

INDICADORES ETHOS

de Responsabilidade Social Empresarial

Versão 2001

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Pesquisa e Desenvolvimento

Consultores José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral, Pact e Equipe do Instituto Ethos

Revisão – Versão 2001

Vivian Paes Barretto Smith, Coordenadora e Adele Queiroz, Consultora

Agradecimentos

Ana Maria C. Esteves, Armand Pereira, Beatriz Cunha, Cláudio Bruzzi Boechat, Daniel de Bonis, Jaime Mezzera, Joe Sellwood, Luzia Monteiro Longo, Marcia Prates, Paulo Durval Branco, Rubens Naves e Sérgio A.P. Esteves.

Equipe do Instituto Ethos – Versão 2001

Aline Eltz, Cristina Murachco, Fernando Pachi, Juliana Raposo, Leno F. Silva, Marcelo Linguitte, Simone Kubric, Valdemar de Oliveira Neto e Vivian Paes Barretto Smith

Patrocínio

Banco Real AmroBank, Grupo José Pessoa, Hewlett Packard Company, JP Morgan, Libra Terminais, McDonald's, Natura Cosméticos, Shell

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, versão 2001, é uma publicação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, distribuída gratuitamente aos seus associados

Todos os direitos reservados.

A reprodução é permitida, com autorização prévia por escrito do Instituto Ethos

Junho /2001

Tiragem: 10.000 exemplares

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469 – 14º andar – Conj. 1407

05414-020 – São Paulo SP

Tel./Fax. (11) 3068.8539

E-mail: indicadores@ethos.org.br

Visite noso site: www.ethos.org.br

SUMÁRIO

Gestão da Responsabilidade Social	7
Resultados Indicadores Ethos – Versão 2000	
Perfil da Empresas Participantes	8
Perfil do Grupo de Benchmark	9
Indicadores Ethos – Versão 2001	
Inovações	11
Estrutura do Questionário	11
Metodologia de Avaliação	12
Instruções de Preenchimento	12
Questionário	13
Gabarito	41
Espaço Reservado para Sugestões e Comentários	43
Sugestão de Preenchimento	
1. Quadro de Acompanhamento	45
2. Banco de Práticas de Responsabilidade Social Empresarial	46

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Valores e Transparência	Auto-Regulação da Conduta	Compromissos Éticos 13 Enraizamento na Cultura Organizacional 13
	Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com Partes Interessadas (stakeholders) 14 Relações com a Concorrência 14 Balanço Social 15
Público Interno	Diálogo e Participação	Relações com os Sindicatos 16 Gestão Participativa 16 Participação nos Resultados e Bonificação 17
	Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o Futuro das Crianças 17 Valorização da Diversidade 18
	Respeito ao Trabalhador	Comportamento Frente a Demissões 19 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade 20 Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho 20 Preparação para Aposentadoria 21
Meio Ambiente	Gerenciamento do Impacto Ambiental	Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente 23 Mimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa 24 Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços 24
	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental 25 Educação Ambiental 26

ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

Fornecedores	Seleção e Parceria com Fornecedores	CrITÉrios de Seleção de Fornecedores 27
		Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva 27
		Relações com Trabalhadores Terceirizados 28
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores 28
Consumidores/ Clientes	Dimensão Social do Consumo	Política de Marketing e Comunicação 29
		Excelência no Atendimento 30
		Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços 31
Comunidade	Relações com a Comunidade Local	Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade 32
		Relações com Organizações Atuantes na Comunidade 33
	Filantropia/Investimentos Sociais	Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais 33
		Estratégias de Atuação na Área Social 34
		Mobilização de Recursos para o Investimento Social ... 34
Governo e Sociedade	Tranparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas 37
		Práticas Anti-Corrupção e Propina 37
	Liderança Social	Liderança e Influência Social 38
		Participação em Projetos Sociais Governamentais 39

Gestão da Responsabilidade Social

Cada vez mais as empresas estão percebendo o quanto a responsabilidade social é um tema que não está restrito somente às ações sociais desenvolvidas pela organização na comunidade. Implica também em práticas de diálogo e interação com os demais públicos da empresa, como colaboradores, consumidores e clientes, fornecedores, meio ambiente e governo e sociedade.

Para que a empresa trabalhe o tema da responsabilidade social numa perspectiva sistêmica e abrangente, é preciso que o tema seja incorporado nos processos de gestão e, portanto, seja tratado como parte das estratégias de negócio e do sistema de planejamento. Além disso, é importante utilizar instrumentos adequados de acompanhamento e monitoramento das práticas de responsabilidade social.

Nesse sentido o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social está lançando a segunda versão dos **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial – a versão 2001**, uma ferramenta para auxiliar a gestão das atividades de responsabilidade social nas empresas. Espera-se que a aplicação dos Indicadores possa contribuir para ampliar a produção de conhecimento e informações sobre o tema.

A experiência obtida com a aplicação dos **Indicadores Ethos – Versão 2000** demonstrou que essa ferramenta de diagnóstico oferece às empresas elementos valiosos para seus processos de planejamento e gestão. Foi com base nessa experiência de aplicação que o questionário inicial foi revisado, conforme já estava previsto desde a sua concepção. A proposta de uma revisão anual é permitir que os Indicadores sejam sempre um instrumento atualizado de avaliação e planejamento, sintonizado, portanto, com as questões de maior relevância para a responsabilidade social empresarial no país e no mundo. O processo de revisão teve como base os comentários e sugestões das empresas participantes, e para as questões mais específicas houve a colaboração de profissionais da Fundação Abrinq pelo Direitos da Criança e da Organização Internacional do Trabalho. As grandes diretrizes da revisão foram o aperfeiçoamento dos conceitos e da linguagem do questionário, a inclusão de novos indicadores e o alinhamento dos indicadores quantitativos com o **Guia de Elaboração de Relatório e Balanço de Responsabilidade Social Empresarial**, um novo instrumento lançado pelo Instituto Ethos.

O conhecimento das práticas de responsabilidade social que a aplicação dos indicadores propicia, contribui para que as empresas percebam o seu valor como investimento e reconheçam o impacto positivo que essas práticas trazem para a sua performance, imagem e sustentabilidade.

Resultados Indicadores Ethos – Versão 2000

A partir do lançamento dos **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial – Versão 2000**, várias empresas têm participado da aplicação do questionário, preenchendo e enviando voluntariamente suas respostas. Até o final do mês de abril de 2001, foram recebidos e tabulados pelo Instituto Ethos 71 questionários. Respeitando a confidencialidade dos dados de cada empresa, foram realizados relatórios personalizados de análise de resultados, incluindo a comparação da posição da empresa com relação a um grupo de benchmark.

O desempenho das empresas participantes foi quantificado de acordo com as respostas preenchidas no questionário. Para cada um dos 35 indicadores, as empresas receberam uma nota, composta pela resposta do indicador de profundidade e pelas informações adicionais. As notas foram calculadas com base em um sistema de pontuação no qual todos os 7 temas tem um número equivalente de pontos.

Perfil das Empresas Participantes

As empresas que responderam os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial em 2000** são em sua maioria empresas privadas nacionais de grande porte, localizadas na região sudeste do país. Pertencem a diferentes setores da economia, como o setor energético, financeiro, químico e petroquímico, entre outros. Cerca de 58% das empresas participantes são associadas ao Instituto Ethos, sendo que 9 destas empresas pertencem ao grupo de benchmark.

