir que a revisão dos Indicadores Ethos no Brasil seja coerente com o processo de adaptação da ferramenta nos países que participam do programa. É consultado pelo Conselho Diretor, pelo CCT, pelos GTTs e pela coordenação do projeto, sempre que necessário, para emitir seu parecer sobre questões que impactem o desenvolvimento dos Indicadores de RSE locais.	Discutir os indicadores quanto a adequações, exclusões e/ou inclusões de novos, respeitando a estrutura geral proposta para os Indicadores Ethos – 3ª Geração e as diretrizes estratégicas definidas pelo Conselho Diretor, pautados prioritariamente pelo debate da Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável.

Com a constituição dos comitês e grupos de trabalho temáticos, serão propostas alterações a esta versão – que marca a transição da ferramenta para a terceira geração. O esforço de trabalho terá como meta possibilitar a maior abrangência possível à aplicação de seu conteúdo, alcançando diferentes realidades empresariais. De forma participativa, pretendemos definir indicadores mínimos comparativos, **essenciais** a todo tipo de empresa. Também serão criados indicadores para **aprofundar** a autoavaliação, considerando seja o tamanho, seja o setor, seja o tema de interesse da empresa. Acompanhe e participe desse processo. Mais informações podem ser encontradas em www.ethos.org.br/indicadores.

Contate-nos

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

Índice do Questionário

Primeiro Eixo de Avaliação

AVALIAÇÃO DA GESTÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA	INCORPORAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
Indicador 1	Princípios da Responsabilidade Social 19
Indicador 2	Comportamento Ético 21
TEMA	PRÁTICAS DE GESTÃO
Indicador 3	Delimitação da Esfera de Influência 22
Indicador 4	Determinação de Relevância e Significância 23
Indicador 5	Estabelecimento de Prioridades 24
Indicador 6	<i>Due Diligence</i> 25
Indicador 7	Práticas para Integrar a Responsabilidade Social na Gestão 26
Indicador 8	Análise e Aprimoramento da Gestão 27
Indicador 9	Participação em Iniciativas Voluntárias 28
TEMA	RELACIONAMENTO COM PARTES INTERESSADAS
SUBTEMA	ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS
Indicador 10	Engajamento das Partes Interessadas: etapa de planejamento 29
Indicador 11	Engajamento das Partes Interessadas: etapa de implementação 31
SUBTEMA	COMUNICAÇÃO COM PARTES INTERESSADAS
Indicador 12	Comunicação com Responsabilidade Social 33
Indicador 13	Relatório de Sustentabilidade 34

Segundo Eixo de Avaliação

AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA	GOVERNANÇA	
Indicador 14	Governança Corporativa	40
TEMA	DIREITOS HUMANOS	
Indicador 15	Direitos Humanos na Empresa	42
TEMA	PÚBLICO INTERNO	
SUBTEMA	DIÁLOGO SOCIAL	
Indicador 16	Relações com Sindicatos	44
SUBTEMA	NÃO DISCRIMINAÇÃO E VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE	
Indicador 17	Valorização da Diversidade.....	45
Indicador 18	Compromisso com a Equidade e Não Discriminação Racial.....	47
Indicador 19	Compromisso com a Promoção da Equidade de Gênero.....	49
SUBTEMA	PRÁTICAS DE TRABALHO	
Indicador 20	Compromisso com a Gestão Participativa	51
Indicador 21	Relação com Trabalhadores Terceirizados, Temporários ou Parciais.....	52
Indicador 22	Política de Remuneração, Benefícios e Carreira	54
Indicador 23	Cuidados com Saúde, Segurança, Higiene e Condições de Trabalho.....	56
Indicador 24	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade.....	58
Indicador 25	Comportamento frente a Demissões.....	60
Indicador 26	Preparação para a Aposentadoria	61
Indicador 27	Compromisso com o Futuro das Crianças	62
Indicador 28	Compromisso com o Desenvolvimento Infantil.....	63
TEMA	MEIO AMBIENTE	
SUBTEMA	POLÍTICAS E GESTÃO AMBIENTAL	
Indicador 29	Política Ambiental	67
Indicador 30	Sistema de Gestão Ambiental.....	68
Indicador 31	Adoção de Medidas de Mitigação e Compensação	69

Indicador 32	Prevenção da Poluição	70
Indicador 33	Uso Sustentável dos Recursos	71
Indicador 34	Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas	73

SUBTEMA PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE

Indicador 35	Compromisso com a Proteção da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais.....	74
Indicador 36	Educação e Conscientização Ambiental	75

TEMA CADEIA DE VALOR

SUBTEMA RELAÇÕES COM FORNECEDORES

Indicador 37	Parceria na Seleção e Avaliação de Fornecedores	76
Indicador 38	Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva	78
Indicador 39	Comunicação Estruturada com Fornecedores	79
Indicador 40	Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores.....	80

SUBTEMA RELAÇÕES COM CONSUMIDORES E CLIENTES

Indicador 41	Estratégia de Comunicação Comercial.....	81
Indicador 42	Gestão do Relacionamento com o Consumidor.....	82
Indicador 43	Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços.....	84
Indicador 44	Educação para o Consumo Sustentável.....	86

TEMA COMUNIDADE E SOCIEDADE

SUBTEMA RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

Indicador 45	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno.....	87
Indicador 46	Desenvolvimento da Comunidade Local	89

SUBTEMA RELAÇÕES COM A SOCIEDADE (COMUNIDADE AMPLIADA)

Indicador 47	Gestão das Ações Sociais.....	90
Indicador 48	Liderança e Influência Social	92
Indicador 49	Apoio ao exercício da Cidadania.....	93

TEMA GOVERNO

SUBTEMA RELAÇÕES COM GOVERNO

Indicador 50	Contribuições para Campanhas Políticas.....	94
Indicador 51	Práticas Anticorrupção e Antipropina	95
Indicador 52	Participação no Desenvolvimento de Políticas Públicas	96



TEMA	MERCADO	
SUBTEMA	RELAÇÕES COM CONCORRENTES	
Indicador 53	Concorrência Leal	97
SUBTEMA	RELAÇÕES COM INVESTIDORES	
Indicador 54	Relações com Investidores.....	98

Anexos

Anexo A	102
Correlações entre os Indicadores Ethos – 3ª Geração – Versão Intermediária para Aplicação-Piloto, Norma ABNT NBR ISO 26000 e Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade GRI	
Anexo B.....	111
Referências Bibliográficas	

AVALIAÇÃO DA GESTÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA **INCORPORAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Indicador 1	Princípios da Responsabilidade Social
Indicador 2	Comportamento Ético

TEMA **PRÁTICAS DE GESTÃO**

Indicador 3	Delimitação da Esfera de Influência
Indicador 4	Determinação de Relevância e Significância
Indicador 5	Estabelecimento de Prioridades
Indicador 6	<i>Due Diligence</i>
Indicador 7	Práticas para Integrar a Responsabilidade Social na Gestão
Indicador 8	Análise e Aprimoramento da Gestão
Indicador 9	Participação em Iniciativas Voluntárias

TEMA **RELACIONAMENTO COM PARTES INTERESSADAS**

SUBTEMA **ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS**

Indicador 10	Engajamento das Partes Interessadas: etapa de planejamento
Indicador 11	Engajamento das Partes Interessadas: etapa de implementação

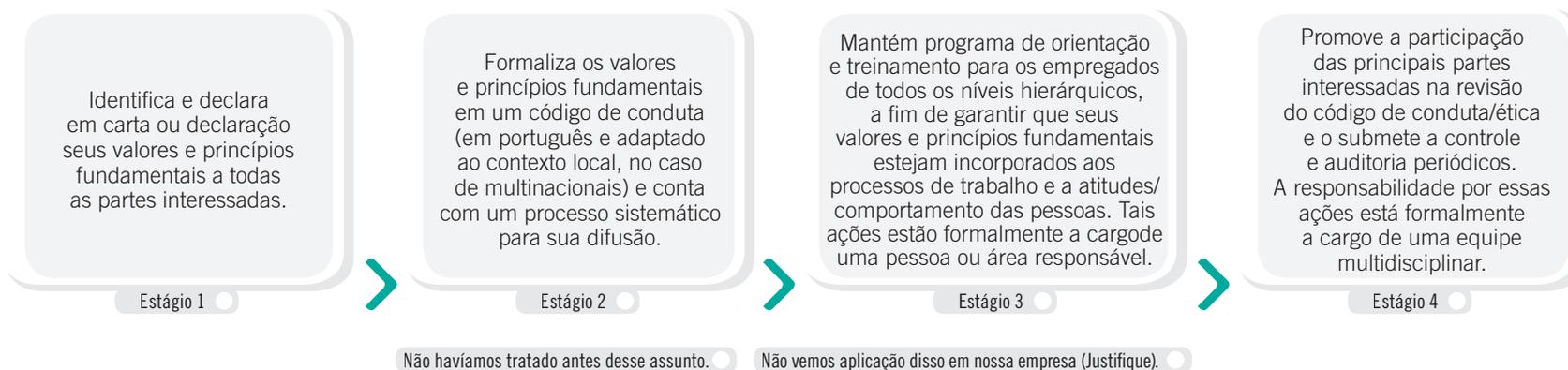
SUBTEMA **COMUNICAÇÃO COM PARTES INTERESSADAS**

Indicador 12	Comunicação com Responsabilidade Social
Indicador 13	Relatório de Sustentabilidade

Indicador 1: Princípios da Responsabilidade Social

ISO 26000 – Item 4.1, Princípios 4.2, 4.3, 4.5, 4.6, 4.7 e 4.8; GRI – Parte 2 – Estratégia e análise: 1.1 e 1.2; Forma de Gestão: todas as categorias relevantes

Com relação à adoção de valores e princípios fundamentais, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
1.1. Reconhece sua responsabilidade pelos seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente, especialmente consequências negativas significativas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2. É responsiva e presta contas de seus impactos sociais, ambientais e econômicos (conhecidos e prováveis) aos controladores da organização, às autoridades legais e às demais partes interessadas afetadas por suas decisões e atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.3. Responsabiliza-se e presta contas das medidas tomadas para evitar a repetição de impactos negativos não intencionais ou imprevistos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4. Cumpre requisitos legais em todas as jurisdições em que opera, mesmo que essas leis e regulamentos não sejam fiscalizados adequadamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.5. Avalia periodicamente sua conformidade com leis e regulamentos aplicáveis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.6. Respeita as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.7. Em situações em que a legislação brasileira, ou sua implementação, está aquém das normas internacionais de comportamento, segue as exigências previstas nas normas internacionais de comportamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.8. Estimula os parceiros externos a replicar seus procedimentos de adoção de princípios e valores fundamentais em toda a cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.9. Avalia periodicamente as organizações com as quais se relaciona e evita ser cúmplice de atividades de outras organizações que não sejam consistentes com as normas internacionais de comportamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.10. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.11. Estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da empresa e a atitude individual de seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.12. Vincula expressamente a atuação das assessorias jurídica e contábil ao código de conduta/declaração de princípios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A carta de princípios/declaração de valores e/ou código de conduta/ética da empresa¹¹:

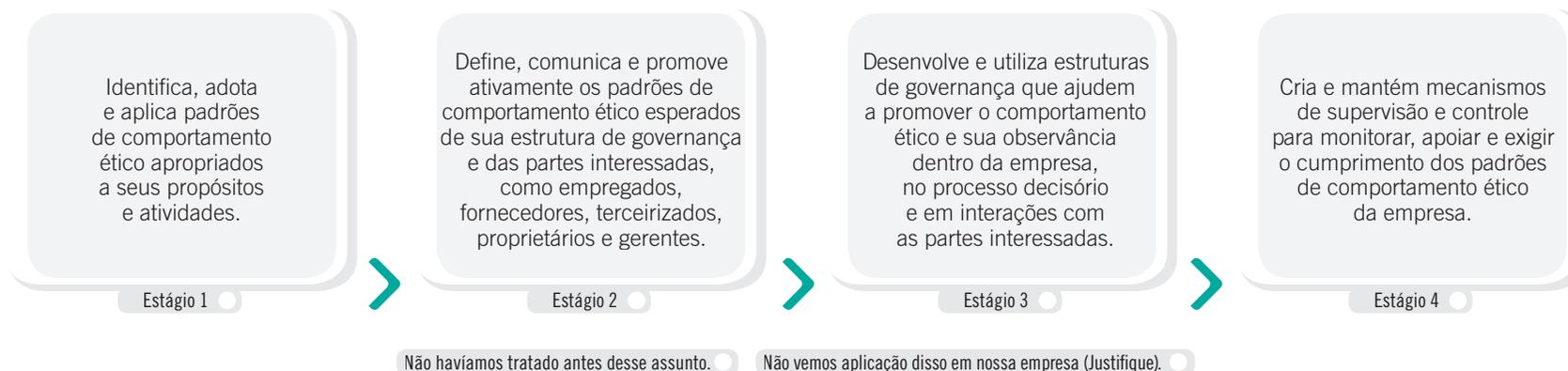
1.13. Contemplam as seguintes partes interessadas: empregados, fornecedores, organizações não governamentais representantes das questões ambientais, consumidores/clientes, comunidade, governo, sindicatos, investidores, mídia e acionistas minoritários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
---	-----------------------	-----------------------

	Sim	Não
1.14. Proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (como suborno, corrupção, extorsão, propina e caixa dois) para obtenção de vantagens comerciais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.15. 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.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.16. São explícitos quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A carta de princípios/declaração de valores e/ou código de conduta da empresa cobrem assuntos como:		
1.17. Cumprimento das leis e pagamento de tributos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.18. Reconhecimento e enfrentamento de situações em que não haja leis e ou regulamentos locais que preveem salvaguardas socioambientais adequadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.19. Concussão, pagamentos ou recebimentos questionáveis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.20. Regras explícitas no relacionamento com agentes públicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.21. Conflito de interesses.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.22. Doações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.23. Corrupção ativa e passiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.24. Improbidade administrativa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.25. Prevenção e tratamento de fraudes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.26. Fraude em concorrência pública.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.27. Limites das atividades e contribuições políticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.28. Nepotismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.29. Relações com a comunidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.30. Preservação da identidade da cultura local.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.31. Normas para pesquisa envolvendo seres humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.32. Respeito ao bem-estar dos animais, quando sua vida e sua existência forem afetadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa é transparente em relação:		
1.33. A seu propósito de negócio, natureza e localização de suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.34. A seus compromissos éticos e os expõe por meio de material institucional, pela internet ou de outra maneira adequada às partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.35. À identificação de qualquer controle acionário na atividade da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.36. A como suas decisões são tomadas, implementadas e analisadas, incluindo a definição de papéis, responsabilidades e autoridades nas diferentes funções dentro da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.37. Aos padrões e critérios usados para avaliar o próprio desempenho em responsabilidade social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.38. A seu desempenho em questões relevantes e significativas da responsabilidade social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.39. A seu desempenho em direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.40. A origens, montantes e aplicações de seus recursos financeiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 2: **Comportamento Ético**

ISO 26000 – Princípios 4.4 e 4.7; GRI – Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.1 a 4.10

Com relação à adoção e promoção de padrões de comportamento ético, a empresa:



Informações adicionais

Os padrões de comportamento ético da empresa:

- | | Sim | Não |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 2.1. Baseiam-se nos valores de honestidade, equidade e integridade. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.2. Referem-se especialmente às partes interessadas que têm a oportunidade de influenciar significativamente os valores, a cultura, integridade, estratégia e operação da empresa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.3. São abordados em pesquisas de clima organizacional, por avaliação 360 graus ou ferramentas similares. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.4. São demonstrados com familiaridade pelos empregados no seu dia a dia. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

A empresa:

- | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 2.5. Previne conflitos de interesse e promove a solução dos que poderiam levar a um comportamento antiético. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.6. Cria e mantém mecanismos para facilitar a denúncia do comportamento antiético e do desrespeito ao código de conduta, sem medo de represálias. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.7. Verifica e audita periodicamente a adoção desses padrões de comportamento ético ¹² . | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.8. Adota e aplica normas reconhecidas internacionalmente ao realizar pesquisa que envolvam seres humanos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.9. Respeita o bem-estar dos animais e fornece condições decentes para manutenção, criação, produção, transporte e uso de animais. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.10. Possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecido(s) internamente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.11. Possui comitê, conselho ou responsável(is) formal(is) por questões éticas reconhecida(s) externamente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

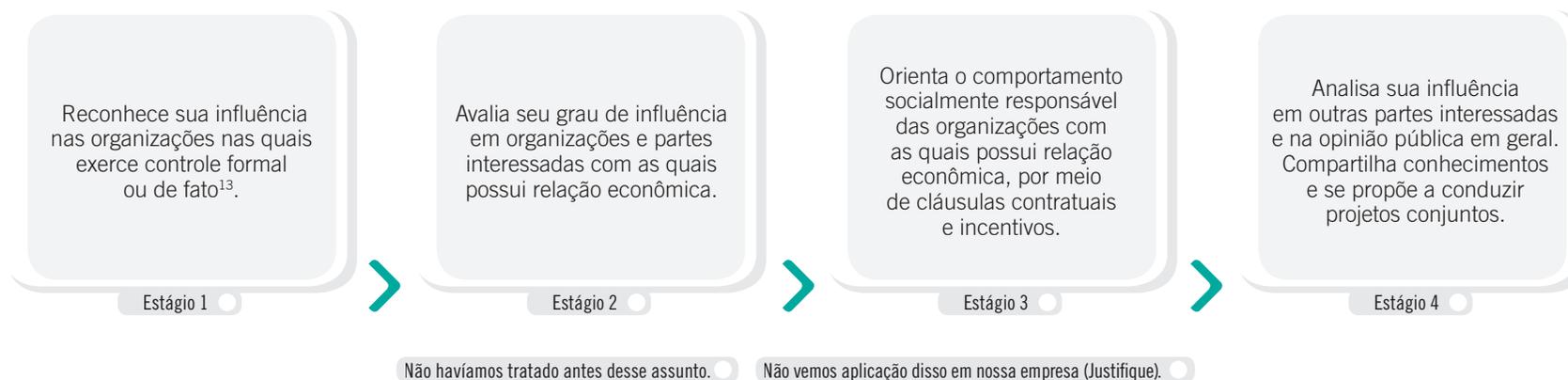
A empresa orienta suas operações em concordância com:

- | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 2.12. As diretrizes para empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.13. Os princípios da OCDE de Governança Corporativa (2004). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2.14. Os princípios do Pacto Global ou em apoio aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Indicador 3: **Delimitação da Esfera de Influência**

ISO 26000 – Itens 5.2.3 e 7.3.3; GRI – Parte 1: Princípio Abrangência

Considerando as características do negócio, a empresa:



Informações adicionais

A atuação da empresa em sua esfera de influência:

3.1. Busca o estabelecimento do diálogo.

3.2. É orientada por diretrizes claras e expressas de comportamento ético.

3.3. Promove boas práticas de gestão com responsabilidade social.

3.4. Estabelece parcerias com associações setoriais, organizações comunitárias, da sociedade civil, entre outras.

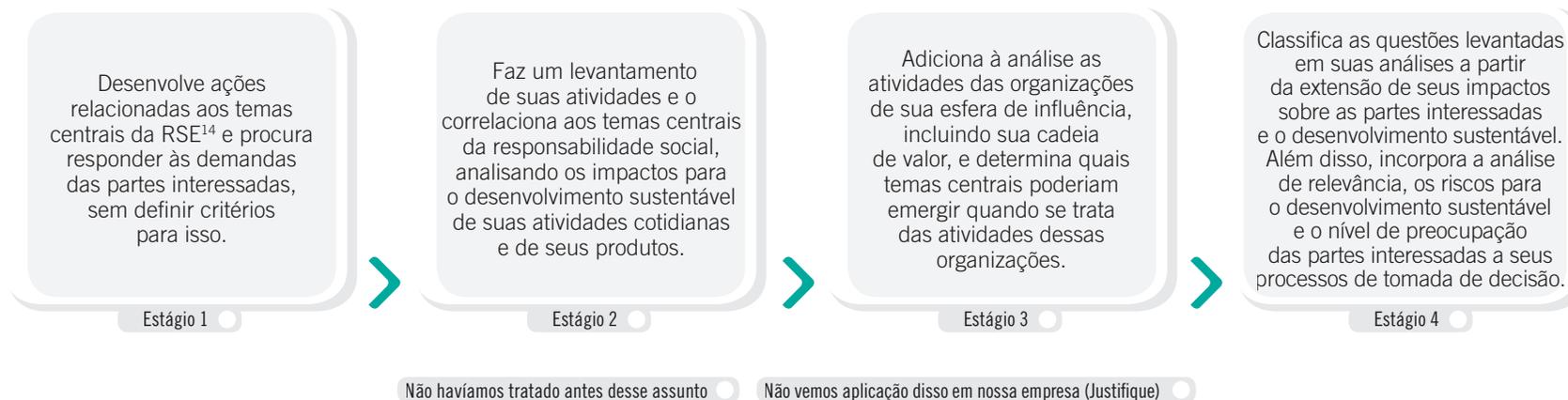
Sim **Não**

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 4: **Determinação da Relevância e Significância**

ISO 26000 – Itens 5.2.2 e 7.3.2; GRI – Parte 1: Princípio Materialidade

Considerando a temática da responsabilidade social, a empresa:



Informações adicionais

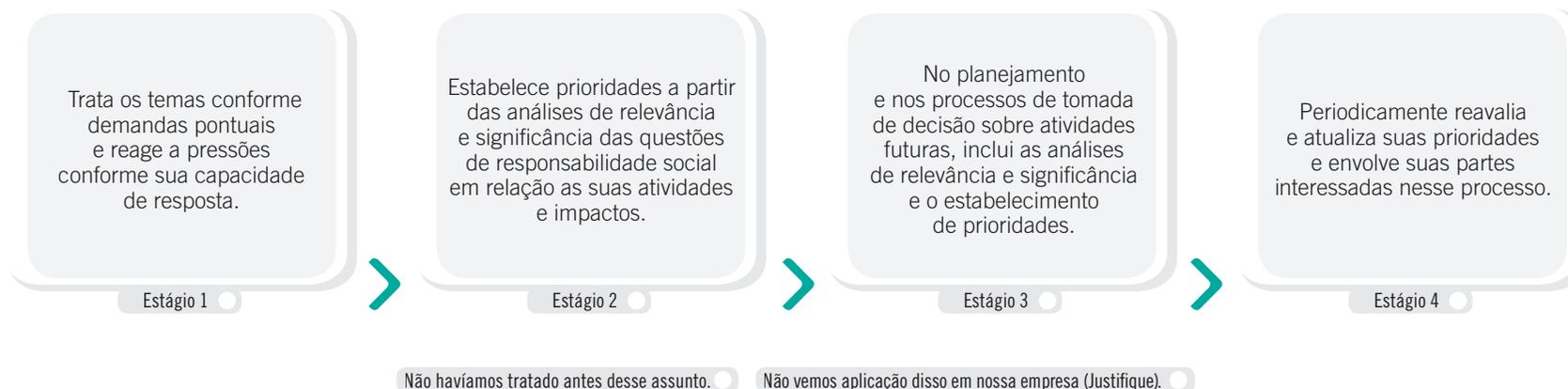
A empresa:

	Sim	Não
4.1. Tem mapeadas suas partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2. Conhece as atividades das organizações de sua esfera de influência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3. Realiza análises para verificar os impactos para o desenvolvimento sustentável de suas decisões.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4. Analisa de que maneira suas partes interessadas podem afetar suas decisões, atividades e planos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5. Consulta suas partes interessadas para identificar suas expectativas quanto a suas questões relevantes e significantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 5: **Estabelecimento de Prioridades**

ISO 26000 – Item 7.3.4; GRI – Parte 2: Parâmetros para o relatório: 3.5

Considerando os temas centrais da responsabilidade social, a empresa:



Informações adicionais

Ao estabelecer prioridades para a gestão com responsabilidade social, a empresa considera:

- | | Sim | Não |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 5.1. Seu desempenho atual relativo ao cumprimento de leis, normas internacionais, normas internacionais de comportamento, tecnologia avançada e melhores práticas existentes. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5.2. Se a questão pode afetar significativamente a capacidade da organização de atingir objetivos importantes. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5.3. O efeito potencial de uma determinada ação em comparação com os recursos necessários para a sua implementação. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5.4. O tempo necessário para atingir os resultados desejados. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5.5. Se pode haver implicações de custo significativas se não tratadas rapidamente. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5.6. A facilidade e rapidez da implementação, que podem trazer um aumento da conscientização e motivação para ações de responsabilidade social na empresa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

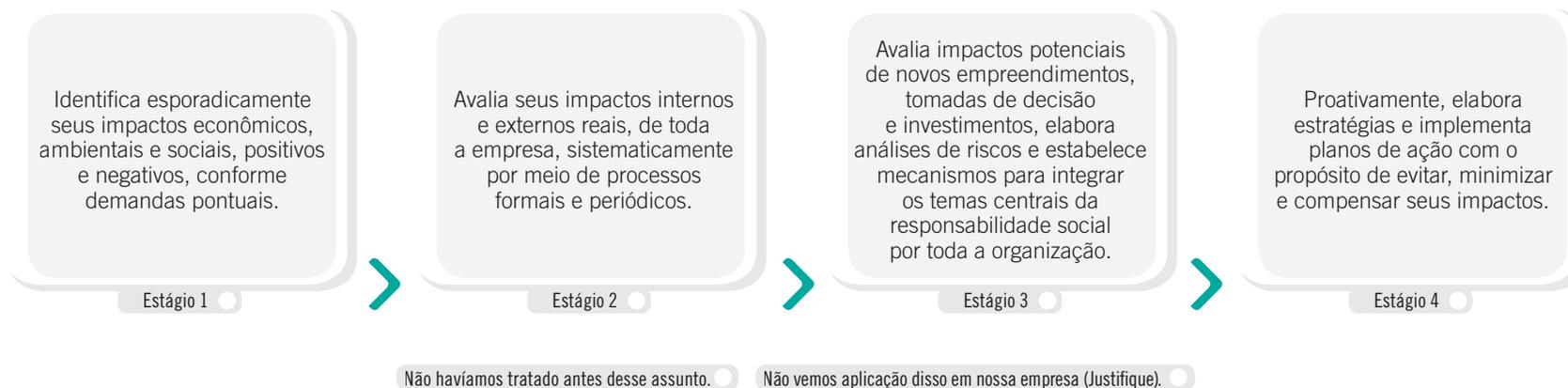
A empresa:

- | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 5.7. Estabelece prioridades para ações futuras, considerando questões de responsabilidade social no planejamento de atividades e novos negócios. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
|--|-----------------------|-----------------------|

Indicador 6: *Due Diligence*

ISO 26000 – Itens 2.4 e 7.3.1

Considerando seus impactos econômicos, sociais e ambientais no planeta e na sociedade, a empresa:



