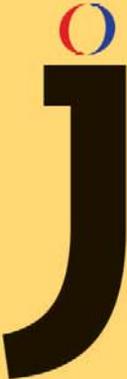


Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial

 **Rede
Ethos
de Jornalistas**
Empresas e
Responsabilidade Social

5ª edição

INSTITUTO
ETHOS

Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial

é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos jornalistas.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85 – 10º andar – Pinheiros

05423-040 – São Paulo – SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

Visite o nosso site: www.ethos.org.br

Rede Ethos de Jornalistas

www.ethos.org.br/rej

Coordenação: Patrícia Saito

Patrocínio

Basf, Instituto Algar, Itaú, Natura, Novartis e Petrobras

Apoio

Maxpress Mailing de Imprensa

Texto da 1ª edição

Fernando Pachi e Nelmara Arbex

Revisão da 5ª edição

Fátima Cardoso e Patrícia Saito (Rede Ethos de Jornalistas)

Colaboradores do Instituto Ethos

Emílio Martos, Maria Cristina Bumachar (captação de patrocínio) e Paulo Itacarambi

Projeto e produção gráfica

Planeta Terra Design

Versão on-line

São Paulo, junho de 2007.

Permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia, por escrito, 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, nem autorizamos ou credenciamos 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 empresa (associada ou não) ou qualquer outra entidade utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito. Caso tenha dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos pela seção "Fale Conosco" do site do Instituto Ethos www.ethos.org.br.

A REDE ETHOS DE JORNALISTAS

O Instituto Ethos, por meio da Rede Ethos de Jornalistas, mantém um programa de capacitação de profissionais de veículos de comunicação sobre responsabilidade social das empresas. Graças ao apoio da Fundação Ford, foi possível constituir em 2000 uma rede de 112 jornalistas de todo o país. Em 2003, depois de reformularmos a área criada para esse público em nosso site (www.ethos.org.br/rej), permitimos o cadastramento de novos profissionais interessados em casos de empresas socialmente responsáveis e, atualmente, o projeto conta com mais de 900 integrantes. Além de participar de seminários de formação, esse grupo tem acesso a informações exclusivas sobre responsabilidade social das empresas, artigos, entrevistas e reportagens a respeito do tema.

Com esta publicação, que chega agora à quinta edição revista, nosso objetivo é oferecer aos profissionais de imprensa parâmetros para a cobertura do tema da responsabilidade social empresarial. Este material serve ainda de apoio a seminários realizados em todo o país, exclusivamente para jornalistas. Assim, esperamos contribuir para aprofundar a co-

bertura na área e alertar os jornalistas, bem como os veículos de comunicação, para a importância de as empresas reverem suas práticas de gestão.

A idéia de produzir uma publicação especial para jornalistas nasceu em 2000, durante os seminários de lançamento da Rede Ethos de Jornalistas, em São Paulo, Brasília, Porto Alegre e Recife, que visavam apresentar aos participantes o conceito de responsabilidade social das empresas utilizado pelo Instituto Ethos. Várias foram as sugestões de participantes para a produção dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial para jornalistas. Nestes cinco anos, constatamos estar no caminho certo. Este material já foi distribuído para cerca de 3 mil jornalistas em seminários realizados entre 2002 e 2006. Além disso, foi encaminhado para profissionais de comunicação interessados no tema, estudantes, empresas associadas e demais parceiros do Instituto Ethos.

Introdução

Os *Indicadores Ethos* são uma ferramenta que, além de possibilitar homogeneização dos conceitos de responsabilidade social empresarial, oferecem uma lista de aspectos que devem ser avaliados pela empresa se ela estiver interessada em fazer um autodiagnóstico de suas práticas. Assim, os *Indicadores Ethos* têm cumprido um papel fundamental ao colocar claramente para todos os públicos que os utilizam, dentro e fora das empresas, os aspectos que fazem parte de uma gestão socialmente responsável, permitindo uma auto-avaliação para as organizações interessadas e também a possibilidade de desenvolvimento de um método de avaliação crítica e construtiva.

A estrutura desta publicação visa responder de forma geral às seguintes perguntas:

- a) Como diferenciar casos de responsabilidade social das empresas de outros de filantropia/engajamento com a comunidade?
- b) Quais são os aspectos fundamentais que caracterizam uma empresa socialmente responsável?
- c) Quais benefícios a responsabilidade social traz para as empresas?
- d) Como usar os *Indicadores Ethos* para avaliar o compromisso de uma empresa com a responsabilidade social?

1 RSE X FILANTROPIA/AÇÃO SOCIAL

Responsabilidade social empresarial (RSE), segundo conceito adotado por uma série de instituições, como Business for Social Responsibility (BSR), Corporate Social Responsibility (CSR-Europe), Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, International Finance Corporation (IFC), Sustainability Institute, Institute of Social and Ethical Accountability, organizações pelo desenvolvimento sustentável etc., é **definida pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (stakeholders) no curto e no longo prazo**. Os públicos de relacionamento da empresa envolvem inúmeras organizações de interesse civil/social/ambiental, além daqueles usualmente reconhecidos pelos gestores – público interno, acionistas e consumidores/clientes.

A rigor, o número e os tipos de público da empresa devem ser analisados e definidos segundo o contexto em que a empresa atua ou quer atuar e conforme seu projeto de futuro. Para facilitar e generalizar o conceito, organiza-se a RSE em sete tópicos a serem explorados:

- a) Valores, transparência e governança
- b) Público interno
- c) Meio ambiente
- d) Fornecedores
- e) Consumidores/clientes
- f) Comunidade
- g) Governo e sociedade

Essa é a estrutura do conteúdo dos *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial* (versão 2006).

RSE abrange temas que vão desde códigos de ética, práticas de boa governança corporativa, compromissos públicos assumidos pela empresa, gestão e prevenção de riscos, até mecanismos anticorrupção, diversidade, apoio às mulheres e aos não-brancos, bem como a extensão desses compromissos por toda a cadeia produtiva envolvida na relação com os fornecedores.

A relação e os projetos com a comunidade ou as "benfeitorias" para o público interno constituem apenas um capítulo – fundamental e estratégico – pelo qual passa a RSE.

Aqui podemos estabelecer claramente a diferença entre RSE e filantropia/ação social/cidadania corporativa, cujo foco são os projetos para a comunidade em geral e algumas vezes iniciativas perante o público interno. Essa é a primeira distinção que um jornalista deve ser capaz de fazer. As ações sociais de uma empresa só podem ser consideradas RSE se fizerem parte de uma série de outras iniciativas que aborem todos os aspectos acima levantados (e detalhados nos *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*).

RSE está além do que a empresa
deve fazer por obrigação legal.
Cumprir a lei não faz uma empresa
ser socialmente responsável.

2 ASPECTOS QUE CARACTERIZAM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

É possível estabelecer algumas características que evidenciam uma gestão socialmente responsável.

- a) **Transparência:** divulgando informações, decisões e intenções de maneira clara e acessível a todos os públicos que se relacionam com a empresa.
- b) **Estabelecimento de compromissos públicos:** assumindo publicamente os compromissos que a empresa tem, sejam relacionados ao seu público interno, ao futuro, à manutenção de recursos naturais, à promoção da diversidade.
- c) **Envolvimento com instituições que representam interesses variados:** procurando contato e diálogo com organizações e especialistas que colaborem com a empresa para lidar com seus dilemas.
- d) **Capacidade de atrair e manter talentos:** apresentando-se como uma alternativa profissional que possa também atender aos interesses de cidadão do profissional.
- e) **Alto grau de motivação e comprometimento dos colaboradores:** envolvendo todos os colaboradores internos e fornecedores com a gestão da RSE, demonstrando coerência em seus compromissos.
- f) **Capacidade de lidar com situações de conflito:** demonstrando disposição para a investigação e o diálogo, desenvolvendo processos que previnam situações de risco, aprofundando contato com redes de organizações e formadores de opinião, usando de transparência nessas relações.
- g) **Estabelecimento de metas de curto e longo prazo:** introduzindo realmente aspectos de responsabilidade social na gestão da empresa, com todas as características que outros indicadores de performance possuem.

h) Envolvimento da direção da empresa: comprovando claramente o entendimento estratégico que tem dessas questões. Em geral, a empresa tem um ou mais colaboradores que dedicam seu tempo a questões de responsabilidade social.

Seria possível continuar essa lista, mas acreditamos que todos esses pontos estão presentes nas empresas que vêm tratando a RSE em suas gestões. Essas características podem estar bem claras e bem definidas ou é possível que existam evidências de que a organização queira desenvolvê-las.

Ao receber informações sobre responsabilidade social

Iniciativas para preservação ambiental, doações a comunidades e outros temas afins que revelam a preocupação da empresa em ampliar sua atuação na sociedade são constantemente divulgados para a imprensa. No entanto, nem sempre é fácil obter informações precisas a respeito de questões como ética, relações com fornecedores, com o governo. Boa parte das informações sobre esses temas só é obtida por meio de entrevistas com representantes da empresa. Portanto,

- tente ir além das informações contidas no material institucional;
- pergunte quais os motivos de a empresa adotar ações de responsabilidade social;
- busque no site da empresa dados que comprovem suas políticas;
- levante o máximo de informações quantitativas possível;
- não se esqueça de perguntar se as ações fazem parte de um planejamento estratégico de longo prazo e com revisões periódicas;
- procure sempre saber qual o nível de diálogo que a empresa mantém com seus públicos;
- confira os critérios de investimentos e de avaliação de resultados.