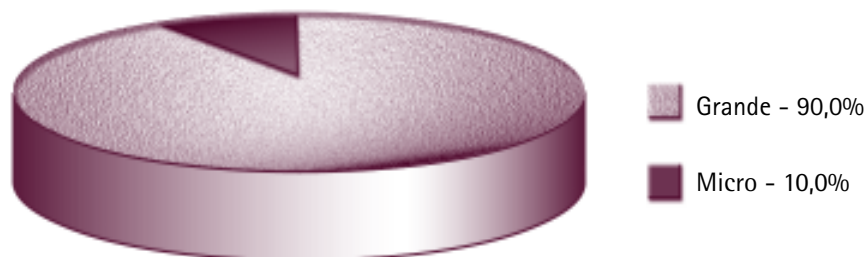
Dentre as empresas que responderam os Indicadores, 70,3% são consideradas de grande porte (mais de 500 funcionários). Com menor representatividade, as médias, pequenas e micro empresas não se distanciam expressivamente da colocação das grandes empresas (notas médias por temas). O desempenho das empresas de grande porte destaca-se significativamente no tema meio ambiente.

tema	grande empresa	média empresa	pequena empresa	micro empresa
valores e transparência	5,98	5,57	5,33	4,83
público interno	5,78	4,98	4,44	3,88
meio ambiente	4,19	2,57	2,66	0,67
fornecedores	5,67	5,41	4,72	3,61
consumidores	7,73	6,42	5	6,66
comunidade	5,95	5,06	5,55	5,27
governo e sociedade	5,92	4,73	4,79	5,83

Resultados Indicadores Ethos – Versão 2000

Perfil do Grupo de Benchmark

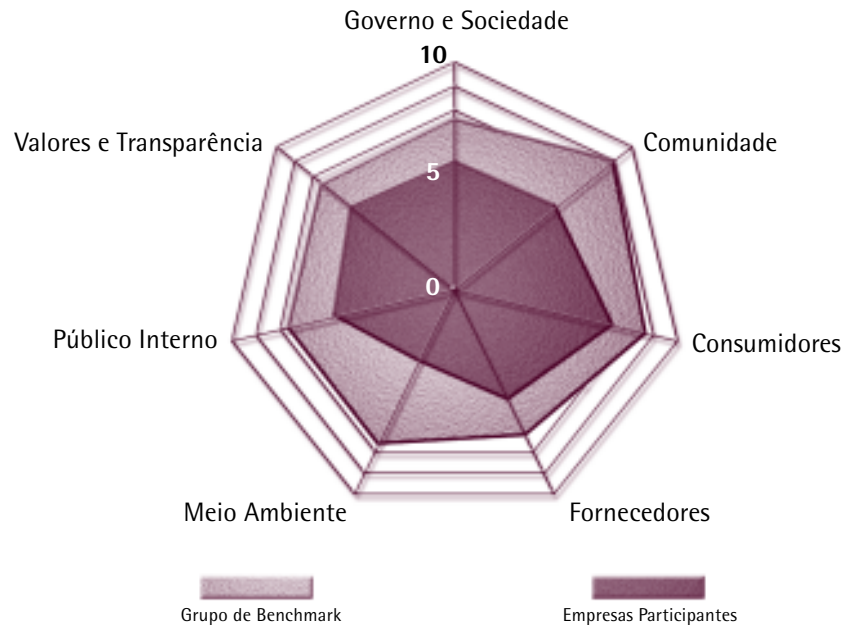
O critério de definição das empresas que compõem atualmente o grupo de benchmark dos **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial** é a sua performance final. As empresas que tiraram as dez maiores notas constituem esse grupo de referência. Em sua maioria são empresas privadas nacionais de grande porte, localizadas na região sudeste do país, e estão distribuídas em diversos setores da economia.



O desempenho médio destas empresas por tema foi significativamente alto, sendo que as notas médias variam de 7,28 no tema Fornecedores (nota média mais baixa) até 8,92 no tema Comunidade (nota média mais alta).

O tema no qual as empresas participantes em 2000 têm o pior desempenho é Meio Ambiente (nota média 3,56) e o melhor é Consumidores (nota média 7,06). Nos demais temas todas tiveram notas médias em torno de 5 pontos. O grupo de benchmark tem notas consideravelmente maiores em todos os temas, sendo que em relação ao tema Meio Ambiente há uma diferença bastante expressiva, nota 7,58. Outra diferença marcante acontece em relação ao tema Comunidade, no qual a nota média do grupo de benchmark é muito maior do que a de todo banco de dados (8,92 contra 5,73). Com isso, é possível indicar que apesar do desempenho geral neste tema não ser alto, há algumas empresas com práticas avançadas no que se refere às suas relações com a Comunidade.

Resultados Indicadores Ethos – Versão 2000



	Grupo de Benchmark	Empresas Participantes
Valores e Transparência	7,4	5,77
Público Interno	7,36	5,39
Meio Ambiente	7,58	3,56
Fornecedores	7,28	5,37
Consumidores	8,72	7,06
Comunidade	8,92	5,73
Governo e Sociedade	7,5	5,61

Indicadores Ethos – Versão 2001

Inovações

A versão 2001 dos **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial** conta com uma área exclusiva no site do Instituto Ethos (www.ethos.org.br), na qual é possível cadastrar a sua empresa e responder o questionário. Assim, as empresas poderão enviar suas respostas via internet para que o Instituto Ethos faça a tabulação dos dados e forneça os respectivos relatórios com resultados, mantendo o compromisso de confidencialidade.

Um glossário conceitual também está disponível nesta página eletrônica, com o objetivo de esclarecer os termos mais relevantes para a compreensão das questões apresentadas em cada indicador e, desta forma, facilitar o preenchimento do questionário.

Estrutura do Questionário

O questionário de avaliação da empresa está dividido em sete grandes temas: 1) Valores e Transparência 2) Público Interno 3) Meio Ambiente 4) Fornecedores 5) Consumidores/Clientes 6) Comunidade 7) Governo e Sociedade.

Esses temas são avaliados por meio de dois grupos de indicadores. O primeiro, composto de uma barra de quatro quadros contíguos, corresponde à avaliação do estágio atual da responsabilidade social da empresa, sendo que o quadro mais à direita corresponde à postura mais desejada. Este método permite facilmente à empresa situar-se na escala, identificando seu posicionamento em relação aos estágios mais frequentemente encontrados no mercado. A própria escala serve como parâmetro dos passos subseqüentes, permitindo que a empresa planeje como alcançar um grau mais elevado de responsabilidade social.

O segundo grupo de indicadores, composto de respostas binárias (sim/não) e de valores numéricos, contém elementos de validação e detalhamento do estágio de responsabilidade social identificado pela empresa. A importância deste segundo grupo de informações reside na montagem de um banco de dados que vai permitir, no futuro, a realização de comparações históricas e a distinção das melhores práticas adotadas.

A estrutura desses dois conjuntos é dinâmica, variando de acordo com os paradigmas contemporâneos de responsabilidade social. Neste sentido, o Instituto Ethos busca adequar continuamente o modelo de avaliação à realidade objetiva das empresas e às expectativas da sociedade, através das revisões anuais do questionário.

Metodologia de avaliação

A avaliação do nível de responsabilidade social por empresa é consolidada pelo Instituto Ethos, conforme metodologia própria. Os resultados finais são baseados em um sistema de pontuação dos diferentes indicadores e temas, que permite considerar:

- A importância e a profundidade de cada indicador, considerando sua atualidade e impacto na sociedade;
- Setores em que certos indicadores não têm relevância;
- Setores em que alguns temas possuem menor peso relativo frente aos demais.

O Instituto Ethos assegura tratamento estritamente confidencial dos dados por empresa. Na apresentação estatística das informações, as empresas não são identificadas. Eventual divulgação de experiências e práticas exemplares só é realizada mediante prévia consulta e autorização.

Instruções de preenchimento

Cada questionário deve corresponder a uma unidade de negócios. Seu preenchimento envolve a participação de várias áreas da empresa devido à abrangência dos temas. É aconselhável que a empresa indique um coordenador que facilite a sistematização das informações e o diálogo interno. Também é importante que a alta direção da empresa acompanhe o processo e referende os resultados.