Informações adicionais

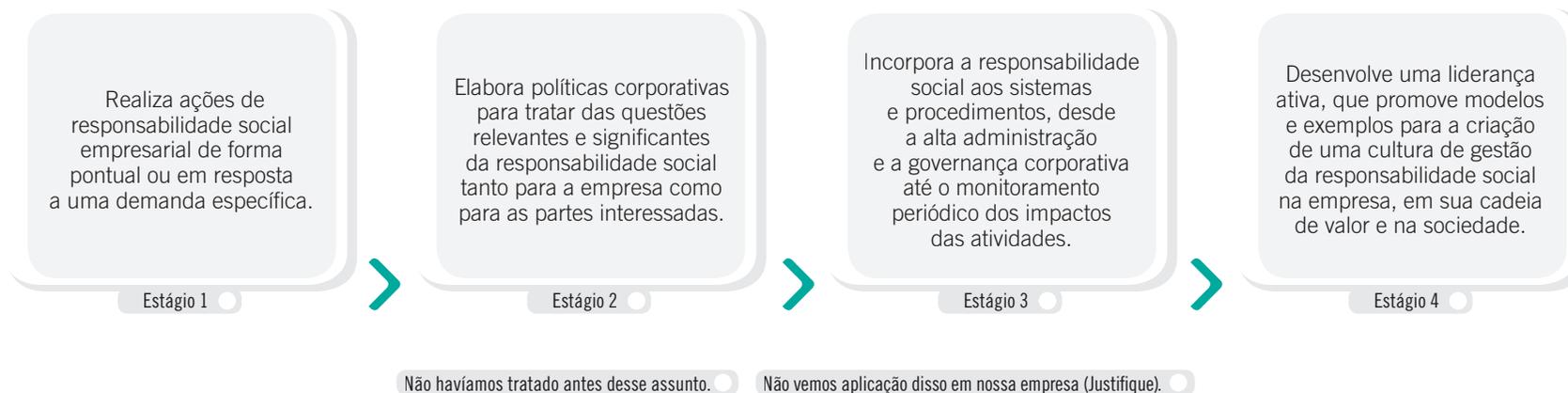
A empresa:

- | | Sim | Não |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 6.1. Dá tratamento aos impactos negativos de suas decisões e atividades. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6.2. Busca entender os desafios e dilemas do ponto de vista dos grupos e indivíduos potencialmente prejudicados para identificar possíveis áreas de ação. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6.3. Possui políticas que orientam seus empregados e pessoas diretamente ligadas à organização sobre como agir no que diz respeito a suas questões relevantes e significantes. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6.4. Avalia como as atividades existentes podem afetar os objetivos dessas políticas. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6.5. Avalia como as atividades propostas podem afetar os objetivos dessas políticas. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6.6. Usa seu conhecimento e experiência em responsabilidade social para favorecer o fortalecimento em RSE daquelas organizações com as quais possui laços estreitos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Indicador 7: Práticas para Integrar a Responsabilidade Social na Gestão

ISO 26000 – Itens 7.1 e 7.4; GRI – Estratégia e análise: 1.1 e 1.2, Forma de Gestão: todas as categorias relevantes

No que diz respeito à maneira como a responsabilidade social é tratada em sua gestão, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

- | | Sim | Não |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 7.1. Inclui nos documentos de declaração de visão e missão da organização referências ao modo como pretende que a responsabilidade social influencie suas atividades. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.2. Desenvolve esforços de conscientização de todos os níveis hierárquicos da empresa, a fim de envolvê-los e gerar compreensão e comprometimento em relação às ações de responsabilidade social. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.3. Elabora e aplica programas de capacitação e formação de competências nos temas da responsabilidade social e da sustentabilidade, de forma a proporcionar uma aprendizagem contínua na empresa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Ao determinar sua direção rumo à responsabilidade social e sustentabilidade, a empresa:

- | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 7.4. Inclui a responsabilidade social como elemento essencial na estratégia da empresa por meio de sua integração nos processos decisórios. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.5. Traduz as prioridades de ação nos temas e questões da responsabilidade social em objetivos organizacionais gerenciáveis, com planos, processos, alocação de recursos e prazos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.6. Estabelece objetivos específicos, mensuráveis e verificáveis às suas estratégias de responsabilidade social. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

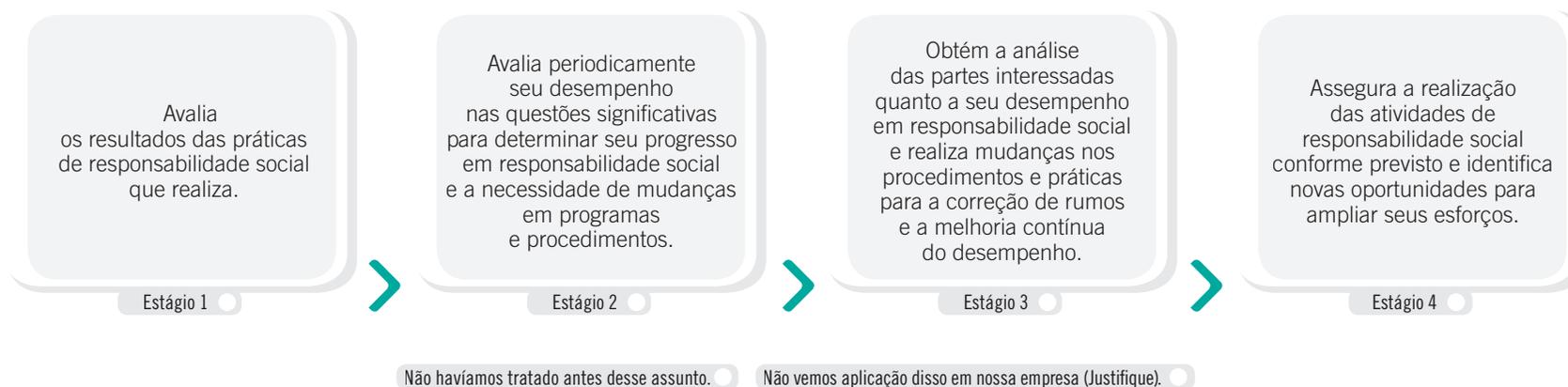
Ao integrar a responsabilidade social aos sistemas e procedimentos internos, a empresa:

- | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 7.7. Assegura-se de que práticas de gestão estabelecidas reflitam e abordem a responsabilidade social da organização. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.8. Identifica como os princípios da responsabilidade social e os temas centrais se aplicam às diferentes áreas da organização. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7.9. Cria departamentos ou grupos internos, conforme o porte e a natureza da empresa, para analisar e revisar procedimentos operacionais, para que sejam consistentes com os princípios e temas centrais da responsabilidade social. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Indicador 8: **Análise e Aprimoramento da Gestão**

ISO 26000 – Item 7.7; GRI – Estratégia e análise: 1.1 e 1.2, Forma de Gestão: todas as categorias relevantes

Para a análise e aprimoramento da gestão, a empresa:



Informações adicionais

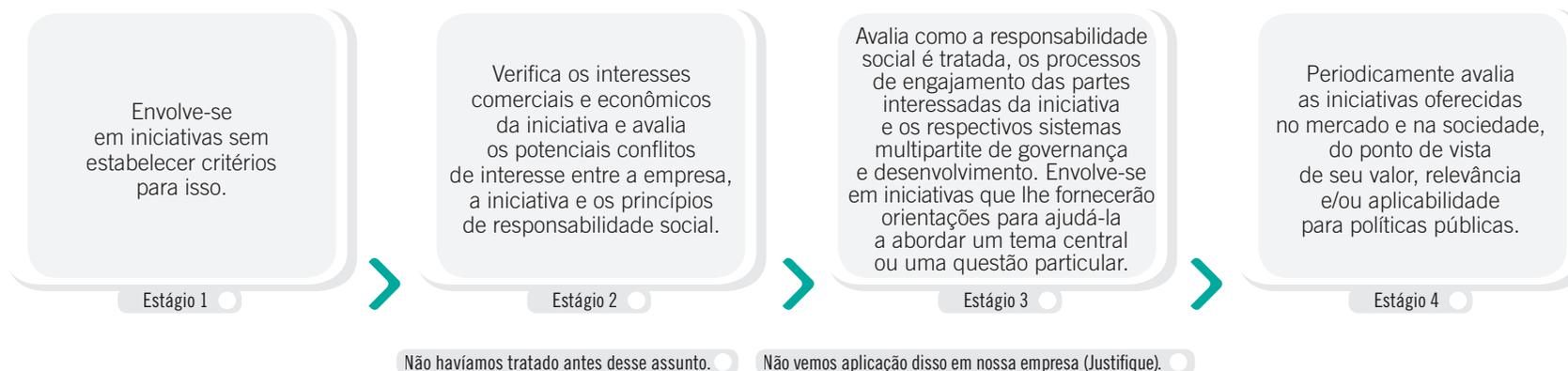
A empresa:

	Sim	Não
8.1. Identifica crises e imprevistos, pois monitora as condições internas e externas, as expectativas das partes interessadas, as alterações legais ou regulatórias que afetem a responsabilidade social da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.2. Identifica e gerencia riscos que afetem a gestão com responsabilidade social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.3. Analisa e examina periodicamente seus sistemas de coleta, registro e armazenamento de dados, a fim de aumentar a exatidão e confiabilidade da gestão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.4. Inclui a visão das partes interessadas nas análises para aprimoramento das ações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.5. Relaciona o alcance de objetivos específicos de responsabilidade social com suas avaliações do desempenho anual ou periódico de altos executivos e gerentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 9: **Participação em Iniciativas Voluntárias**

ISO 26000 – Item 7.8; GRI – Parte 2: Compromissos com Iniciativas Externas (Itens 4.11 e 4.13)

Considerando sua participação em iniciativas voluntárias, a empresa:



Informações adicionais

A empresa avalia periodicamente, ao participar de iniciativas voluntárias:

	Sim	Não
9.1. Apenas a acessibilidade, ou seja, se é preciso assinar um contrato ou se há custos para se associar à iniciativa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2. Como sustentabilidade, economia verde e demais conceitos do movimento de responsabilidade social são tratados e traduzidos em práticas de gestão interna e projetos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.3. Os processos de engajamento das partes interessadas da iniciativa e os respectivos sistemas multipartite de governança e desenvolvimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.4. As iniciativas oferecidas no mercado e na sociedade, do ponto de vista de seu valor, relevância e/ou aplicabilidade para políticas públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.5. Se a iniciativa fornece orientações práticas e valiosas para ajudar a empresa a abordar um tema central ou uma questão particular e/ou integrar a responsabilidade social em todas as suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.6. Se a iniciativa ajudará a organização a atingir grupos específicos de partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.7. Se a iniciativa foi elaborada para seu tipo específico de empresa ou suas áreas de interesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.8. O histórico e os tipos de organização que fundaram, desenvolveram e dirigiram a iniciativa anteriormente, tais como governos, ONGs, organizações, sindicatos, do setor privado ou instituições acadêmicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

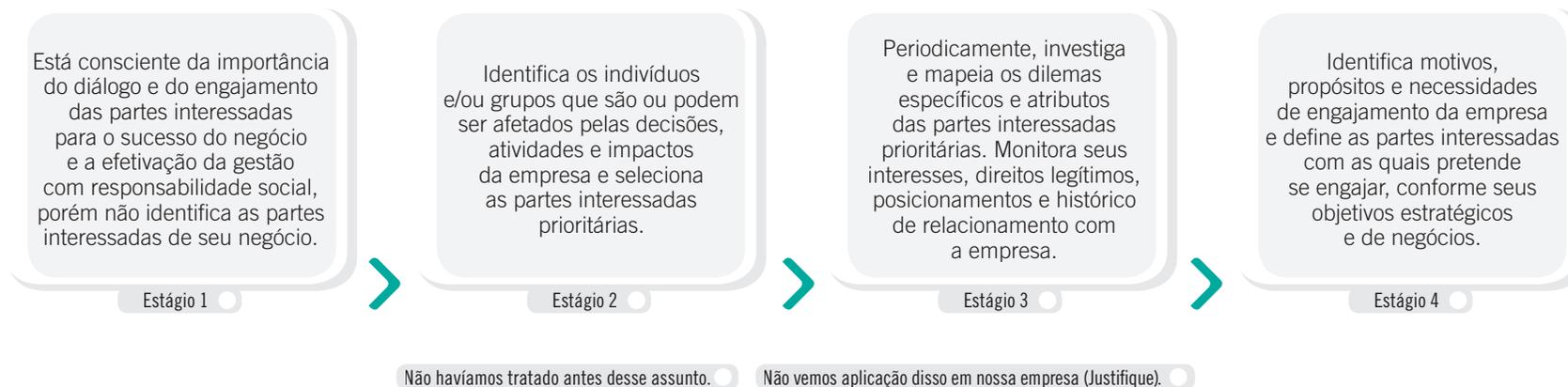
A empresa participa de:

9.9. Sistemas específicos de certificação e obtenção de normas e selos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.10. Compromissos ou pactos empresariais voltados a questões de interesse público, como pela erradicação do trabalho forçado (ou análogo ao escravo), pela integridade e combate à corrupção, pelo combate ao desmatamento, entre outros ¹⁵ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.11. Compromissos ou pactos empresariais voltados ao tratamento de questões críticas ao desenvolvimento sustentável em seu setor de atuação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 10: **Engajamento das Partes Interessadas: etapa de planejamento**

ISO 26000 – Característica 3.3.3, Princípio 4.5 e Item 5.3.2; GRI – Parte 2: Engajamento dos *Stakeholders* (Itens 4.1 e 4.17)

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



Informações adicionais

A empresa, ao identificar partes interessadas, contempla os grupos e indivíduos que:

	Sim	Não
10.1. Possuem obrigações legais estabelecidas com ela.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.2. Poderiam ser positivamente afetados pelas atividades ou decisões da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.3. Poderiam ser negativamente afetados pelas atividades ou decisões da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.4. Provavelmente expressariam preocupação com as decisões e atividades da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.5. Estiveram envolvidos quando preocupações semelhantes, no passado, precisaram ser tratadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.6. Podem ajudar a empresa a cuidar de impactos específicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.7. Podem afetar a capacidade da empresa de arcar com suas responsabilidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.8. São significativamente impactados por sua atuação e seriam desfavorecidos se fossem excluídos do engajamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.9. São afetados na cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa, ao identificar partes interessadas:

10.10. Considera os pontos de vista das partes interessadas quando seus interesses podem ser afetados por uma decisão ou atividade, mesmo que não tenham um papel formal na governança da empresa ou não estejam conscientes desses interesses.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.11. Reconhece a diferença entre parte interessada e sociedade e a possibilidade de interesses conflitantes entre ambas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.12. Examina a credibilidade e representatividade de grupos que dizem falar em nome de partes interessadas específicas ou que defendem causas específicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Sim	Não
10.13. Não dá preferência a partes interessadas mais amigas nem negligencia as silenciosas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.14. Não apoia grupos específicos para dar a entender que tem parceiros no diálogo, quando de fato a empresa e os grupos são independentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa, ao planejar o engajamento:		
10.15. Investiga diferentes abordagens e tipos de engajamento, conforme as necessidades de relacionamento de cada parte interessada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.16. Elabora plano estratégico de engajamento das partes interessadas periodicamente, incluindo a frequência do engajamento por tipo e por grupo de parte interessada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.17. Elabora plano tático de engajamento das partes interessadas, com definição dos tipos de engajamento para cada uma, cronograma, responsabilidades, alocação de recursos e indicadores de monitoramento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.18. Conta com os conhecimentos técnicos da área de comunicação para, por exemplo, mapear grupos de interesse ou identificar riscos, ameaças e oportunidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.19. Reavalia seus planos e pressupostos de engajamento periodicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As partes interessadas definidas nos planos estratégicos e táticos de engajamento da empresa são:		
10.20. Empregados;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.21. Fornecedores;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.22. Consumidores/Clientes;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.23. Organizações representantes e/ou defensoras das questões ambientais;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.24. Comunidade local;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.25. Governo;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.26. Sindicatos;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.27. Investidores;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.28. Acionistas;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.29. Mídia;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.30. Outros (especifique).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 11: Engajamento das Partes Interessadas: etapa de implementação

ISO 26000 – Característica 3.3.3, Princípio 4.5, Itens 5.3.3 e 7.6.3; GRI – Parte 1: Princípio Inclusão dos *Stakeholders* e Parte 2: Engajamento dos *Stakeholders* (Itens 4.14 e 4.17)

Ao engajar as partes interessadas, a empresa:

Inicia um processo de diálogo entre a organização e uma ou mais de suas partes interessadas para, primeiro, ouvir suas opiniões, de modo a obter uma base sólida para as decisões da empresa. Sua característica principal é a comunicação de via dupla.

Estágio 1

Estabelece mecanismos de diálogo e envolvimento das partes interessadas prioritárias para remediar impactos socioambientais ocasionados por suas atividades, por meio de equipes preparadas para os planos de contingência necessários.

Estágio 2

Possui estratégia e processos de gestão contínua dos relacionamentos com partes interessadas. Gerencia, armazena e relata as informações coletadas nesses processos.

Estágio 3

Por meio de ferramentas e políticas específicas, envolve as partes interessadas de forma estruturada em reflexões prévias sobre suas atividades, processos e ações, de forma a prever, minimizar ou eliminar seus impactos socioambientais negativos.

Estágio 4

Não havíamos tratado antes desse assunto.

Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique).

Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
11.1. Levanta os principais temas e preocupações das partes interessadas e comunica quais medidas tem adotado para tratá-los.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2. Está aberta a críticas de grupos ou partes interessadas sobre a natureza de seus processos, produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.3. Tem política e/ou procedimentos de relacionamento para responder prontamente a qualquer sugestão, apelo, esforço ou demanda das partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.4. Conta com indicadores de desempenho para monitoramento das relações, no processo de diálogo e engajamento das partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.5. Tem política para que os indicadores/dados/informações advindos do processo de diálogo e engajamento das partes interessadas sejam comparáveis, confiáveis, relevantes e compreensíveis pelas partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.6. Utiliza esses indicadores/dados/informações em seu processo de planejamento geral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.7. Insere esses indicadores/dados/informações nos relatórios e demonstrativos da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.8. Aplica metodologias de diálogo estruturado com as partes interessadas ou princípios sistemáticos ou amplamente aceitos, como a norma AA1000 ¹⁶ ou similar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.9. Tem seu processo de diálogo e engajamento auditado por terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.10. Tem processo de diálogo independente e divulga de forma transparente qualquer suporte financeiro ou apoio similar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.11. Implementa as ações de engajamento contando com sua área de comunicação, que lhe proporciona instrumentos, técnicas, materiais e recursos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

No processo de engajamento a empresa assegura que:

11.12. Os interesses das partes interessadas são relevantes e significativos para o desenvolvimento sustentável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.13. As partes interessadas têm informação e conhecimento necessário para tomar suas decisões.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.14. O processo de engajamento seja documentado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

No processo de engajamento a empresa assegura que:

11.15. As necessidades de informação das partes interessadas sejam adequadamente compreendidas.

Sim Não

11.16. Identificou os subsídios diretos dados pelas partes interessadas, assim como expectativas legitimamente estabelecidas pela sociedade e os considerou no planejamento estratégico da empresa.

A empresa desenvolve e emprega os seguintes mecanismos para solução de conflitos e desavenças com as partes interessadas:

11.17. Discussões diretas com as partes interessadas.

11.18. Fornecimento de informações por escrito para tratar de mal-entendidos.

11.19. Fóruns em que as partes interessadas e a organização possam apresentar seus pontos de vista e buscar soluções.

11.20. Procedimentos para lidar com queixas formais.

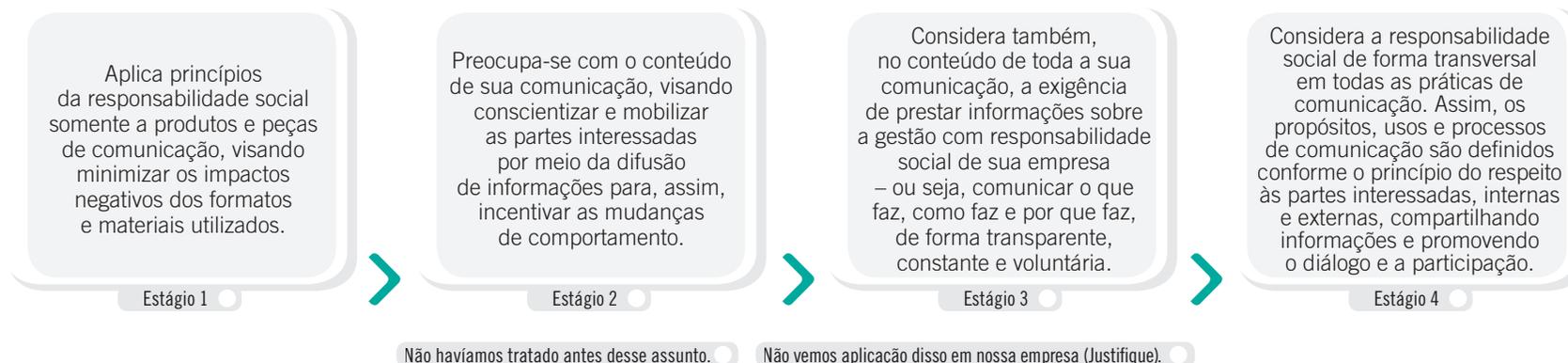
11.21. Procedimentos de mediação e/ou arbitragem.

11.22. Sistemas que permitam denúncia sem medo de represálias.

Indicador 12: **Comunicação com Responsabilidade Social**

ISO 26000 – Itens 7.5 e 7.6

Para contemplar a responsabilidade social em sua comunicação corporativa¹⁷, a empresa:



Informações adicionais

A empresa considera que as práticas de comunicação para gestão com responsabilidade social estão presentes nas seguintes áreas funcionais:

	Sim	Não
12.1. Recursos Humanos;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.2. Finanças;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.3. Comunicação Corporativa;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.4. Jurídico;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.5. Operacional/Engenharia;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.6. Compras;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.7. Marketing e vendas;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.8. Desenvolvimento e Pesquisa;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.9. Outra (especifique).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa, por meio da comunicação:

12.10. Aborda requisitos legais para a divulgação de informações relacionadas à responsabilidade social e à sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.11. Mostra como a organização está cumprindo seus compromissos de responsabilidade social e de sustentabilidade e respondendo aos interesses das partes interessadas e às expectativas da sociedade em geral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.12. Fornece informações sobre os impactos das atividades, produtos e serviços da organização, inclusive detalhes de como os impactos mudam ao longo do tempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.13. Facilita a comparação com organizações pares, o que pode estimular melhoria de desempenho em responsabilidade social e sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.14. Ajuda a engajar e motivar empregados e outros para apoiar as atividades de responsabilidade social da organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.15. Fortalece a reputação da organização no que se refere à ação responsável, franqueza, integridade, responsividade e prestação de contas, para fortalecer a confiança das partes interessadas na empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

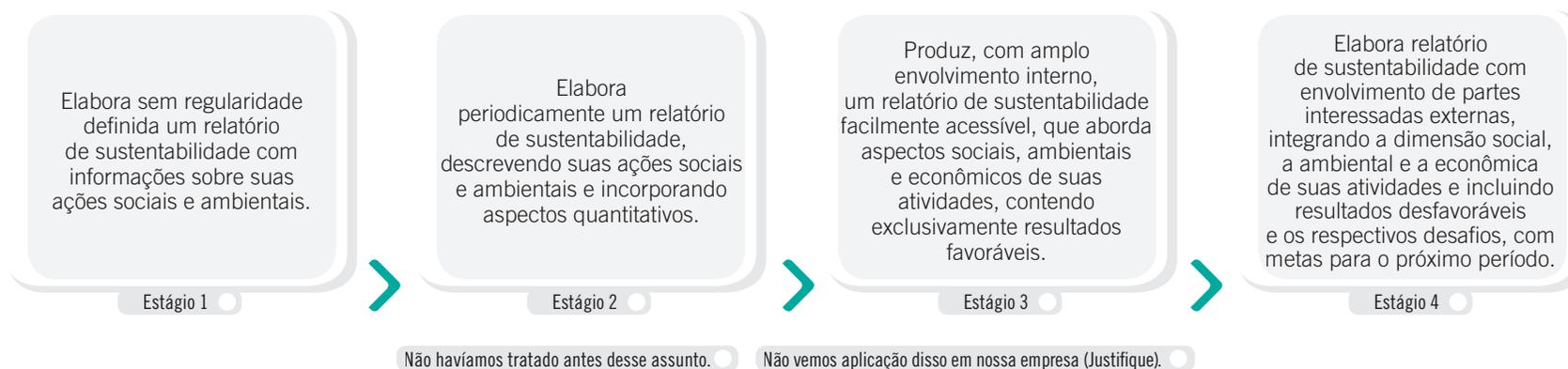
A empresa:

12.16. Inclui os profissionais das áreas referentes à comunicação organizacional nos processos de tomada de decisão sobre as estratégias de sustentabilidade e de responsabilidade social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------

Indicador 13: **Relatórios de Sustentabilidade**¹⁸

ISO 26000 – Item 7.6.2 e Box 15; GRI – Parte 1: Definição de Conteúdo, Qualidade e Limite do Relatório (Itens 1.1 e 1.3)

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



Informações adicionais

	Sim	Não
13.1. As informações sobre a situação econômico-financeira das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.2. As informações sobre aspectos sociais e ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.3. No processo de elaboração do relatório de sustentabilidade, 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 de defesa dos direitos humanos, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.4. A empresa incorpora ao relatório de sustentabilidade críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.5. O processo de divulgação do relatório de sustentabilidade contempla pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: público interno, comunidade, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.6. A empresa expõe na internet dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.7. A empresa contempla em seu relatório de sustentabilidade dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.8. A empresa desenvolve modelo de relatório integrado para reportar as informações financeiras e não financeiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.9. Os dados coletados e utilizados para o relatório de sustentabilidade são empregados no planejamento estratégico da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.10. A empresa equilibra as visões conflitantes ou expectativas distintas das partes interessadas nas decisões tomadas na elaboração do relatório de sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ao produzir o relatório de sustentabilidade, a empresa leva em consideração os princípios¹⁹ de:		
13.11. Inclusão;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.12. Materialidade ou Relevância e Significância;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.13. Contexto da Sustentabilidade;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Primeiro Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DA GESTÃO
 COM RESPONSABILIDADE
 SOCIAL**

Tema
**RELACIONAMENTO COM
 PARTES INTERESSADAS**

SUBTEMA
**COMUNICAÇÃO COM PARTES
 INTERESSADAS**

	Sim	Não
13.14. Abrangência;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.15. Equilíbrio;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.16. Comparabilidade;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.17. Exatidão;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.18. Periodicidade;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.19. Clareza;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13.20. Confiabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
13.21. Número de partes interessadas (público interno, fornecedores, comunidade, governo e sociedade, etc.) envolvidas na elaboração do relatório de sustentabilidade:			
13.22. Número de partes interessadas contempladas no demonstrativo de distribuição de riqueza:			

Notas

¹¹ 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. Conheça também o Centro de Estudos de Ética nas Organizações (Cene), da Fundação Getúlio Vargas (www.fgvsp.br/cene).

¹² Essa auditoria deve ser feita, interna ou externamente, por um consultor ou profissional especializado.

¹³ Controle de fato refere-se às situações em que uma organização tem a capacidade de ditar as decisões e atividades de uma outra parte, mesmo quando ela não tiver a autoridade legal ou formal para tanto. (ABNT NBR ISO 26000, páginas 16 e 76).

¹⁴ São considerados temas centrais da RSE na ABNT NBR ISO 26000: Governança Organizacional, Direitos Humanos, Práticas de Trabalho, Meio Ambiente, Práticas Leais de Operação, Questões Relativas ao Consumidor e Envolvimento e Desenvolvimento da Comunidade. Para os propósitos deste questionário, e considerando as consultas realizadas entre os usuários e partes interessadas dos Indicadores Ethos, incorporamos os temas centrais da RSE na perspectiva das partes interessadas, com exceção dos temas “Governança Organizacional” e “Direitos Humanos”.

¹⁵ O Instituto Ethos entende que a incorporação de objetivos sociais e ambientais às metas econômicas das empresas é parte indispensável do modelo de desenvolvimento de uma sociedade sustentável, cuja construção requer uma nova dinâmica na relação entre Estado, mercado e sociedade civil. Para isso, promove discussões e propõe pactos entre as partes interessadas, como a Carta Aberta ao Brasil sobre Mudanças Climáticas, a Carta Empresarial pela Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade, o Pacto da Madeira, o Pacto da Pecuária, o Pacto da Soja, o Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo, o Pacto pela Integridade e contra a Corrupção, entre outros. Mais informações estão disponíveis em www.ethos.org.br.