3 BENEFÍCIOS QUE A RSE TRAZ PARA A EMPRESA

a) Diminuição de conflitos

Princípios e valores ajudam a empresa a desenvolver relações sólidas com seus públicos, com base no diálogo. Processos legais que provocam aumento de custos e desgaste institucional que abalam diretamente os negócios podem ser reduzidos. Além disso, a clareza nos valores e princípios assegura o cumprimento de compromissos e negociações de interesses.

b) Valorização da imagem institucional e da marca

Práticas de responsabilidade social agregam valor aos negócios da empresa, que pode se valer desse diferencial para suas estratégias de negócios.

c) Maior lealdade do consumidor

Consumidores admiram empresas que valorizam seus funcionários, desenvolvem projetos sociais, preocupam-se com o meio ambiente ou coíbem a corrupção. Responsabilidade social é fator de fidelidade do consumidor. Desde 2000, o Instituto Ethos acompanha, por meio de uma pesquisa, a percepção do consumidor brasileiro sobre responsabilidade social. Os dados mostram um consumidor preocupado com fatores como ética e tratamento aos funcionários e disposto a premiar empresas que adotam comportamento socialmente responsável.

d) Maior capacidade de recrutar e manter talentos

Os funcionários sentem-se motivados com práticas de gestão socialmente responsáveis claramente definidas. Gostam de fazer parte de organizações que respeitam o indivíduo e investem na sua capacidade de aprendizado. A responsabilidade social atrai para a empresa talentos e, ao mesmo tempo, faz com que o funcionário se sinta estimulado a manter-se no emprego.

e) Flexibilidade e capacidade de adaptação

Empresas capazes de incluir a responsabilidade social em sua estratégia de negócios são abertas às demandas da sociedade, podendo adaptar-se a elas mais facilmente, inclusive criando produtos e serviços que atendam às novas expectativas.

f) Sustentabilidade do negócio no longo prazo

A perenidade da empresa é também preocupação de investidores. Práticas socialmente responsáveis diminuem os riscos da empresa e permitem seu controle, reduzindo o risco do negócio como um todo. Uma prova de que os critérios socioambientais vêm ganhando importância na avaliação de risco das corporações é o Dow Jones Sustainability Index (DJSI), criado em 1999 e formado atualmente por 318 empresas de 24 países. Para compor o índice, usado no mercado de ações, são acompanhados 13 critérios que medem a performance econômica, ambiental e social das organizações e como elas os administram na busca da sobrevivência dos negócios no longo prazo. Investidores que necessitam garantir rentabilidade de ações no futuro se valem do DJSI para direcionar recursos de fundos (www.sustainability-index.com).

g) Acesso a mercados

O respeito a cláusulas sociais, como combate à discriminação, e ambientais, como controle da poluição, permite à empresa operar em países ou regiões que adotam padrões rígidos de conduta nesses campos.

h) Acesso a capitais

Ao garantir o controle dos riscos sociais e ambientais, a empresa pode conseguir crédito e financiamentos para projetos em instituições que fazem tais exigências.

Dow Jones Sustainability Indexes

A cooperation of Dow Jones Indexes, STOXX Ltd. and SAM Group

DJSI Performance and Risk



Performance in USD

	DJSI World	MSCI World
1 Month	2.31%	1.83%
3 Months	2.15%	2.50%
YTD 2007	2.15%	2.50%
1 Year	17.90%	15.44%
3 Years	54.28%	50.62%
5 Years	67.97%	64.27%
Since Inception	38.98%	37.74%
2000	-16.90%	-13.18%
2001	-15.54%	-16.82%
2002	-21.26%	-19.89%
2003	36.41%	33.11%
2004	12.83%	14.72%
2005	9.12%	9.49%
2006	24.08%	20.07%

Ações de empresas selecionadas pelo Dow Jones Sustainability Index apresentam, rentabilidade acima da média das ações das empresas listadas no índice Dow Jones Global.

4 COMO USAR OS INDICADORES ETHOS PARA AVALIAR O ENVOLVIMENTO DE UMA EMPRESA COM A RSE

O Instituto Ethos criou os *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*, uma ferramenta para avaliação e planejamento dos processos de responsabilidade social nas organizações. Muitas empresas têm usado os *Indicadores* para se adaptar a esse novo paradigma empresarial. É importante salientar que os *Indicadores* refletem diferentes estágios de responsabilidade social. Evoluir de um estágio para outro exige comprometimento, planejamento e investimentos.

Acreditamos que os *Indicadores* podem servir de base para a reflexão dos jornalistas sobre o papel que as empresas escolhem ter na sociedade. Os *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial* oferecem contrapontos adequados para os jornalistas analisarem de forma crítica as informações das empresas, constituindo um excelente guia para a preparação de uma boa reportagem sobre responsabilidade social a partir dos temas/tópicos que os compõem. Por isso, destacamos alguns aspectos que podem ser usados pelos jornalistas na apuração de assuntos relativos ao mundo empresarial, em cada tema tratado pelos *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*.

Tema 1: Valores, transparência e governança

A tomada de decisões nas empresas deve levar em conta princípios que demonstrem a cultura da organização e orientem o cumprimento de sua missão. A orientação por valores ajuda ainda a empresa a se relacionar de forma ética com seus públicos.

Informar suas ações e prestar contas à sociedade de suas atividades reforçam os compromissos éticos da empresa. Transparência é um dos pilares de organizações que querem estabelecer padrões éticos de relacionamento.

1) Compromissos éticos

Empresas preocupadas em estabelecer compromissos éticos orientam-se por valores, cuidam de sua disseminação, de seu cumprimento e de sua adaptação aos novos tempos. Por isso, verifique

- se a empresa possui código de ética ou declaração de valores (em português e adaptado ao contexto local, no caso de multinacionais). Se não possui, investigue como ela difunde as crenças da organização;
- se tem programa e treinamento para os empregados de todos os níveis hierárquicos para garantir que valores e princípios estejam incorporados aos processos de trabalho e a atitudes e comportamentos das pessoas;
- se a revisão do código de ética ou da declaração de valores prevê a participação de empregados, parceiros e/ou comunidade;
- se o código de ética ou a declaração de valores é submetido a controle e auditoria periódicos.

Fique atento a

- ▶ se a empresa expõe seus compromissos éticos na internet ou de outra maneira que seja adequada às partes interessadas;
- ▶ se o código de ética ou a declaração de valores regula as relações com as seguintes partes interessadas: empregados, fornecedores, meio ambiente, consumidores/clientes, comunidade, governo e acionistas minoritários;
- ▶ se a empresa proíbe práticas ilegais, como corrupção, propina e caixa dois;
- ▶ se a empresa é explícita quanto ao compromisso de ética na gestão das informações de caráter privado obtidas durante os processos em sua interação com os diversos públicos (clientes, empregados, fornecedores etc.);
- ▶ se a empresa é explícita quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todas as partes interessadas;
- ▶ se o código de conduta ou a declaração de valores cobrem assuntos como cumprimento de leis e pagamento de tributos, pagamentos ou recebimentos questionáveis, regras explícitas no relacionamento com





agentes públicos, conflitos de interesse e doações, corrupção ativa em atividades brasileiras e estrangeiras, corrupção passiva;

- ▶ *se o código de conduta ou a declaração de valores cobrem assuntos como improbidade administrativa, fraude em concorrência pública, limites das atividades e contribuições políticas, relações com a comunidade, nepotismo, processos judiciais e arbitragem, prevenção e tratamento de fraudes;*
- ▶ *se a empresa possui comitê ou responsáveis formais por questões éticas reconhecidos internamente e externamente;*
se estimula a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e a atitude individual de seus empregados;
- ▶ *se vincula expressamente a atuação de assessoria jurídica e contábil ao código de ética ou à declaração de princípios;*
- ▶ *se, além de atender à legislação em vigor e estar em dia com os tributos, tem procedimentos para que todos os empregados conheçam as leis a que estão vinculados ao exercerem atividades em nome da organização;*
- ▶ *se tem implantado, consolidado e divulgado procedimentos internos para consultas jurídicas a institutos aplicáveis a suas atividades como contribuinte, no exercício da cidadania e na condição de integrante da comunidade, cliente, fornecedor etc.*

2) Enraizamento na cultura organizacional

Compartilhar os valores e princípios com os colaboradores e fazer com que eles sejam assimilados na corporação é preocupação de empresas que buscam consolidar a ética. Por isso,

- procure saber se existem processos esporádicos ou sistemáticos de difusão de valores e princípios com foco no público interno;
- confirme se sua adoção é auditada e verificada periodicamente e se os empregados são estimulados a contribuir com seu monitoramento;
- verifique se todos os parceiros externos são estimulados a replicar o mesmo processo na cadeia produtiva da empresa.

Fique atento a

- ▶ *se questões éticas são abordadas em pesquisas de clima organizacional por avaliação 360° ou ferramentas similares;*
- ▶ *se os empregados da empresa demonstram familiaridade no seu dia-a-dia com os temas e pressupostos contemplados no código de ética, aplicando-os espontaneamente;*
- ▶ *se a empresa desenvolveu procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao desrespeito ao código de ética.*

3) Governança corporativa

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

- se, além de atuar de acordo com a legislação em vigor, a empresa dispõe de conselho de administração ou consultivo e se as demonstrações financeiras são auditadas por organização externa e independente;
- se o conselho de administração ou consultivo mantém compromissos, políticas explícitas e mecanismos formais para garantir a integridade dos relatórios financeiros, priorizando a transparência na prestação de contas e outras informações;
- se possui políticas explícitas para promover tratamento adequado ao direito de voto e tratamento justo e equitativo aos sócios, com resultados monitorados e avaliados periodicamente;
- se incorpora critérios de ordem socioambiental na definição e gestão do negócio e tem como norma ouvir, avaliar e considerar as preocupações, críticas e sugestões das partes interessadas em assuntos que a envolvam.

Fique atento a

- ▶ *se a alta direção conta com mecanismos ou sistemas formais para avaliação periódica de seus integrantes;*
- ▶ *se possui estrutura que contempla conselhos ou comissões de administração, auditoria independente, fiscal e de remuneração para assegurar o controle da propriedade sobre a gestão; prevenir/coibir abusos de poder, fraudes por uso de informação privilegiada ou atuação em conflito de interesses; desencorajar suborno e outras práticas de corrupção, criação de "contabilidades paralelas" ou contas secretas e elaboração de documentos que não reflitam verdadeiramente as transações que reportam;*
- ▶ *se, para nomear membros do conselho, leva em consideração habilidades, conhecimentos, especialização e independência para orientar o direcionamento estratégico da organização, incluindo questões relativas a oportunidades e riscos ambientais e sociais;*
- ▶ *se utiliza estudos, pesquisas e o apoio de especialistas para fundamentar a resolução de dilemas éticos, socioambientais e relativos a direitos humanos;*
- ▶ *se inclui os direitos humanos como critério formal em suas decisões de investimento e/ou aquisições;*





- ▶ *se orienta suas operações em concordância com as declarações de princípios da Organização Internacional do Trabalho (OIT), com as diretrizes para as empresas multinacionais da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e/ou Princípios do Pacto Global e/ou em apoio às Metas do Milênio;*
- ▶ *se a declaração da visão e a estratégia da organização contemplam contribuições e dilemas da empresa para o desenvolvimento sustentável.*

4) Relações com a concorrência

Procure saber:

- se a empresa segue práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, cumpre a legislação e busca um posicionamento leal;
- se possui regras explícitas e declaradas sobre concorrência desleal e discute com o público interno sua postura perante os concorrentes;
- se assume compromisso público de combate à concorrência desleal e discute sua postura com fornecedores e clientes, alertando-os para as questões da concorrência leal, e participa de associações de classe na discussão desses aspectos;
- se exerce posição de liderança em seu segmento nas discussões relacionadas ao combate de trustes e cartéis, às práticas desleais de comércio, à fraude e à espionagem empresarial.