O preenchimento deverá ser feito da seguinte maneira:

Barra de indicadores de responsabilidade social empresarial: Apenas um dos quatro quadros deverá ser escolhido, devendo-se optar por aquele que mais se aproxima da realidade da empresa. Na hipótese de nenhum dos quadros corresponder a essa realidade, o indicador deverá ser deixado em branco, apresentando-se justificativa no espaço reservado para comentários;

Indicadores Binários e Numéricos: Os indicadores Binários (Sim/Não) deverão ser obrigatoriamente preenchidos. A empresa deve esforçar-se em preencher também os indicadores numéricos, mesmo quando disponha apenas dos dados de 2000. Caso a empresa não produza esses dados, deverá apresentar justificativa e preparar-se para apresentá-los no próximo ano.

Para o preenchimento através da internet é preciso que a empresa se cadastre no site do Instituto Ethos na área Indicadores. Após o cadastro, a empresa estará habilitada com uma senha de acesso para o preenchimento e visualização de suas informações e resultados confidenciais.

Para maiores informações e dúvidas, utilize nosso canal direto de comunicação: indicadores@ethos.org.br

Participe!

Valores e Transparência

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

- Compromissos Éticos
- Enraizamento na Cultura Organizacional

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

- Diálogos com Partes Interessadas (stakeholders)
- Relações com a Concorrência
- Balanço Social

Auto-Regulação da Conduta

• Compromissos Éticos

<p>1. Com relação à adoção e abrangência de princípios éticos:</p>	<p>As crenças e valores da organização existem de maneira informal, estando pouco incorporados nos processos de trabalho.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>As crenças e valores da organização estão documentados e disseminados, valendo igualmente para todos os níveis da organização.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>A organização possui um código de ética, orienta e treina seus funcionários com regularidade e promove revisões periódicas.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>O código de ética da organização prevê a participação de funcionários, parceiros e/ou da comunidade em sua revisão e é submetido a procedimentos de controle e auditoria periódicos.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>
---	---	---	--	---

Informações Adicionais

O código de ética e/ou a declaração de crenças e valores da organização:

Sim

Não

	Sim	Não
1.1 abordam três ou mais dos seguintes parceiros: funcionários, fornecedores, consumidores/clientes, comunidade, governo e acionistas minoritários?		
1.2 proíbem expressamente a utilização de práticas ilegais (corrupção, propina e "caixa dois") para obtenção de vantagens comerciais?		
1.3 são explícitos quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todos os parceiros?		
1.4 são explícitos quanto à defesa da concorrência leal?		

• Enraizamento na Cultura Organizacional

<p>2. Com relação à disseminação dos valores éticos da empresa:</p>	<p>Crenças e valores são transmitidos esporadicamente ou em momentos específicos (contratação de funcionário, processo de auditoria), com foco no público interno.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Existem processos sistemáticos de educação e difusão das crenças e valores da empresa, tanto para os funcionários quanto para os demais parceiros.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Os processos de educação e difusão de crenças e valores são avaliados e verificados periodicamente.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Funcionários, lideranças da organização e parceiros são motivados a contribuir para os processos de avaliação e monitoramento das crenças e valores.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>
--	--	---	--	---

Valores e Transparência

Informações Adicionais		Sim	Não
	2.1. A alta direção da empresa (conselho de administração e diretoria) está comprometida com o enraizamento das crenças e valores na cultura e nos processos organizacionais?		
	2.2. A empresa tem comitês ou conselhos de gestão das questões éticas?		
	2.3. As pesquisas de clima organizacional contemplam perguntas relacionadas a questões éticas?		

Relações Transparentes com a Sociedade

• **Diálogo com Partes Interessadas (stakeholders)**

3. Considerando seus impactos sobre distintos grupos da sociedade, a empresa:	Discute dilemas, estratégias e problemas apenas no ambiente da liderança da organização.	Estende a discussão aos funcionários e interessados diretos dependendo do tema em questão.	Incentiva a participação de todos os envolvidos com os negócios da empresa e pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados.	Define indicadores de desempenho a partir do diálogo estruturado com as partes interessadas e cria mecanismos para assegurar que os canais de comunicação e discussão sejam acessíveis e eficientes.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informações Adicionais		Sim	Não
	3.1. A empresa identifica e analisa as expectativas e demandas dos diversos grupos envolvidos com seus negócios?			
	3.2. A natureza dos processos, produtos e serviços da empresa é criticada ou sofre oposição por algum grupo ou parte interessada?			

• **Relações com a Concorrência**

4. Quanto às políticas de relacionamento com a concorrência, a empresa:	Segue as práticas de preço e concorrência comuns ao mercado, restringindo-se ao cumprimento da legislação.	Discute internamente a postura da empresa frente aos concorrentes e busca um posicionamento leal.	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.	Exerce posição de liderança em seu segmento nas discussões relacionadas ao combate a trustes e cartéis, às práticas desleais de comércio, à fraude em licitações e à espionagem empresarial, buscando alcançar padrões de concorrência cada vez mais elevados.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Valores e Transparência

Informações Adicionais

Sim

Não

4.1. A empresa já foi denunciada ao CADE ou processada por esse órgão devido a práticas de concorrência desleal?

• Balanço Social

5.

Com relação à divulgação das ações de responsabilidade social, a empresa:

Não publica ou publica sem regularidade definida informações sobre suas ações sociais, comunitárias e ambientais, sem consolidá-las em um balanço social.

Publica um balanço social anualmente, descrevendo suas ações sociais, e incorporando aspectos quantitativos.

Incorpora o balanço social aos seus demonstrativos financeiros, e utiliza os dados sociais como ferramentas de gestão dos negócios.

Além disso, incorpora críticas e sugestões dos seus diversos stakeholders ao balanço social, promovendo processos de discussão coletiva e tornando-o acessível ao maior número de pessoas possível.



Informações Adicionais

A riqueza gerada pela empresa:

1998

1999

2000

5.1. Valor Adicionado = Receita Bruta - (Bens e serviços de terceiros + Depreciação + Remuneração de capital de terceiros)

A riqueza distribuída pela empresa para suas partes interessadas (stakeholders):

5.2. Governo: impostos expurgados os subsídios (isenções)

5.3. Colaboradores: salários/encargos previdenciários/previdência privada/benefícios/participação nos resultados

5.4. Acionistas: dividendos/variação do patrimônio líquido

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

- Relações com Sindicatos
- Gestão Participativa
- Participação nos Resultados e Bonificação

RESPEITO AO INDIVÍDUO

- Compromisso com o Futuro das Crianças
- Valorização da Diversidade

RESPEITO AO TRABALHADOR

- Comportamento Frente a Demissões
- Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade
- Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
- Preparação para Aposentadoria

Diálogo e Participação

• Relações com Sindicatos

6.
Quanto à participação de funcionários em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes, a empresa:

No contexto atual, considera o comportamento dos sindicatos prejudicial ao seu desempenho, embora não exerça pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais.

Não exerce nenhum tipo de pressão e permite a liberdade para a representação dos sindicatos dentro do local de trabalho.

Permite a atuação dos sindicatos no local de trabalho e fornece informações sobre as condições de trabalho na empresa; os dirigentes da empresa se reúnem periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações.

Os dirigentes da empresa se reúnem periodicamente com representantes dos sindicatos e fornecem aos sindicatos dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos, quando estes afetarem os trabalhadores, para subsidiar as discussões.

Informações Adicionais

6.1 Número de greves e paralisações ocorridas na empresa

1998 1999 2000

• Gestão Participativa

7.
Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:

Não possui programa para estimular e recompensar empregados que apresentam sugestões que contribuam para a melhoria dos processos internos.

Possui programa para estimular e recompensar empregados que apresentam sugestões que contribuam para a melhoria dos processos internos.