¹⁶ 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.

¹⁷ Para saber mais, consulte o *Manual de Comunicação e Sustentabilidade* do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS, 2010) em <http://www.cebds.org.br>.

¹⁸ Sobre o tema, veja as Diretrizes e demais documentos da Global Reporting Initiative (GRI) em <http://www.globalreporting.org> e o Guia de Elaboração do Balanço Social 2007, 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 de Elaboração do Balanço Social 2007 e as Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade, da Global Reporting Initiative (GRI), ambos disponíveis em www.ethos.org.br, item “Publicações Ethos”, entrada “Guias”.



AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA GOVERNANÇA

Indicador 14 Governança Corporativa

TEMA DIREITOS HUMANOS

Indicador 15 Direitos Humanos na Empresa

TEMA PÚBLICO INTERNO

SUBTEMA DIÁLOGO SOCIAL

Indicador 16 Relações com Sindicatos

SUBTEMA NÃO DISCRIMINAÇÃO E VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

Indicador 17 Valorização da Diversidade

Indicador 18 Compromisso com a Equidade e Não Discriminação Racial

Indicador 19 Compromisso com a Promoção da Equidade de Gênero

SUBTEMA PRÁTICAS DE TRABALHO

Indicador 20 Compromisso com a Gestão Participativa

Indicador 21 Relação com Trabalhadores Terceirizados, Temporários ou Parciais

Indicador 22 Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

Indicador 23 Cuidados com Saúde, Segurança, Higiene e Condições de Trabalho

Indicador 24 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

Indicador 25 Comportamento frente a Demissões

Indicador 26 Preparação para a Aposentadoria

Indicador 27 Compromisso com o Futuro das Crianças

Indicador 28 Compromisso com o Desenvolvimento Infantil

AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA **MEIO AMBIENTE**

SUBTEMA POLÍTICAS E GESTÃO AMBIENTAL

Indicador 29	Política Ambiental
Indicador 30	Sistema de Gestão Ambiental
Indicador 31	Adoção de Medidas de Mitigação e Compensação
Indicador 32	Prevenção da Poluição
Indicador 33	Uso Sustentável dos Recursos
Indicador 34	Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas

SUBTEMA PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE

Indicador 35	Compromisso com a Proteção da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais
Indicador 36	Educação e Conscientização Ambiental

TEMA **CADEIA DE VALOR**

SUBTEMA RELAÇÕES COM FORNECEDORES

Indicador 37	Parceria na Seleção e Avaliação de Fornecedores
Indicador 38	Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva
Indicador 39	Comunicação Estruturada com Fornecedores
Indicador 40	Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

SUBTEMA RELAÇÕES COM CONSUMIDORES E CLIENTES

Indicador 41	Estratégia de Comunicação Comercial
Indicador 42	Gestão do Relacionamento com o Consumidor
Indicador 43	Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços
Indicador 44	Educação para o Consumo Sustentável

AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

TEMA **COMUNIDADE E SOCIEDADE**

SUBTEMA **RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL**

- Indicador 45 Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno
Indicador 46 Desenvolvimento da Comunidade Local

SUBTEMA **RELAÇÕES COM A SOCIEDADE (COMUNIDADE AMPLIADA)**

- Indicador 47 Gestão das Ações Sociais
Indicador 48 Liderança e Influência Social
Indicador 49 Apoio ao Exercício da Cidadania

TEMA **GOVERNO**

SUBTEMA **RELAÇÕES COM GOVERNO**

- Indicador 50 Contribuições para Campanhas Políticas
Indicador 51 Práticas Anticorrupção e Antipropina
Indicador 52 Participação no Desenvolvimento de Políticas Públicas

TEMA **MERCADO**

SUBTEMA **RELAÇÕES COM CONCORRENTES**

- Indicador 53 Concorrência Leal

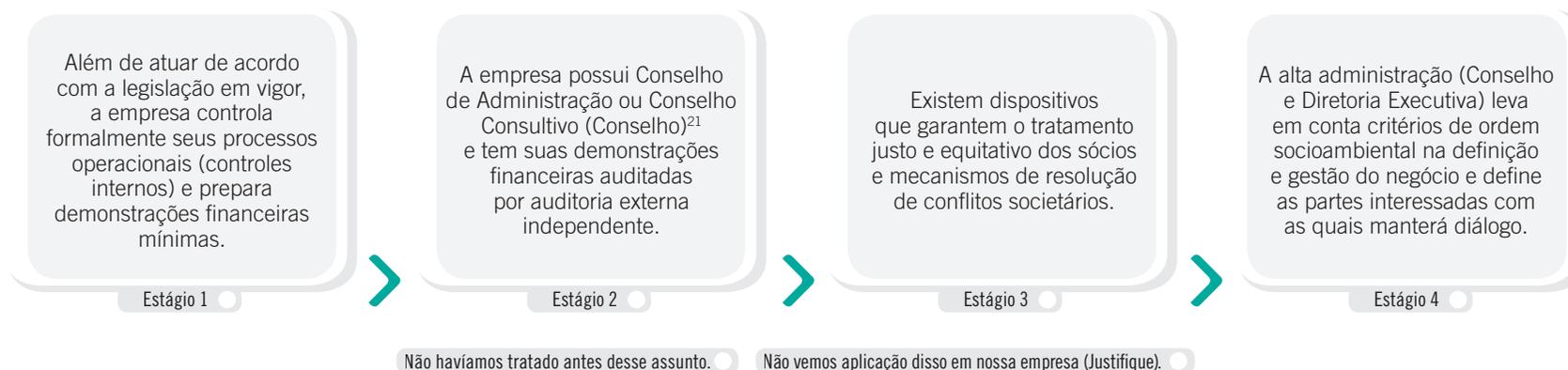
SUBTEMA **RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

- Indicador 54 Relações com Investidores

Indicador 14: Governança Corporativa²⁰

ISO 26000 – Item 6.2; GRI – Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento (4.1 e 4.10); Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades

Com relação à estrutura organizacional e práticas de governança corporativa:



Informações adicionais

	Sim	Não
14.1. A alta administração da empresa (Diretoria Executiva e, caso exista, Conselho) conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica dos seus integrantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.2. A empresa possui estrutura de governança que contempla um Conselho (Conselho de Administração ou Conselho Consultivo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.3. A empresa possui auditoria externa independente que responde ao Conselho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.4. Ao nomear os membros do Conselho, os sócios da empresa levam em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, assim como a capacidade de lidar com questões relativas a oportunidades e riscos socioambientais e de monitorar a atuação dos gestores (Diretoria Executiva).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A alta administração:		
14.5. Inclui o respeito aos direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e aquisição de participações societárias ²² .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.6. Cria estratégias, objetivos e metas que reflitam seu compromisso com o desenvolvimento sustentável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.7. Cria um sistema de incentivos econômicos e não econômicos relativos ao desempenho socioambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.8. Promove oportunidade justa para que grupos sub-representados ocupem cargos de chefia na organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.9. Estabelece os níveis de alçada das pessoas que tomam decisões em nome da organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.10. Acompanha a implementação das decisões para assegurar que sejam seguidas de forma sócio e ambientalmente responsável e determina a prestação de contas dos resultados das decisões e atividades da empresa, sejam positivos, sejam negativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.11. Analisa e avalia periodicamente os processos de governança da empresa, ajusta os processos de acordo com os resultados das análises e comunica as mudanças a toda a empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.12. O Conselho incorpora e assegura-se de que a Diretoria Executiva também incorpora considerações de ordem social e ambiental na definição dos negócios e das operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema

GOVERNANÇA



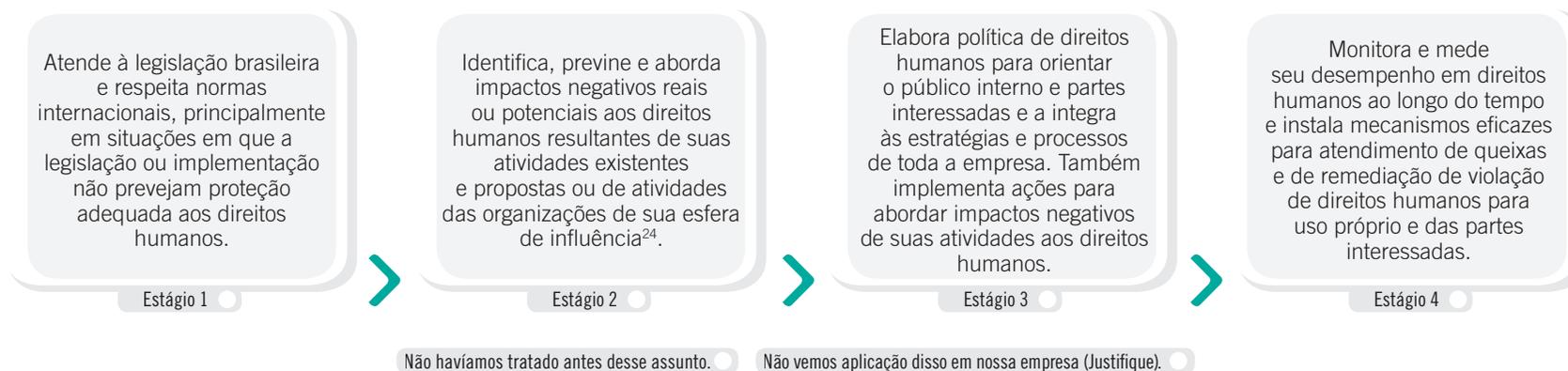
	Sim	Não
14.13. O Conselho orienta o processo de definição das ferramentas e os indicadores de gestão, incluindo remuneração, de modo a vincular os temas da sustentabilidade às escolhas estratégicas e refleti-los nos relatórios periódicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.14. A postura prevista nos itens 14.12 e 14.13 é disseminada ao longo de toda a cadeia produtiva, por meio de mecanismos formais, como contratos ou acordos de parceria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14.15. A empresa prepara relatórios periódicos de acordo com padrões internacionalmente aceitos, no que diz respeito à contabilidade e às diretrizes para elaboração de relatórios que incluam aspectos econômico-financeiros, sociais, ambientais e de Governança Corporativa (seguindo, por exemplo, as diretrizes da GRI – Global Reporting Initiative).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
14.16. Total de membros do Conselho:			
14.17. Percentual do Conselho formado por conselheiros independentes ²³ :			
14.18. Percentual de mulheres no Conselho.			
14.19. Percentual de negros (pretos e pardos) no Conselho.			
14.20. Reuniões formais do Conselho por ano.			

Indicador 15: **Direitos Humanos na Empresa**

ISO 26000 – Princípio 4.8 e Item 6.3; GRI – Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra, Não Discriminação, Trabalho Infantil, Práticas de Segurança, Avaliação e Remediação

Com relação ao respeito aos direitos humanos, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
15.1. Analisa, de forma regular, quais são seus impactos potenciais em direitos humanos ²⁵ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.2. Inclui, em suas avaliações de impacto em direitos humanos, consulta direta às partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.3. Possui política específica para tratar de questões relacionadas aos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.4. Vincula a atuação de sua área jurídica a essa política.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.5. Integra formalmente o tratamento de questões de direitos humanos em sua gestão, constituindo área ou designando responsável pelo tema internamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.6. Investiga e reconhece situações de risco de violação dos direitos humanos em suas atividades e contrata organização independente para avaliação desses impactos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.7. Não admite cumplicidade direta ou indireta, vantajosa e silenciosa de colaboração em cometimento de atos indevidos por outros que não respeitem os direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.8. Verifica se seus serviços de segurança estão em conformidade com direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.9. Garante não fornecer bens ou serviços a uma entidade que os use para cometer violações dos direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.10. Garante que não é cúmplice em deslocamento de pessoas de sua terra, a menos que esteja em conformidade com leis nacionais e normas internacionais, o que inclui a busca de todas as soluções alternativas e a garantia de que as partes afetadas obtiveram compensação adequada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.11. Paga remuneração justa pela propriedade que adquira ou use.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.12. Considera as expectativas da sociedade, os direitos humanos e as necessidades básicas do indivíduo ao exercer e proteger seus direitos de propriedade intelectual e física.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.13. Faz declarações públicas ou toma outra medida para indicar que não coaduna com violações de direitos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.14. Evita relacionamento com entidades engajadas em atividades antissociais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.15. Implementa políticas e práticas que promovam respeito pelos direitos de propriedade e conhecimento tradicional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



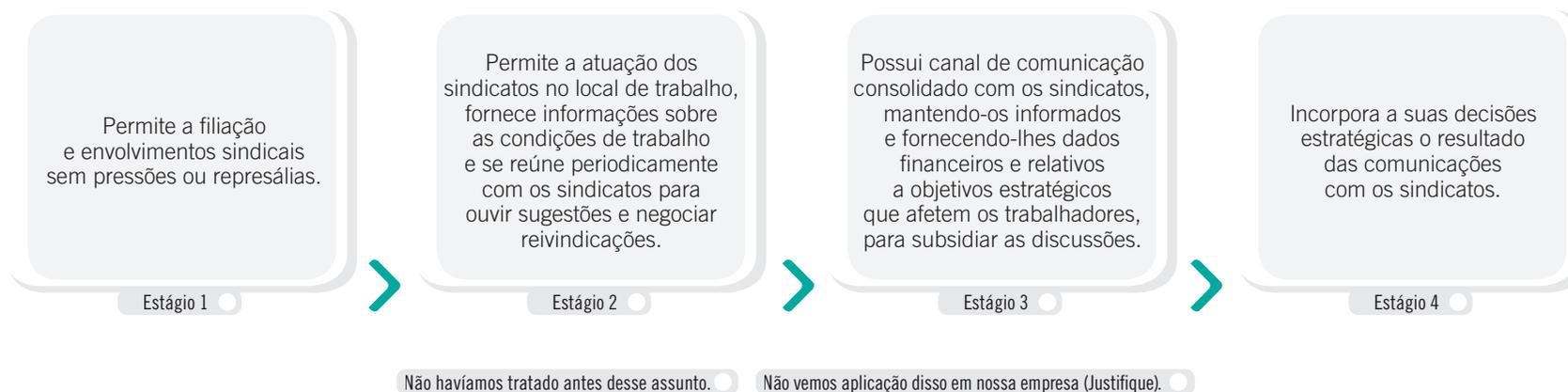
	Sim	Não
15.16. Assegura-se de não praticar discriminação contra empregados, parceiros, clientes, partes interessadas, conselheiros, sócios, acionistas ou qualquer outro com quem a empresa tenha contato ou em quem possa causar impactos negativos, incluindo sua esfera de influência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.17. Respeita os direitos econômicos, sociais e culturais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.18. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.19. Promove, em sua esfera de influência, a conscientização sobre direitos humanos e sobre aqueles com potencial de impacto entre quem os detem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa respeita os direitos civis e políticos de todas as partes interessadas, como o direito a/a:		
15.20. Vida dos indivíduos;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.21. Liberdade de opinião;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.22. Liberdade de reunião pacífica e associação;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.23. Liberdade de buscar, receber e divulgar informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras nacionais;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.24. Propriedade, individualmente ou em conjunto com outros, e liberdade contra ser arbitrariamente privado de sua propriedade;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.25. Acesso ao devido processo legal e direito a uma audiência justa antes que sejam tomadas quaisquer medidas disciplinares internas, e sem que estas jamais envolvam punição física ou tratamento desumano e degradante;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15.26. A empresa trata das questões dos direitos humanos sob três dimensões: prevenir, respeitar e remediar. ²⁶	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
15.27. Total de autuações por uso de mão de obra infantil na cadeia produtiva:			

Indicador 16: **Relações com Sindicatos**

ISO 26000 – Itens 6.3.10.3, 6.4.4.2 e 6.4.5; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Relações entre os Trabalhadores e a Governança

Quanto à participação de empregados em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes²⁷, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

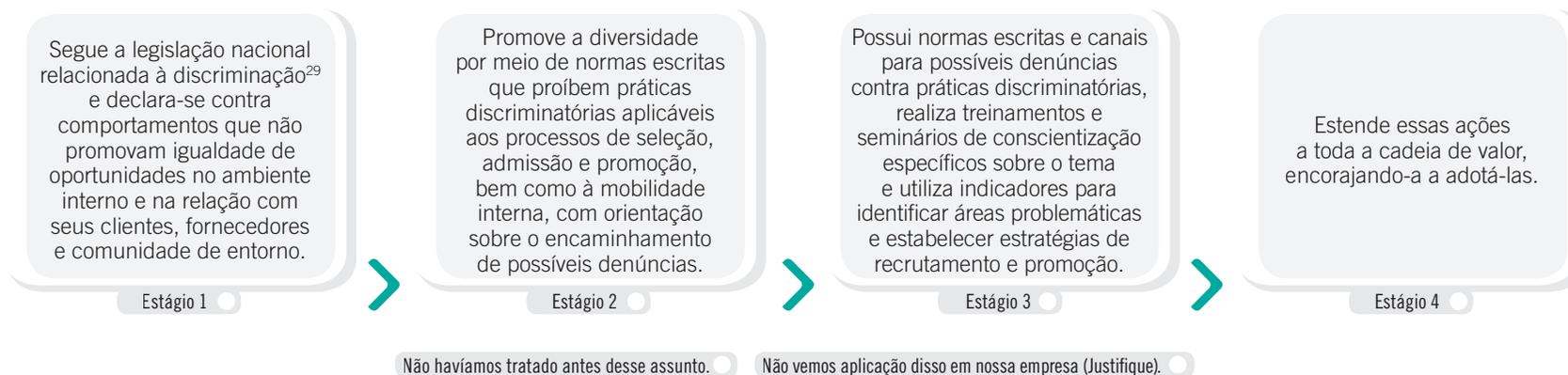
- 16.1. Fornece informações que afetem os trabalhadores em tempo hábil para que o sindicato e os trabalhadores se posicionem.
- 16.2. Possui acordo coletivo com o sindicato da categoria principal.
- 16.3. Possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo.
- 16.4. Caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto de sindicatos dessas regiões um patamar mínimo de benefícios comuns.
- 16.5. Disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres da categoria, tais como dissídio, contribuições sindicais, etc.

	Sim	Não
16.1.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.2.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.3.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.4.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16.5.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 17: **Valorização da Diversidade**²⁸

ISO 26000 – Itens 6.3.7 e 6.3.10.2; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Não Discriminação e Remediação

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



Informações adicionais

	Sim	Não
17.1. A empresa respeita costumes religiosos, tradicionais e nacionais dos trabalhadores nos locais onde opera.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.2. A política de valorização da diversidade e não discriminação consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Essa política contempla explicitamente a questão:		
17.3. Étnico-racial;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.4. De gênero;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.5. De idade;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.6. Religiosa;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.7. Da orientação sexual;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.8. Da origem geográfica;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.9. Da classe social;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.10. Da deficiência;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.11. Da aparência física.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.12. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.13. Da política de valorização da diversidade e não discriminação derivam procedimentos formais para processos de seleção, admissão, promoção e mobilidade interna e demissão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**Tema
PÚBLICO INTERNO**

**SUBTEMA
NÃO DISCRIMINAÇÃO
E VALORIZAÇÃO
DA DIVERSIDADE**

	Sim	Não
17.14. Nessa política estão claramente previstos os mecanismos e canais formais para denúncia, encaminhamento, análise e apuração de fatos que envolvam possíveis casos de discriminação, sem perigo de retaliações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.15. A empresa possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende à legislação de cotas de vagas para esse público.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.16. Da política de valorização da diversidade e não discriminação derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover pessoas com deficiência.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.17. A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade, de acordo com a legislação em vigor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.18. Da política de valorização da diversidade e não discriminação derivam políticas para a contratação de pessoas com idade superior a 45 anos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.19. A empresa procura evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.20. A empresa oferece oportunidade de trabalho para ex-detentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17.21. Da política de valorização da diversidade e não discriminação derivam políticas específicas para trabalhadores indígenas e de comunidades tradicionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
17.22. Percentual de pessoas com deficiência na empresa:			
17.23. Percentual de pessoas com deficiência em cargos executivos:			
17.24. Percentual de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia:			
17.25. Salário médio mensal de pessoas com deficiência:			
17.26. Salário médio mensal de pessoas com deficiência em cargos executivos:			
17.27. Salário médio mensal de pessoas com deficiência em cargos de coordenação e chefia:			
17.28. Percentual de pessoas com idade superior a 45 anos:			

Indicador 18: **Compromisso com a Equidade e Não Discriminação Racial**³⁰

ISO 26000 – Itens 6.3.7 e 6.3.10; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Não Discriminação e Remediação

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

Segue a legislação relacionada à proibição da discriminação e declara-se contra qualquer tipo de preconceito, exigindo em contrato que a legislação contra a discriminação seja cumprida rigorosamente também pelos empregados terceirizados.

Estágio 1

Realiza censo interno periódico para avaliar necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial. Essas informações são utilizadas para subsidiar o planejamento de ações afirmativas, reforçar as campanhas de conscientização, rever processos e políticas, etc.

Estágio 2

Possui políticas formais de gestão de pessoas que garantam oportunidades iguais a negros nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna.

Estágio 3

Além de manter programas de desenvolvimento profissional voltados a empregados negros, estimula a promoção da igualdade racial em toda a sua cadeia produtiva e investe em programas para a comunidade que tenham o mesmo objetivo.

Estágio 4

Não havíamos tratado antes desse assunto.

Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique).

Informações adicionais

	Sim	Não
18.1. A política de promoção da equidade e não discriminação racial é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.2. Da política de promoção da equidade e não discriminação racial derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de empregados negros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.3. A política de promoção da equidade e não discriminação racial é explícita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada e acesso a treinamentos e bolsas de estudos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.4. A empresa realiza campanhas internas de conscientização (seminários, fóruns ou encontros específicos) para melhorar a compreensão de seus empregados sobre a importância da equidade e não discriminação racial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.5. A empresa tem metas para promover a equidade racial nos processos de admissão, promoção e treinamento, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.6. A política de promoção da equidade 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.7. A promoção da equidade e não discriminação racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18.8. A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar figuras estereotipadas ou que atentem contra a dignidade dos negros (pretos e pardos).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
18.9. Percentual de negros (homens e mulheres) em relação ao total de empregados:			
18.10. Percentual de mulheres negras em relação ao total de mulheres na empresa:			

Segundo Eixo de Avaliação
**AValiação DOS
 TEMAS CENTRAIS DE
 RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
PÚBLICO INTERNO

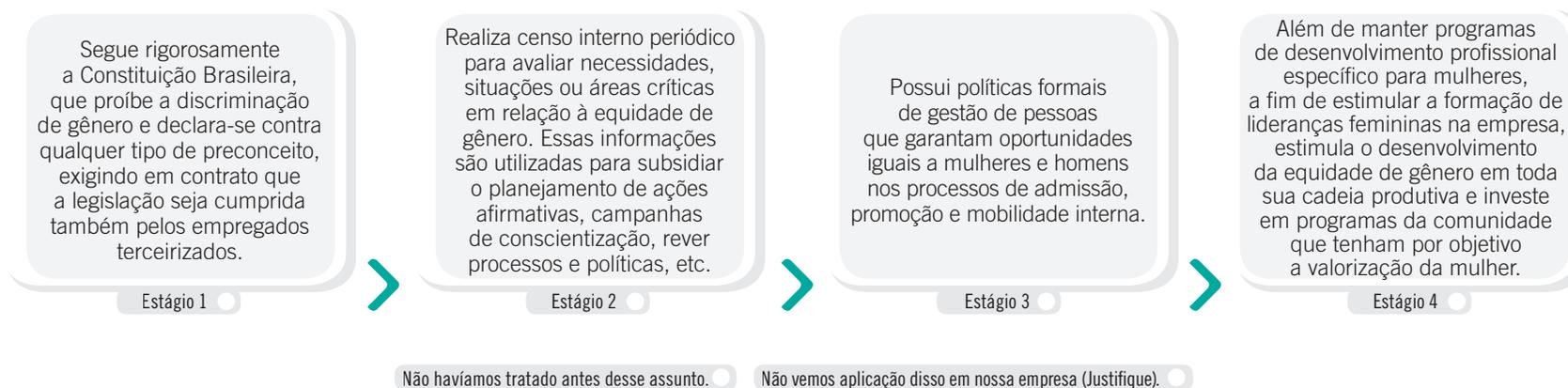
SUBTEMA
**NÃO DISCRIMINAÇÃO
 E VALORIZAÇÃO
 DA DIVERSIDADE**

	2009	2010	2011
18.11. Percentual de mulheres negras em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis:			
18.12. Percentual de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis:			
18.13. Percentual de homens negros em relação ao total de homens na empresa:			
18.14. Percentual de homens negros em cargos executivos em relação ao total de cargos executivos disponíveis:			
18.15. Percentual de homens negros em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos de coordenação e chefia disponíveis:			
18.16. Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais:			
18.17. Salário médio mensal de mulheres negras – em reais:			
18.18. Salário médio mensal de homens brancos – em reais:			
18.19. Salário médio mensal de homens negros – em reais:			
18.20. Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos executivos – em reais:			
18.21. Salário médio mensal de mulheres negras em cargos executivos – em reais:			
18.22. Salário médio mensal de homens brancos em cargos executivos – em reais:			
18.23. Salário médio mensal de homens negros em cargos executivos – em reais:			
18.24. Salário médio mensal de mulheres brancas em cargos de coordenação e chefia – em reais:			
18.25. Salário médio mensal de mulheres negras em cargos de coordenação e chefia – em reais:			
18.26. Salário médio mensal de homens brancos em cargos de coordenação e chefia – em reais:			
18.27. Salário médio mensal de homens negros em cargos de coordenação e chefia – em reais:			

Indicador 19: Compromisso com a Promoção da Equidade de Gênero³¹

ISO 26000 – Itens 6.3.7 e 6.3.10; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Saúde e Segurança no Trabalho, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades e Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Não Discriminação

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:



Informações adicionais

	Sim	Não
19.1. A política de promoção da equidade de gênero é formal e consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.2. Da política de promoção da equidade de gênero derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação das mulheres e promovê-las.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.3. A política de promoção da equidade de gênero proíbe expressamente a contratação, demissão ou promoção de mulheres baseada em seu estado civil ou condição reprodutiva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.4. A política de promoção da equidade 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.5. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.6. O plano de saúde da empresa tem adaptações específicas para manutenção e cuidados da saúde da mulher.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.7. A empresa tem metas de contratação, treinamento e mobilidade interna (horizontal e vertical) visando à promoção da equidade de gênero em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.8. A política de promoção da equidade garante a participação feminina nos processos decisórios e na gestão, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.9. A empresa promove, quando necessário, a adequação de espaços de trabalho e de equipamentos às condições físicas das mulheres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.10. A política de promoção da equidade de gênero proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.11. A promoção da equidade de gênero é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.12. A política de comunicação comercial tem como premissa não utilizar a figura feminina de maneira estereotipada ou que atente contra a dignidade das mulheres.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19.13. A política de promoção da equidade de gênero proíbe expressamente a discriminação contra mulheres com problemas de saúde, incluindo as soropositivas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa:

19.14. Tem procedimentos que garantem a proteção das mulheres e dos homens contra a violência e o assédio psicológico, moral, físico e sexual no local de trabalho e na locomoção entre casa e empresa (quando sob sua responsabilidade).

Sim Não

19.15. Promove campanhas de sensibilização entre os homens quanto à importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável.