Fique atento a

- ▶ *se os princípios em relação à concorrência leal constam no código de conduta ou na declaração de valores da empresa; se a empresa expõe publicamente e com frequência seus princípios em relação à concorrência (por meio de seu site ou relatório anual, por exemplo);*
- ▶ *se não se utiliza da demonstração de defeitos ou deficiências dos produtos ou serviços dos concorrentes para promover seus produtos ou serviços;*
- ▶ *se a política sobre concorrência desleal abrange a cadeia produtiva da empresa e prevê regras contra pirataria, sonegação fiscal, contrabando, adulteração de produtos ou de marcas;*
- ▶ *se houve denúncia contra a empresa no Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) por práticas de concorrência desleal, nos últimos três anos;*
- ▶ *se foi denunciada nos últimos três anos por órgãos como Anvisa, Ipem, Idec, Inmetro, Procon ou outras organizações da sociedade civil por irregularidades em seus processos, serviços ou produtos.*

5) Diálogo e engajamento com as partes interessadas (*stakeholders*)

A capacidade de dialogar com as partes interessadas (*stakeholders*) e usar informações colhidas nessa interação para melhorar seus processos internos e construir estratégias é sinal de que a empresa se preocupa em estabelecer padrões claros de conduta. Procure saber se a empresa

- está consciente da importância do diálogo e do engajamento das partes interessadas para o sucesso do negócio e tem conhecimento dos dilemas e atributos específicos de suas partes interessadas;
- conhece os dilemas e atributos de todas as partes interessadas por meio de mapeamento periódico e tem mecanismos de diálogo e envolvimento das partes interessadas para remediar impactos socioambientais ocasionados por sua atividade;
- possui estratégia de gestão da informação e conhecimento para internalizar os impactos socioambientais negativos de suas atividades e usá-los como base na redefinição de políticas, processos de gestão ou de produção;
- usa ferramentas e políticas específicas para dialogar e envolver as partes interessadas em reflexões prévias sobre suas atividades, processos e ações de forma a prever, minimizar ou eliminar os impactos socioambientais negativos causados pela organização.

Fique atento a

- ▶ se a empresa mantém comunicação regular com grupos ou parte interessadas que critiquem a natureza de seus processos, produtos ou serviços;
- ▶ se tem política ou procedimentos de relacionamento para responder prontamente a sugestões, apelos ou demandas de suas partes interessadas;
- ▶ se o processo de diálogo e engajamento das partes interessadas conta com indicadores de desempenho para monitoramento das relações e se a empresa tem política para que os indicadores sejam comparáveis, confiáveis, relevantes e compreensíveis pelas partes interessadas;
- ▶ se os indicadores, dados e informações são utilizados no processo de planejamento geral da empresa e se constam do balanço social;
- ▶ se a empresa utiliza metodologia de diálogo estruturado com as partes interessadas, tais como a Norma AA 1000 ou similar.

6) Balanço social

O balanço social é um instrumento que visa dar maior transparência às atividades empresariais e ampliar o diálogo da organização com a sociedade. Traz dados quantitativos e qualitativos que podem orientar o planejamento do ano seguinte, além de demonstrar o andamento das atividades no ano anterior. Procure saber

- qual é a regularidade da publicação;
- se a empresa produz o balanço social com amplo envolvimento dos *stakeholders* internos e externos;
- se o balanço social é facilmente acessível e aborda aspectos sociais, ambientais e econômicos das atividades da empresa;
- se inclui resultados desfavoráveis e os respectivos desafios, com metas para o próximo período.

Fique atento a

se as informações sobre a situação econômico-financeira e sobre aspectos ambientais das atividades da empresa são auditadas por terceiros;
se a empresa envolve no processo de elaboração e no de divulgação do balanço social pelo menos quatro das seguintes partes interessadas: comunidade, público interno, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade em geral;
se incorpora ao balanço social críticas, sugestões e depoimentos de partes interessadas;
se expõe dados sobre aspectos econômico-financeiros, sociais e ambientais de suas atividades na internet;
se contempla em seu balanço social dados e indicadores de monitoração da distribuição de riqueza – a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por exemplo;
se os dados coletados e utilizados para o balanço social são empregados no planejamento estratégico da empresa;
se ao produzir o balanço social leva em conta os princípios “inclusão”, “relevância e materialidade”, “transparência”, “abrangência”, “equilíbrio”, “comparabilidade”, “exatidão”, “periodicidade”, “clareza”, “verificabilidade”.

Tema 2: Público interno

7) Relações com sindicatos

Avalie como a empresa dialoga com os sindicatos. Há liberdade para representação sindical no ambiente de trabalho? Dirigentes dialogam com representantes sindicais? Verifique também

- se a empresa fornece informações sobre condições de trabalho e se reúne periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações;
- se possui canal de comunicação consolidado com os sindicatos, fornecendo-lhes dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos (quando estes afetam os trabalhadores) para subsidiar discussões.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa fornece informações que afetam os trabalhadores em tempo hábil para que estes e os sindicatos se posicionem;*
- ▶ *se mantém acordo coletivo com o sindicato da categoria principal;*
- ▶ *se possui comissão de fábrica ou de abrangência empresarial garantida por acordo coletivo;*
- ▶ *se, caso atue em diferentes regiões, negocia com o conjunto dos sindicatos locais um patamar mínimo de benefícios comuns;*
- ▶ *se disponibiliza informações básicas sobre direitos e deveres, como dissídios, contribuições sindicais etc.*

8) Gestão participativa

Tente saber se a empresa

- disponibiliza informações, inclusive econômico-financeiras, e oferece treinamento (sobre novos produtos e serviços, programas de integração, seminários, palestras sobre novas políticas e estratégicas etc.) para que os funcionários possam compreendê-las e analisá-las;
- tem um processo estruturado de discussão e análise das informações econômico-financeiras com os funcionários;
- tem representantes dos funcionários participando ativamente em comitês de gestão ou nas decisões estratégicas, comunicando-se regularmente com os membros da governança.

Fique atento a

- ▶ *se todos os integrantes de comissões de trabalhadores são eleitos pelos funcionários sem interferência da empresa;*
- ▶ *se a empresa possui políticas e mecanismos formais para ouvir, avaliar e acompanhar posturas, preocupações, sugestões e críticas dos funcionários;*
- ▶ *se há programas para estimular e reconhecer sugestões dos funcionários para melhora de processos internos.*

9) Compromisso com o futuro das crianças

Verifique se a empresa

- respeita a legislação nacional que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, exceto em condição de aprendiz;
- discute internamente a importância da educação e as consequências do trabalho infantil;
- tem projetos internos de integração que contribuem para o desenvolvimento dos filhos dos funcionários, estimulando suas competências técnicas e psicossociais (cidadania, esportes, artes);
- atua na comunidade em benefício da criança e do adolescente;
- coordena seus projetos com outros realizados na comunidade;
- atua com o poder público em benefício da criança e do adolescente e estimula que as políticas e programas da empresa em relação a este tema sejam replicados em toda a cadeia produtiva.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa discute com outras ou apresenta propostas práticas para o combate ao trabalho infantil em seu setor ou de maneira geral;*
- ▶ *se tem programa específico para contratação de aprendizes e se oferece a eles boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento profissional e pessoal;*
- ▶ *se busca empregar os aprendizes na própria empresa ou em empresas e organizações parceiras.*

10) Compromisso com o desenvolvimento infantil

Verifique se a empresa

- segue a legislação de proteção à maternidade, amamentação, creche e paternidade, proibindo formalmente qualquer tipo de discriminação à mulher gestante e a empregados com filhos menores de seis anos de idade em processos de admissão, promoção ou mobilidade interna;
- possui políticas ou iniciativas internas para facilitar a consulta pré-natal e o acompanhamento da infância dos filhos de seus empregados, por meio de orientação médica, nutricional e psicológica específica;
- integra os compromissos com o desenvolvimento infantil às políticas ou iniciativas de formação educacional dos pais, desenvolve campanhas de orientação voltadas à comunidade e estende o tema a seus fornecedores;
- vê a proteção à maternidade e à infância como um direito e contribuição fundamental ao desenvolvimento das atuais e futuras gerações, envolvendo-se na elaboração, aperfeiçoamento, execução, controle ou avaliação de políticas públicas voltadas para a promoção dos direitos da infância.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa oferece programa específico para a saúde da mulher gestante;*
- ▶ *se oferece programa de orientação sobre o desenvolvimento integral da criança por meio do fortalecimento das competências familiares, como cuidados com o nascimento, alimentação saudável e prevenção de doenças;*
- ▶ *se faz acompanhamento periódico da cobertura vacinal, crescimento e desenvolvimento dos filhos dos empregados;*
- ▶ *se promove campanhas de imunização aos empregados e seus dependentes de vacinas não oferecidas pela rede pública de saúde, como a antigripal;*
- ▶ *se acompanha a inclusão dos filhos dos empregados na escola solicitando comprovantes de matrícula;*
- ▶ *se possui política específica para empregados, pais ou responsáveis por crianças com deficiência para garantir-lhes a possibilidade de acompanhar adequadamente o desenvolvimento dos filhos;*





- ▶ *se a empresa destina 1% do Imposto de Renda devido para contribuir com os fundos geridos pelos conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente e se estimula fornecedores e empresas parceiras a fazerem o mesmo;*
- ▶ *se a empresa oferece indiscriminadamente, para todos os níveis hierárquicos, benefícios como plano de saúde familiar, creche, flexibilidade de horário para empregados com filhos menores de seis anos, auxílio para educação dos filhos, benefícios aos terceirizados e comissionados equivalentes aos dos empregados;*
- ▶ *se possui política de acompanhamento do pós-parto, principalmente para identificação da depressão pós-parto;*
- ▶ *se facilita a utilização da flexibilidade de horário de uma hora de amamentação conforme a legislação.*

11) Valorização da diversidade e promoção da equidade racial e de gênero

A opção por valorizar a diversidade não deve estar apenas no discurso dos porta-vozes. As empresas devem combater todas as formas de discriminação e valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza étnica e cultural de nossa sociedade. Assim, é possível verificar se a empresa

- segue a legislação relacionada à discriminação negativa e declara-se contra comportamentos que não promovam igualdade de oportunidades no ambiente interno e na relação com seus clientes, fornecedores e comunidade do entorno;
- possui normas escritas que proíbem práticas discriminatórias, regulando os processos de admissão e promoção e orientando a respeito do encaminhamento de possíveis denúncias;
- oferece treinamento específico sobre o tema e utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento e promoção;
- estende essas ações a toda cadeia produtiva e participa de fóruns de valorização de segmentos em desvantagem, como negros, mulheres, pessoas com deficiência ou acima de 45 anos de idade.