Disponibiliza informações econômico-financeiras da empresa e treina os empregados para que possam compreender e analisar tais informações.

Prevê a participação de representante dos empregados em comitês de gestão encarregados da formulação de sua estratégia ou no Conselho de Administração.

- Participação nos Resultados e Bonificação

8. Quanto aos mecanismos de participação nos resultados e de bonificação, a empresa:	Não possui programa estruturado de participação nos resultados nem de bonificação.	Possui programa de participação nos resultados e/ou de bonificação, porém não utiliza critérios objetivos de avaliação para premiar o desempenho individual.	Possui programa de participação nos resultados e/ou de bonificação que combina avaliação objetiva das competências, habilidades e desempenho individuais, com avaliação coletiva da empresa.	Além de oferecer participação e/ou bônus relacionado a desempenho, possui mecanismo que estimula e viabiliza a participação dos empregados na sua composição acionária.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informações Adicionais	O programa de participação nos resultados da empresa:			Sim	Não	
	81. Foi estabelecido através de negociação com comissão de empregados ou sindicato?					
				1998	1999	2000
	8.2. Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial:					
	8.3. Porcentagem de empregados beneficiados:					
	O programa de bonificação da empresa:			Sim	Não	
	8.4. Foi estabelecido através de negociação com comissão de empregados ou sindicato?					
				1998	1999	2000
	8.5. Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial:					
	8.6. Porcentagem de empregados beneficiados:					
8.7. Percentual de ações da empresa em poder dos funcionários:						
Respeito ao Indivíduo						

- Compromisso com o Futuro das Crianças

9. No tratamento da questão dos direitos da criança e do adolescente, a empresa:	Respeita integralmente a legislação nacional que proíbe o trabalho antes dos 16 anos, exceto na condição de aprendiz entre os 14 e 16 anos.	Mantém programa de aprendizagem na empresa para jovens na faixa etária de 14 a 16 anos.	Além de programas de aprendizagem para jovens, desenvolve projetos internos de integração e apoio aos filhos dos funcionários.	Amplia sua atuação apoiando projetos realizados junto a comunidade em benefício da criança e do adolescente.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	9.1	Encontra-se credenciada para o uso do Selo "Empresa Amiga da Criança" da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança ou equivalente?	
9.2	Tem ações de conscientização interna dos funcionários sobre a exploração do trabalho infantil com relação aos seus filhos e às outras crianças de seu convívio?		

- Valorização da Diversidade

10.
Reconhecendo a obrigação ética das empresas de combater todas as formas de discriminação e de valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza étnica e cultural de nossa sociedade, a empresa:

Procura evitar comportamentos discriminatórios no ambiente interno e na relação com seus clientes, mas não possui processos estruturados e formais de promoção da diversidade.	Possui normas escritas que proíbem e prevêm medidas disciplinares contra práticas discriminatórias e regulam os processos de admissão e promoção.	Além de possuir normas escritas, oferece treinamento específico sobre o tema e utiliza indicadores para identificar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento.	Além de possuir normas e usar indicadores, desenvolve atividades de promoção de grupos pouco representados na empresa.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	10.1	apóia projetos na comunidade que visam melhorar a oferta de profissionais qualificados provenientes de grupos usualmente discriminados no mercado de trabalho?	
10.2	mantém programa especial para contratação de portadores de deficiência física e mental?		
10.3	oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos?		
10.4	tem política preferencial para a contratação de indivíduos com idade superior a 45 anos ou desempregados há mais de 2 anos?		
10.5	possui normas e processos eficazes para combater situações de assédio sexual?		
		1998	1999
10.6	Porcentagem de mulheres em relação ao total de colaboradores:		
10.7	Porcentagem de mulheres em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:		
10.8	Porcentagem de mulheres negras e pardas em relação ao total de colaboradores:		
10.9	Porcentagem de mulheres negras e pardas em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:		

continua

Público Interno

continuação informações adicionais

	1998	1999	2000
10.10 Porcentagem de homens negros e pardos em relação ao total de colaboradores:			
10.11 Porcentagem de homens negros e pardos em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
10.12 Porcentagem de colaboradores acima de 45 anos de idade em relação ao número total de colaboradores:			
10.13 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Mulheres brancas:			
10.14 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Mulheres negras e pardas:			
10.15 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Homens brancos:			
10.16 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Homens negros e pardos:			

Respeito ao Trabalhador

- **Comportamento Frente a Demissões**

11.

Diante de necessidade de redução de custo de pessoal, a empresa:

Procura evitar demissões e quando o faz se limita ao estritamente necessário, através de consultas com representantes dos trabalhadores.

Analisa e discute alternativas de contenção e redução de despesas com os empregados e oferece programa de demissão voluntária incentivada.

Além de discutir internamente e criar incentivos à demissão voluntária, estabelece indicadores sócio-econômicos (idade, estado civil, dependentes) para orientar a definição de prioridades.

Oferece adicionalmente serviços de apoio e/ou recolocação e/ou recapacitação e extensão de benefícios a todos os trabalhadores demitidos.

Informações Adicionais

	1998	1999	2000
11.1 Número de empregados no final do período:			
11.2 Número total de admissões no período:			
11.3 Número total de demissões no período:			
10.4 Porcentagem de demitidos acima de 45 de idade em relação ao número total de demitidos:			
11.5 Percentual de reclamações trabalhistas iniciadas por total de demitidos no período:			

• Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

12. Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:	Promove atividades de treinamento pontuais, focados no desempenho de tarefas específicas.	Mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento contínuo do seu pessoal.	Além de promover capacitação contínua, oferece bolsas de estudo para a aquisição de conhecimentos mais universais e com impacto positivo na empregabilidade de seus funcionários.	As bolsas de estudo para aquisição de conhecimentos universais são oferecidas para todos, sem distinção.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informações Adicionais	A empresa	Sim		Não
	12.1 mantém programa de erradicação do analfabetismo entre seus empregados, com metas e recursos definidos?			
	12.2 mantém programa de educação básica/ensino supletivo?			
		1998	1999	2000
	12.3 Percentual de analfabetos na força de trabalho:			
	12.4 Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:			
	12.5 Porcentagem do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:			

• Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

13. Visando assegurar boas condições de trabalho, saúde e segurança, a empresa:	Segue rigorosamente as normas e parâmetros fixados pela legislação.	Vai além das obrigações legais e procura alcançar ou ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.	Desenvolve campanhas regulares de conscientização, oferece acesso a informações relevantes e realiza pesquisas de clima organizacional para medir o nível de satisfação e identificar áreas que requerem atenção.	Além de desenvolver campanhas e realizar pesquisas, desenvolve política de equilíbrio trabalho-família e monitora a carga de trabalho visando sua melhor distribuição. Metas e indicadores de desempenho relacionadas a condições de trabalho, saúde e segurança são definidas com a participação dos empregados e divulgadas amplamente.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Público Interno

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não	
13.1 foi certificada pela norma BS 8800, SA 8000 ou outra norma equivalente? Caso for por norma equivalente, especifique:			
13.2 oferece programa de prevenção e tratamento para dependência a drogas e ao álcool?			
13.3 promove exercícios físicos no horário de trabalho?			
13.4 possui política de compensação de horas extras para gerentes e executivos?			
A empresa oferece aos empregados			
13.5 plano de saúde familiar?			
13.6 auxílio para educação dos filhos?			
13.7 financiamento para casa própria?			
	1998	1999	2000
13.8 Divisão da maior remuneração pela menor remuneração em espécie paga pela empresa (inclui participação nos resultados e programa de bônus):			
13.9 Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente:			
13.10 Média de horas extras por empregados/ano:			
13.11 Média anual de acidentes de trabalho por empregado:			
13.12 Porcentagem dos acidentes que resultaram em afastamento temporário do(s) empregado(s)/ prestador(es) de serviço:			
13.13 Porcentagem dos acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física do(s) empregado(s)/ prestador(es) de serviço, com afastamento permanente do cargo (incluindo LER):			
13.14 Porcentagem dos acidentes que resultaram em morte do(s) empregado(s)/ prestador(es) de serviço:			

• Preparação para Aposentadoria

14. Visando preparar seus funcionários para a aposentadoria, a empresa:

Não tem um programa estruturado de preparação para a aposentadoria.