19.16. Tem procedimentos de identificação e orientação em casos de violência doméstica.

	2009	2010	2011
19.17. Percentual de mulheres em relação ao total de empregados:			
19.18. Percentual de mulheres em cargo executivo em relação ao total de cargos executivos disponíveis:			
19.19. Percentual de mulheres em cargos de coordenação e chefia em relação ao total de cargos disponíveis nesse nível hierárquico:			
19.20. Salário médio mensal de mulheres em cargos executivos – em reais:			
19.21. Salário médio mensal de homens em cargos executivos – em reais:			
19.22. Salário médio mensal de mulheres em cargos de coordenação e chefia – em reais:			
19.23. Salário médio mensal de homens em cargos de coordenação e chefia – em reais:			

Indicador 20: Compromisso com a Gestão Participativa

ISO 26000 – Princípio 4.3, Itens 5.3.3, 6.4.5 e 7.6.3; GRI – Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4; Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Treinamento e Educação

Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:

Disponibiliza informações relevantes sobre a estrutura acionária, econômica e de gestão da empresa e treina os empregados para que possam compreendê-las e analisá-las.

Estágio 1

Tem um processo estruturado de discussão e análise das informações econômico-financeiras com seus empregados, a fim de prepará-los para contribuir com o comitê de gestão ou nas decisões estratégicas, apresentando informações importantes para a gestão de riscos e oportunidades.

Estágio 2

Permite que representantes dos empregados participem ativamente dos comitês de gestão ou das decisões estratégicas e tenham comunicação regular com os membros da governança.

Estágio 3

Disponibiliza para a comunidade externa dados relevantes sobre a empresa no tocante a propósito, natureza e identificação das atividades, controle acionário na atividade da organização, modo de tomadas de decisão, padrões e critérios de desempenho socioambiental e seu desempenho frente ao tema, origens, montantes e aplicações de seus recursos financeiros.

Estágio 4

Não havíamos tratado antes desse assunto.

Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique).

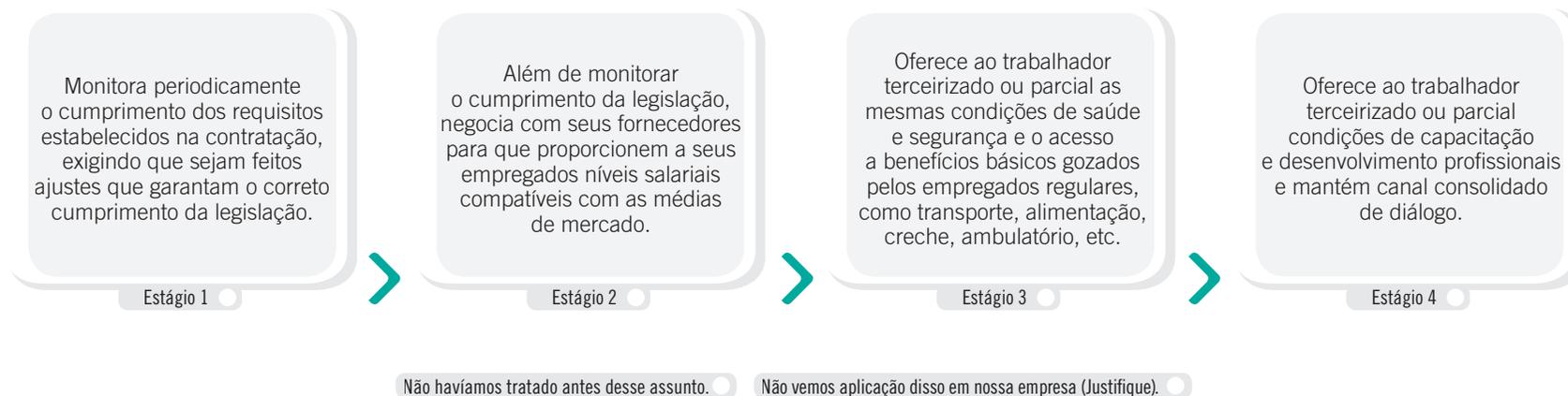
Informações adicionais

- | | Sim | Não |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 20.1. Todos os integrantes de comissões de trabalhadores – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), Comissão de Conciliação Prévia (CCP), comissão de participação nos lucros e resultados, etc. – são eleitos pelos trabalhadores, sem interferência da empresa. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 20.2. A empresa possui políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar posturas, preocupações, sugestões e críticas dos empregados, garantindo não represálias contra críticas, e com o objetivo de agregar novos aprendizados e conhecimentos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 20.3. A empresa possui programa de incentivo e reconhecimento das sugestões dos empregados para melhoria dos processos internos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Indicador 21: **Relações com Trabalhadores Terceirizados, Temporários ou Parciais**

ISO 26000 – Item 6.4.3.2; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança, Saúde e Segurança no Trabalho, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades e Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens

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



Informações adicionais

	Sim	Não	
21.1. A empresa mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de corresponsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
21.2. O código de conduta e/ou a declaração de valores da empresa contemplam questões referentes à não discriminação dos trabalhadores terceirizados, temporários ou parciais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
A empresa:			
21.3. Possui um número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% do total de contratados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
21.4. Possui política de integração dos trabalhadores terceirizados com a cultura, valores e princípios da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	2009	2010	2011
21.5. Total de trabalhadores (mulheres e homens) terceirizados, temporários ou parciais:			
Do universo de trabalhadores terceirizados:			
21.6. Percentual de mulheres em relação ao total de trabalhadores terceirizados:			
21.7. Percentual de mulheres negras em relação ao total de trabalhadores terceirizados:			

Segundo Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
PÚBLICO INTERNO

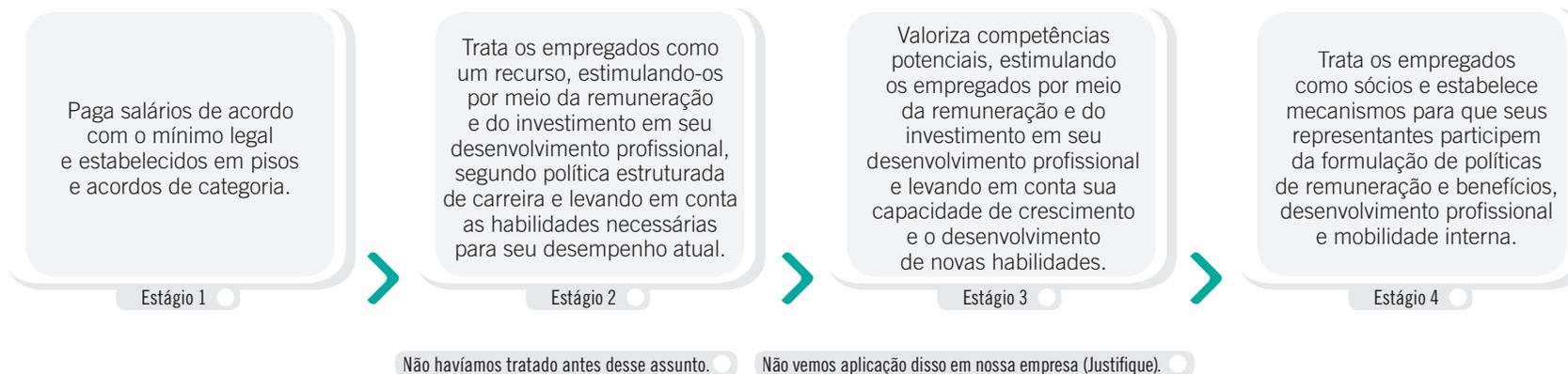
SUBTEMA
PRÁTICAS DE TRABALHO

	2009	2010	2011
21.8. Percentual de homens negros em relação ao total de trabalhadores terceirizados:			
21.9. Percentual de pessoas com deficiência:			
21.10. Percentual de pessoas acima de 45 anos:			
21.11. Salário médio mensal de mulheres brancas – em reais:			
21.12. Salário médio mensal de mulheres negras – em reais:			
21.13. Salário médio mensal de homens brancos – em reais:			
21.14. Salário médio mensal de homens negros – em reais:			

Indicador 22: Política de Remuneração, Benefícios e Carreira

ISO 26000 – Item 6.4.4.2; GRI – Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4. Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança e Treinamento e Educação

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



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
22.1. Além de respeitar o mínimo salário legal, leva em conta, ao pagá-lo, o nível geral do salário médio no país, custo de vida, benefícios de seguridade social e os padrões de vida relativos de outros grupos sociais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.2. Verifica se esses critérios acima descritos atendem às necessidades do trabalhador e de sua família.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.3. Paga salários diretamente aos trabalhadores envolvidos, descontando apenas parcelas e valores permitidos por lei, regulamentos ou acordos coletivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.4. Respeita as responsabilidades familiares dos empregados, tendo programa de incentivo ao equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.5. Tem plano de cargos e salários transparente e abordado em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.6. Sua remuneração variável representa menos de 20% da massa salarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.7. Possui políticas com metas para reduzir a distância entre a maior e a menor remuneração pagas (monitoradas pelo índice resultante da divisão da maior remuneração pela menor, em espécie, incluindo participação nos resultados e programa de bônus).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.8. Nos últimos dois anos, aumentou o menor salário da empresa em relação ao salário mínimo vigente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.9. Realiza pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O programa de participação nos resultados da empresa, caso o possua:

22.10. Foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------

O programa de bonificação da empresa, caso o possua:

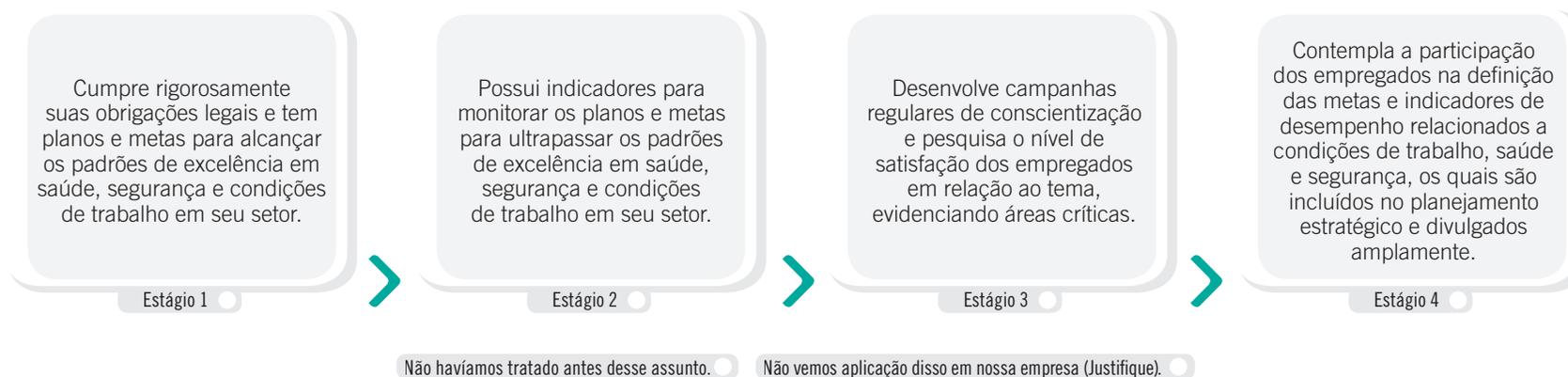
22.11. Foi estabelecido por meio de negociação com uma comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
22.12. Oferece aos empregados bônus adicionais orientados por elementos de sustentabilidade, como êxitos a médio e longo prazo ou o alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
22.13. Total anual da folha de pagamentos e benefícios – em reais:			
22.14. Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente:			
Com relação ao programa de participação nos resultados da empresa:			
22.15. Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial:			
22.16. Percentual de empregados beneficiados:			
Com relação ao programa de bonificação da empresa:			
22.17. Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial:			
22.18. Percentual de empregados beneficiados:			
22.19. Percentual de ações da empresa em poder dos empregados:			

Indicador 23: **Cuidados com Saúde, Segurança, Higiene e Condições de Trabalho**

ISO 26000 – Item 6.4.4.2 e 6.4.6.2; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Saúde e Segurança no Trabalho

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



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
23.1. Foi certificada pela norma SA8000 ³² , pela BS 8800 ³³ , pela OHSAS 18001 ³⁴ ou por norma equivalente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.2. Oferece programa de prevenção e tratamento para dependência de drogas e de álcool.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.3. Oferece programa específico para portadores de HIV/AIDS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.4. Possui em seu código de ética uma política de respeito à privacidade de seus empregados no que se refere a informações sensíveis (incluindo médicas) obtidas e mantidas sob responsabilidade da área de recursos humanos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.5. Prevê nessa política a não discriminação por HIV/AIDS.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.6. Possui normas e processos para combater situações de assédio sexual e moral ³⁵ , os quais são divulgados e devidamente amparados por estrutura formal e neutra de denúncia e apuração de fatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.7. Promove exercícios físicos no horário de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.8. Promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente para os que desempenham funções mais estressantes (como atendentes de call center, caixas, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.9. Possui programa de orientação alimentar e nutricional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.10. Possui política de equilíbrio trabalho-família que aborde questões relativas a horário de trabalho e horas extras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.11. Permite o relato de eventos relacionados à saúde e segurança por parte de empregado a autoridades competentes, assegurando que não haverá represálias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.12. Possui política de compensação de horas extras para todos os empregados, incluindo gerentes e executivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.13. Aborda de forma específica como os riscos de saúde e segurança no trabalho afetam diferentemente mulheres e homens ou trabalhadores em circunstâncias especiais (como pessoas com deficiência e mais jovens/inexperientes).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
23.14. Mensura e visa eliminar os perigos psicossociais no local de trabalho que levem a estresse e/ou doença ou contribuam para sua manifestação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
PÚBLICO INTERNO

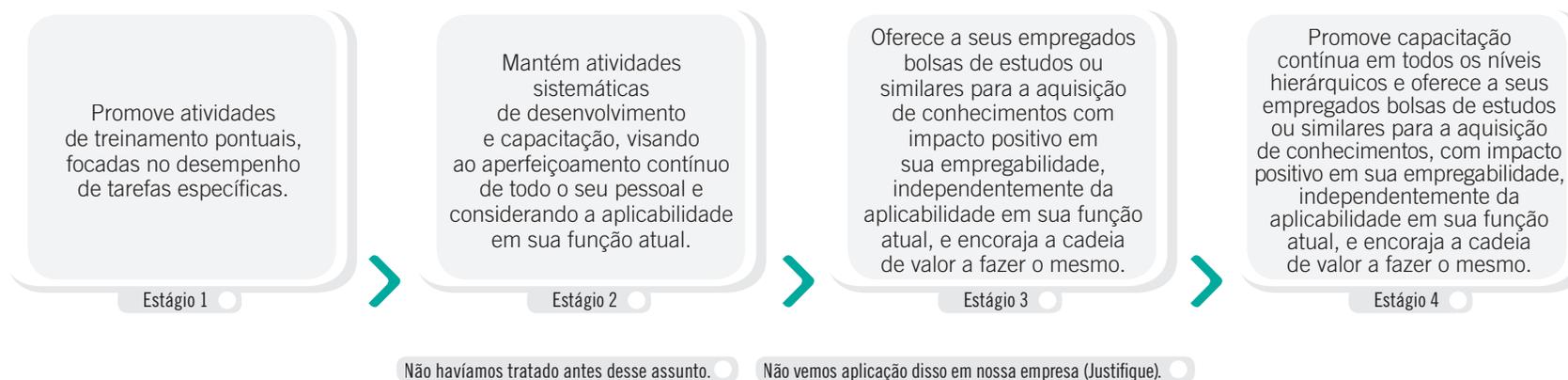
SUBTEMA
PRÁTICAS DE TRABALHO

	2009	2010	2011
23.15. Média de horas extras por empregado/ano:			
23.16. Média de acidentes de trabalho por empregado/ano:			
23.17. Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário de empregados e/ou de prestadores de serviço:			
23.18. 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):			
23.19. Percentual dos acidentes que resultaram em morte de empregados e/ou de prestadores de serviço:			

Indicador 24: **Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade**

ISO 26000 – Item 6.4.7; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Treinamento e Educação e Diversidade e Igualdade de Oportunidades

Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
24.1. Analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados para balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24.2. Mantém programa de erradicação do analfabetismo (absoluto e/ou funcional), educação básica ou ensino supletivo entre seus empregados, com metas e recursos definidos ³⁶ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24.3. Possui programa de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24.4. Possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras, para auxiliar os empregados na reflexão sobre suas funções e identificação de objetivos em longo prazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24.5. Considerando seu papel social em relação aos estagiários, oferece-lhes boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal em suas respectivas áreas de estudo, com o devido acompanhamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
24.6. Ao encerrar o período referente ao programa de estágio, procura empregar os estagiários na própria empresa; quando isso não é possível, busca para os que precisam colocação em empresas ou organizações parceiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
24.7. Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:			
24.8. Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:			
24.9. Total de analfabetos na força de trabalho:			

Segundo Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
PÚBLICO INTERNO

SUBTEMA
PRÁTICAS DE TRABALHO

	2009	2010	2011
24.10. Percentual de mulheres analfabetas na força de trabalho:			
24.11. Percentual de mulheres com ensino fundamental I (1º ao 5º ano) ³⁷ completo na força de trabalho:			
24.12. Percentual de mulheres com ensino fundamental II (6º ao 9º ano) completo na força de trabalho:			
24.13. Percentual de mulheres com ensino médio completo na força de trabalho:			
24.14. Percentual de mulheres com ensino superior completo na força de trabalho:			
24.15. Percentual de homens analfabetos na força de trabalho:			
24.16. Percentual de homens com ensino fundamental I (1º ao 5º ano) completo na força de trabalho:			
24.17. Percentual de homens com ensino fundamental II (6º ao 9º ano) completo na força de trabalho:			
24.18. Percentual de homens com ensino médio completo na força de trabalho:			
24.19. Percentual de homens com ensino superior completo na força de trabalho:			

Indicador 25: **Comportamento frente a Demissões**

ISO 26000 – Item 6.4.3; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança e Treinamento e Educação

Para conduzir processos demissionais, a empresa:

Segue a legislação em vigor e, em caso de necessidade de redução de pessoal, procura analisar alternativas – como verificar com outras empresas a possibilidade de transferência temporária do excedente de empregados, diminuição da carga horária, contenção de despesas, etc. – para evitar demissão em massa.

Estágio 1

Possui políticas e processos demissionais que permitem que as decisões sejam tomadas com base em avaliações por competência técnica, psicológica e comportamental, garantindo a impessoalidade da decisão e o acesso às informações que balizaram o processo, como forma de propiciar o crescimento profissional da(s) pessoa(s) demitada(s). Caso haja necessidade de demissão em massa, analisa indicadores socioeconômicos (idade, estado civil, número de dependentes, etc.) para orientar prioridades.

Estágio 2

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.

Estágio 3

Financia a recapacitação (mentoring, coaching, etc.) dos trabalhadores demitidos sem justa causa.

Estágio 4

Não havíamos tratado antes desse assunto.

Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique).

Informações adicionais

A empresa:

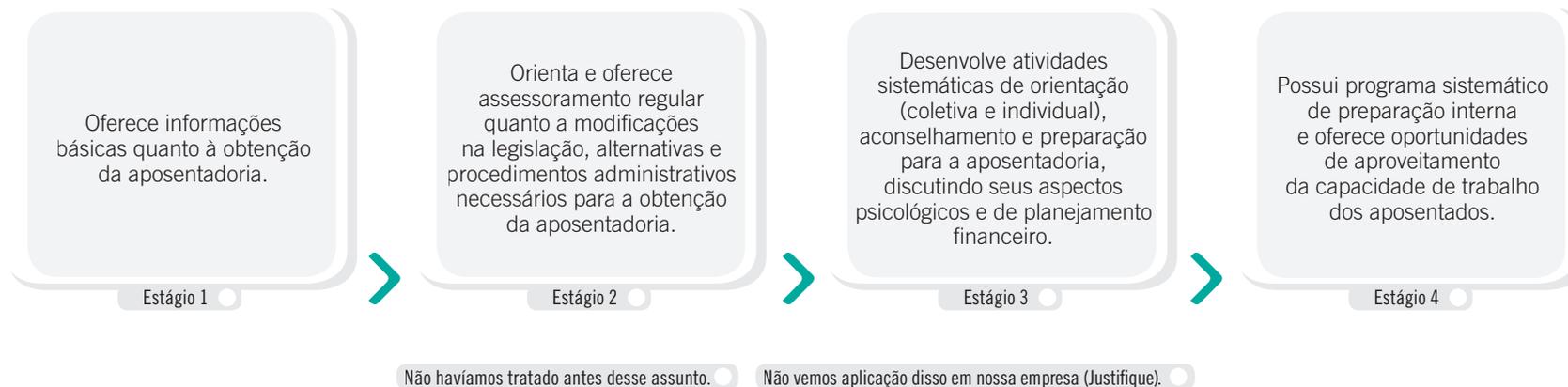
	Sim	Não
25.1. Teve reclamações trabalhistas relacionadas à demissão nos últimos três anos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25.2. Acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de empregados e tem política para minimizar e melhorar esse indicador.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25.3. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25.4. Busca parcerias com organizações especializadas para desenvolver programas de capacitação e de estímulo ao empreendedorismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25.5. Diante da necessidade de redução de pessoal, prevê uma comunicação dirigida aos empregados remanescentes sobre as razões que balizaram a decisão tomada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
25.6. Total de empregados no final do período:			
25.7. Total do passivo trabalhista no final do período:			
25.8. Total de processos trabalhistas em aberto no final do período:			
25.9. Total de demissões no período:			
25.10. Total de admissões no período:			
25.11. Percentual de demitidos acima de 45 anos de idade em relação ao número total de demitidos:			

Indicador 26: **Preparação para a Aposentadoria**

ISO 26000 – Item 6.4.4.1; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego e Treinamento e Educação

Visando preparar seus empregados para a aposentadoria, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

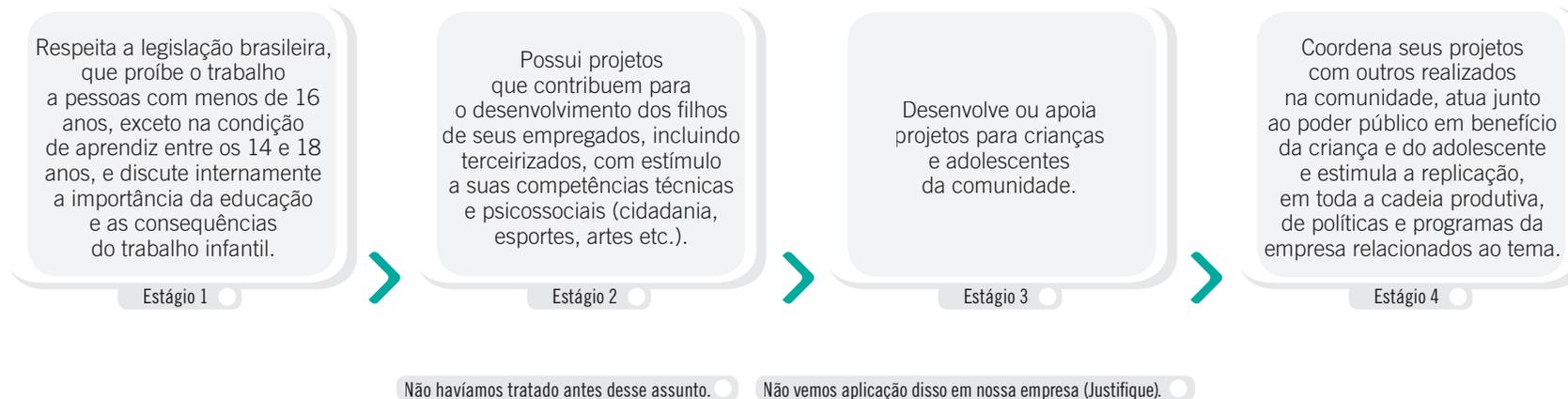
	Sim	Não
26.1. Oferece programa de previdência complementar a todos os seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26.2. Envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26.3. Participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26.4. Participa ou apoia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
26.5. Número de empregados que participaram do programa de preparação para a aposentadoria:			
26.6. Número de lideranças e chefias treinadas quanto à questão do impacto emocional da aposentadoria e à importância da preparação do empregado:			

Indicador 27: **Compromisso com o Futuro das Crianças**

ISO 26000 – Item 6.3.10.3 e Box 7; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Emprego ; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Trabalho Infantil

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



Informações adicionais

A empresa:

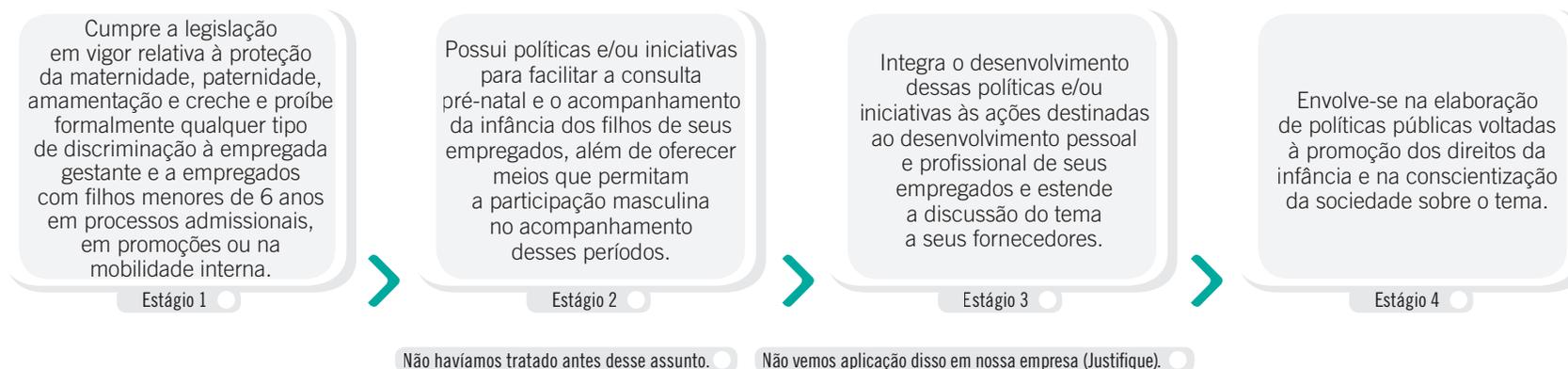
- 27.1. Discute com outras empresas ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor (ou de maneira geral). Sim Não
- 27.2. Tem programa específico para contratação de aprendizes³⁸.
- 27.3. Considerando seu papel social em relação aos aprendizes, oferece-lhes boas condições de trabalho e desenvolvimento profissional e pessoal, com o devido acompanhamento, avaliação e orientação.
- 27.4. Ao encerrar o período referente ao programa de aprendizagem, procura empregar os beneficiados na própria empresa; quando isso não é possível, busca colocação em empresas ou organizações parceiras.