Fique atento a

- ▶ se a política de valorização da diversidade e não-discriminação consta no código de conduta ou na declaração de valores da empresa;
- ▶ se a política contempla explicitamente as questões étnico-racial, de gênero, idade, religiosa, de orientação sexual, de origem geográfica e classe social, deficiência e aparência física;
- ▶ se a empresa insere quesitos de diversidade nos processos e ferramentas de gestão de pessoas para monitorar a diversidade de seu quadro e possíveis desigualdades em relação aos segmentos acima citados;
- ▶ se da política derivam procedimentos formais para processos de seleção, admissão, promoção e demissão;
- ▶ se na política estão claramente previstos mecanismos e canais formais para denúncia, encaminhamento, análise e apuração dos fatos que envolvam possíveis casos de discriminação;
- ▶ se a empresa possui programa específico de contratação de pessoas com deficiência e atende a legislação de cota de vagas para esse público;
- ▶ se da política derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover pessoas com deficiência;
- ▶ se a empresa promoveu ou promove adaptações necessárias em relação à acessibilidade, de acordo com a legislação;
- ▶ se da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam políticas para a contratação de pessoas com idade superior a 45 anos e procedimentos que abordem a questão da faixa etária dos empregados;
- ▶ se a empresa procura evitar a demissão de indivíduos com idade superior a 45 anos;
- ▶ se a empresa oferece oportunidade de trabalho para ex-detentos;
- ▶ se da política de valorização da diversidade e não-discriminação derivam políticas específicas para trabalhadores indígenas.

12) Compromisso da empresa com a equidade e não-discriminação racial

Considerando as desvantagens históricas e persistentes que caracterizam a situação da população negra (pretos e pardos), observe se a empresa

- segue a legislação que proíbe a discriminação racial no trabalho e declara-se internamente contra qualquer tipo de preconceito em relação a todas as partes interessadas, além de possuir procedimentos para que a legislação seja cumprida em contratos com empregados terceirizados;
- realiza censo interno periódico para avaliar seus processos e políticas, necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade racial e se essas informações são utilizadas para subsidiar o planejamento das ações afirmativas;

- possui compromisso público de promover a equidade racial por meio de políticas formais de gestão de pessoas que garantam oportunidades iguais nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna para negros;
- mantém programas de desenvolvimento profissional voltados para funcionários negros, estimula a promoção da igualdade racial em toda sua cadeia produtiva e investe em programas da comunidade que tenham o mesmo objetivo.

Fique atento a

- ▶ *se a política de promoção da equidade e não-discriminação racial é formal e consta no código de conduta ou na declaração de valores da empresa, e se dessa política derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e o desenvolvimento na carreira de funcionários negros;*
- ▶ *se essa política é explícita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada, acesso a treinamento e bolsas de estudo;*
- ▶ *se a empresa realiza campanhas internas de conscientização sobre a importância da equidade e não-discriminação racial;*
- ▶ *se a política de promoção da equidade racial garante a participação de negros nos processos decisórios e na gestão em todos os níveis e áreas da empresa;*
- ▶ *se a promoção da equidade racial é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa;*
- ▶ *se a política de comunicação comercial tem como premissa não se utilizar de figuras estereotipadas ou que atentem contra a dignidade dos negros.*

13) Compromisso da empresa com a promoção da equidade de gênero

Para que coopere no combate ao preconceito, amplie as chances das mulheres no mercado de trabalho e sua capacitação para funções especializadas, verifique se a empresa

- segue a Constituição brasileira, que proíbe a discriminação no trabalho, e declara-se contra qualquer tipo de preconceito em relação a todas as partes interessadas, além de possuir procedimentos para que a legislação seja cumprida também nos contratos com empregados terceirizados;
- realiza censo interno periódico para avaliar seus processos e políticas, necessidades, situações ou áreas críticas em relação à equidade

de gênero, utilizando essas informações para subsidiar o planejamento de ações afirmativas e campanhas de conscientização;

- possui compromisso público de promover a equidade de gênero por meio de políticas formais de gestão de pessoas que garantam oportunidades iguais para mulheres e homens nos processos de admissão, promoção e mobilidade interna, além de garantir oportunidades iguais de carreira e crescimento para homens e mulheres;
- mantém programas de desenvolvimento profissional específico para as mulheres a fim de estimular a formação de lideranças femininas na empresa, promove a equidade de gênero em toda a cadeia produtiva e investe em programas da comunidade que têm por objetivo a valorização da mulher.

Fique atento a

- ▶ *se a política de promoção da equidade de gênero é formal e consta no código de conduta ou na declaração de valores da empresa, bem como se dessa política derivam procedimentos específicos para melhorar a qualificação e promover mulheres;*
- ▶ *se essa política proíbe expressamente a contratação, demissão ou promoção baseados em estado civil ou condição reprodutiva;*
- ▶ *se essa política é explícita no que se refere a salários e benefícios, previdência privada, acesso a treinamento e bolsas de estudo;*
- ▶ *se a empresa realiza campanhas internas de conscientização sobre a importância da valorização da mulher;*
- ▶ *se o plano de saúde da empresa tem adaptações específicas para a manutenção e os cuidados com a saúde da mulher;*
- ▶ *se a empresa tem metas de contratação, treinamento e mobilidade interna para a promoção da equidade de gênero em todos os níveis hierárquicos de todas as áreas;*
- ▶ *se política de promoção da equidade de gênero garante a participação feminina nos processos decisórios e na gestão em todos os níveis e áreas da organização;*
- ▶ *se a empresa promove adequação de espaços de trabalhos e equipamento para serem compatíveis com a condição física das mulheres;*
- ▶ *se a política proíbe expressamente atividades que possam intimidar ou constranger as mulheres no ambiente de trabalho;*
- ▶ *se a promoção da equidade de gênero é uma das dimensões da política de comunicação estratégica da empresa;*
- ▶ *se a política de comunicação comercial tem como premissa não se utilizar da figura feminina estereotipada ou que atentem contra a dignidade das mulheres;*
- ▶ *se a política de promoção da equidade contempla a proibição expressa da discriminação contra mulheres com problemas de saúde, inclusive HIV positivas;*





- ▶ *se a organização possui procedimentos que garantam a proteção das mulheres contra violência a assédio psicológicos, moral, física e sexual no local de trabalho e na locomoção entre casa e empresa;*
- ▶ *se promove campanhas de sensibilização dos homens sobre a importância da divisão das tarefas domésticas e sobre a paternidade responsável.*

14) Relações com trabalhadores terceirizados

A busca por eficiência e baixos custos não pode ferir os direitos trabalhistas. Em processos de terceirização, as empresas devem garantir o cumprimento da lei e benefícios mínimos aos trabalhadores terceirizados. É fundamental, portanto, verificar se a empresa

- mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias e das condições de saúde e segurança;
- monitora periodicamente o cumprimento desses requisitos estabelecidos;
- negocia com seus fornecedores para que proporcionem a seus funcionários níveis salariais compatíveis com as médias de mercado;
- oferece ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança e o acesso aos benefícios básicos desfrutados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, creche, ambulatório etc.

Fique atento a

- ▶ *se o código de conduta ou a declaração de valores da empresa contempla questões referentes à não-discriminação dos trabalhadores terceirizados;*
- ▶ *se a empresa integra os trabalhadores terceirizados a seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional;*
- ▶ *se possui número de trabalhadores terceirizados inferior a 20% do total de contratados;*
- ▶ *se possui política de integração desses trabalhadores com a cultura, os valores e os princípios da empresa.*

15) Política de remuneração, benefícios e carreira

As mudanças no mundo do trabalho levam as organizações a reforçar o engajamento de seus colaboradores e a planejar com eles políticas de remuneração e benefício. Por isso, verifique se a empresa

- busca superar os pisos salariais firmados com os sindicatos;
- trata os empregados como recurso, e sua política de estímulos inclui boa remuneração e investimento em desenvolvimento profissional de acordo com plano de carreira, levando em conta habilidades necessárias para seu desempenho atual;
- valoriza competências potenciais, estimulando os empregados por meio de boa remuneração e investimento em desenvolvimento profissional, levando em conta a capacidade futura de crescimento e o desenvolvimento de novas habilidades;
- trata funcionários como sócios e estabelece mecanismos para que seus representantes participem da formulação de políticas de remuneração e benefícios, desenvolvimento profissional e mobilidade interna.

Fique atento a

- ▶ *se o plano de cargos e salários da empresa é transparente e abordado no código de conduta ou na declaração de valores;*
- ▶ *se a remuneração variável da empresa representa mais de 20% da massa salarial;*
- ▶ *se são estabelecidas metas para reduzir a distância entre a maior e a menor remuneração;*
- ▶ *se a empresa efetuou, nos últimos dois anos, um aumento da proporção entre o menor salário pago e o salário mínimo vigente;*
- ▶ *se são realizadas pesquisas para medir a satisfação dos empregados quanto à sua política de remuneração e benefícios;*
- ▶ *se o programa de participação nos resultados da empresa ou de bonificação foi estabelecido por meio de negociação com comissão de empregados ou com sindicato;*
- ▶ *se a empresa oferece aos empregados bônus adicionais orientados por elementos de sustentabilidade, como êxitos a médio e longo prazo ou o alcance de metas relacionadas ao desempenho social e ambiental.*

16) Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho

As organizações devem assegurar boas condições de trabalho, saúde e segurança. É possível avançar alguns passos em relação à lei. Verifique, portanto, se a empresa

- tem planos e metas para alcançar ou superar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor;
- desenvolve campanhas regulares de conscientização e oferece acesso a informações relevantes sobre saúde, segurança e condições de trabalho;
- pesquisa o nível de satisfação dos empregados em relação ao tema, evidenciando as áreas críticas;
- estabelece, com os empregados, metas e indicadores de condições de trabalho, que são incluídos no planejamento estratégico e divulgados amplamente.

Fique atento a

- ▶ se a empresa foi certificada pela norma SA8000, pela BS 8800 ou pela OHSAS 18001 ou por norma equivalente;
- ▶ se oferece programas de prevenção e tratamento para dependência de drogas e álcool;
- ▶ se oferece programa específico para a saúde da mulher;
- ▶ se oferece programa específico para portadores de HIV/Aids;
- ▶ se possui política expressa de respeito à privacidade de seus empregados no que se refere a informações obtidas e mantidas sob responsabilidade da área de recursos humanos;
- ▶ se essa política prevê a não-discriminação por HIV/Aids;
- ▶ se a empresa possui normas e processos para combater situações de assédio moral e sexual;
- ▶ se promove exercícios físicos no horário de trabalho;
- ▶ se promove programa de combate ao estresse para os empregados, especialmente aqueles cujas funções são mais estressantes (como caixas, atendentes de call center etc.);
- ▶ se há programa de orientação alimentar e nutricional;
- ▶ se há política de equilíbrio entre trabalho e família que aborde questões relativas a horário de trabalho e horas extras;
- ▶ se há compensação de horas extras para todos os empregados, inclusive gerentes e executivos.