Oferece informações básicas e orienta seus funcionários quanto aos procedimentos administrativos necessários à obtenção da aposentadoria.

Desenvolve atividades sistemáticas de orientação, aconselhamento e preparação para a aposentadoria, envolvendo aspectos psicológicos e de planejamento financeiro.

Além de desenvolver um programa sistemático de preparação, a empresa oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados e estimula sua participação em projetos sociais na comunidade.

Público Interno

Informações Adicionais

A empresa

Sim

Não

14.1 A empresa mantém programa de previdência complementar?

Meio Ambiente

Gerenciamento de Impacto Ambiental

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

- Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente
- Minimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa
- Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços

RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

- Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental
- Educação Ambiental

• Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente

15.

Considerando os impactos ambientais causados pelas atividades/serviços desenvolvidos, a empresa:

Conhece os principais impactos ambientais causados por suas atividades/serviços e foca a sua ação preventiva nos processos que oferecem dano potencial à saúde e segurança de seus funcionários.

Produce estudos de impacto ambiental, segundo exigências da legislação, e realiza regularmente atividades de controle e monitoramento.

Produce análises de impacto de todos seus processos, independentemente de obrigação legal e tem seus processos de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo o estabelecimento de metas, plano de ação, alocação de recursos e auditoria.

Produce estudos de impacto em toda cadeia produtiva; desenvolve parceria com fornecedores visando a melhoria dos processos de gestão ambiental e participa dos processos de destinação final e pós-consumo.



Informações Adicionais

A empresa

Sim

Não

15.1 participa junto com outras empresas na discussão dos problemas ambientais e no encaminhamento de soluções?

15.2 certificada pela norma ISO 14.001 ou outra norma ambiental equivalente?

No caso de norma equivalente, especifique:

15.3 possui plano de emergência ambiental que relaciona todas as suas atividades/serviços que envolvam situações de risco, e treina seus funcionários em intervalos freqüentes?

Quantidade média de incidentes e/ou autuações por violação das normas de proteção ambiental de:

1998

1999

2000

15.4 baixa gravidade

15.5 média gravidade

15.6 alta gravidade

Meio Ambiente

• Mimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa

16. Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e melhorar seus processos de gestão ambiental, a empresa:	Tem procurado, dentro do seu padrão tecnológico atual, reduzir o consumo de energia, água, produtos tóxicos e matérias primas, e implantar processos de destinação adequada a seus resíduos.	Tem investido na atualização do padrão tecnológico, visando reduzir e substituir recursos de entrada e desenvolve programa de reutilização de resíduos pela própria empresa ou por terceiros.	Além de investir na redução e reutilização de recursos, possui processo para medir, monitorar e auditar periodicamente os aspectos ambientais significativos relacionados com consumo de recursos naturais e a produção de resíduos e dejetos.	Tem como meta alcançar alto nível de sustentabilidade e/ou provocar impacto ambiental zero, através de estratégias de reutilização e compensação ambiental.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informações Adicionais				Sim	Não	
16.1 Nas suas atividades, serviços e/ou produtos a empresa libera na atmosfera gases nocivos à camada de ozônio, tais como CFC?						
				1998	1999	2000
16.2 Total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (R\$):						
16.3 Porcentagem do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental:						
16.4 Consumo anual de energia (kwh):						
16.5 Consumo anual de combustíveis fósseis (ton.):						
16.6 Consumo anual de água (litro):						
16.7 Volume médio anual de CO2 e outros gases efeito estufa emitidos na atmosfera (ton.):						
16.8 Quantidade anual de resíduos sólidos (lixo, dejetos, entulho, etc.) gerados (ton.):						

• Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços

17. As práticas de melhoria ambiental desenvolvidas na empresa:	Limitam-se ao controle das atividades/serviços internos e desenvolvidos pela própria empresa.	Abrangem todas as atividades/serviços sob seu controle, incluindo atividades externas como transportes e entradas e saídas de materiais.	Estendem-se a toda cadeia de suprimentos e a empresa utiliza critérios ambientais na seleção de fornecedores.	Atua em todo ciclo de vida de seus produtos/serviços, incluindo processos de gerenciamento relativos às fases de destinação final dos produtos/serviços e pós-consumo.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meio Ambiente

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
17.1 desenvolve esforços explícitos de redução do consumo e coleta seletiva de materiais internamente?		
17.2 desenvolve programa de gerenciamento de resíduos no cliente, como programas de coleta de resíduos e reciclagem pós-consumo?		
17.3 fornece a seus consumidores/clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e destinação final dos seus produtos e serviços?		
17.4 Mantém ações de controle da poluição causada por veículos próprios e de terceiros a seu serviço?		

Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

• Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental

18.

Para cobrir sua parcela de responsabilidade quanto ao uso de recursos e impactos sobre o meio ambiente, a empresa:

Cumpe rigorosamente os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação nacional.

Além de cumprir com os parâmetros legais, a empresa desenvolve programas de melhoramento ambiental/gestão ambiental, atuando de maneira preventiva.

Trata a questão ambiental como tema transversal na empresa, tem comitês/áreas responsáveis pela operacionalização das ações ambientais e inclui a questão ambiental em seu planejamento estratégico.

Desenvolve novos negócios ou adotou novo modelo para negócio já existente, que procuram explorar oportunidades relacionadas à sustentabilidade ambiental.

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
18.1 A empresa participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental junto ao governo e à comunidade?		
18.2 A empresa contribui para a preservação da biodiversidade através de projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados?		

Meio Ambiente

- Educação Ambiental

19.

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

Não desenvolve ações de educação ambiental, nem treinamento para funcionários sobre a temática ambiental.

Desenvolve atividades de educação ambiental focadas no público interno, visando reforçar a conscientização ecológica.

Desenvolve campanhas de conscientização e educação ambiental voltadas a familiares de funcionários e à comunidade do entorno imediato da empresa.

Além de desenvolver campanhas, a empresa participa ou apóia projetos educacionais em parceria com organizações ambientalistas e exerce liderança social em favor dessa causa.

Informações Adicionais

A empresa

Sim

Não

19.1 A empresa publica relatório de suas atividades relacionadas à sua performance ambiental?

Fornecedores

Seleção e Parceria com Fornecedores

SELEÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

- Critérios de Seleção de Fornecedores
- Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva
- Relações com Trabalhadores Terceirizados
- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

• Critérios de Seleção de Fornecedores

20. Para regular suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:	Possui políticas e normas de uso interno para avaliar e selecionar fornecedores e parceiros com base em fatores de qualidade, preço, prazo.	Possui normas transparentes que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal.	Além de critérios básicos de respeito à legislação, as normas da empresa incluem critérios específicos de responsabilidade social, como proibição do trabalho infantil e de práticas de discriminação.	Exige que seus fornecedores e parceiros reproduzam as suas exigências quanto à responsabilidade social junto aos seus respectivos fornecedores e que monitorem esses critérios periodicamente.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais

A empresa	Sim		Não	
	1998	1999	2000	
20.1 Estabelece prazo formal para a conformidade de seus fornecedores com seus critérios de responsabilidade social?				
20.2 Percentual do total de fornecedores que receberam visita de inspeção de práticas de responsabilidade social:				

• Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

21. Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:	Discute com fornecedores e parceiros a questão do trabalho infantil e os estimula a cumprir a legislação.	Possui cláusula específica quanto à proibição do trabalho infantil nos seus contratos com fornecedores.	Verifica o cumprimento das cláusulas que proíbem o trabalho infantil nos seus contratos com fornecedores.	Discute com seus fornecedores a questão da proibição do trabalho infantil em seus contratos com terceiros. Participa de programas e atividades que visam erradicar o trabalho infantil na sua cadeia produtiva.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fornecedores

Informações Adicionais:		1998	1999	2000
	21.1 Quantas autuações a empresa recebeu no Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil no período?			