Sim	Não
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 28: **Compromisso com o Desenvolvimento Infantil**

ISO 26000 – Item 6.4.4; GRI – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego e Saúde e Segurança no Trabalho

Entendendo que a proteção à maternidade e à infância é um direito das gerações presentes e futuras e uma contribuição fundamental para seu desenvolvimento, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
28.1. Oferece programa de orientação aos empregados sobre como se dá o desenvolvimento integral da criança por meio do fortalecimento das competências familiares ³⁹ (cuidados com o nascimento, alimentação saudável, prevenção de doenças, proteção à integridade da criança e estímulo ao seu desenvolvimento cognitivo e emocional).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.2. Oferece programa específico para a saúde da mulher gestante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.3. Promove campanhas de imunização dos empregados e seus dependentes com vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde (a antigripal, por exemplo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.4. Faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal e do crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados, solicitando e verificando a Caderneta de Saúde da Criança do Ministério da Saúde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.5. Faz acompanhamento da inclusão dos filhos dos empregados na escola, por meio de solicitação de comprovantes de matrícula (particularmente das crianças com deficiência).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.6. Possui política específica para os empregados que sejam pais de crianças com deficiência, ou responsáveis por elas, garantindo-lhes a possibilidade de acompanhar seu desenvolvimento de forma adequada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.7. Contribui com fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente, destinando para esse fim 1% do Imposto de Renda devido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.8. Informa e estimula os empregados a destinar até 6% do Imposto de Renda devido à contribuição com fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.9. Informa e estimula os fornecedores e empresas parceiras a destinar 1% do Imposto de Renda devido à contribuição com fundos geridos pelos conselhos dos direitos da criança e do adolescente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa oferece aos empregados (mulheres e homens) de todos os níveis hierárquicos os seguintes benefícios:		
28.10. Plano de saúde familiar;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.11. Creche no local de trabalho ou por rede conveniada, conforme determina a lei;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.12. Flexibilidade de horário para empregados com filhos menores de 6 anos;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
28.13. Auxílio para educação dos filhos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa:

28.14. Oferece aos trabalhadores terceirizados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.

Sim Não

28.15. Oferece aos trabalhadores comissionados os mesmos benefícios de seus empregados registrados.

28.16. Possui políticas de acompanhamento do pós-parto, particularmente para identificação da depressão pós-parto.

28.17. Facilita a utilização da flexibilidade de horário para amamentação, conforme a legislação em vigor.

	2009	2010	2011
28.18. Percentual de filhos dos empregados matriculados em creche (até 3 anos de idade):			
28.19. Percentual de filhos dos empregados matriculados em pré-escola (4 e 5 anos):			
28.20. Percentual de filhos com deficiência dos empregados matriculados em creche (até 3 anos de idade):			
28.21. Percentual de filhos com deficiência dos empregados matriculados em pré-escola (4 e 5 anos):			
28.22. 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 contratação⁴⁰:			
28.23. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade:			
28.24. Total de empregadas mães ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade:			
28.25. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados em regime CLT)*:			
28.26. Total de mulheres empregadas (ou dependentes de empregados em regime CLT) que na última gestação fizeram sete ou mais consultas pré-natais*:			
28.27. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados em regime CLT) em acompanhamento pré-natal*:			
28.28. Total de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade que são pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.29. Total de empregadas com menos de quatro anos de escolaridade que são mães ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.30. Total de dependentes de até 5 anos de idade*:			
28.31. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*:			

	2009	2010	2011
28.32. Total de dependentes menores de 1 ano de idade vacinados com a tetravalente*:			
28.33. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*:			
28.34. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*:			
28.35. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade:			
28.36. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até os 6 meses de idade:			
Dos empregados terceirizados:			
28.37. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade:			
28.38. Total de empregadas responsáveis (mães ou não) por crianças de até 5 anos de idade:			
28.39. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados terceirizados)*:			
28.40. Total de mulheres empregadas (ou dependentes de empregados terceirizados) que na última gestação fizeram sete ou mais consultas pré-natais*:			
28.41. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de empregados terceirizados) em acompanhamento pré-natal*:			
28.42. Total de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade que são pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.43. Total de empregadas com menos de quatro anos de escolaridade que são mães ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.44. Total de dependentes de até 5 anos de idade*:			
28.45. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*:			
28.46. Total de dependentes menores de 1 ano de idade vacinados com a tetravalente*:			
28.47. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*:			
28.48. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*:			

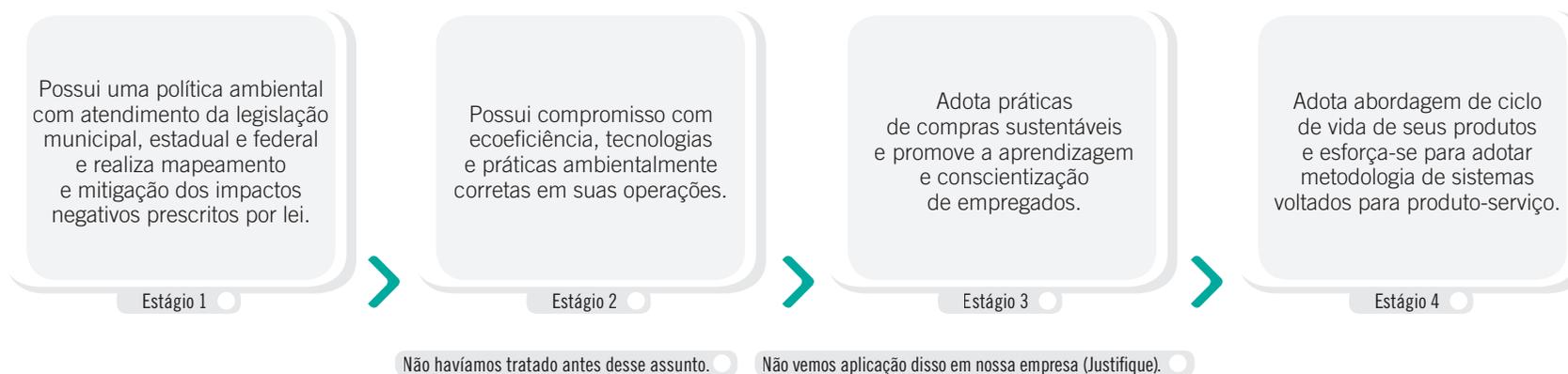
	2009	2010	2011
28.49. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade:			
28.50. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até os 6 meses de idade:			
Dos empregados autônomos ou comissionados:			
28.51. Total de empregados homens pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade:			
28.52. Total de empregadas mães ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade:			
28.53. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de autônomos ou comissionados)*			
28.54. Total de mulheres empregadas (ou dependentes de autônomos ou comissionados) que na última gestação fizeram sete ou mais consultas pré-natais*:			
28.55. Total de gestantes empregadas (ou dependentes de autônomos ou comissionados) em acompanhamento pré-natal*:			
28.56. Total de empregados homens com menos de quatro anos de escolaridade que são pais ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.57. Total de empregadas com menos de quatro anos de escolaridade que são mães ou responsáveis por crianças de até 5 anos de idade*:			
28.58. Total de dependentes de até 5 anos de idade*:			
28.59. Total de dependentes menores de 1 ano de idade*:			
28.60. Total de dependentes menores de 1 ano vacinados com a tetravalente*:			
28.61. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade*:			
28.62. Total de dependentes de 4 e 5 anos de idade matriculados em pré-escola*:			
28.63. Total de empregadas cujo último filho recebeu amamentação exclusiva até os 4 meses de idade:			
28.64. Total de empregadas que tiveram horário flexível para amamentar o filho até os 6 meses de idade:			

* As respostas aos itens do Indicador 28 assinaladas com asterisco vão compor o Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E). Se responder a todos, 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 do Unicef.

Indicador 29: **Política Ambiental**

ISO 26000 – Itens 6.5.2.2 e 6.5.6.2; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Produtos e Serviços em Geral

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



Informações adicionais

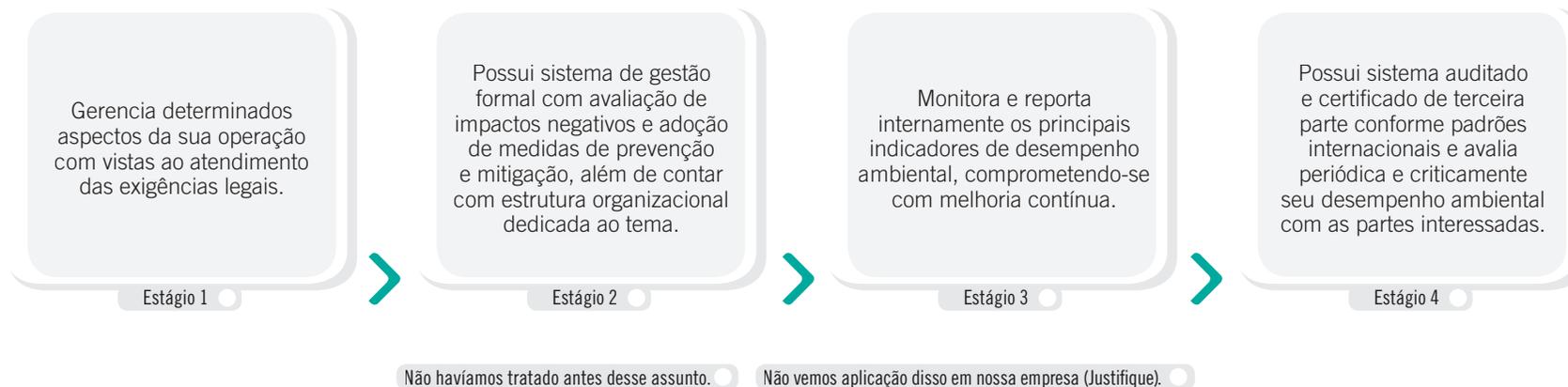
A empresa:

	Sim	Não
29.1. Tem a política ambiental formalizada, adequadamente comunicada a todos os empregados e partes interessadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.2. Elabora programas de gestão específicos que tratem de cada um dos princípios listados em sua política ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.3. Tem a política ambiental endossada por sua alta gestão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.4. Comunica a sua política ambiental e pede retorno das partes interessadas e órgãos de proteção ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.5. Revisa periodicamente sua política ambiental com base na opinião das partes interessadas e órgãos de proteção ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.6. 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.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.7. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.8. Observa se os insumos madeireiros e florestais utilizados na operação diária e/ou processo produtivo possuem certificação de origem e da cadeia de custódia ⁴¹ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.9. Faz visitas programadas ou eventuais para realizar monitoramento da origem ou da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais que utiliza.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.10. Incentiva seus fornecedores a buscar a certificação florestal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.11. Prioriza e apoia os fornecedores engajados na busca da sustentabilidade das florestas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.12. Observa se os insumos agropecuários utilizados na operação diária e/ou processo produtivo possuem certificação de origem e da cadeia de custódia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
29.13. Sendo aplicável, adota práticas sustentáveis para a agropecuária, pesca e silvicultura, incluindo aspectos relacionados ao bem-estar dos animais segundo reconhecidas normas e sistemas de certificação ⁴² (como Códigos da OIE e ISO 10993-2:2006).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 30: Sistema de Gestão Ambiental

ISO 26000 – Item 6.5.1.2; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Produtos e Serviços em Geral

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



Informações adicionais

A empresa:

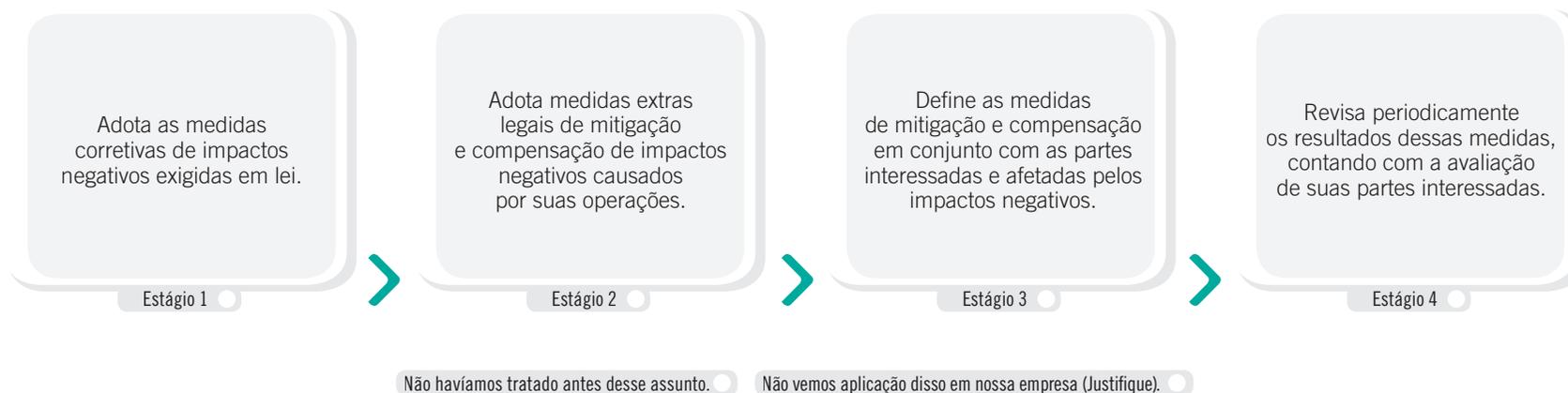
	Sim	Não
30.1. Estabelece que parte da remuneração variável dos empregados esteja atrelada a resultados favoráveis da gestão ambiental.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.2. Treina seus empregados com relação a impactos ambientais negativos específicos de suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.3. Atribui funções ambientais específicas na descrição formal das funções de seus empregados que tenham responsabilidade sobre a gestão ambiental da empresa, para todos os níveis hierárquicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.4. Implementa programa de prevenção e preparação de público interno e externo para acidentes químicos e plano de emergência para acidentes e incidentes dentro e fora das suas instalações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.5. O sistema de gestão ambiental está integrado a outros sistemas de gestão da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.6. A gestão ambiental abrange a cadeia de valor da empresa no que se refere aos impactos de transporte de produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.7. Comunica seu desempenho ambiental de forma transparente e abrangente e por canais diversos como website, reuniões e relatórios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.8. Possui seguro para degradação ambiental decorrente de acidentes em suas operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30.9. Possui certificações ambientais como a ISO14001, selo FSC, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
30.10. Número de encontros com partes interessadas representantes do meio ambiente:			

Indicador 31: **Adoção de Medidas de Mitigação e Compensação**

ISO 26000 – Itens 6.5.1.1, 6.5.2.1 e 6.5.2.2; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Conformidade e Produtos e Serviços

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



Informações adicionais

A empresa:

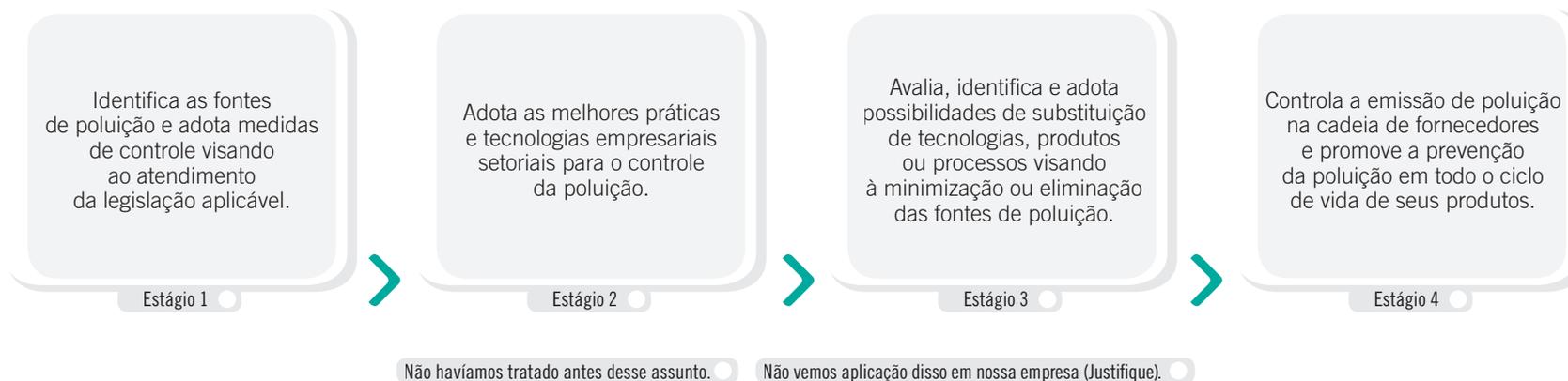
	Sim	Não
31.1. Antecipa a mitigação ou correção dos impactos ambientais negativos antes de ser responsabilizada por eles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31.2. Em caso de ser parte em Termo de Ajustamento de Conduta, cumpre e monitora as ações determinadas pelo órgão responsável, em tempo hábil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31.3. Possui programas de gerenciamento e/ou minimização dos impactos ambientais negativos pós-consumo de seus produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
31.4. Número de reuniões com partes interessadas para discussão de medidas de mitigação e compensação:			
31.5. Valor monetário das multas resultantes de não conformidade com leis e regulamentos ambientais:			
31.6. Número total de sanções não monetárias resultantes de não conformidade com leis e regulamentos ambientais:			
31.7. Total de investimento e gastos em proteção ambiental:			
31.8. Número de compromissos com partes interessadas cumpridos no prazo determinado:			

Indicador 32: **Prevenção da Poluição**

ISO 26000 – Itens 6.5.3, 6.5.4 e 6.5.5; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos

Considerando a importância da prevenção da poluição, a empresa:



Informações adicionais

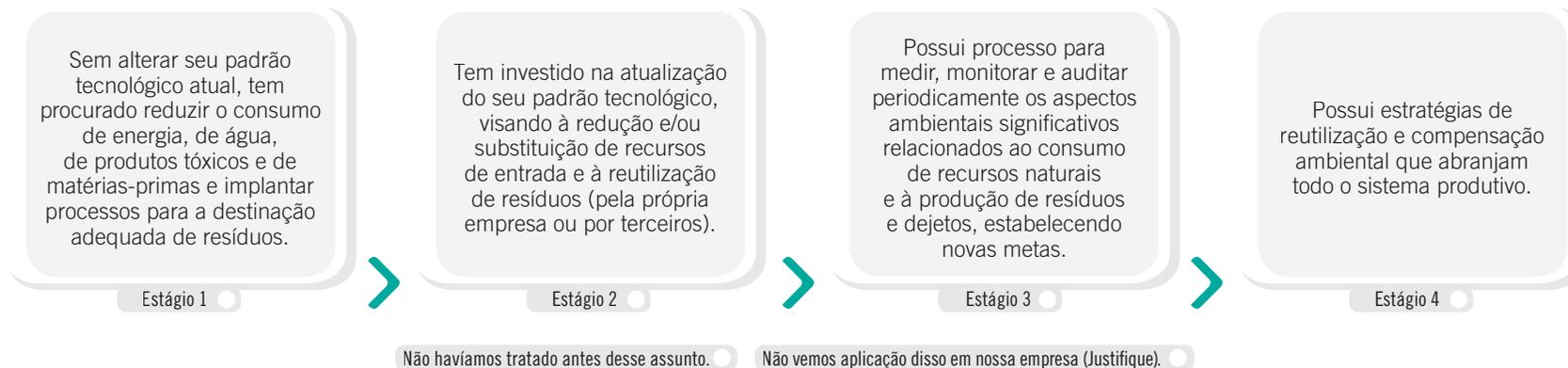
A empresa:

- | | Sim | Não |
|--|-----------------------|-----------------------|
| 32.1. Evita e controla emissões atmosféricas de poluentes como VOC, SOx, NOx, dioxinas, materiais particulados e substâncias destruidoras da camada de ozônio, chumbo, mercúrio e outras que podem causar impactos negativos no meio ambiente e na saúde das pessoas ⁴³ . | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 32.2. Evita e controla a degradação da qualidade dos corpos hídricos através das descargas diretas, intencionais ou acidentais, em corpos de água superficiais, incluindo o ambiente marinho, ou por vazamentos não intencionais em água de superfície ou infiltração para águas subterrâneas. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 32.3. Possui programa de gestão de resíduos (englobando redução de resíduos na fonte, reutilização, reciclagem, reprocessamento, tratamento e descarte). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 32.4. Desenvolve plano de ação para estar em conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos ⁴⁴ . | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 32.5. Divulga publicamente as quantidades e tipos de material tóxicos e/ou perigosos, relevantes e significativos usados e lançados, incluindo os riscos à saúde e ambientais conhecidos desses materiais. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 32.6. Identifica e evita o uso de produtos químicos proibidos por legislação nacional e de produtos químicos indesejados discriminados em convenções internacionais, inclusive na cadeia produtiva. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Indicador 33: **Uso Sustentável dos Recursos**

ISO 26000 – Itens 6.5.4 e 6.5.6.2; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Energia, Água, Emissões, Efluentes e Resíduos

Com o objetivo de contribuir para o uso de recursos em um padrão e volume de consumo e produção dentro da capacidade de suporte do planeta, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

- | | Sim | Não |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 33.1. Implementa programas de eficiência energética para reduzir a demanda de energia de, por exemplo, edificações, transporte, processos de produção, aparelhos, equipamentos eletrônicos e prestação de serviços. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.2. Possui iniciativas para uso de fontes de energia renováveis. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.3. Implementa programas de conservação, uso e acesso à água. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.4. Implementa programas de eficiência no uso de materiais. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.5. Implementa programas de minimização de exigência de recursos por parte de um produto. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.6. Gerencia recursos hídricos para assegurar acesso justo a todos os usuários dentro de uma bacia hidrográfica. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.7. Desenvolve ou apoia programas de proteção a mananciais. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.8. Monitora o total de água retirada por fonte. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.9. Monitora as fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.10. Adota programas de responsabilidade pós-consumo. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.11. Considera a disponibilidade de recursos para as gerações futuras. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.12. Desenvolve uma forma de design sustentável para seus produtos, de forma a minimizar possíveis impactos ambientais negativos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

A empresa possui sistema de monitoramento com metas específicas para:

- | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|
| 33.13. Aumento da eficiência energética. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.14. Redução do consumo de água. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.15. Redução da geração de resíduos sólidos. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 33.16. Quantidade e gestão de resíduos perigosos, nos Termos da Convenção da Basileia ⁴⁵ , transportados, utilizados, exportados ou tratados por entidades em sua cadeia de valor. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Segundo Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
MEIO AMBIENTE

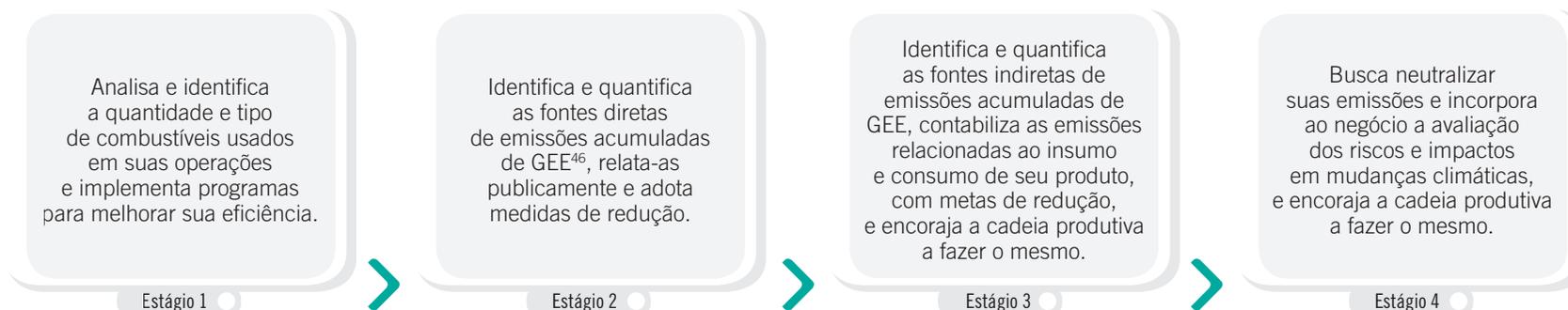
SUBTEMA
**POLÍTICAS E GESTÃO
AMBIENTAL**

	2009	2010	2011
33.17. Consumo anual de energia (em KW/h):			
33.18. Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental:			
33.19. Percentual do faturamento bruto gasto em projetos de melhoria ambiental:			
33.20. Consumo anual de água (em m ³):			
33.21. Quantidade anual (em toneladas) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho, etc.):			
33.22. Percentual de reúso da água nos processos administrativos (escritórios, refeitórios, banheiros):			
33.23. Percentual de reúso da água nos processos produtivos:			
33.24. Número de sanções administrativas de natureza ambiental recebidas pela empresa:			

Indicador 34: Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas

ISO 26000 – Itens 6.5.5 e 6.5.6; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos

Com o objetivo de contribuir para a redução das emissões de gases de efeito estufa e a adaptação às mudanças climáticas, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
34.1. Considera projeções futuras para o clima global e local, identificando riscos e integrando a adaptação às mudanças climáticas a seus processos decisórios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.2. Atribui responsabilidade sobre mudanças climáticas a membro da alta administração.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.3. Identifica oportunidades para evitar ou minimizar os danos associados às mudanças climáticas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.4. Implementa medidas para responder a impactos climáticos existentes ou previstos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.5. Capacita organizações dentro da sua esfera de influência para uma melhor adaptação, como desenvolvimento de técnicas agrícolas e industriais que garantam a segurança da água potável, saneamento e alimentos ou apoio a medidas regionais para reduzir a vulnerabilidade a inundações ou deslizamentos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.6. Participa de iniciativas de mensuração e divulgação pública de emissões ⁴⁷ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A empresa possui sistema de monitoramento com metas específicas para:

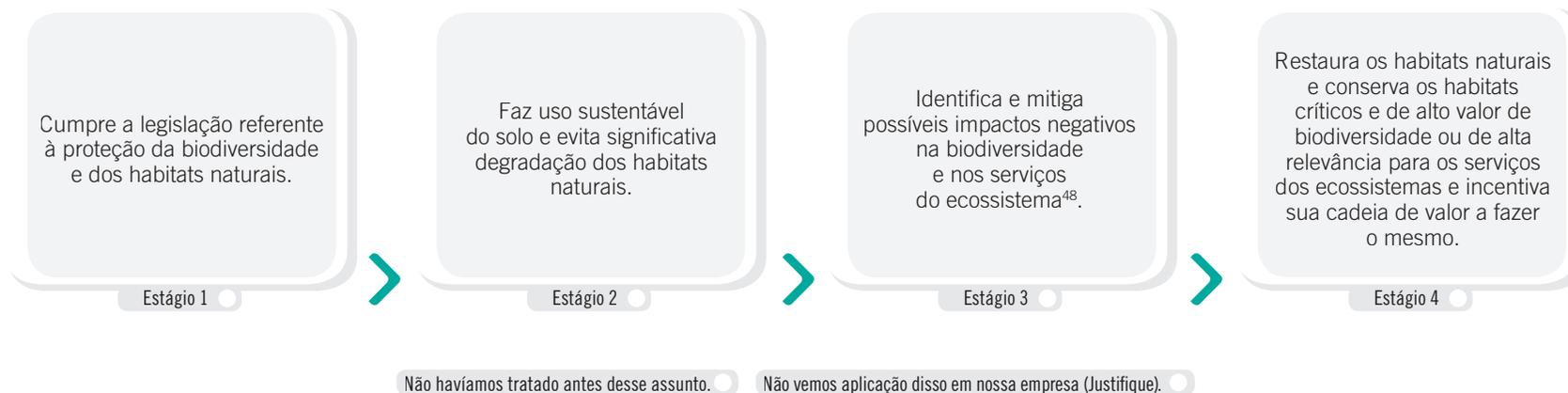
34.7. Redução de emissões de GEE em suas operações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34.8. Redução de emissões de GEE em sua cadeia de valor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
34.9. Emissões de GEE nas operações:			
34.10. Emissões de GEE na cadeia de valor:			
Consumo anual de combustíveis fósseis:			
34.11. Gasolina/diesel (em litros):			
34.12. Óleo combustível (em toneladas):			
34.13. Gás – GLP/GN (em m ³):			

Indicador 35: **Compromisso com a Proteção da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais**

ISO 26000 – Item 6.5.6; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Biodiversidade

Com relação a sua contribuição para a sustentabilidade do planeta, a empresa:



Informações adicionais

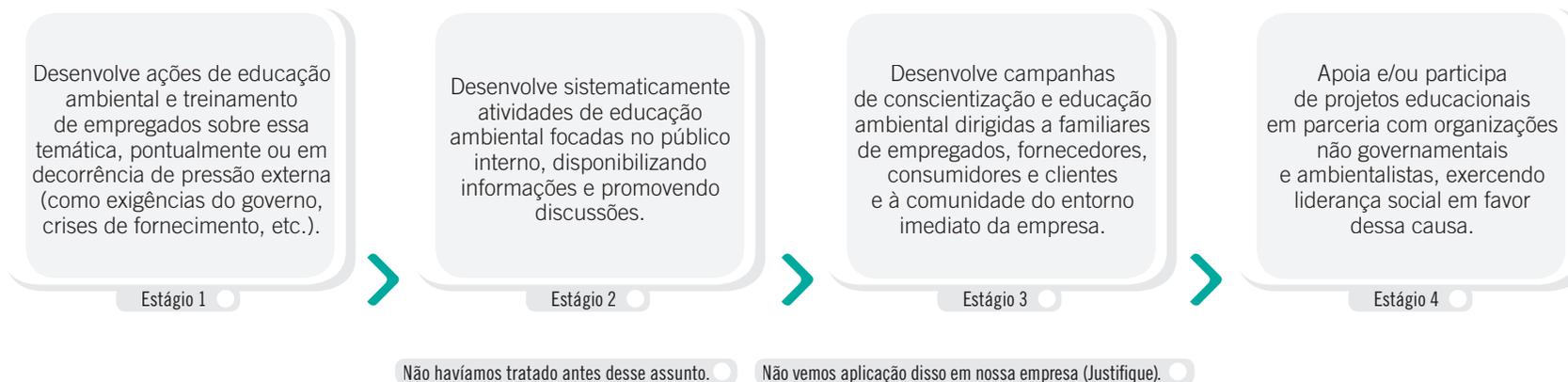
A empresa:

	Sim	Não
35.1. Identifica os usuários diretos nos serviços dos ecossistemas e preserva os ecossistemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.2. Participa de mecanismos de mercado para internalizar o custo de seus impactos ambientais negativos e cria valor econômico na proteção dos serviços dos ecossistemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.3. Prevê em sua política ambiental medidas para preservar quaisquer espécies ou habitats endêmicos ameaçados ou sob risco de extinção que possam ser negativamente afetados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.4. Participa constantemente de fóruns e encontros promovidos por partes interessadas representantes do meio ambiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.5. Evita abordagens que ameacem a sobrevivência ou levem à extinção global, regional ou local de espécies ou permitam a distribuição/proliferação de espécies invasoras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.6. Possui área de preservação permanente (APP) em suas propriedades, ou em propriedades de terceiros por ela utilizadas (aluguel, arrendamento, cessão de direito de uso, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.6.1. Se sim para a pergunta 35.6: a empresa possui autorização para todas as interferências (construção, supressão de vegetação, operações) realizadas em APP(s) em sua propriedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35.6.2. Se sim para a pergunta 35.6: se existem interferências em APP(s), a empresa possui programa específico para a recuperação dessas áreas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 36: Educação e Conscientização Ambiental

ISO 26000 – Itens 6.6.6 e 6.5.2.2; GRI – Desempenho Ambiental (EN) – Forma de Gestão

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



Informações adicionais

A empresa:

36.1. Desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e de energia.

36.2. Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação com base nos 3 Rs⁴⁹.