17) Compromisso para o desenvolvimento profissional e a empregabilidade

É um bom sinal se a organização se preocupa em oferecer aos funcionários oportunidades de aquisição de conhecimentos que lhes possibilitem crescer profissionalmente e manter sua perspectiva no mercado de trabalho. Por isso, observe se a empresa

- mantém atividades de treinamento e capacitação contínuas considerando a aplicabilidade na função atual do trabalhador;
- oferece a todos os níveis hierárquicos capacitação contínua e bolsas de estudo para aquisição de conhecimentos universais, independentemente da aplicabilidade na função atual do trabalhador.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa analisa periodicamente o perfil socioeconômico de seus empregados no sentido de balizar suas estratégias de remuneração e benefícios e de educação e desenvolvimento profissional;*
- ▶ *se mantém programa de erradicação do analfabetismo, de educação básica ou de ensino supletivo entre os empregados, com metas e recursos definidos;*
- ▶ *se possui programas de mapeamento para identificação de competências potenciais a serem desenvolvidas;*
- ▶ *se tem programas que promovam a coerência entre os valores e princípios éticos da organização e os dos empregados;*
- ▶ *se possui programas de aconselhamento sobre o planejamento de carreiras de forma a auxiliar os empregados na reflexão sobre funções e identificação de objetivos a longo prazo;*
- ▶ *se oferece boas condições de trabalho, aprendizado e desenvolvimento pessoal e profissional aos estagiários em suas respectivas áreas de estudo e com o devido acompanhamento, bem como se busca empregá-los ao final do programa de estágio.*

18) Comportamento frente a demissões

Veja se, ao conduzir processos demissionais, a empresa

- segue a legislação em vigor e fornece ao demitido orientações em relação aos procedimentos necessários. Caso haja necessidade de redução de pessoal, procura analisar alternativas de contenção e redução de despesas para evitar demissões em massa;
- possui políticas e processos demissionais para que as decisões sejam tomadas com base em avaliações profissionais e impessoais e dá acesso às informações que balizaram o processo para permitir o crescimento profissional da pessoa demitada. Em caso de demissão

em massa, orienta prioridades com base em indicadores socioeconômicos, como idade, estado civil e número de dependentes;

- oferece serviços de recolocação e manutenção de benefícios por tempo determinado ao trabalhador demitido sem justa causa e, em caso de demissão em massa, realiza antes um programa de demissão voluntária oferecendo benefícios;
- financia a recapacitação dos trabalhadores demitidos sem justa causa.

Fique atento a

- ▶ *se nos últimos três anos a empresa teve reclamações trabalhistas relacionadas a demissões;*
- ▶ *se acompanha e avalia periodicamente a rotatividade de funcionários e tem política para minimização e melhora desse indicador;*
- ▶ *se estabelece diálogo estruturado com instâncias do governo local, especialistas, ONGs e sindicatos para conhecer, prever e reduzir demissões;*
- ▶ *se busca parcerias para desenvolver programas de capacitação e estímulo ao empreendedorismo;*
- ▶ *se diante da necessidade de redução de pessoas esclarece aos trabalhadores remanescentes as razões que balizaram as decisões tomadas.*

19) Preparação para a aposentadoria

A organização socialmente responsável deve orientar seus colaboradores sobre como enfrentar essa fase da vida. Confira se a empresa oferece

- informações básicas quanto à obtenção da aposentadoria;
- assessoramento regular quanto a modificações na legislação, alternativas e procedimentos administrativos para a obtenção da aposentadoria;
- aconselhamento e preparação para a aposentadoria, discutindo seus aspectos psicológicos e de planejamento financeiro;
- programa de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados em projetos sociais da organização.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa oferece programas de previdência complementar a todos os seus empregados;*
- ▶ *se envolve familiares dos empregados no processo de preparação para a aposentadoria;*
- ▶ *se participa da elaboração de políticas públicas com foco em idosos;*
- ▶ *se participa ou apóia programas e campanhas públicas ou privadas de valorização dos idosos.*

Tema 3: Meio ambiente

20) Compromisso com a melhoria da qualidade ambiental

O real compromisso com as questões ambientais pode ser avaliado levando em conta aspectos de planejamento da organização. Tente saber

- se a empresa cumpre os parâmetros e requisitos exigidos por lei e mantém programas internos de melhoramento ambiental;
- se prioriza políticas preventivas e mantém comitês responsáveis pela administração das ações ambientais;
- se inclui a questão ambiental em seu planejamento estratégico;
- se desenvolve novos negócios ou adotou novos modelos para negócios já existentes que procuram explorar a sustentabilidade ambiental.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa possui política ambiental formal, de conhecimento de todos os empregados e que consta no código de conduta ou na declaração de valores;*
- ▶ *se tem uma pessoa responsável pela área de meio ambiente que participa de decisões estratégicas;*
- ▶ *se participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental com o governo e a comunidade;*
- ▶ *se contribui para a preservação da biodiversidade por meio de políticas ou projetos de conservação de áreas protegidas e/ou programas de proteção a animais ameaçados;*
- ▶ *se 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.);*
- ▶ *se dispõe de processos para mapeamento, análise e ação sistêmica para melhora da qualidade ambiental.*

21) Educação e conscientização ambiental

A criação de hábitos em relação ao meio ambiente é um dos desafios para a empresa, que tem como missão ajudar na educação ambiental de seus públicos. Verifique se

- há atividades de educação ambiental para os públicos internos e externos, entre eles famílias de empregados e comunidade do entorno imediato da empresa;
- a empresa participa de projetos educacionais ou os apóia em parceria com organizações não-governamentais e exerce liderança social em favor dessa causa.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa desenvolve periodicamente campanhas internas de redução do consumo de água e energia;*
- ▶ *se desenvolve periodicamente campanhas internas de educação para o consumo consciente e a reciclagem de materiais.*

22) Gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços

Até onde vai a responsabilidade ambiental de uma organização? As práticas ambientais revelam o estágio da responsabilidade social. Procure saber se a empresa

- produz estudos de impacto ambiental segundo a legislação e foca sua ação preventiva em processos que oferecem dano potencial à saúde e à segurança dos empregados;
- desenvolve ações para prevenir os principais impactos ambientais causados por seus processos, produtos ou serviços e realiza regularmente atividades de controle e monitoramento;
- possui sistemas de gestão ambiental padronizados e formalizados;
- produz estudos de impacto em toda a cadeia produtiva, desenvolve parcerias com fornecedores visando a melhora de seus processos de gestão ambiental e participa da destinação final do produto e processos pós-consumo.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa possui plano de emergência para situações de risco e se treina seus empregados periodicamente para enfrentar tais situações;*
- ▶ *se mantém políticas e sistemas de monitoramento visando o aumento da performance ambiental da logística e gestão de frota, tanto para seus veículos quanto para os de seus contratados;*
- ▶ *se possui programa de gerenciamento de resíduos com a participação do cliente, como, por exemplo, para coleta de materiais tóxicos ou de reciclagem pós-consumo;*
- ▶ *se fornece aos consumidores/clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e destinação final de seus produtos e serviços;*
- ▶ *se discute com empregados, consumidores, clientes e fornecedores os impactos ambientais causados por seus produtos e serviços;*
- ▶ *se prioriza a contratação de fornecedores que comprovadamente tenham boa conduta ambiental;*
- ▶ *se possui certificações ambientais como ISO 14001, FSC etc.*

23) Sustentabilidade da economia florestal

A organização ambientalmente responsável deve contribuir com a conservação e combater a exploração ilegal e predatória de nossas florestas. Por isso, verifique

- *se a empresa mantém política ou programa específico para investigação da origem e da cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais utilizados em seu processo produtivo;*
- *se suas instalações e seus produtos, assim como os insumos, possuem certificação de origem e/ou da cadeia de custódia.*

Fique atento a

- ▶ *se a empresa realiza visitas programadas ou eventualmente não programadas para realizar monitoramento da origem ou cadeia de produção dos insumos madeireiros e florestais;*
- ▶ *se incentiva fornecedores e clientes a buscar certificação florestal;*
- ▶ *se prioriza e apóia fornecedores e clientes engajados na busca da sustentabilidade das florestas.*

24) Minimização de entradas e saídas de materiais

O modo como a empresa planeja a utilização de recursos e controla a geração e destinação de resíduos é um sinal de suas preocupações ambientais. Verifique

- se há investimentos na atualização do padrão tecnológico visando à redução e/ou substituição de recursos de entrada e à reutilização de resíduos (pela própria empresa ou por terceiros);
- se existem processos para medir, monitorar e auditar periodicamente os aspectos ambientais significativos relacionados ao consumo de recursos naturais e à produção de resíduos e dejetos, estabelecendo novas metas;
- se a empresa está próxima de atingir alto nível de sustentabilidade ambiental por meio de estratégias de reutilização e compensação ambiental que abrangem todo o sistema produtivo.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa tem iniciativas para o uso de fontes de energia renovável;*
- ▶ *se mantém ações de controle da poluição causada por veículos próprios e de terceiros a seu serviço;*
- ▶ *se possui metas específicas para o aumento da eficiência energética e a redução do consumo de água, de geração de resíduos sólidos e de emissão de CO² e outros gases do efeito estufa na atmosfera;*
- ▶ *o total investido na melhora ambiental, nos últimos três anos (em reais).*

Tema 4: Fornecedores

25) Critérios de seleção e avaliação de fornecedores

A relação que a empresa estabelece com fornecedores pode revelar o grau de seu comprometimento com a responsabilidade social. Ela pode reproduzir suas práticas entre os fornecedores e gerar um círculo virtuoso. Dessa forma, verifique

- se a escolha de fornecedores e parceiros é feita apenas com base em fatores de qualidade, preço e prazo;
- se a empresa inclui exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal;
- se há critérios como relações de trabalho adequadas, adoção de padrões ambientais e proibição do trabalho infantil e de práticas de discriminação;
- se a empresa estimula a reprodução de suas práticas de responsabilidade social pelos fornecedores e monitora seu cumprimento periodicamente.