• Relações com Trabalhadores Terceirizados

22. Nas suas relações com trabalhadores terceirizados e/ou com os fornecedores desses serviços, a empresa:	Mantém relação contratual dentro dos parâmetros legais de co-responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.	Monitora periodicamente o cumprimento dos requisitos estabelecidos, exigindo que sejam feitos os ajustes que garantam o correto cumprimento da legislação.	Além de monitorar o cumprimento da legislação, negocia com seus fornecedores para que proporcionem aos seus funcionários níveis salariais compatíveis com as médias de mercado.	Oferece ao trabalhador terceirizado benefícios básicos gozados pelos funcionários regulares, como transporte e alimentação.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	22.1 Integra os trabalhadores terceirizados nos seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional?			
		1998	1999	2000
22.2 Porcentagem de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho:				

• Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

23. Com relação a fornecedores de igual ou menor porte, a empresa:	Estabelece relações contratuais apenas com base em critérios comerciais.	Contribui para a melhoria do padrão gerencial dos parceiros, disponibilizando informações e promovendo atividades conjuntas de treinamento.	Além de contribuir para a melhoria gerencial, mantém relações estáveis e duradouras com parceiros e utiliza critérios de negociação que permitem seu crescimento futuro.	Além de contribuir para o crescimento dos seus fornecedores de igual ou menor porte, estimula e facilita seu envolvimento em projetos sociais e ambientais.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informações Adicionais		Sim	Não
	23.1 A empresa inclui entre seus fornecedores grupos comunitários locais, tais como cooperativas, associações de bairro e projetos de geração de renda?			

Consumidores/Clientes

Dimensão Social do Consumo

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

- Política de Marketing e Comunicação
- Excelência no Atendimento
- Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

• Política de Marketing e Comunicação

24.

Considerando a influência do marketing na criação de imagem de credibilidade e confiança, a empresa:

Foca suas estratégias de marketing nos objetivos comerciais e enfatiza os resultados econômicos de curto prazo.

Possui política formal de comunicação alinhada aos valores e princípios da empresa, que abrange todos os seus materiais de comunicação, tanto internos quanto externos.

Procura estimular a comunicação dos consumidores/clientes com a empresa e esclarecer aspectos inovadores dos seus produtos e serviços, assim como os cuidados necessários ao seu uso.

Desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores e assistência técnica, visando criar uma cultura de responsabilidade social nas relações com consumidores/clientes.

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não	
24.1 revisa periodicamente materiais de comunicação destinados aos consumidores/clientes (tais como rótulos, embalagens, bulas, manuais de operação, instruções de uso, termos de garantia, peças publicitárias e outros) e os atualiza sempre que necessário?			
24.2 tem política formal contra propaganda abusiva que coloque crianças, adolescentes, mulheres ou grupos minoritários em situações preconceituosas ou de risco?			
24.3 realiza análise prévia de campanhas publicitárias para verificar a conformidade com valores éticos da empresa e com a legislação de defesa do consumidor?			
24.4 teve, nos últimos 3 anos, alguma peça de comunicação retirada de circulação devido a reclamações de clientes, fornecedores ou concorrentes?			
Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor:	1998	1999	2000
24.5 quantidade de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, IPEM etc.):			
24.6 quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos:			

Consumidores/Clientes

- **Excelência no Atendimento**

25.

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

Possui um atendimento básico receptivo, focado na informação ao consumidor/cliente e solução de demandas individuais.

Registra as manifestações dos consumidores/clientes, resolvendo rápida e individualmente as demandas, e emite relatórios de desempenho para conhecimento interno.

Além de registrar as manifestações, dá orientação, procura as causas dos problemas e utiliza as informações para implementar políticas de melhoria da qualidade dos produtos e serviços.

Utilizando-se das manifestações dos consumidores/clientes atua pró-ativa e preventivamente no lançamento de produtos e serviços e na revisão de materiais de comunicação e divulgação.

Informações Adicionais

	Sim	Não	
25.1 A empresa promove treinamento contínuo dos seus profissionais de atendimento?			
25.2 A direção da empresa está envolvida diretamente nos programas de atendimento a consumidores/clientes?			
25.3 O serviço de atendimento a consumidores/clientes tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa?			
25.4 A empresa tem Ombudsman?			
25.5 A empresa tem SAC?			
	1998	1999	2000
25.6 Total de ligações atendidas pelo SAC:			
25.7 Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC:			
25.8 Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC:			
25.9 Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento:			
25.10 Quantidade de inovações implantadas em função do Ombudsman e/ou serviço de atendimento a consumidores/clientes:			

Consumidores/Clientes

- **Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços**

26.

Quanto à comercialização dos seus produtos e execução dos seus serviços, a empresa:

Não realiza estudos e pesquisas técnicas sobre danos potenciais de seus produtos e serviços para os consumidores/clientes.

Realiza estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais e divulga informações para parceiros comerciais, adotando medidas preventivas ou corretivas com agilidade.

Disponibiliza informações detalhadas e treina o pessoal interno e os parceiros externos para adotarem medidas preventivas e corretivas com agilidade e eficiência, tendo um compromisso de integração de iniciativas em casos de crise.

Trabalha junto a fornecedores e distribuidores visando um contínuo aperfeiçoamento dos produtos e serviços, substituindo componentes, tecnologias e produtos na medida em que surgem sucedâneos eficientes, mais seguros e que apresentem menores riscos à saúde do consumidor/cliente.

Informações Adicionais

A empresa

Sim

Não

26.1 mantém programa especial para melhoria de produtos, serviços e processos?

26.2 tem sistemas internos de rápida resposta e atuação na ocorrência de danos ao consumidor/cliente?

26.3 capacita sua área de relações públicas para responder com rapidez e transparência a situações de crise?

26.4 já teve produtos retirados do mercado por pressão de clientes/consumidores/ órgãos de defesa?

26.5 tem serviços/produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados?

Comunidade

Relações com a Comunidade Local

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

- Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade
- Relações com Organizações Atuantes na Comunidade

FILANTROPIA/INVESTIMENTOS SOCIAIS

- Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais
- Estratégias de Atuação na Área Social
- Mobilização de Recursos para o Investimento Social

TRABALHO VOLUNTÁRIO

- Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Funcionários

- Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade

27.

Considerando seus possíveis impactos na vida da comunidade (demanda sobre equipamentos sociais, tráfego de veículos, etc.), a empresa:

Procura tomar medidas saneadoras em resposta a reclamações e manifestações da comunidade.

Conhece em profundidade seus impactos atuais, possui processo estruturado para registrar queixas e reclamações e promove reuniões sistemáticas para informar lideranças locais sobre providências.

Possui política formal de antecipar-se a demandas da comunidade e disponibilizar informações sobre atuais e futuros impactos de sua atividade; envolve a comunidade na resolução dos problemas.

Além de possuir política formal de relacionamento com a comunidade, a empresa mantém comitês ou grupos de trabalho com a participação de lideranças locais para a análise de seus processos produtivos e monitoramento de impactos.

Informações Adicionais

27.1 A empresa participa ativamente junto com outras empresas na discussão dos problemas comunitários e no encaminhamento de soluções?