36.3. Desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente⁵⁰.

36.4. Apoia publicamente campanhas ambientais governamentais ou de iniciativa de partes interessadas representantes do meio ambiente.

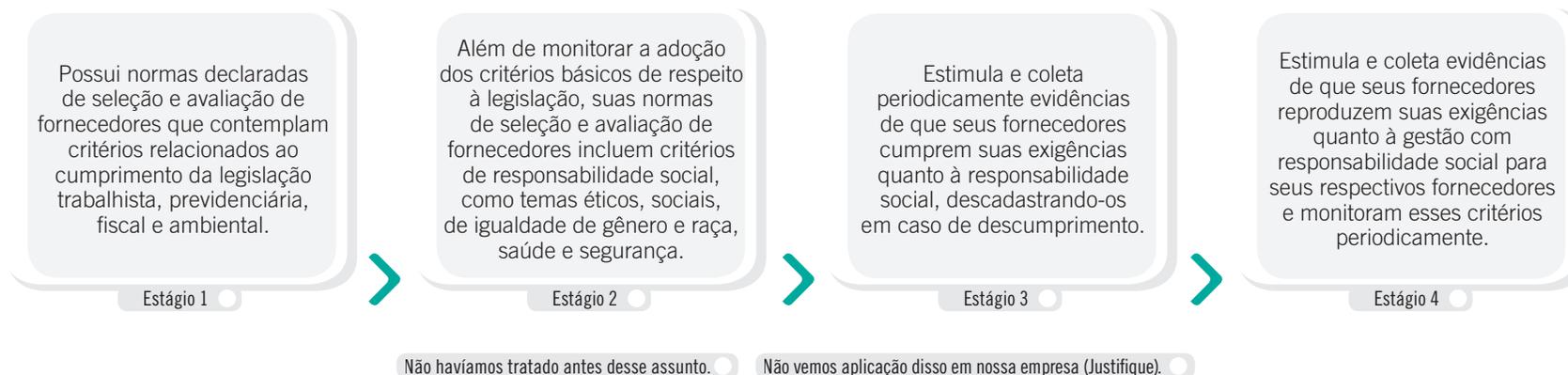
Sim Não



Indicador 37: **Parceria na Seleção e Avaliação de Fornecedores**

ISO 26000 – Item 6.6.6.2; GRI – Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra e Práticas de Segurança

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



Informações adicionais

A empresa:

37.1. Inclui as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores em seu código de conduta e/ou em sua declaração de valores.

Sim Não

A empresa identifica seus fornecedores críticos a partir:

37.2. Tipo de insumo fornecido, impacto ambiental negativo, segurança.

37.3. Vínculo financeiro com o fornecedor.

37.4. Inclui como critério na seleção ou desenvolvimento de fornecedores a observância de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas em suas relações com clientes ou com o mercado em geral.

37.5. Possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores.

37.6. Produz relatório periódico com evidências de que questões relacionadas à gestão com responsabilidade social empresarial estão sendo cumpridas e implementadas em sua cadeia produtiva.

37.7. Discute com seus fornecedores questões relacionadas à gestão com responsabilidade social, visando ao seu treinamento e adequação a seus critérios.

37.8. Estabelece prazo formal para que os fornecedores entrem em conformidade com seus critérios de gestão com responsabilidade social.

37.9. Ao exigir práticas de gestão com responsabilidade social de seus fornecedores, realiza visitas de inspeção dessas práticas.

37.10. 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.

37.11. Apoia as micro e pequenas empresas para atingir seus objetivos socialmente responsáveis, provendo assistência e conscientizando-as sobre temas de gestão com responsabilidade social.

37.12. Adota critérios de compra que consideram a garantia de origem, para evitar a aquisição de produtos piratas, falsificados ou frutos de roubo de carga.

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema

CADEIA DE VALOR

SUBTEMA

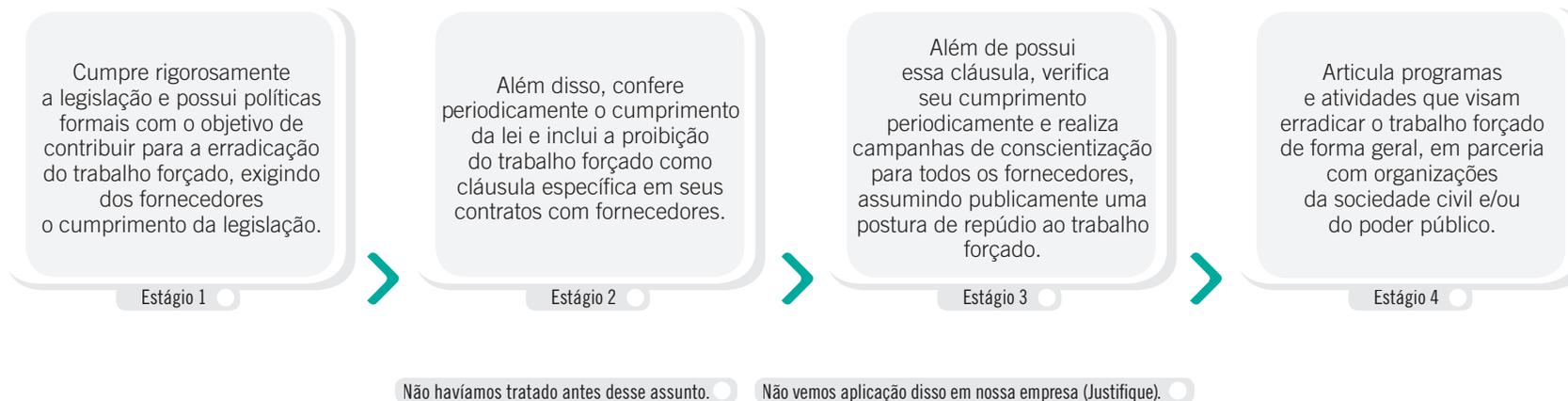
**RELAÇÕES COM
FORNECEDORES**

	2009	2010	2011
37.13. Percentual de fornecedores que receberam visita de inspeção de práticas de gestão com responsabilidade social:			
37.14. Total de treinamentos, cursos, palestras ou reuniões sobre práticas de gestão com responsabilidade social oferecidos aos fornecedores:			
37.15. Total de fornecedores:			
37.16. Total pago por bens, materiais e serviços adquiridos no período:			

Indicador 38: **Trabalho Forçado (ou análogo ao escravo) na Cadeia Produtiva**⁵¹

ISO 26000 – Item 6.6.6.2; GRI – Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo

Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

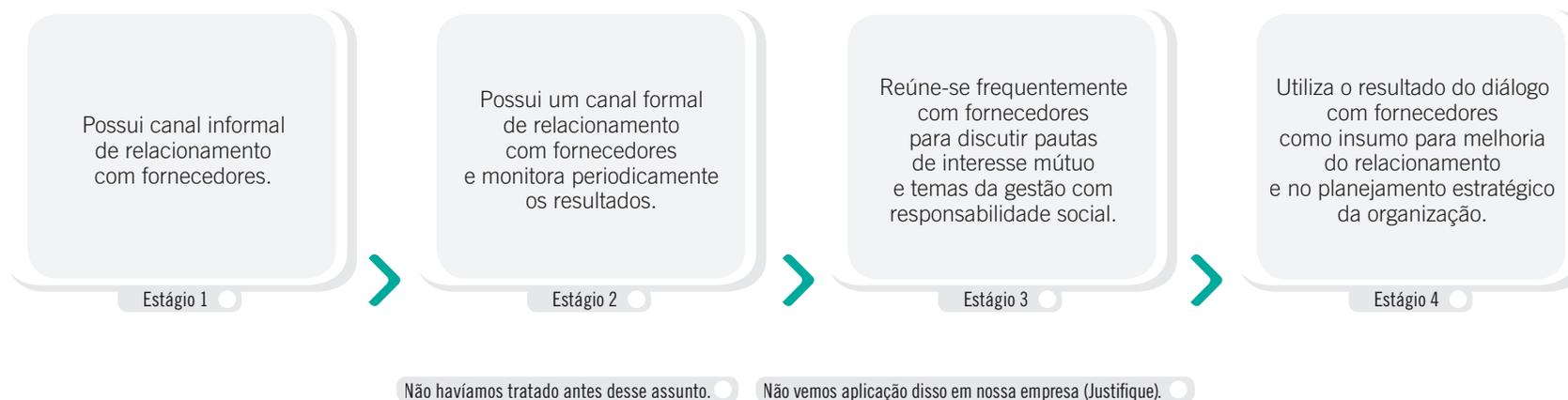
- 38.1. Tem como prática proceder periodicamente pesquisa, verificação e relatórios de avaliação e acompanhamento de seus fornecedores, exigindo documentação comprobatória da não-existência de mão-de-obra forçada. Sim Não
- 38.2. Antes de comprar ou contratar um fornecedor, tem como procedimento verificar a Lista Suja do Trabalho Escravo do Ministério do Trabalho⁵². Sim Não

	2009	2010	2011
38.3. Total de autuações por uso de mão-de-obra forçada na cadeia produtiva:			

Indicador 39: **Comunicação Estruturada com Fornecedores**

ISO 26000 – Itens 5.3.3, 6.6 e 7.6.3; GRI – Engajamento dos Stakeholders: 4.14 e 4.17

Para manter a qualidade das relações com fornecedores e parceiros, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

- 39.1. Possui setor responsável pela gestão do diálogo com fornecedores, mantendo canal para reclamações, sugestões e queixas.
- 39.2. Garante a comunicação sem represálias aos fornecedores que queiram reclamar.
- 39.3. Monitora periodicamente a melhoria do relacionamento com fornecedores, como a diminuição de queixas.
- 39.4. Possui mecanismo de solução de controvérsias com fornecedores.

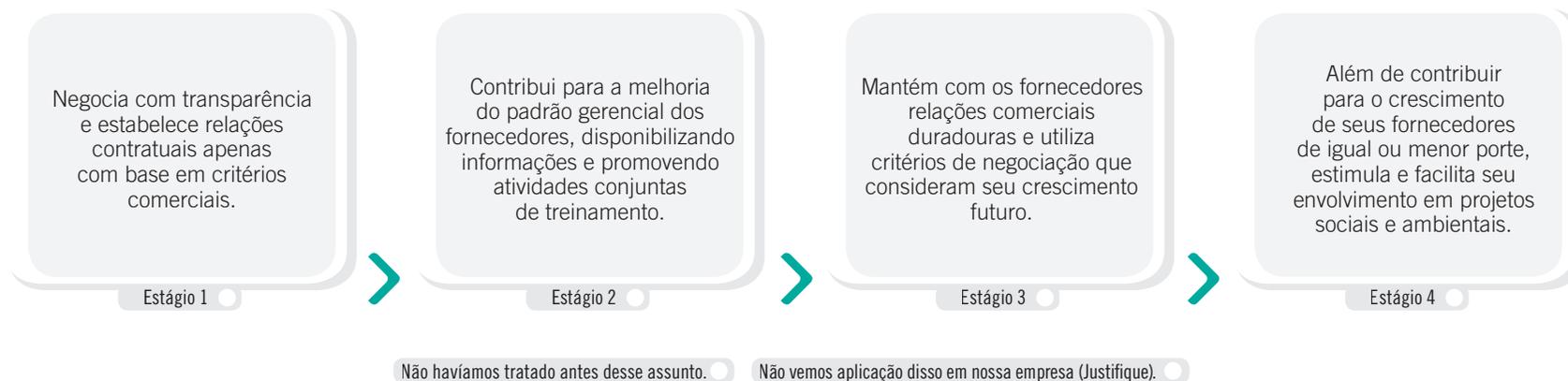
Sim	Não
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
39.5. Percentual de queixas de fornecedores:			
39.6. Percentual de utilização do canal de comunicação pelos fornecedores:			
39.7. Percentual de respostas dadas pela empresa aos fornecedores:			
39.8. Percentual das soluções para as queixas prestadas pelo fornecedor:			

Indicador 40: Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores⁵³

ISO 26000 – Item 6.6.6

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



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
40.1. Procura comprar de fornecedores locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40.2. 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 (populações indígenas, pessoas com deficiência, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40.3. Apoia organizações que praticam e promovem o Comércio Justo ⁵⁴ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40.4. 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.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40.5. Estimula a formação de redes ou cooperativas de pequenos fornecedores, ajudando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40.6. Tem política de compras que privilegia fornecedores com certificação socioambiental ⁵⁵ (como SA8000 ⁵⁶ , ISO 14001 ⁵⁷ , selo FSC ⁵⁸ , FLO ⁵⁹ , ABNT NBR16001 ⁶⁰ , etc).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
40.7. Proporção de gastos com fornecedores locais:			
40.8. Percentual de compras de fornecedores locais frente ao volume total de compras:			
40.9. Percentual de fornecedores com certificação socioambiental frente ao total dos fornecedores:			
40.10. Percentual de fornecedores da comunidade frente ao número de fornecedores totais, conforme definido no Item 40.2:			

Indicador 41: **Estratégia de Comunicação Comercial**

ISO 26000 – Itens 6.7.1.2, 6.7.3.2, 6.7.9.2 e Box 11; GRI – Parte 2: Estratégia e Análise: 1.1 e 1.2; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra e Não Discriminação; Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade

Considerando a importância de comunicar informações relevantes de modo transparente e abrangente, a empresa:

Atua em consonância com a legislação de defesa do consumidor e não se envolve em práticas de comunicação arditosas, preconceituosas, enganosas, fraudulentas, injustas, obscuras ou ambíguas, além de não omitir informações cruciais.

Estágio 1

Possui uma política formal de comunicação transparente e de dados relevantes, alinhada com seus valores e princípios e abrangendo todo o seu material de comunicação, tanto interno quanto externo.

Estágio 2

Tem procedimentos para utilizar contratos escritos em linguagem clara, acessíveis e compreensíveis, que não incluam cláusulas injustas. Fornece informações suficientes sobre preços, características, termos, condições, custos, duração do contrato e prazos de cancelamento.

Estágio 3

Tem política de comunicação específica e desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores, assistência técnica e representantes de consumidores visando criar uma cultura de responsabilidade e transparência na comunicação.

Estágio 4

Não havíamos tratado antes desse assunto.

Não vemos aplicação disso em nossa empresa (Justifique).

Informações adicionais

41.1. A política de comunicação comercial consta no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.

A empresa:

41.2. Atua em consonância com as Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor⁶¹.

41.3. Comunica aos consumidores e clientes dados relevantes de seus produtos de forma completa, precisa, compreensível e em idiomas oficiais ou comumente utilizados em pontos de venda. Esses dados relevantes são: aspectos referentes à segurança dos produtos e serviços, localização da organização e dados de contato.

41.4. Comunica aos consumidores e clientes aspectos da qualidade de produtos e serviços determinados por procedimentos de ensaio padronizados e comparados com melhores práticas.

41.5. Atualiza seu material de comunicação aos consumidores e clientes sempre que há mudança relevante de dados (rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia e peças publicitárias, entre outros).

41.6. Declara nos rótulos de seus produtos se realiza testes ou não em animais.

41.7. Tem política formal contra propaganda que coloque crianças, adolescentes, negros, mulheres ou qualquer indivíduo em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco.

41.8. Chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos ou serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço, etc.).

41.9. Possui políticas específicas para assegurar que a comunicação voltada ao público infante-juvenil seja responsável⁶².

41.10. Interage com seus fornecedores e distribuidores estimulando-os a adotar uma postura responsável em relação à comunicação voltada ao público infante-juvenil.

41.11. Realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com a Declaração Universal dos Direitos Humanos.

41.12. Teve, nos últimos três anos, alguma campanha ou peça de comunicação como objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes.

41.13. Teve, nos últimos três anos, campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil organizada.

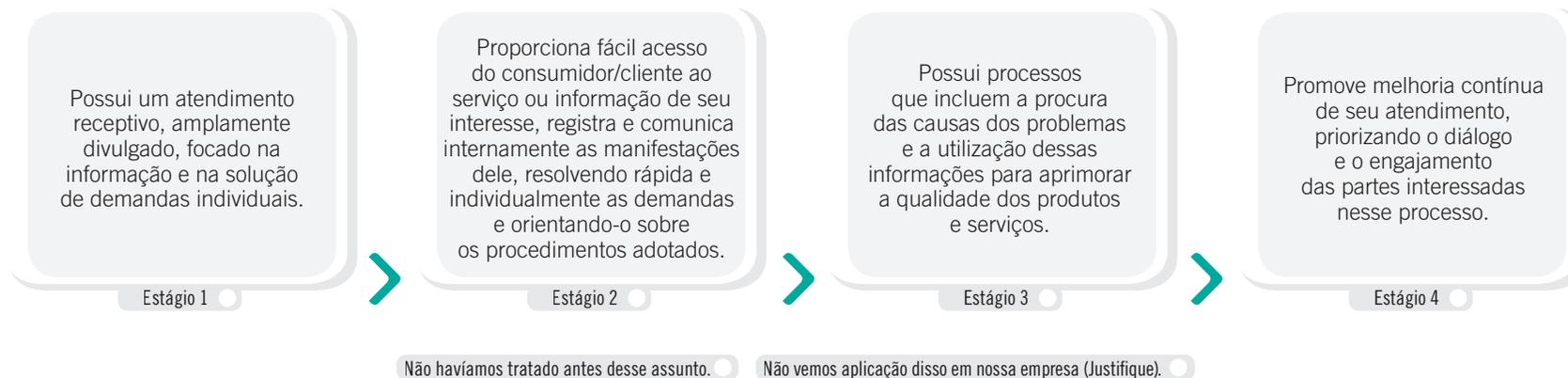
41.14. Divulga abertamente o total de preços, impostos, termos e condições dos serviços e produtos (como acessórios necessários para o uso) e os custos de entrega.

Sim Não

Indicador 42: **Gestão do Relacionamento com o Consumidor**

ISO 26000 – Itens 6.7.6.2 e 6.7.7.2; GRI – Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade

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



Informações adicionais

	Sim	Não
42.1. A política e as normas de relacionamento com clientes e consumidores constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa:		
42.2. Toma medidas para evitar reclamações, oferecendo aos clientes e consumidores a opção de devolver o produto dentro de um prazo determinado ou obter outras soluções apropriadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.3. Oferece prazo de garantia que ultrapassa o exigido por lei e apropriado para a expectativa de vida útil do produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.4. Comunica claramente ao consumidor que ele pode ter acesso ao serviço e suporte técnico pós-venda.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.5. Possui canal de solução de controvérsias acessível e com possibilidade de oferecer indenizações que não exijam que o consumidor abra mão de seus direitos de recursos jurídicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.6. Oferece manutenção e reparos a preço razoável e em local acessível.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.7. Possui um ouvidor do consumidor ou função similar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.8. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.9. Promove treinamento contínuo de seus profissionais de atendimento para uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.10. Treina e incentiva seu profissional de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.11. Tem seu serviço de atendimento a consumidores/clientes acompanhado por indicadores e com representação nos processos de tomada de decisão da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.12. Ao vender produtos e serviços, utiliza somente argumentos verdadeiros para o convencimento do consumidor ou cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.13. Possui política explícita de não suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.14. Possui política formal de proteção à privacidade e/ou um sistema de segurança da gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário e não repassa essas informações a terceiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema

CADEIA DE VALOR

SUBTEMA

**RELAÇÕES COM
CONSUMIDORES
E CLIENTES**

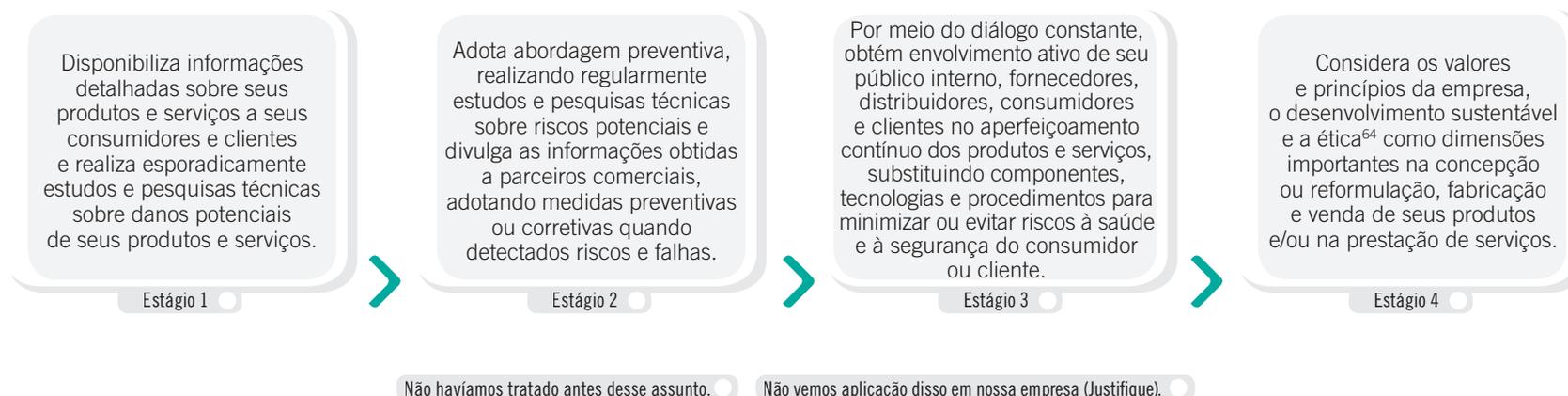
	Sim	Não
42.15. Informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.16. Solicita apenas informações pessoais relevantes e não além dos objetivos para os quais declara serem necessárias.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.17. Fornece informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
42.18. Possui política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	2009	2010	2011
42.19. Vendas líquidas:			
42.20. Total de consumidores ou clientes:			
42.21. Total de ligações atendidas pelo SAC:			
42.22. Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC:			
42.23. Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC:			
42.24. Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (em minutos):			
42.25. Quantidade de inovações implantadas em razão da interferência do ouvidor e/ou do serviço de atendimento a consumidores/clientes:			

Indicador 43: **Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços**

ISO 26000 – Itens 6.7.2.1 e 6.7.4; GRI – Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade

Quanto ao conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de seus produtos e serviços⁶³, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
43.1. Mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente de seus produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.2. Mantém programa de segurança de seus produtos em relação ao meio ambiente, aos não usuários diretos e às suas propriedades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.3. Possui sistemas internos ágeis e capacita sua área de comunicação externa para responder com rapidez e transparência a situações de crise.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.4. Em situações de falhas ou perigos imprevistos, retira todos os produtos ou interrompe a prestação do serviço rapidamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.5. Garante o design apropriado das informações contidas nos produtos ou serviços, levando em consideração necessidades diferentes dos consumidores e respeitando capacidades diferentes ou limitadas dos consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.6. Não usa produtos químicos que sejam perigosos, entre os quais produtos carcinogênicos, mutagênicos, tóxicos para a reprodução ou persistentes ou biocumulativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.7. Faz avaliação do risco à saúde humana de produtos e serviços antes da introdução de novos materiais, tecnologias ou métodos de produção e disponibiliza os resultados publicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.8. Adota medidas que evitam que os produtos se tornem inseguros devido a manuseio ou armazenamento indevido quando estiverem aos cuidados dos consumidores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.9. Aborda questões de saúde e segurança, incluindo os perigos dos produtos e como tomar precauções.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.10. Transmite informações vitais de segurança ao consumidor por meio de símbolos, preferencialmente aqueles acordados em nível internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.11. Foi, nos últimos três anos, processada pelo não cumprimento de regulamentos relacionados à saúde e à segurança do consumidor/cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.12. Teve, nos últimos cinco anos, produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores ou órgãos de defesa do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
43.13. Tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema

CADEIA DE VALOR

SUBTEMA

**RELAÇÕES COM
CONSUMIDORES
E CLIENTES**

43.14. Adota o design universal de produtos e ambientes, a ser utilizado por todas as pessoas, o máximo possível, sem necessidade de adaptação ou de design especializado (uso equitativo, flexibilidade no uso, simples e intuitivo, informação perceptível, tolerância ao erro, baixo esforço físico e tamanho e espaço para aproximação e uso).