Fique atento a

- ▶ *se as políticas e critérios para o relacionamento com os fornecedores constam no código de conduta ou na declaração de valores da empresa;*
- ▶ *se ao selecionar fornecedores a empresa inclui como critério a prática efetiva de processos éticos de gestão das informações de caráter privado obtidas durante os processos em sua interação com clientes e com o mercado em geral;*
- ▶ *se possui política explícita ou programa específico de responsabilidade social empresarial para a cadeia de fornecedores;*
- ▶ *se discute questões relacionadas à responsabilidade social com seus fornecedores visando o treinamento e a adequação deles a seus critérios;*
- ▶ *se estabelece prazo formal para o cumprimento de critérios de responsabilidade social;*
- ▶ *se realiza visitas periódicas para a inspeção de práticas de responsabilidade social;*
- ▶ *se conhece em profundidade a origem das matérias-primas, dos insumos e dos artigos utilizados em sua produção ou nas operações diárias e tem garantia de que nessas origens os direitos humanos e o meio ambiente são respeitados;*
- ▶ *se adota critérios de compra que consideram a garantia de origem para evitar aquisição de produtos "piratas", falsificados ou frutos de roubo de carga.*

26) Trabalho infantil na cadeia produtiva

Os esforços para a erradicação do trabalho infantil são fundamentais para garantir às crianças os direitos básicos. Empresas socialmente responsáveis devem combatê-lo em sua cadeia produtiva e evitar que essa forma de exploração continue existindo. Por isso, confirme se a empresa

- possui políticas formais para contribuir com a erradicação do trabalho infantil, discutindo a questão com fornecedores e estimulando-os a cumprir a legislação;
- tem cláusula específica em seus contratos de fornecimento que proíbe o trabalho infantil, verifica seu cumprimento e realiza campanhas de conscientização para todos os fornecedores, assumindo publicamente a postura de repúdio à mão-de-obra infantil;
- em parceria com organizações da sociedade civil ou com o poder público, articula programas e atividades que visam erradicar o trabalho infantil de forma geral.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa revisa e atualiza periodicamente materiais de comunicação para consumidores e clientes;*
- ▶ *se chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos e serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.);*
- ▶ *se possui política formal contra propaganda abusiva que apresente crianças, adolescentes, mulheres ou grupos minoritários em situações preconceituosas ou de risco;*
- ▶ *se realiza análise prévia de campanhas publicitárias para verificar a conformidade com valores éticos e com a legislação de defesa consumidor;*
- ▶ *se, nos últimos três anos, teve alguma peça de comunicação retirada de circulação devido a reclamações de clientes, fornecedores ou concorrentes;*
- ▶ *se já foi multada pelo não-cumprimento de regulamento referente a informação e rotulagem;*
- ▶ *se, nos últimos três anos, foi denunciada ou punida por entidades como Procon, Vigilância Sanitária, Instituto de Pesos e Medidas (Ipem);*
- ▶ *a quantidade de processos administrativos e judiciais (cíveis e criminais) recebidos nos últimos três anos.*

27) Trabalho forçado (ou análogo ao escravo) na cadeia produtiva

A existência de trabalho forçado ou análogo ao escravo é incompatível com os direitos humanos e com a responsabilidade social empresarial. Por isso, nas relações das empresas com seus fornecedores e parceiros, verifique se a organização

- cumpre a lei e possui políticas formais com o objetivo de contribuir para a erradicação do trabalho escravo, exigindo de fornecedores o cumprimento da legislação;
- confere periodicamente o cumprimento da lei e inclui a proibição do trabalho forçado como cláusula específica em seus contratos com fornecedores;
- realiza campanhas de conscientização para todos os fornecedores assumindo publicamente a postura de repúdio ao trabalho forçado, além de, em parcerias com organizações da sociedade civil ou com o poder público, articular programas e atividades que visam erradicar esse tipo de trabalho.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa faz verificações periódicas sobre sua cadeia produtiva, exigindo documentação comprobatória de não-existência de mão-de-obra forçada;*
- ▶ *se antes de comprar ou contratar um fornecedor a empresa verifica a Lista Suja de Trabalho Forçado do Ministério do Trabalho.*

28) Apoio ao desenvolvimento de fornecedores

Organizações que desenvolvem práticas socialmente responsáveis podem levar sua experiência adiante. Um bom caminho é iniciar esse trabalho com os fornecedores. Confirme se a empresa

- contribui para a melhora do padrão gerencial de seus parceiros, disponibilizando informações e promovendo atividades conjuntas de treinamento;
- mantém relações estáveis e duradouras com parceiros e utiliza critérios de negociação que permitem seu crescimento futuro;
- estimula e facilita seu envolvimento em projetos socioambientais.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa inclui entre seus fornecedores grupos da comunidade local, como cooperativas, associações de bairro e organizações com projetos de geração de renda para grupos usualmente excluídos;*
- ▶ *se apóia organizações que praticam ou promovem o comércio justo;*
- ▶ *se tem como norma o tratamento justo aos fornecedores, privilegiando o pequeno fornecedor (com remuneração adequada e em dia, qualidade na relação, programas de qualificação e de transferência de tecnologias etc.);*
- ▶ *se estimula a formação de redes ou cooperativas de fornecedores, auxiliando-os a se adequar a novos padrões de fornecimento;*
- ▶ *se tem política de compras que privilegie fornecedores com certificação ambiental, como SA 8000, ISO 14000, Forest Stewardship Council (FSC), Fair Trade Labelling Organizational (FLO) etc.;*
- ▶ *se possui mecanismos formais que permitem transferir para a cadeia de fornecedores seus valores e princípios, tais como boas condições de trabalho, ausência de mão-de-obra infantil e escrava, proteção ao meio ambiente, equidade de gênero, transparência, participação e prestação de contas;*
- ▶ *se conta com ouvidor do fornecedor para assegurar relação de parceria com essa parte interessada.*

Tema 5: Consumidores e clientes

29) Política de comunicação comercial

O marketing e a comunicação da empresa não podem se dissociar da preocupação com a responsabilidade social. Buscar a coerência dessas ações é sinal de que a organização quer instituir valores e comunicá-los à sociedade, criando uma imagem de credibilidade e confiança. Confira se a empresa

- atua de acordo com a legislação de defesa do consumidor e focaliza suas estratégias de comunicação apenas nos objetivos relacionados a volume de vendas e resultados financeiros;
- possui política formal de comunicação alinhada aos seus valores e princípios, que abrange todos os materiais de comunicação, internos e externos;
- tem consciência de seu papel na formação de valores e padrões de consumo na sociedade e age para que sua comunicação possibilite a criação de valores positivos na sociedade como forma de contribuir com o desenvolvimento sustentável;
- desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores, assistência técnica e representantes de consumidores visando criar cultura de responsabilidade social e transparência na comunicação.

Fique atento a

- ▶ *se a política de comunicação consta no código de ética ou na declaração de valores da empresa;*
- ▶ *se a empresa revisa e atualiza periodicamente materiais de comunicação para consumidores e clientes;*
- ▶ *se chama a atenção do cliente/consumidor para alterações nas características de seus produtos e serviços (composição, qualidade, prazos, peso, preço etc.);*
- ▶ *se possui política formal contra propaganda abusiva que apresente crianças, adolescentes, mulheres ou grupos minoritários em situações preconceituosas ou de risco;*
- ▶ *se realiza análise prévia de campanhas publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios;*
- ▶ *se possui políticas para assegurar que a comunicação voltada para o público infante-juvenil seja responsável e se estimula fornecedores e distribuidores a fazerem o mesmo;*
- ▶ *se realiza análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com a Declaração Universal dos Direitos Humanos;*





- ▶ *se, nos últimos três anos, teve alguma peça de comunicação que tenha sido objeto de reclamação de clientes, fornecedores ou concorrentes;*
- ▶ *se, nos últimos três anos, teve campanhas ou peças publicitárias retiradas do ar ou recolhidas por pressão de organizações da sociedade civil.*

30) Excelência do atendimento

O cuidado no tratamento aos consumidores, a busca de soluções para problemas e a assimilação de sugestões compõem um quadro que pode contribuir para o aperfeiçoamento das ações de responsabilidade social. Procure saber se a empresa

- possui atendimento receptivo, divulgado e focado na informação ao consumidor/cliente e na solução de demandas individuais;
- proporciona acesso fácil ao serviço de interesse do consumidor/cliente e registra e comunica internamente suas manifestações, resolvendo de forma rápida as demandas;
- procura causas de problemas e utiliza as informações para melhorar a qualidade de seus produtos e serviços;
- promove melhoria contínua de seu atendimento, priorizando o diálogo e o engajamento das partes interessadas no processo.

Fique atento a

- ▶ *se a política e as normas de relacionamento com clientes e consumidores constam no código de conduta ou na declaração de valores da empresa;*
- ▶ *se a empresa tem ouvidor do consumidor ou função similar;*
- ▶ *se mantém Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC) ou outra forma de atendimento para receber e encaminhar sugestões opiniões, reclamações;*
- ▶ *se promove treinamento contínuo dos profissionais de atendimento sobre relações éticas e de respeito aos direitos do consumidor;*
- ▶ *se treina e incentiva seus profissionais de atendimento a reconhecer falhas e agir com rapidez e autonomia na resolução de problemas;*
- ▶ *se adverte continuamente seu profissional de atendimento e áreas correlatas sobre a importância de procedimentos éticos na obtenção, manutenção e uso das informações de caráter privado resultantes da interação com seus consumidores, clientes ou usuários;*
- ▶ *se o serviço de atendimento a consumidores/clientes é acompanhado por indicadores e tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa;*



- ▶ *se utiliza somente argumentos verdadeiros ao vender produtos e serviços;*
- ▶ *se tem política explícita de não-suborno para obtenção de decisão de compra de produtos ou contratação de serviços;*
- ▶ *se possui uma política formal de proteção à privacidade ou um sistema de gestão das informações privadas do consumidor, cliente ou usuário;*
- ▶ *se informa ao cliente o propósito da coleta de informações pessoais antes de fazê-la;*
- ▶ *se solicita apenas informações pessoais relevantes e não além dos objetivos para os quais declara serem necessárias;*
- ▶ *se fornece informações cadastrais do cliente a terceiros apenas mediante a autorização dele;*
- ▶ *se possui uma política que permite ao consumidor, cliente ou usuário a inclusão, alteração e exclusão de seus dados do banco de informações da empresa.*

31) Conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais dos produtos e serviços

Conhecer os efeitos de seus produtos e serviços ajuda a empresa a fornecer informações e a atender melhor seus clientes, além de acompanhar o impacto de suas atividades na sociedade. Procure saber se a empresa

- realiza apenas esporadicamente estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga informações para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas com agilidade;
- realiza regularmente estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga as informações para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas. Também disponibiliza informações detalhadas sobre seus produtos e serviços a consumidores e clientes;
- obtém envolvimento ativo de seu público interno, fornecedores, distribuidores, consumidores e clientes no aperfeiçoamento dos produtos e serviços, substituindo componentes, tecnologias e procedimentos para minimizar ou evitar riscos à saúde e à segurança do consumidor ou cliente;
- considera os valores e princípios da empresa, o desenvolvimento sustentável e a ética como dimensões importantes na concepção ou reformulação, fabricação e venda de seus produtos ou serviços.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa mantém programa especial com foco em saúde e segurança do consumidor/cliente;*
- ▶ *se possui sistemas internos ágeis e capacita sua área de comunicação externa para responder com rapidez e transparência a situações de crise;*
- ▶ *se foi processada nos últimos três anos pelo não-cumprimento de regulamentos relacionados à saúde e à segurança do consumidor/cliente;*
- ▶ *se teve nos últimos cinco anos produtos retirados do mercado por pressão de clientes, consumidores ou órgãos de defesa;*
- ▶ *se tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados;*
- ▶ *se já teve produtos multados pelo não-cumprimento de regulamento referente à informação e rotulagem previstos no Código de Defesa do Consumidor.*

Tema 6: Comunidade

32) Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno

O primeiro ponto a ser tratado pela empresa com a comunidade são os impactos produzidos por suas atividades. Apure se a empresa

- conhece seus impactos, possui processo estruturado para registrar queixas e reclamações e promove reuniões sistemáticas para informar lideranças locais sobre providências;
- disponibiliza informações sobre impactos atuais e futuros de suas atividades e envolve a comunidade na resolução de problemas;
- mantém comitês ou grupos de trabalho com a participação de lideranças locais para análise de seus processos produtivos e monitoramento de impactos.