Sim

Não

A empresa já recebeu reclamações e manifestações (petições, abaixo-assinados, protestos) realizadas pela comunidade devido a:

27.2 excesso de lixo, geração de mau cheiro e outras formas de poluição?

27.3 excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno?

27.4 interferência em sistemas de comunicação?

27.5 outros?

em caso positivo, especificar:

• Relações com Organizações Atuantes na Comunidade

28. Com relação às organizações comunitárias, ONGs e equipamentos públicos (escola, postos de saúde, etc.) presentes no seu entorno, a empresa:	Não conhece ou conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.	Conhece profundamente o trabalho de algumas entidades e investe em projetos específicos.	Participa da vida associativa local e apoia várias entidades através de doações e financiamento de projetos e/ou desenvolve projeto próprio que beneficia a comunidade local.	A empresa mantém parcerias de longo prazo com entidades locais, desenvolve ou apoia atividades para o seu fortalecimento institucional e organizacional e/ou participa da elaboração e implantação de projetos conjuntos.	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informações Adicionais Filantropia/ Investimentos Sociais	A empresa			Sim	Não
	28.1 realiza campanhas educacionais e/ou de interesse público na comunidade?				

• Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais

29. As atividades filantrópicas da empresa são realizadas através de:	Verbas administradas exclusivamente por diretor ou gerente a partir de solicitações externas.	Verbas definidas em orçamento que são do conhecimento dos funcionários e são geridas por comitê ou grupo de trabalho com base em critérios de investimento previamente estabelecidos.	Programa social estruturado, com dotação orçamentária estável, gerenciado por equipe profissional, instituto ou fundação.	Programa social, instituto ou fundação, que contam com mecanismos de geração de receita próprios, fundo patrimonial e/ou um percentual fixo sobre o faturamento, que assegurem sua continuidade no longo prazo.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comunidade

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	29.1 avalia o impacto social de seus investimentos e projetos sociais com feedback ou participação dos beneficiários?		
29.2 maximiza o impacto social dos seus recursos realizando projetos conjuntos com outras empresas ou através de associações empresariais?			
29.3 desenvolve seu planejamento estratégico através de processos formais envolvendo suas ações sociais e seus respectivos responsáveis?			

• Estratégias de Atuação na Área Social

30. Quanto aos critérios de atuação e às expectativas de impacto da ação social, a empresa	Toma decisões sobre investimentos sociais considerando o valor solicitado e a credibilidade e reputação do beneficiário, sem estratégia definida.	Seleciona seus apoios com o objetivo de manter ou ampliar a cobertura e qualidade do atendimento assistencial prestado pela organização beneficiária.	Foca seu trabalho social no desenvolvimento de novas metodologias, em estratégias de capacitação de recursos humanos para a área social e na disseminação de experiências bem sucedidas.	Além do foco anterior, procura ainda estimular a formação de redes de ação social e contribuir para o fortalecimento de políticas públicas.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	30.1 emprega sistemas de aprendizagem e gestão do conhecimento visando o aperfeiçoamento contínuo de suas ações sociais?		
30.2 emprega especialistas ou utiliza consultores no planejamento e avaliação de suas atividades no campo social?			

• Mobilização de Recursos para o Investimento Social

31. Para a realização de suas ações sociais, a empresa:	Faz doações de serviços, produtos e recursos financeiros, e/ou desenvolve projetos sociais próprios.	Além de doações e/ou projeto próprio, disponibiliza espaços e equipamentos para o desenvolvimento de projetos e atividades da comunidade.	Além de apoio para o desenvolvimento de projetos na comunidade, utiliza suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais para fortalecer sua ação social e a de seus beneficiários.	Além de doações, projetos próprios e/ou mobilização de competências, a empresa envolve funcionários e parceiros no desenho e implantação de projetos sociais.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comunidade

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
31.1 utiliza os incentivos fiscais para atividades ligadas à cultura e à área social?		
31.2 utiliza o incentivo fiscal previsto por lei para destinar 1% do seu IR devido para os Fundos de Direitos das Crianças?		
31.3 possui mecanismos para estimular seus funcionários e parceiros a fazer doações?		
	1998	1999
31.4 Percentual do faturamento bruto destinado à totalidade de suas ações sociais (não incluir benefícios trabalhistas):		
31.5 Do total destinado à área social a porcentagem correspondente a doações em produtos e serviços:		
31.6 Do total destinado à área social a porcentagem correspondente a doações em espécie:		
31.7 Do total destinado à área social a porcentagem correspondente a investimentos em projeto social próprio:		

Trabalho Voluntário

• Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados

32.

Em relação ao trabalho voluntário realizado pelos empregados, a empresa:

Desconhece ou conhece superficialmente as iniciativas de trabalho voluntário de seus funcionários.

Realiza levantamento de informações e valoriza as atividades voluntárias desenvolvidas por seus funcionários através de ações internas, como carta pessoal do presidente, comunicação em informativo ou destaque em eventos da empresa.

Mantém serviço de apoio ao voluntariado, informando sobre oportunidades disponíveis na comunidade e viabilizando aspectos logísticos e financeiros.

Desenvolve programa estruturado de apoio ao voluntariado, disponibilizando recursos humanos e financeiros para o seu funcionamento.

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
32.1 oferece e estimula oportunidades de trabalho voluntário para seus funcionários nos projetos sociais que desenvolve ou apoia ?		
32.2 possui funcionários de diferentes níveis hierárquicos participando de trabalhos voluntários?		
32.3 utiliza a oportunidade de trabalho voluntário para desenvolver competências úteis à carreira profissional dos seus empregados?		

Comunidade

continuação informações adicionais

	1998	1999	2000
32.4 Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade:			
32.5 Quantidade de horas médias mensais doadas (liberadas do horário normal de trabalho) pela empresa por voluntário:			

Governo e Sociedade

Transparência Política

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

- Contribuições para Campanhas Políticas
- Práticas Anti-Corrupção e Propina

LIDERANÇA SOCIAL

- Liderança e Influência Social
- Participação em Projetos Sociais Governamentais

• Contribuições para Campanhas Políticas

33. Com relação ao financiamento de candidatos a cargos públicos e a partidos políticos, a empresa:	Apóia candidatos ou partidos com base em seus interesses, participando da decisão apenas membros da alta direção.	Apóia candidatos dentro de regras e critérios definidos internamente.	É transparente na divulgação junto ao público interno das regras, critérios e valores doados a campanhas políticas, permitindo o acesso a essas informações pelo público externo.	Não apóia ou apóia com postura transparente quanto a contribuições. A empresa estimula e facilita o debate com os candidatos sugeridos pelos funcionários. Esses debates podem ser promovidos nas dependências da empresa, em hora e local previamente estabelecidos.	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Informações Adicionais				Sim	Não
	33.1 Nos últimos 5 anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa em razão de contribuição financeira para campanha política?				

• Práticas Anti-Corrupção e Propina

34. Na relação com autoridades, agentes e fiscais do poder público, em todos os seus níveis, a empresa:	Procura evitar situações que envolvam o favorecimento de agentes do poder público. A empresa não possui procedimentos específicos e divulgados de controle e punição.	Mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento, direto ou indireto, dos agentes do poder público.	Possui normas escritas e divulgadas amplamente junto ao público interno sobre o tema e mantém procedimentos formais de controle, punição e auditoria.	Além de auditar o cumprimento das suas normas e controles, a empresa as divulga junto às autoridades que com ela mantenham relação. As normas internas exigem a denúncia às autoridades superiores de toda oferta recebida.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Govorno e Sociedade

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
34.1 teve seu nome mencionado na imprensa sob suspeita de ter participado de incidente envolvendo o oferecimento de propina e corrupção de agentes públicos?		

Liderança Social

- Liderança e Influência Social

35.