Sim Não



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

43.15. Já teve produtos multados pelo não cumprimento de regulamento referente à informação e rotulagem.



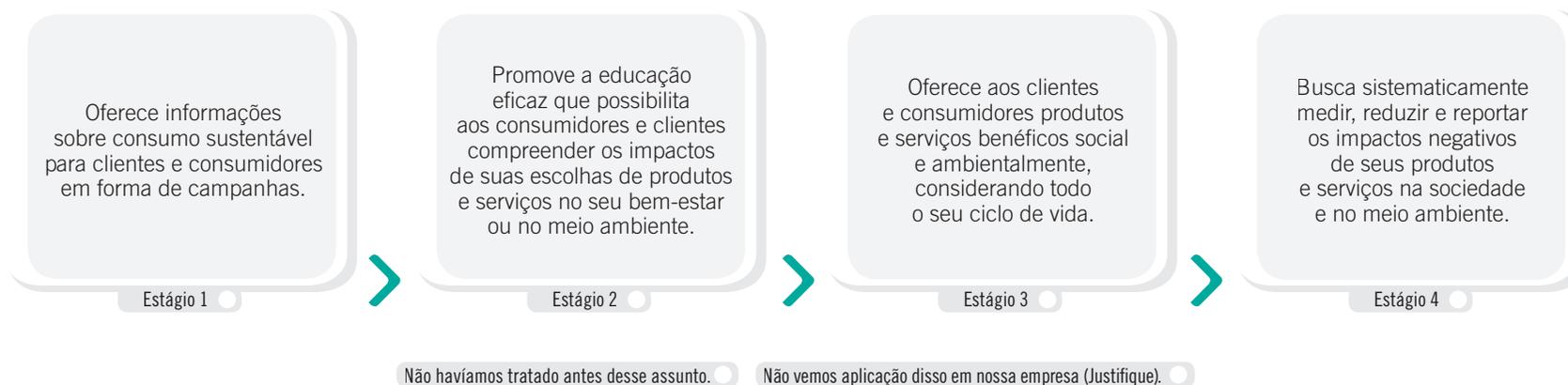
Em relação a violações ao Código de Defesa do Consumidor:

	2009	2010	2011
43.16. Total de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, Ipem, etc.):			
43.17. Total de processos judiciais (cíveis e criminais):			

Indicador 44: Educação para o Consumo Sustentável

ISO 26000 – Item 6.7.5; GRI – Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing

Considerando a importância de comunicar os clientes e consumidores sobre consumo sustentável, a empresa:



Informações adicionais

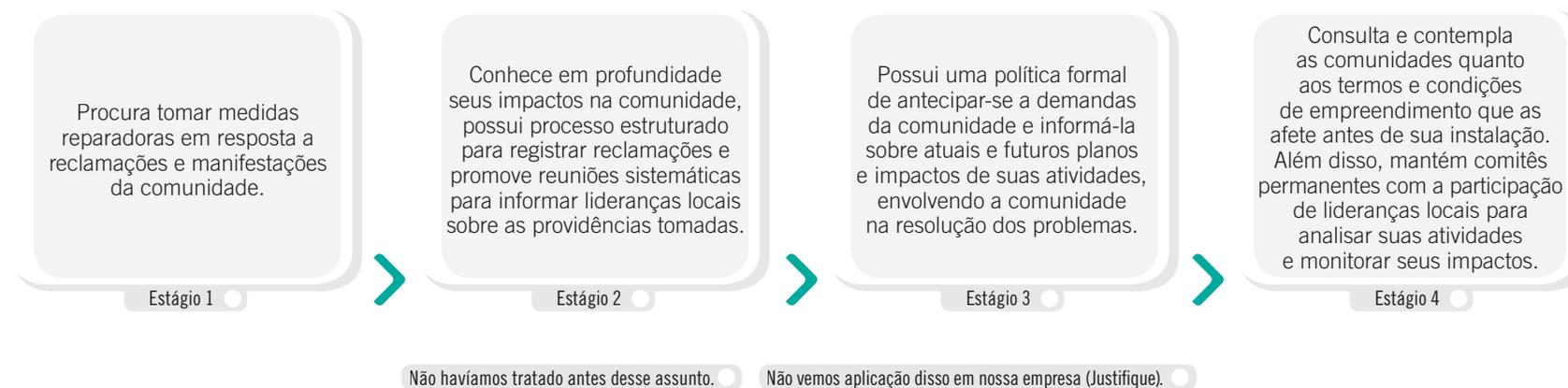
A empresa:

	Sim	Não
44.1. Possui produtos e embalagens que possam ser facilmente usados, reutilizados, reparados ou reciclados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.2. Oferece serviços de reciclagem e descarte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.3. Fornece aos consumidores informações cientificamente confiáveis, consistentes, verdadeiras, precisas, comparáveis e verificáveis sobre fatores ambientais e sociais relacionados à produção e entrega de seus produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.4. Fornece aos consumidores informações obrigatórias legalmente sobre produtos e serviços como país de origem, conteúdo e ingredientes e uso seguro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.5. Fornece aos consumidores informações sobre eficiência energética de seus produtos e serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.6. Fornece aos consumidores informações sobre manutenção, armazenamento e descarte de seus produtos e embalagens.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.7. Faz uso de sistemas de rotulagem confiáveis, eficazes e verificados externamente ou outros sistemas de verificação (como selos verdes ou atividades de auditoria).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.8. Realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.9. Promove ações de educação para o consumo sustentável, mencionando impactos sociais, ambientais e econômicos das escolhas do consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.10. Promove o consumo sustentável de seus produtos e serviços visando atender as necessidades das gerações atuais e futuras de uma forma que seja econômica, ambiental e socialmente responsável.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44.11. Certifica-se que sua propaganda não incentiva o consumo excessivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 45: Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

ISO 26000 – Itens 6.8.3 e 6.8.4; GRI – Parte 2: Engajamento dos *Stakeholders*: 4.14 e 4.17; Desempenho Econômico (EC) – Aspectos: Presença no Mercado e Impactos Econômicos Indiretos; Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Treinamento e Educação; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Direitos dos Indígenas; Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais, Políticas Públicas e Conformidade

Considerando seus possíveis impactos na vida da comunidade do entorno⁶⁵, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
45.1. Ao relacionar-se com a comunidade, reconhece-se como parte da própria comunidade, e não algo separado dela.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.2. Possui políticas de relacionamento com a comunidade do entorno contempladas em seu código de conduta e/ou na declaração de valores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.3. Reconhece como legítimas organizações da comunidade que não tenham estrutura formal, como associações de moradores, redes na internet e comunidades tradicionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.4. Participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.5. Contribui com melhorias na infraestrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade (habitações, estradas, pontes, escolas, hospitais, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.6. 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.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.7. Tem práticas de compras e de investimentos para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade em que está presente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.8. Conscientiza e treina seus empregados para respeitar os valores, conhecimentos e práticas tradicionais da comunidade em que atua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.9. Possui indicadores para monitorar os impactos causados por suas atividades na comunidade do entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.10. Monitora periodicamente os indicadores de impacto na comunidade e toma medidas para melhoria contínua de seu desempenho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.11. Caso atue em regiões limítrofes de comunidades e reservas indígenas, possui políticas, procedimentos e normas formais para valorização e preservação de seu patrimônio cultural e humano e de seus conhecimentos e práticas tradicionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
45.12. Possui programas e iniciativas que visam eliminar impactos negativos na saúde causados por quaisquer processos de produção, produtos ou serviços fornecidos pela organização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Segundo Eixo de Avaliação

**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema

COMUNIDADE E SOCIEDADE

SUBTEMA

**RELAÇÕES COM A
COMUNIDADE LOCAL**

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:

45.13. Excesso de lixo, geração de mau cheiro, efluentes e outras formas de poluição (sonora, visual, etc.);

45.14. Excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno;

45.15. Interferência em sistemas de comunicação;

45.16. Alterações sociais negativas ocasionadas por suas atividades/instalações;

45.17. Outros motivos.

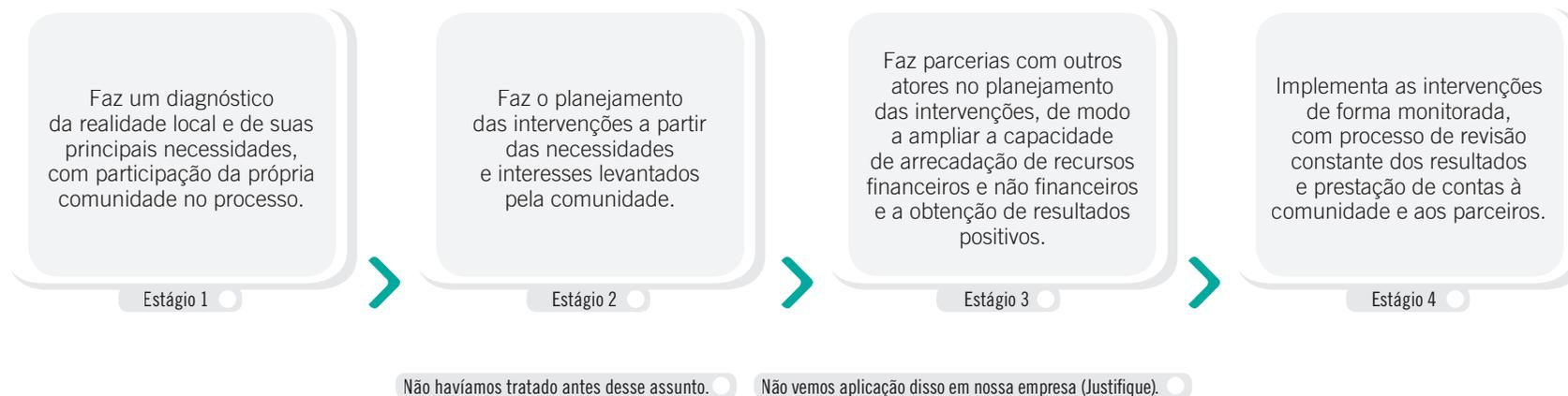
Sim Não



Indicador 46: **Desenvolvimento da Comunidade Local**

ISO 26000 – Item 6.8; GRI – Parte 2: Engajamento dos *Stakeholders*: 4.14 e 4.17; Sociedade (SO) – Aspecto: Comunidades Locais

Como forma de contribuir para o desenvolvimento da comunidade local, a empresa:



Informações adicionais

A empresa faz intervenções com o propósito de:

46.1. Melhorar as condições de geração de renda e riqueza da comunidade.

46.2. Melhorar as condições de saúde da comunidade.

46.3. Melhorar as condições de educação da comunidade.

46.4. Capacitar a comunidade e aumentar a geração de empregos locais.

46.5. Ampliar o acesso da comunidade a tecnologias e ao desenvolvimento tecnológico.

A empresa:

46.6. Alinha as intervenções comunitárias com suas estratégias de negócio.

46.7. Ajuda a conservar e preservar o patrimônio cultural local, principalmente onde as atividades da empresa possam ter ou tenham impactos negativos sobre ele.

46.8. Contribui com programas e parcerias duradouras que deem suporte aos membros da comunidade, principalmente os menos favorecidos e vulneráveis, para criar negócios e cooperativas, melhorar a produtividade e promover o empreendedorismo.

46.9. Promove iniciativas ou fortalece a capacidade e oportunidade dos fornecedores locais para contribuir com cadeias de valor.

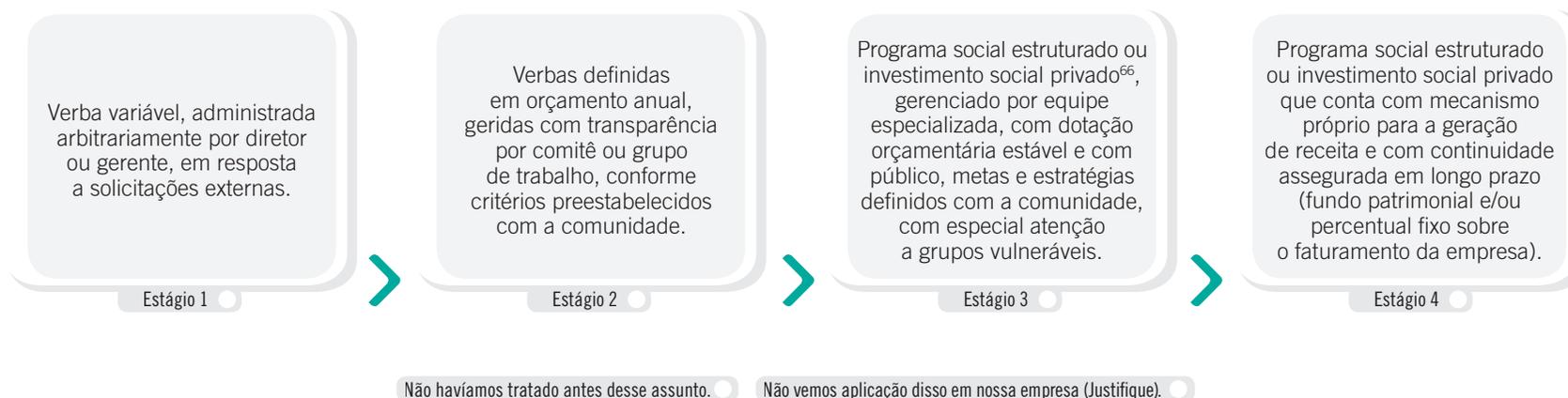
46.10. Promove ações que integrem e organizem catadores de materiais recicláveis nas ações que envolvam o fluxo de resíduos sólidos.

Sim Não

Indicador 47: **Gestão das Ações Sociais**

ISO 26000 – Item 6.8.9; GRI – Parte 2: Compromissos com Iniciativas Externas: 4.11 e 4.13; Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas

A ação social da empresa é baseada em:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
47.1. Inclui a ação social e seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.2. Investe em ações sociais considerando seu ramo de atuação e suas estratégias de negócio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.3. Possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outras partes interessadas a fazer doações financeiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.4. Estabelece parcerias com outras organizações, incluindo governo, empresas ou organizações da sociedade civil, de modo a maximizar sinergias e usar recursos complementares, conhecimentos e habilidades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.5. Utiliza especialistas no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.6. Planeja sua ação social visando maximizar seu impacto a longo prazo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.7. Otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou com a participação de órgãos públicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.8. Tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social, monitorando-a por meio de indicadores de desempenho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.9. Utiliza os incentivos fiscais para deduzir ou descontar dos impostos os valores relativos a doações e patrocínios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.10. Divulga internamente os projetos que apoia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
47.11. Autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário de empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quanto à governança da ação social, a empresa:

47.12. Possui um conselho ou comitê misto, com membros de diferentes áreas da empresa ou do grupo empresarial e membros da sociedade credenciados para tratar do(s) tema(s) em que atua.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
--	-----------------------	-----------------------

Segundo Eixo de Avaliação
**AVALIAÇÃO DOS
TEMAS CENTRAIS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Tema
COMUNIDADE E SOCIEDADE

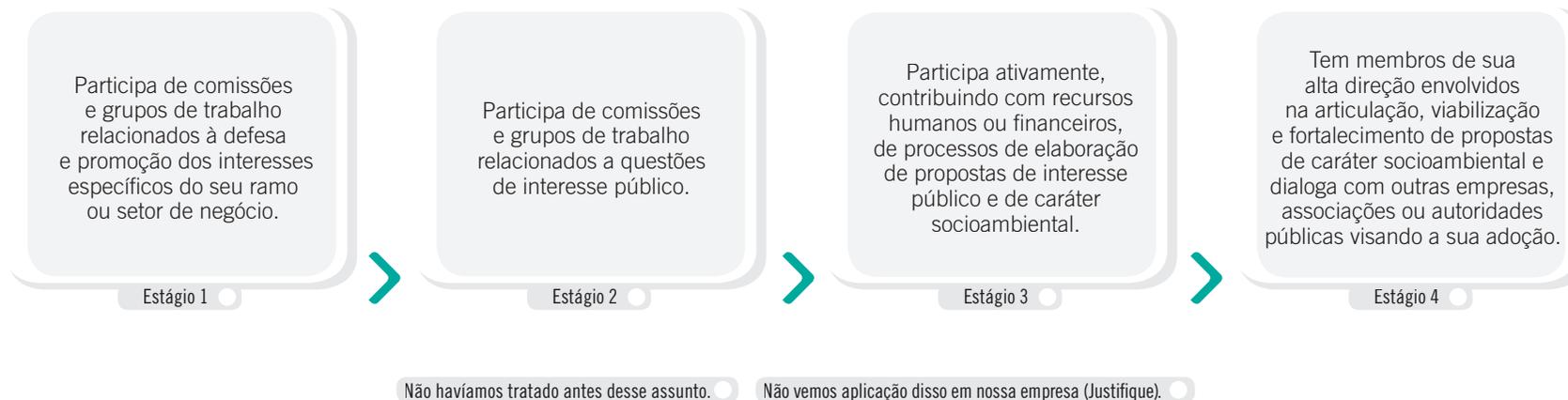
SUBTEMA
**RELAÇÕES COM
A SOCIEDADE**

	2009	2010	2011
47.13. Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais, nem tributos, nem benefícios empregatícios):			
47.14. Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em produtos e serviços:			
47.15. Percentual do total destinado à ação social correspondente a doações em espécie:			
47.16. Percentual do total destinado à ação social correspondente a investimentos em projeto social próprio:			
47.17. Percentual do total destinado à ação social correspondente à publicidade:			
47.18. Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade:			
47.19. Quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa para trabalho voluntário de empregados:			

Indicador 48: Liderança e Influência Social

ISO 26000 – Item 6.6.1.2; GRI – Parte 2 – Compromissos com Iniciativas Externas: 4.11 e 4.13; Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas

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



Informações adicionais

A empresa:

48.1. Patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público.

Sim Não



48.2. 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.



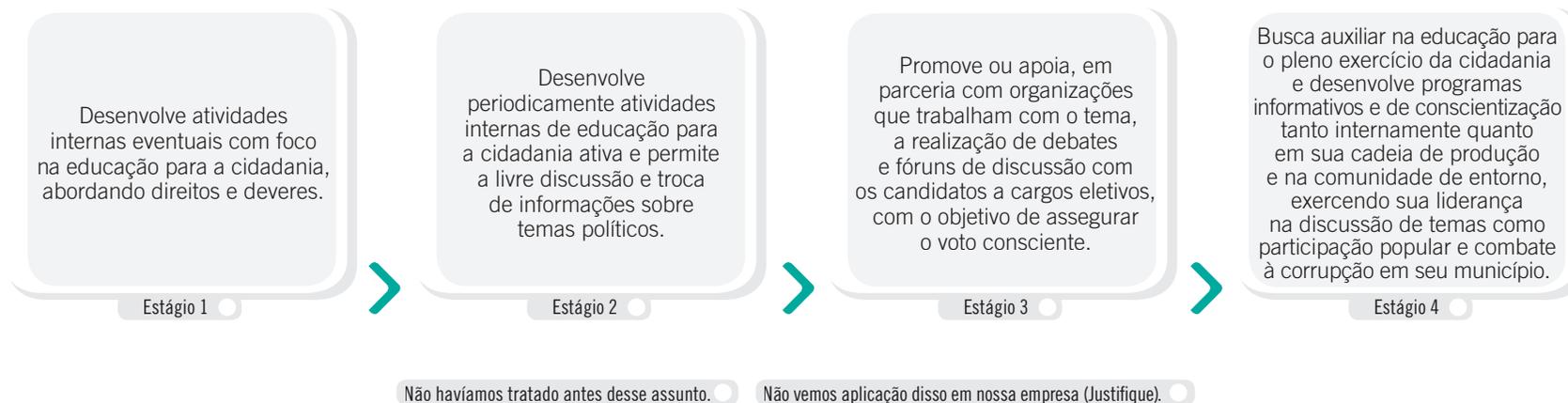
48.3. Estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica.



Indicador 49: Apoio ao Exercício da Cidadania⁶⁷

ISO 26000 – Item 6.6.4; GRI – Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Avaliação.

Em relação ao seu papel no apoio ao exercício da cidadania, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

49.1. Estimula seus empregados a avaliar e controlar a atuação dos eleitos.

49.2. Promove ações ou apoia projetos que auxiliem no controle e avaliação dos Legislativos e Executivos federais, estaduais e municipais.

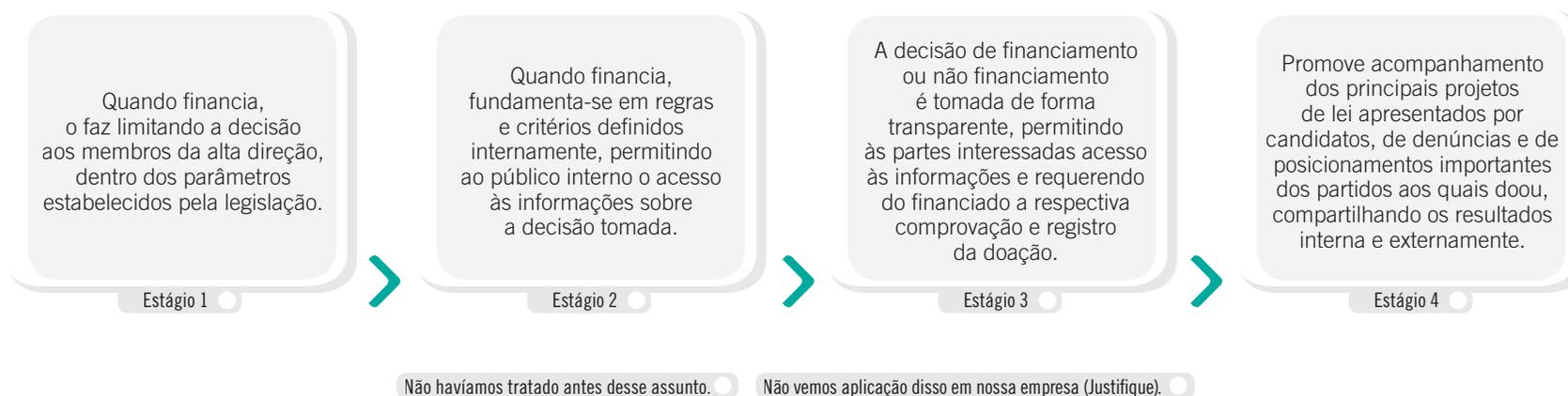
Sim Não



Indicador 50: Contribuições para Campanhas Políticas⁶⁸

ISO 26000 – Item 6.6.4.2; GRI – Sociedade (SO) – Aspecto: Políticas Públicas

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



Informações adicionais

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

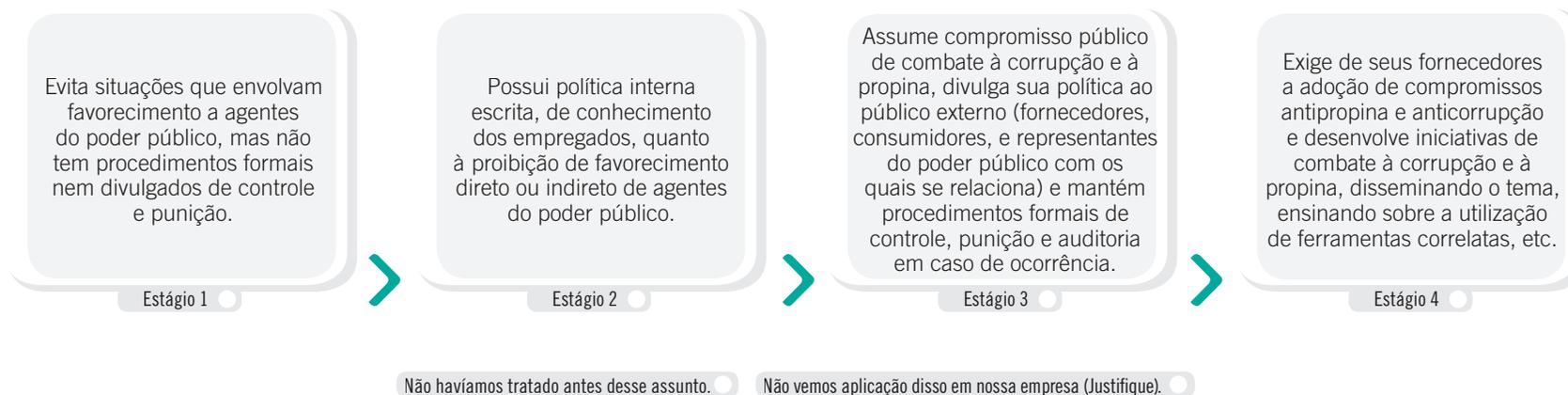
Sim **Não**



Indicador 51: **Práticas Anticorrupção e Antipropina**⁶⁹

ISO 26000 – Item 6.6.3; GRI – Sociedade (SO) – Aspectos: Corrupção, Políticas Públicas, Concorrência Desleal e Conformidade

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



Informações adicionais

A empresa:

- 51.1. 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.
- 51.2. Prevê medidas punitivas aos empregados envolvidos no favorecimento a agentes do poder público.
- 51.3. Possui política explícita de não apoio e não participação em relação a processos que objetivem a manipulação de editais de concorrência (públicos ou privados).