Fique atento a

- ▶ se a empresa reconhece a comunidade em que está presente como parte interessada importante em seus processos decisórios;
- ▶ se possui políticas de relacionamento com a comunidade de entorno contempladas em seu código de conduta ou declaração de valores;
- ▶ se participa ativamente da discussão de problemas comunitários e do encaminhamento de soluções;
- ▶ se contribui com melhoras na infra-estrutura ou no ambiente local que possam ser usufruídas pela comunidade;
- ▶ se tem programa para empregar, nas respectivas atividades e na medida praticável, o maior número de pessoas do local, dando-lhes formação, em cooperação com sindicatos, ONGs, representantes da comunidade ou autoridades públicas competentes;
- ▶ se tem práticas de compras e de investimentos para aprimorar o desenvolvimento socioeconômico da comunidade;
- ▶ se conscientiza e treina seus empregados para respeitar os valores e tradições da comunidade onde atua;
- ▶ se possui indicadores para monitorar os impactos causados por suas atividades na comunidade do entorno;
- ▶ se, caso atue em regiões limítrofes com comunidades e reservas indígenas, possui políticas, procedimentos e normas formais para valorização e preservação do patrimônio cultural, humano e conhecimentos tradicionais das populações indígenas;
- ▶ se, nos últimos três anos, a empresa recebeu reclamações ou manifestações da comunidade ou de organizações da sociedade civil em relação a excesso de lixo, geração de mau cheiro e outras formas de poluição; a excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno; a interferências em sistemas de comunicação, alterações sociais negativas ocasionadas por suas atividades etc.

33) Relações com organizações locais

O diálogo com organizações comunitárias pode abrir novos caminhos estratégicos para a companhia, além de reduzir conflitos decorrentes de sua atividade. Verifique se a empresa

- apóia projetos pontualmente de acordo com pedidos recebidos;
- participa da vida associativa local e apóia várias entidades com doações, financiamento de projetos, capacitação de lideranças e disseminação de experiências bem-sucedidas;
- mantém parcerias de longo prazo com entidades da comunidade local e participa da elaboração e da implantação de projetos conjuntos;
- busca influenciar políticas públicas, estabelecendo alianças e participando de redes para contribuir com o desenvolvimento local.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa faz levantamento das necessidades locais antes de elaborar seus projetos na comunidade;*
- ▶ *se realiza campanhas educacionais ou de interesse público na comunidade.*

34) Financiamento da ação social

Ao apoiar um projeto social, a empresa revela sua preocupação com mudanças na sociedade. No entanto, tais medidas precisam ter consistência estratégica e objetivos claros para que a ação seja efetiva. Por isso, apure

- se as verbas são variáveis e administradas arbitrariamente por diretor ou gerente, em resposta a solicitações externas;
- se as verbas, definidas em orçamento, são de conhecimento dos funcionários e geridas por comitê ou grupo de trabalho com base em critérios de investimento previamente estabelecidos;
- se o programa ou investimento social é estruturado e gerenciado por equipe especializada, com dotação orçamentária estável e com público, metas e estratégias definidos;
- se o programa social é estruturado e conta com mecanismo próprio para a geração de receita, estando assegurada sua continuidade a longo prazo, por meio de fundo patrimonial e/ou percentual fixo sobre o faturamento da empresa.

Fique atento a

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

35) Envolvimento com a ação social

O envolvimento da organização com sua ação social pode ser apenas financeiro ou pode se integrar às suas atividades com o apoio de recursos humanos e fornecedores. Procure saber se a empresa

- faz doações de serviços, produtos e recursos financeiros e/ou desenvolve projetos sociais próprios;
- disponibiliza espaços, horas de seus funcionários e equipamentos para o desenvolvimento de projetos e atividades da comunidade;
- possui projeto estruturado e utiliza suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais para fortalecer sua ação social e a de seus beneficiários;
- envolve as organizações ou lideranças locais no desenho e na implantação dos projetos sociais;
- intercede perante outros organismos, públicos ou privados, pela concretização desses projetos.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa utiliza incentivos fiscais ou de desconto de doações e patrocínios;*
- ▶ *se divulga internamente os projetos que apóia e desenvolve, oferecendo oportunidades de trabalho voluntário e estimulando a participação dos empregados;*
- ▶ *se autoriza o uso controlado de horas pagas para o trabalho voluntário;*
- ▶ *se possui conselho ou comitê misto, com membros de suas diferentes áreas ou do grupo empresarial, incluindo membros da sociedade credenciados, para tratar da área temática em que atua.*

Tema 7: Governo e sociedade

36) Contribuições para campanhas políticas

A transparência na destinação dos recursos a campanhas políticas é necessária a sociedades democráticas. Eleitores e sociedade devem estar cientes de interesses e propostas de ação política que estão em jogo. Verifique se a empresa

- financia candidatos ou partidos com base em seus interesses, participando da decisão apenas membros da alta cúpula;
- financia candidatos ou partidos dentro de regras e critérios definidos internamente, permitindo ao público interno o acesso às informações sobre a decisão tomada;
- toma de forma transparente a decisão de não-financiamento ou financiamento, permitindo às partes interessadas acesso às informações e requerendo do financiado a respectiva comprovação e registro da doação;
- promove campanhas de conscientização política, cidadania e importância do voto, envolvendo todos os funcionários e outras partes interessadas.

Fique atento a

- ▶ *se, nos últimos cinco anos, a empresa foi mencionada de forma negativa na imprensa por contribuir financeiramente para campanha política;*
- ▶ *se tem norma explícita de não-utilização do poder econômico para influenciar contribuições de outras empresas, fornecedores, distribuidores e outros parceiros.*

37) Construção da cidadania pelas empresas

As organizações podem desempenhar papel fundamental na construção da cidadania, seja dos funcionários, seja da comunidade de entorno. Verifique se a empresa

- desenvolve internamente atividades de educação para a cidadania e permite a livre discussão e troca de informações sobre temas políticos;
- promove ou apóia o planejamento de debates e fóruns de discussão com candidatos políticos com o objetivo de assegurar o voto consciente, em parceria com organizações que trabalham com esse tema;

- assume o papel de formar cidadãos e desenvolve programas de educação para a cidadania também na comunidade de entorno e tem papel de liderança na discussão de temas como participação popular e combate à corrupção em seu município.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa estimula seus funcionários a exercer a avaliação e o controle dos candidatos eleitos.*

38) Práticas anticorrupção e antipropina

O envolvimento com o poder público deve refletir os princípios éticos que regem a organização. É fundamental cobrar das companhias essa coerência, principalmente no que se refere à proibição de práticas corruptas. Confirme se a empresa

- mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento, direto ou indireto, dos agentes do poder público;
- assume compromisso público de combate à corrupção e propina, possui normas escritas divulgadas amplamente ao público interno e externo e mantém procedimentos formais de controle, punição e auditoria;
- busca envolver um número cada vez maior de partes interessadas, como fornecedores e clientes, em iniciativas de combate à corrupção e à propina.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa teve seu nome mencionado na imprensa nos últimos cinco anos sob a suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina e corrupção de agentes públicos;*
- ▶ *se prevê medidas punitivas aos colaboradores e funcionários envolvidos no favorecimento a agentes do poder público;*
- ▶ *se possui política explícita de não-apoio e não-participação em processos que objetivam a manipulação de editais de concorrência (públicos ou privados).*

39) Liderança e influência social

A atuação política das empresas pode ocorrer na defesa de seus interesses, de interesses do setor ou mesmo de causas de caráter público. São vários níveis de ação que podem ser analisados. Procure saber

- se a empresa participa de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos interesses específicos do seu ramo ou setor de negócio;
- se participa de comissões e grupos de trabalho relacionados a questões de interesse público;
- se participa ativamente, contribuindo com recursos humanos ou financeiros, de processos de elaboração de propostas de interesse público e de caráter socioambiental;
- se tem membros da alta direção envolvidos na articulação, viabilização e fortalecimento de propostas de caráter socioambiental, em diálogo com outras empresas, associações ou com autoridades públicas visando sua adoção.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público;*
- ▶ *se interage ativamente com instituições de ensino de todos os níveis para a elaboração de propostas para melhora da qualificação da mão-de-obra do setor em que atua;*
- ▶ *se estimula e patrocina projetos de desenvolvimento de pesquisa e tecnologia, interagindo ativamente com a comunidade acadêmica e científica.*

40) Participação em projetos sociais governamentais

O envolvimento em atividades, projetos ou ações sociais de caráter público demonstra a possibilidade de a organização ser agente de transformação social. Avalie se a empresa:

- contribui ocasionalmente com o poder público na realização de eventos e atividades pontuais e/ou apóia financeiramente programas e projetos do poder público, em resposta a solicitações de autoridades;
- contribui regularmente com recursos humanos, técnicos ou financeiros para a realização de projetos específicos e localizados, executados por entidades governamentais;
- participa ativamente da elaboração, aperfeiçoamento e execução de políticas públicas de interesse geral.