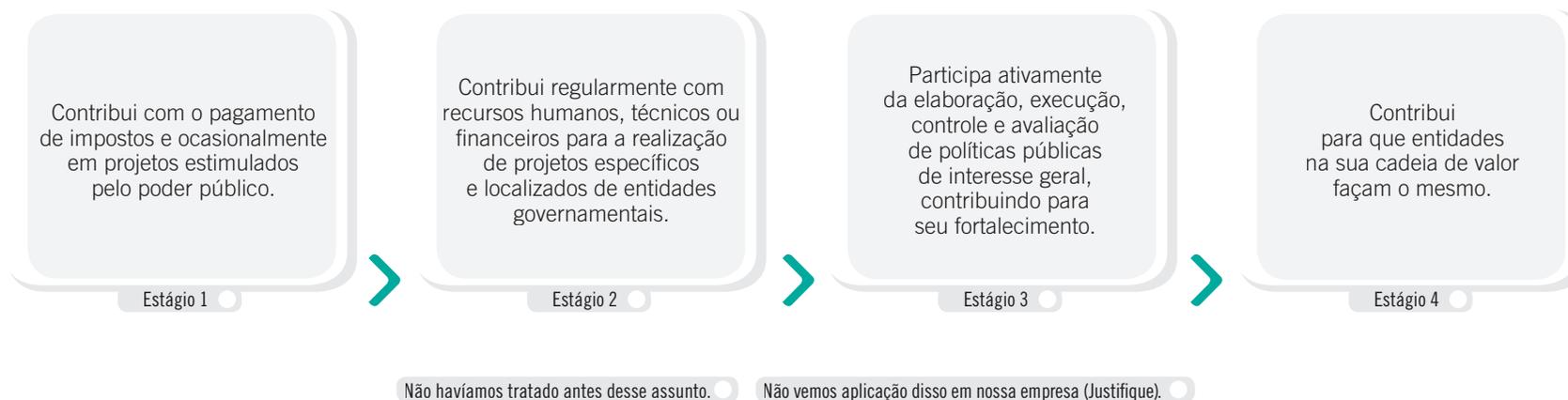
Sim Não

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 52: **Participação no Desenvolvimento de Políticas Públicas**

ISO 26000 – Itens 6.8.2, 6.8.6, 6.8.8 e Box 13; GRI – Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas

Em seu envolvimento no desenvolvimento de políticas públicas, a empresa:



Informações adicionais

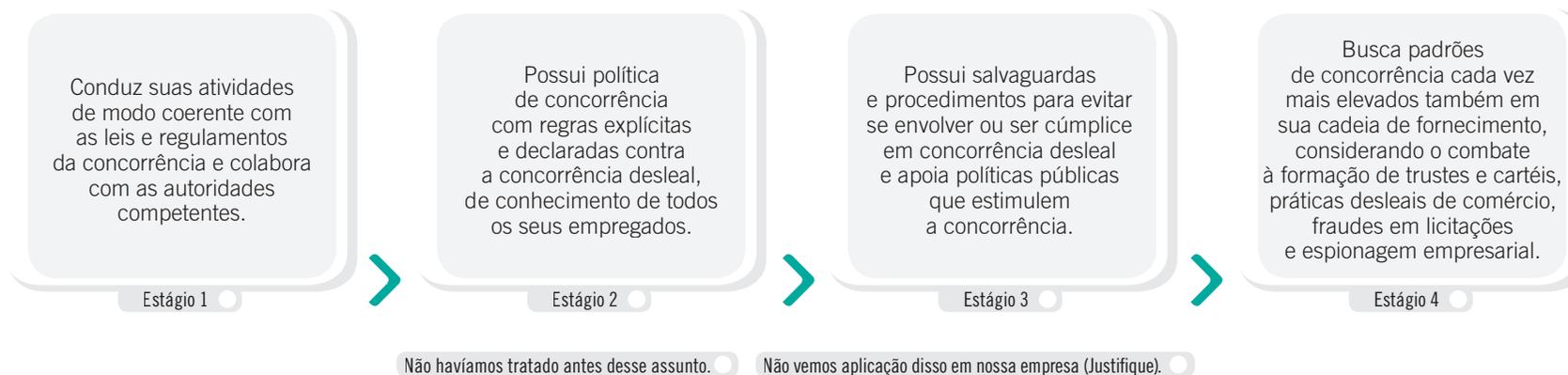
A empresa:

	Sim	Não
52.1. Mantém relações transparentes com autoridades da administração municipal e com políticos, isentas de suborno ou influência indevida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.2. Adota ou desenvolve parceria com organismos públicos visando a objetivos como melhora da assistência social ou da infraestrutura, erradicação do trabalho infantil e/ou o trabalho forçado, incentivo à geração de renda e/ou de emprego, promoção da segurança alimentar, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.3. Promove e apoia a educação em todos os níveis e se engaja em ações de melhoria da qualidade e acesso à educação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.4. Possui iniciativas que apoiem o acesso duradouro e universal a serviços essenciais de saúde e a água limpa e saneamento adequado como forma de prevenir doenças.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.5. Apoia projetos relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.6. Apoia o desenvolvimento de projetos baseados na Agenda 21.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
52.7. Articula e coordena parcerias nos programas de que participa para maximizar os resultados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 53: Concorrência Leal

ISO 26000 – Itens 6.6.5, 6.6.7.2 e 6.7.3; GRI – Sociedade (SO) – Aspectos: Corrupção, Concorrência Desleal; Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing e Conformidade

Quanto às políticas de concorrência leal, a empresa:



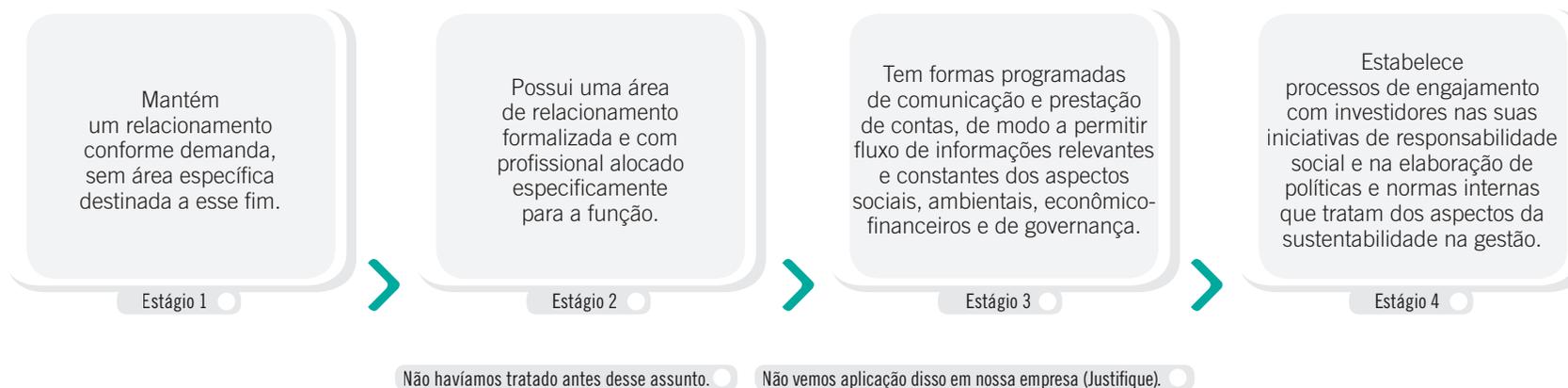
Informações adicionais

	Sim	Não
53.1. Os princípios em relação à concorrência leal constam no código de conduta e/ou na declaração de valores da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa:		
53.2. Expõe publicamente, e com frequência, seus princípios em relação à concorrência (por exemplo, por meio de seu website, de material institucional, do relatório anual, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.3. Possui política de não utilização da demonstração dos defeitos ou deficiências dos produtos ou serviços dos concorrentes para promover seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.4. Possui política sobre concorrência desleal que abrange a cadeia produtiva da empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A política sobre concorrência desleal aborda os seguintes itens:		
53.5. Pirataria;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.6. Sonegação fiscal;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.7. Contrabando;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.8. Adulteração de produtos ou marcas;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.9. Falsificação de produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa:		
53.10. Nos últimos três anos foi investigada por prática de concorrência desleal pelos órgãos de defesa da concorrência (Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Secretaria de Direito Econômico e Secretaria de Acompanhamento Econômico - SEAE).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.11. Nos últimos três anos foi condenada por prática de concorrência desleal pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
53.12. Nos últimos três anos foi denunciada por órgãos como Anvisa, Ipem, Idec, Inmetro, Procon, entre outras organizações governamentais ou da sociedade civil, por irregularidades em seus processos, serviços ou produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indicador 54: **Relações com Investidores**

ISO 26000 – Princípio 4.3 e Item 5.3.3; GRI – Parte 2 – Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4 e Engajamento dos *Stakeholders*: 4.17

Quanto às políticas de relacionamento com investidores, a empresa:



Informações adicionais

A empresa:

	Sim	Não
54.1. Reporta informativos periódicos, verificados externamente, relatando seu desempenho econômico-financeiro, ambiental, social e em governança corporativa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.2. Incentiva seus investidores a adotar formas e critérios socioambientais para investimentos responsáveis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.3. Recomenda a seus investidores a adoção dos Princípios para o Investimento Responsável (PRI) ⁷⁰ , da ONU.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.4. Recomenda a seus investidores a adoção dos Princípios do Equador ⁷¹ .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.5. Apresenta em seu portfólio de negócios informações específicas para atrair e receber investidores que priorizam o investimento responsável (Responsible Investment).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.6. Desenvolve todos os seus novos negócios adequados a exigências e critérios socioambientais, com fins de atrair investidores diferenciados e preocupados com as questões da sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
54.7. Quando oferece ações a seus funcionários, realiza treinamentos para apresentar o mercado de capitais e seu funcionamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

²⁰ De acordo com o *Relatório Oficial sobre Governança Corporativa na América Latina*, da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), “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, ver o *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa* e o *Guia de Sustentabilidade para as Empresas*, ambos do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), em www.ibgc.org.br.

²¹ Neste Indicador, o termo “Conselho” se refere a um Conselho de Administração ou a um Conselho Consultivo. Ver *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa* do IBGC, capítulo 2, item 2.27.

²² Um exemplo de questões às quais a empresa deve estar atenta é a não aquisição de atividades nem investimento naquelas que empreguem trabalho infantil ou submetam seus empregados a condições impróprias de saúde e segurança, ou sejam 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 tida 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.

²³ O conselheiro independente caracteriza-se por:

- Não ter nenhum vínculo com a organização, exceto participação não relevante no capital. Essa participação depende da estrutura acionária da companhia. Um conselheiro que tenha mais incentivos para agir como acionista do que como conselheiro pode ter sua independência comprometida.
- Não ser sócio controlador, membro do grupo de controle ou de outro grupo com participação relevante, cônjuge ou parente até segundo grau destes ou ligado a organizações relacionadas ao sócio controlador;
- Não estar vinculado por acordo de acionistas/cotistas;
- Não ter sido empregado ou diretor da organização (ou de suas subsidiárias) há, pelo menos, três anos;
- Não ser ou ter sido, há pelo menos três anos, conselheiro de organização controlada. Essa recomendação não se aplica a conselheiro independente de empresa controlada.
- Não estar fornecendo, comprando ou oferecendo (negociando), direta ou indiretamente, serviços e/ou produtos a organização em escala relevante para o conselheiro ou a organização;
- Não ser cônjuge ou parente até segundo grau de algum diretor ou gerente da organização;
- Não receber outra remuneração da organização, além dos honorários de conselheiro (dividendos oriundos de participação não relevante no capital estão excluídos dessa restrição);
- Não ter sido sócio, nos últimos três anos, de firma de auditoria que audite ou tenha auditado a organização nesse mesmo período;
- Não ser membro de entidade sem fins lucrativos que receba recursos financeiros significativos da organização ou de suas partes relacionadas;
- Manter-se independente em relação ao diretor-presidente. O conselheiro de uma empresa A que seja diretor-presidente da empresa B deixa de ser independente, quando o diretor-presidente da empresa A também é conselheiro da empresa B.
- Não depender financeiramente da remuneração da organização.

²⁴ “Podem ser consideradas situações de risco para os direitos humanos: conflito ou extrema instabilidade política, falência do sistema democrático ou judiciário, ausência de direitos políticos e outros direitos civis; pobreza, seca, graves desafios à saúde ou desastres naturais; envolvimento com atividades extrativas ou outras atividades que possam afetar significativamente recursos naturais, como água, florestas ou a atmosfera, ou perturbar comunidades; proximidade das operações com comunidades de povos indígenas; atividades que possam afetar ou envolver crianças; uma cultura de corrupção; cadeias de valor complexas que envolvam trabalho informal sem proteção legal; e necessidade de medidas intensivas para garantir a segurança das instalações ou de outros patrimônios (ABNT NBR ISO 26000, item 6.3.4. página 26).

²⁵ Segundo o “Relatório do Secretário-Geral sobre Direitos Humanos e Empresas, John Ruggie”, as situações de direitos humanos são dinâmicas e, por essa razão, é preciso que avaliações sobre impactos em direitos humanos sejam realizadas em intervalos regulares, “antes do estabelecimento de uma nova atividade ou relacionamento, antes de maiores decisões ou mudanças de operação (por exemplo, entrada de mercado, lançamento de produto, mudança de política, ou maiores mudanças no negócio), em resposta ou antecipação a mudanças no local de operação (por exemplo, aumento de tensões sociais), e periodicamente, ao longo da duração de uma atividade ou relacionamento”.

²⁶ Para saber mais, consultar o relatório *Ruggie Report* em <http://www.business-humanrights.org/Documents/RuggieHRC2009>.

²⁷ Para mais informações sobre temas relacionados ao trabalho, visite o site www.dieese.org.br, do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese).

²⁸ 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.

²⁹ A Constituição Federal considera o racismo crime inafiançável e imprescritível. A Lei nº 7.716/89, atualizada pela Lei nº 9.459/97, 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”.

³⁰ Sobre esses assuntos, veja as edições 2003, 2005, 2007 e 2010 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.

³¹ Sobre o tema, veja os 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.

³² A Social Accountability 8000 (SA8000) é a primeira norma voltada à 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.

³³ A norma BS 8800, criada pela British Standards Institution (BSI), trata de 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.

³⁴ 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.

- ³⁵ De acordo com a Lei nº 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.
- ³⁷ Classificação de acordo com a Lei nº 11.274, de 6 de fevereiro de 2006, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, dispondo sobre a duração de nove anos para o ensino fundamental.
- ³⁸ 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.
- ³⁹ 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.
- ⁴⁰ Situação no momento do levantamento.
- ⁴¹ 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 pelo cumprimento de todas as leis vigentes. Produtos intermediários ou finais que utilizam matéria-prima florestal com o selo FSC para a 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.
- ⁴² Como exemplo: Código Sanitário de Animais Terrestres da Organização Mundial de Saúde Animal (OIE), capítulo 7 – “Bem-estar animal”, e ABNT ISO 10993-2:2006.
- ⁴³ Como Convenção de Roterdã, produtos químicos e pesticidas perigosos definidos pela OMS, Convenção de Estocolmo/PNUMA, Protocolo de Montreal/PNUMA, etc.
- ⁴⁴ Lei nº. 12.305/10.
- ⁴⁵ A Convenção de Basiléia sobre o Controle de Movimentos Transfronteiriços de Resíduos Perigosos e seu Depósito foi promulgada pelo governo brasileiro e determina que o transporte de resíduos perigosos e outros resíduos seja reduzido ao mínimo compatível com a administração ambientalmente saudável e eficaz desses resíduos e seja efetuado de maneira a proteger a saúde humana e o meio ambiente dos efeitos adversos que possam resultar desse movimento. Mais informações podem ser encontradas em www.mma.gov.br.
- ⁴⁶ Gases de Efeito Estufa, conforme definidos pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).
- ⁴⁷ Como a iniciativa Carbon Disclosure Project (www.cdpproject.net) ou o Programa Brasileiro GHG Protocol (www.ghgprotocolbrasil.com.br).
- ⁴⁸ Segundo o Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo (IB/USP), o termo “serviços do ecossistema” refere-se ao subconjunto de funções do ecossistema úteis aos seres humanos. Devido às constantes interferências humanas na biosfera, torna-se urgente estudar com maior profundidade os serviços de ecossistemas e desenvolver ferramentas para seu gerenciamento. Muitas dessas funções são críticas à nossa sobrevivência, tais como: a manutenção da fertilidade do solo, a regulação do clima, a purificação do ar, a fotossíntese e regulação dos níveis do gás carbônico, o controle natural de pragas, a polinização em culturas, o fornecimento de bens do ecossistema, como alimento, madeira e água fresca, entre outros. Mais informações em www.ib.usp.br.
- ⁴⁹ 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 descartados como lixo por seus usuários. Mais informações em www.cecae.usp.br/recicla/ ou em www.cempre.org.br.
- ⁵⁰ 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 em função de sua responsabilidade social. Para saber mais, acesse o site do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente (www.akatu.net).
- ⁵¹ 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/prgativ/in_focus/trab_esc.php.
- ⁵² 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>.
- ⁵³ Veja o manual do Instituto Ethos Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas, disponível em www.ethos.org.br

⁵⁴ “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.

⁵⁵ 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 começam pelos fornecedores que podem oferecer mais riscos, os considerados críticos para o negócio. Também é possível iniciar o processo por compras esporádicas, por exemplo.

⁵⁶ 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.

⁵⁷ 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.

⁵⁸ 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.

⁵⁹ A FLO (Fair Trade Labelling Organizations) é uma organização internacional que certifica produtos de comércio justo.

⁶⁰ A ABNT NBR16001 é a norma brasileira de responsabilidade social, publicada em 2004. Conheça a norma em www.abnt.org.br.

⁶¹ Diretrizes das Nações Unidas para Proteção do Consumidor, Documento da ONU nº A/C.2/54/L.29. 1999.

⁶² Segundo o Instituto Alana, responsável pelo projeto Criança & Consumo (www.criancaconsumo.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 infante-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.

⁶³ 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.

⁶⁴ Referimo-nos aqui ao princípio kantiano de só fazer aos outros aquilo que fariam a si mesmos.

⁶⁵ Comunidade do entorno é entendida como formada por assentamentos residenciais ou outros atores sociais localizados em áreas próximas das instalações da empresa ou que estejam dentro de sua área de impacto.

⁶⁶ 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.

⁶⁷ 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”.

⁶⁸ 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.

⁶⁹ 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 em seu relacionamento com os poderes públicos. Para aderir ao Pacto, vá ao site www.empresalimpa.org.br.

⁷⁰ The Principles for Responsible Investment das Nações Unidas, em www.unpri.org

⁷¹ Informações detalhadas sobre os Princípios do Equador podem ser encontradas em: <http://www.equator-principles.com/>

Correlações entre os Indicadores Ethos – 3ª Geração – Versão Intermediária para Aplicação-Piloto, Norma ABNT NBR ISO 26000 e Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade GRI

Apresentamos a seguir um resumo dos itens da Norma ABNT NBR ISO 26000 e das Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade GRI incorporados à versão intermediária para aplicação-piloto dos **Indicadores Ethos – 3ª Geração**. Mais análises de correlação poderão ser encontradas em www.ethos.org.br/indicadores.

	Norma ABNT NBR ISO 26000	GRI G3.1
Primeiro Eixo de Avaliação		
AVALIAÇÃO DA GESTÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL		
Indicador 01: Princípios da Responsabilidade Social	Item 4.1, Princípios 4.2, 4.3, 4.5, 4.6, 4.7 e 4.8	Parte 2: Estratégia e análise: 1.1 e 1.2 Forma de Gestão: todas as categorias relevantes
Indicador 02: Comportamento Ético	Princípios 4.4 e 4.7	Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.1 a 4.10
Indicador 03: Delimitação da Esfera de Influência	Itens 5.2.3 e 7.3.3	Parte 1: Princípio Abrangência
Indicador 04: Determinação da Relevância e Significância	Itens 5.2.2 e 7.3.2	Parte 1: Princípio Materialidade
Indicador 05: Estabelecimento de Prioridades	Item 7.3.4	Parte 2: Parâmetros para o relatório: 3.5
Indicador 06: Due Diligence	Itens 2.4 e 7.3.1	
Indicador 07: Práticas para Integrar a Responsabilidade Social na Gestão	Itens 7.1 e 7.4	Estratégia e análise: 1.1 e 1.2 Forma de Gestão: todas as categorias relevantes
Indicador 08: Análise e Aprimoramento da Gestão	Item 7.7	Estratégia e análise: 1.1 e 1.2 Forma de Gestão: todas as categorias relevantes
Indicador 09: Participação em Iniciativas Voluntárias	Item 7.8	Parte 2: Compromissos com Iniciativas Externas (Itens 4.11 e 4.13)
Indicador 10: Engajamento das Partes Interessadas: etapa de planejamento	Característica 3.3.3, Princípio 4.5 e Item 5.3.2	Parte 2: Engajamento dos <i>Stakeholders</i> (Itens 4.1 e 4.17)
Indicador 11: Engajamento das Partes Interessadas: etapa de implementação	Característica 3.3.3, Princípio 4.5, Itens 5.3.3 e 7.6.3	Parte 1: Princípio Inclusão dos <i>Stakeholders</i> e Parte 2: Engajamento dos <i>Stakeholders</i> (Itens 4.14 e 4.17)
Indicador 12: Comunicação com Responsabilidade Social	Itens 7.5 e 7.6	
Indicador 13: Relatórios de Sustentabilidade	Item 7.6.2 e Box 15	Parte 1: Definição de Conteúdo, Qualidade e Limite do Relatório (Itens 1.1 e 1.3)

Segundo Eixo de Avaliação AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL		
Indicador 14: Governança Corporativa	Item 6.2	Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento (4.1 e 4.10) Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades
Indicador 15: Direitos Humanos na Empresa	Princípio 4.8 e Item 6.3	Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra, Não Discriminação, Trabalho Infantil, Práticas de Segurança, Avaliação e Remediação
Indicador 16: Relações com Sindicatos	Itens 6.3.10.3, 6.4.4.2 e 6.4.5	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Relações entre os Trabalhadores e a Governança
Indicador 17: Valorização da Diversidade	Itens 6.3.7 e 6.3.10.2	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Não Discriminação e Remediação
Indicador 18: Compromisso com a Equidade e Não Discriminação Racial	Itens 6.3.7 e 6.3.10	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Diversidade e Igualdade de Oportunidades; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Não Discriminação e Remediação
Indicador 19: Compromisso com a Promoção da Equidade de Gênero	Itens 6.3.7 e 6.3.10	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Saúde e Segurança no Trabalho, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades e Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Não Discriminação
Indicador 20: Compromisso com a Gestão Participativa	Princípio 4.3, Itens 5.3.3, 6.4.5 e 7.6.3	Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4 Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Treinamento e Educação
Indicador 21: Relação com Trabalhadores Terceirizados, Temporários ou Parciais	Item 6.4.3.2	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança, Saúde e Segurança no Trabalho, Treinamento e Educação, Diversidade e Igualdade de Oportunidades e Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens
Indicador 22: Política de Remuneração, Benefícios e Carreira	Item 6.4.4.2	Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4 Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança e Treinamento e Educação
Indicador 23: Cuidados com Saúde, Segurança, Higiene e Condições de Trabalho	Item 6.4.4.2 e 6.4.6.2	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Saúde e Segurança no Trabalho
Indicador 24: Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade	Item 6.4.7	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Treinamento e Educação e Diversidade e Igualdade de Oportunidades
Indicador 25: Comportamento frente a Demissões	Item 6.4.3	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego, Relações entre os Trabalhadores e a Governança e Treinamento e Educação
Indicador 26: Preparação para a Aposentadoria	Item 6.4.4.1	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego e Treinamento e Educação



	Norma ABNT NBR ISO 26000	GRI G3.1
Segundo Eixo de Avaliação		
AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL		
Indicador 27: Compromisso com o Futuro das Crianças	Item 6.3.10.3 e Box 7	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspecto: Emprego; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Trabalho Infantil
Indicador 28: Compromisso com o Desenvolvimento Infantil	Item 6.4.4	Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Emprego e Saúde e Segurança no Trabalho
Indicador 29: Política Ambiental	Itens 6.5.2.2 e 6.5.6.2	Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Produtos e Serviços em Geral
Indicador 30: Sistema de Gestão Ambiental	Item 6.5.1.2	Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Produtos e Serviços em Geral
Indicador 31: Adoção de Medidas de Mitigação e Compensação	Itens 6.5.1.1, 6.5.2.1 e 6.5.2.2	Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Conformidade e Produtos e Serviços
Indicador 32: Prevenção da Poluição	Itens 6.5.3, 6.5.4 e 6.5.5	Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos
Indicador 33: Uso Sustentável de Recursos	Itens 6.5.4 e 6.5.6.2	Desempenho Ambiental (EN) – Aspectos: Energia, Água e Emissões, Efluentes e Resíduos
Indicador 34: Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas	Itens 6.5.5 e 6.5.6	Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Emissões, Efluentes e Resíduos
Indicador 35: Compromisso com a Proteção da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais	Item 6.5.6	Desempenho Ambiental (EN) – Aspecto: Biodiversidade
Indicador 36: Educação e Conscientização Ambiental	Itens 6.6.6 e 6.5.2.2	Desempenho Ambiental (EN) – Forma de Gestão
Indicador 37: Parceria na Seleção e Avaliação de Fornecedores	Item 6.6.6.2	Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra e Práticas de Segurança
Indicador 38: Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva	Item 6.6.6.2	Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo
Indicador 39: Comunicação Estruturada com Fornecedores	Itens 5.3.3, 6.6 e 7.6.3	Engajamento dos <i>Stakeholders</i> : 4.14 e 4.17
Indicador 40: Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	Item 6.6.6	
Indicador 41: Estratégia de Comunicação Comercial	Itens 6.7.1.2, 6.7.3.2, 6.7.9.2 e Box 11	Parte 2: Estratégia e análise: 1.1 e 1.2; Direitos Humanos (HR) – Aspectos: Práticas de Investimento e de Processos de Compra e Não Discriminação; Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade
Indicador 42: Gestão do Relacionamento com o Consumidor	Itens 6.7.6.2 e 6.7.7.2	Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade

Segundo Eixo de Avaliação AVALIAÇÃO DOS TEMAS CENTRAIS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL		
Indicador 43: Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços	Itens 6.7.2.1 e 6.7.4	Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing, Privacidade do Cliente e Conformidade
Indicador 44: Educação para o Consumo Sustentável	Item 6.7.5	Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Saúde e Segurança do Cliente, Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing
Indicador 45: Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno	Itens 6.8.3 e 6.8.4	Parte 2: Engajamento dos <i>Stakeholders</i> : 4.14 e 4.17; Desempenho Econômico (EC) – Aspectos: Presença no Mercado e Impactos Econômicos Indiretos; Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (LA) – Aspectos: Treinamento e Educação; Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Direitos dos Indígenas; Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais, Políticas Públicas e Conformidade
Indicador 46: Desenvolvimento da Comunidade Local	Item 6.8	Parte 2: Engajamento dos <i>Stakeholders</i> : 4.14 e 4.17 Sociedade (SO) – Aspecto: Comunidades Locais
Indicador 47: Gestão das Ações Sociais	Item 6.8.9	Parte 2: Compromissos com Iniciativas Externas: 4.11 e 4.13 Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas
Indicador 48: Liderança e Influência Social	Item 6.6.1.2	Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas
Indicador 49: Apoio ao Exercício da Cidadania	Item 6.6.4	Direitos Humanos (HR) – Aspecto: Avaliação
Indicador 50: Contribuições para Campanhas Políticas	Item 6.6.4.2	Sociedade (SO) – Aspecto: Políticas Públicas
Indicador 51: Práticas Anticorrupção e Antipropina	Item 6.6.3	Sociedade (SO) – Aspectos: Corrupção; Políticas Públicas, Concorrência Desleal e Conformidade
Indicador 52: Participação no Desenvolvimento de Políticas Públicas	Itens 6.8.2, 6.8.6, 6.8.8 e Box 13	Sociedade (SO) – Aspectos: Comunidades Locais e Políticas Públicas
Indicador 53: Concorrência Leal	Itens 6.6.5, 6.6.7.2 e 6.7.3	Sociedade (SO) – Aspectos: Corrupção, Concorrência Desleal; Responsabilidade pelo Produto (PR) – Aspectos: Rotulagem de Produtos e Serviços, Comunicações de Marketing e Conformidade
Indicador 54: Relações com Investidores	Princípio 4.3 e Item 5.3.3	Parte 2: Governança, Compromissos e Engajamento: 4.4 e Engajamento dos <i>Stakeholders</i> : 4.17

- ABNT NBR ISO 26000. Diretrizes sobre Responsabilidade Social. Rio de Janeiro, 2010.
- BM&F BOVESPA. Índice de Sustentabilidade Empresarial. São Paulo, 2010.
- BRASIL. Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009. Política Nacional de Mudanças Climáticas.
- _____. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Política Nacional de Resíduos Sólidos.
- _____. Leis e portarias do Sistema de Proteção à Concorrência, em especial a Portaria do Ministério da Justiça nº 456/2010, que regulamenta poderes investigativos da Secretaria de Direito Econômico (SDE).
- CARBON DISCLOSURE PROJECT – FÁBRICA ÉTHICA BRASIL. Relatório 2010 Brasil. São Paulo, 2010.
- CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Guia de Comunicação e Sustentabilidade. Rio de Janeiro, 2009.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE ANIMAL. Código Sanitário para Animais Terrestres (OIE), capítulo 7.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade. Amsterdã, 2006.
- _____. GRI & ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000. Amsterdã, 2010.
- _____. Sustainability Reporting Guidelines. Amsterdã, 2011.
- _____. Caminhos: Ciclo Preparatório para Elaboração de Relatório de Sustentabilidade da GRI: Manual para pequenas (e nem tão pequenas) organizações. Amsterdã, 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (4ª ed.), 2009.
- _____. Guia de Sustentabilidade para as Empresas, 2007.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável. São Paulo, 2011.
- _____. Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas – Reflexões e Sugestões. São Paulo, 2000.
- _____. Instituto Observatório Social, Organização Internacional do Trabalho & Repórter Brasil. Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo. São Paulo, 2005.
- _____. Patri – Relações Governamentais e Políticas Públicas, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime (UNODC) e Comitê Brasileiro do Pacto Global. Pacto Nacional Empresarial pela Integridade e Combate à Corrupção. São Paulo, 2006.
- _____. Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade. São Paulo, 2000.
- _____. O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher. São Paulo, 2004.
- _____. O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial, 2006.
- _____. Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e Suas Ações Afirmativas. São Paulo, 2006.
- _____. Como as Empresas Podem Investir na Saúde da Mulher. São Paulo, 2000.
- _____. O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência. São Paulo, 2002.
- _____. O Compromisso das Empresas com o Alfabetismo Funcional. São Paulo, 2006.
- _____. Como Fortalecer a Responsabilidade Social nas Relações entre Grandes e Pequenas Empresas. São Paulo, 2004.
- INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION. Princípios do Equador. Londres, 2006.
- ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Relatório Oficial sobre Governança Corporativa na América Latina, disponível em <http://www.oecd.org/dataoecd/49/50/24277169.pdf>.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor, docto. da ONU nº A/C.2/54/L.24, 1999.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE. Princípios para o Investimento Responsável (PRI). Nova York, 2006.



Realização

I N S T I T U T O
ETHOS
DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Patrocínio



Apoio



Parceiros Institucionais



Parceiro Estratégico