Fique atento a

- ▶ *se a empresa adota ou desenvolve parcerias com organismos públicos visando objetivos como melhorar a qualidade de ensino, a assistência social, a saúde e/ou a infra-estrutura, erradicar o trabalho infantil e/ou trabalho forçado, incentivar a geração de renda e/ou de emprego, promover segurança alimentar etc.;*
- ▶ *se patrocina programa público ou privado de bolsa escolar;*
- ▶ *se articula e coordena parcerias nos programas dos quais participa.*

Fontes

A

AA1000 (Institute of Social and Ethical AccountAbility)
www.accountability.org.uk

Accion Empresarial
www.accionempresarial.cl

ActionAid Brasil
www.actionaid.org.br

Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi)
www.andi.org.br

Akatu — Comunidade pelo Consumo Consciente
www.akatu.org.br

Alliance of Work-Life Professionals
www.awlp.org

Ashoka
www.ashoka.org

Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais (Abong)
www.abong.org.br

B

Behind the Label
www.behindthelabel.org

Business & Human Rights
www.business-humanrights.org

Business for Social Responsibility (BSR)
www.bsr.org

Business Impact
www.business-impact.org

Business in the Community
www.bitc.org.uk

C

Center for Ethics and the Professions
www.ethics.harvard.edu

Centro de Estudos de Ética nas Organizações (Cene)
www.fgvsp.br/cene

Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária (Cenpec)
www.cenpec.org.br

Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdade (Ceert)
www.ceert.org.br

Centro de Estudos do Terceiro Setor (Cets)
www.fgvsp.br/cets

Ceres
www.ceres.org

Conference Board
www.conference-board.org

Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade)
www.cade.gov.br

Conservation International do Brasil
www.conservation.org.br

Co-op America
www.coopamerica.org

Corporate Social Responsibility Forum (CSR)
www.csforum.com

Corporate Social Responsibility in Europe (CSR Europe)
www.csreurope.org

Council for Ethics in Economics (CEE)
www.businessethics.org

D

Dow Jones Sustainability Indexes
www.sustainability-indexes.com

E

Empresa
www.empresa.org

Ethics Officer Association (EOA)
www.eoa.org

Ethics Resource Center
www.ethics.org

F

Families and Work Institute
www.familiesandwork.org

Filantropia.org
www.filantropia.org.br

Ford Foundation
www.fordfound.org

Forest Stewardship Council (FSC)
www.fsc.org

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente
www.fundabrinq.org.br

Fundação Avina
www.avina.net

Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe)
www.fipe.com.br

Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef)
www.unicef.org

Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade)
www.seade.gov.br

G

Geledes (combate à discriminação racial e de gênero)
www.geledes.org.br

Great Place to Work Institute
www.greatplacetowork.com

Global Compact
www.unglobalcompact.org

Global Ethics
www.globoethics.org

Global Reporting Initiative (GRI)
www.globalreporting.org

Grupo de Institutos Fundações e Empresas (Gife)
www.gife.org.br

H

Human Rights Watch no Brasil
www.hrw.org/portuguese/

I

International Institute for Sustainable Development
www.iisd.org

Instituto Brasileiro de Análises Sociais e
Econômicas (Ibase)
www.ibase.org.br

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec)
www.idec.org.br

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
www.ibge.gov.br

Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)
www.ibgc.org.br

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
www.ethos.org.br

Institute of Social & Ethical AccountAbility
www.accountability.org.uk

Instituto Socioambiental
www.socioambiental.org

ISO – International Organization for Standardization
www.iso.ch/iso/en/ISOOnline.openerspage

K

Keidanren
www.keidanren.or.jp

M

Ministério do Trabalho e Emprego
www.fundacentro.gov.br

Movimento de Justiça e Direitos Humanos
www.direitoshumanos.org.br

O

Observatório Social
www.observatoriosocial.org.br

Organização Internacional do Trabalho (OIT)
www.ilo.org

Organização Internacional do Trabalho no Brasil
www.ilo.org/public/portugue/region/ampro/brasil/inst/brasil/

Organização Mundial da Saúde (OMS)
www.who.int.org

Organization for Economic Co-operation and
Development (OECD)
www.oecd.org/home/

P

Peru 2021
www.peru2021.org

Pólis – Instituto de Estudos, Formação e Assessoria
em Políticas Sociais
www.polis.org.br

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
(PNUD)
www.pnud.org.br

Programa Gestão Pública e Cidadania
www.gv.br/ford/gpcindex.asp

Projeto Aprendiz
www.aprendiz.com.br

R

Rede Brasileira de Entidades Assistenciais Filantrópicas
www.terceirosetor.org.br

Rede de Informações para o Terceiro Setor
www.rits.org.br

Rede Saci (deficiência e inclusão social)
www.saci.org.br

S

Seja um Voluntário
www.voluntarios.com.br

Social Accountability International/SA 8000
www.sa-intl.org

Social Investment Forum
www.socialinvest.org

Social Venture Network
www.svn.org

SustainAbility
www.sustainability.com/home.asp

T

The Copenhagen Centre
www.copenhagencentre.org

The Prince of Wales Business Leaders Forum
www.pwblf.org

The Resource Centre for the Social Dimensions of
Business Practice
www.rc-sdbp.org

The Society for Human Resource Management (SHRM)
www.shrm.org

Transparency International
www.transparency.org

U

Unesco
www.unesco.org.br

W

W.K. Kellogg Foundation
www.wkcf.org

World Business Council for Sustainable Development
(WBCSD)
www.wbcsd.org

World Resources Institute
www.wri.org

WWF
www.wwf.org

Bibliografia

- BNDES. *Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social*. Rio de Janeiro: Relato Setorial n. 2.
- BNDES. *Área social da gerência de estudos setoriais (AS/Geset)*, mar. 2000.
- BOATRIGT, John R. *Ethics and the conduct of business*. Nova Jersey: Prentice Hall, 1997. p. 343-365.
- BRICLEY, J. A.; SMITH, C. W.; ZIMMIRMON, J. L. Incentive conflicts and contracts. In: _____. *Managerial economics and organization architecture*. Irwin, 1997.
- BUSINESS SOCIAL REONSABILITY. *Introduction to Corporate Social Responsibility*. BSR Education Fund and Resource Center, 2000.
- CARNEIRO, João Geraldo Piquet. Uma nova visão da ética empresarial. In: TEIXEIRA, Nelson Gomes (Org.). *A ética no mundo da empresa*. 2. ed. Fundação Fides, Pioneira, 1998. p. 35-46.
- CARROLL, Archie B. Corporate Social Responsibility. *Business and Society*, Chicago, p. 268-295, set. 1999.
- COLLINS, Denis. The quest to improve the human condition: the first 1500 articles published in Journal of Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 26, p.1-73, jul. 2000.
- DAVENPORT, Kim. Corporate citizenship: a stakeholder approach for defining corporate social performance and identifying measures for assessing it. *Business and Society*, Chicago, v. 39, p. 210-219, jun. 2000.
- DRUCKER, Peter. *Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século*. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1992.
- _____. *Creating community*. Executive Excellence, Provo, v. 16, p. 5-9, oct. 1999.
- ELKINGTON, John . The triple botton line for the 21st-century business. In: STARKEY, Richard; WELFORD, Richard. *Business & sustainable development*. Londres: Earthscan, 2001. p. 20-43.
- FRIEDMAN, Milton. *Capitalismo e liberdade*. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- GRANT, Colin Friedman. Fallacies. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 10, p. 907-914, 1991.
- HANDY, Charles. The new language of organizing and its implications for leaders. In: HESSELBEIN, Frances; MARSHALL, Goldsmith; BECKARD, Richard (Eds.). *Leader of the future*. 1. ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1996.
- HITT, M.A.; IRELAND, R.D.; ARTZ, Kendall. Strategic management and strategic competitiveness. In: _____. *Strategic management: competitiveness and globalization*. 3. ed., 1999.
- L'ETANG, Jacquie. Ethical corporate social responsibility: a framework for managers. *Journal of Business Ethics*, Netherlands, v. 14, p. 125-132, 1995
- _____. Public relations and corporate responsibility: some issues arriving. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 13, p.111-128, feb. 1994.
- LOGSDON, Jeanne; YUTHAS, Kristi. Corporate social performance, stakeholder orientation and organizational moral development. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 21, p.1213-1226, sept. 1997.
- MAKOWER, Joel. *Beyond the bottom line: putting social responsibility to work for your business and the world*. Nova York: Simon & Schuster, 1994.
- MCINTOSH, Malcolm; LEIPZIGER, Deborah; JONES, Keith; COLEMAN, Gill. Corporate citizenship. *Financial Times*, Pitman Publishing, 1998.
- MICHALOS, Alex C. Issues for business ethics in the nineties and beyond. *Journal of Business Ethics*, Netherlands, v. 16, p. 219-230, 1997.
- MILES, Morgan P.; GOVIN, Jeffrey G. Environmental marketing: A source of reputational, competitive and financial advantage., *JBE*, v. 23, p. 299-311, fev. 2000.

- MILGROM, Paul; ROBERTS, John. Economic organization and efficiency. In: _____. *Economics, organization and management*. Nova Jersey: Prentice Hall, 1992
- MINKES, A. I.; SMALL, N. W.; CHATERJEE, S. R. Leadership and business ethics: does it matters? Implications for management. *Journal of Business Ethics*, Dordrecht, v. 20, p. 327-335, jul. 1999.
- OLIVEIRA, Roberto Guena; ALDRIGHI, Dante Mendes. Governança corporativa: para que e para quem?. *Fipe. Informações*, São Paulo, v. 240, set. 2000.
- PEERY JR, Newman S. Business, government, society. In: _____. *Managing competitiveness, ethics and social issues*. Nova Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1995.
- RUSSO, Michael V.; FOUTS, Paul A. A resource based perspective on corporate environmental performance and profitability. *Academy of Management Journal*, v. 40, p. 534-559, 1997.
- SHEIN, Edgar H. Leadership and organizational culture. In: HESSELBEIN, Frances; MARSHALL, Goldsmith; BECKARD, Richard (Eds.). *Leader of the future*. 1. ed. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1996.
- SROUR, Robert H. *Ética empresarial*. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- _____. *Poder, cultura e ética nas organizações*. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- SVEDSEN, Ann. *The stakeholder strategy*. 1.ª ed. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 1998.
- UNITED NATIONS. The Social Responsibility of Transnational Corporations. Unctad – United Nations Conference on Trade and Development. Genebra, 1999.
- WHEELER, David; SILLANPÄÄ, Maria. *The stakeholder corporation: a blueprint for maximizing stakeholder value*. 1. ed. Grã-Bretanha: Pitman Publishing, 1997.
- WINTER, Matthias; STEGER, Ulrich. *Managing outside pressures: strategies for preventing corporate disasters*. 1. ed., West Sussex: John Wiley & Sons Ed., 1998.
- WOOD, Donna J.; RAYMOND, Jones. Research in corporate social performance. In: BURLINGAME, Dwight F.; YOUNG, Dennis R. (Eds.). *Corporate philanthropy at the crossroads*. Indiana University Press, 1996. p. 41-86.
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. Corporate social responsibility: making good business sense. *WBCSD Reports*, jan. 2000.
- ZADEK, Simon; PRUZAN, Peter; EVANS, Richard. *Building corporate accountability*. 1. ed. Londres: Earthscan Publications, 1997.
- _____. Balancing performance, ethics and accountability. In: STARKEY, Richard; WELFORD, Richard. *Business & sustainable development*. Londres: Earthscan, 2001. p. 185-215.

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL

BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Patrocínio

 **BASF**
The Chemical Company

 INSTITUTO
ALGAR

 **Itaú**


natura
bem estar bem

 **NOVARTIS**
cuidar e curar


PETROBRAS

Apoio

 **Maxpress**
O seu canal com
a imprensa