Em sua participação em associações e fóruns empresariais, a empresa:

Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos interesses específicos do seu ramo ou setor de negócio.	Participa de comissões e grupos de trabalho relacionados a questões de interesse público e responsabilidade social.	Participa ativamente, contribuindo com recursos humanos ou financeiros, de processos de elaboração de propostas de interesse público e caráter social.	Lideranças da alta direção da empresa participam na elaboração de propostas de caráter social e visitam autoridades públicas visando a sua adoção.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não	
35.1 patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público?			
35.2 patrocina projeto social coordenado por associação da qual participa?			
35.3 patrocina ou realiza concurso ou prêmio relacionado a temas sociais?			
	1998	1999	2000
35.4 Número de artigos e/ou entrevistas assinados por executivos da empresa sobre temas sociais publicados:			

Govorno e Sociedade

- Participação em Projetos Sociais Governamentais

36. Em seu envolvimento com as atividades sociais realizadas por entes governamentais, a empresa:	Considera que cumpre sua obrigação com o pagamento de impostos e não participa de atividades sociais realizadas por entes governamentais.	Contribui ocasionalmente com o poder público na realização de eventos e atividades pontuais e/ou apóia financeiramente programas e projetos do poder público, em resposta a solicitações das autoridades.	Contribui com recursos humanos, técnicos ou financeiros para a realização de projetos específicos e localizados, executados por entidades governamentais.	Participa e/ou apóia a elaboração, aperfeiçoamento e execução de políticas públicas universais.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informações Adicionais	A empresa		Sim	Não
	36.1 adota ou desenvolve parceria com escolas públicas, visando a melhoria da qualidade de ensino?			
	36.2 patrocina programa público ou privado de bolsa-escola?			
			1998	1999
36.3 Do total destinado à área social a porcentagem correspondente a investimentos sociais gastos em parceria com o poder público:				

Gabarito

Valores e Transparência

1. Compromissos Éticos

	S	N
1.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Enraizamento da Cultura Organizacional

	S	N
2.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Diálogo com Partes Interessadas (stakeholders)

	S	N
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Relações com a Concorrência

	S	N
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Balanço Social

	1998	1999	2000
5.1			
5.2			
5.3			
5.4			

Público Interno

6. Relações com os Sindicatos

	1998	1999	2000
6.1			

7. Gestão Participativa

8. Participação nos Resultados e Bonificação

	S	N
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
8.2			
8.3			

	S	N
8.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
8.5			
8.6			
8.7			

9. Compromisso com o Futuro das Crianças

	S	N
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Valorização da Diversidade

	S	N
10.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
10.6			
10.7			
10.8			
10.9			
10.10			
10.11			
10.12			
10.13			
10.14			
10.15			
10.16			

11. Comportamento Frente a Demissões

	1998	1999	2000
11.1			
11.2			
11.3			
11.4			
11.5			

12. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade

	S	N
12.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
12.3			
12.4			
12.5			

13. Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

	S	N
13.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Especificar _____

	S	N
13.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
13.8			
13.9			
13.10			
13.11			
13.12			
13.13			
13.14			

14. Preparação para Aposentadoria

	S	N
14.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Meio Ambiente

15. Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente

	S	N
15.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Especificar _____

	1998	1999	2000
15.3			
15.4			
15.5			
15.6			

16. Minimização de Entradas e Saídas de Materiais na Empresa

	S	N
16.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1998	1999	2000
16.2			
16.3			
16.4			
16.5			
16.6			
16.7			
16.8			

Gabarito

17. Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços

	S	N
17.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental

	S	N
18.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Educação Ambiental

	S	N
19.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fornecedores

20. Critérios de Seleção dos Fornecedores

	S	N
20.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
20.2		

21. Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

1998	1999	2000
21.1		

22. Relações com Trabalhadores Terceirizados

	S	N
22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
22.2		

23. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

	S	N
23.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Consumidores/Clientes

24. Política de Marketing e Comunicação

	S	N
24.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000
24.5		
24.6		

25. Excelência no Atendimento

	S	N
25.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

25.6		
25.7		
25.8		
25.9		
25.10		

26. Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

	S	N
26.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Comunidade

27. Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade

	S	N
27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Relações com Organizações Atuantes na Comunidade

	S	N
28.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais

	S	N
29.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Estratégias de Atuação na Área Social

	S	N
30.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Mobilização de Recursos para o Investimento Social

	S	N
31.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

31.4		
31.5		
31.6		
31.7		

32. Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados

	S	N
32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

32.4		
32.5		

Governo e Sociedade

33. Contribuições para Campanhas Políticas

	S	N
33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. Práticas Anti-Corrupção e Propina

	S	N
34.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Liderança e Influência Social

	S	N
35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

35.4		
------	--	--

36. Participação em Projetos Sociais Governamentais

	S	N
36.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1998	1999	2000

36.3		
------	--	--

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários

Valores e
Transparência

Público Interno

Meio Ambiente

Fornecedores

Espaço Reservado para Sugestões e Comentários

**Consumidores/
Clientes**

Comunidade

**Governo e
Sociedade**

Sugestões de Preenchimento

Visando a aplicação dos Indicadores Ethos como ferramenta de gestão inserida nas demais rotinas da empresa, o Instituto Ethos sugere alguns procedimentos, com base na experiência da aplicação dos Indicadores Ethos - Versão 2000.

1. Quadro de Acompanhamento

Durante o processo de preenchimento dos indicadores a empresa passa necessariamente por uma reflexão sobre a situação atual de suas iniciativas de responsabilidade social. Dentro desse contexto é possível identificar quais são os pontos fortes de suas atividades e quais questões apontam oportunidades de melhoria. O quadro apresentado abaixo é uma sugestão para empresa, simultaneamente ao preenchimento dos indicadores, começar a organizar as informações com a finalidade de desenvolver planos de ação voltados para o aperfeiçoamento contínuo de sua performance em responsabilidade social.

Para cada Indicador é necessário preencher um quadro de acompanhamento. Cada quadrante de resposta do indicador de profundidade simboliza um estágio em desenvolvimento da prática de responsabilidade social.

Tema:				
Sub-tema:			Estágio	
Indicador:				
Comentários sobre o Resultado	Relatos de Evidências	Recomendações e Encaminhamentos	Avaliação da Prática	
				Ponto Forte:
				Oportunidades de Melhoria:
				Máxima Prioridade:
				Média Prioridade:
				Baixa Prioridade:

Sugestões de Preenchimento

2. Banco de Práticas de Responsabilidade Social Empresarial

O Instituto Ethos está lançando o Banco de Práticas de Responsabilidade Social com o objetivo de criar um centro de documentação e referência das ações desenvolvidas pelas empresas em responsabilidade social. Todos os casos possuem uma estrutura de preenchimento para facilitar a compreensão, comparação e busca no banco de dados. Entendemos que a organização das informações na estrutura de um caso faz com que as empresas visualizem questões fundamentais, como por exemplo os objetivos e resultados alcançados, que enriquecem o diagnóstico proposto pelos Indicadores Ethos. Sugerimos que as empresas aproveitem a estrutura dos casos do Banco de Práticas para analisarem suas práticas com maior profundidade. Convidamos também para que nos enviem casos sobre os indicadores que tenham identificado uma performance satisfatória e/ou uma prática interessante a ser divulgada. Para maiores informações e envio de casos entre em contato através do e-mail praticas@ethos.org.br.

Estrutura de preenchimento de casos do Banco de Práticas

Cada caso se refere especificamente a uma prática avaliada por um Indicador Ethos. Deverá ter no máximo 3 páginas (entre 500 e 1.500 palavras) e seguir o roteiro descrito abaixo:

Logo da Empresa: _____

Nome da Holding/Grupo: _____

Nome da Empresa/Unidade de Negócios: _____

Setor: _____

Local (onde a prática foi aplicada: no caso de um único local especificar a cidade e o Estado; no caso de vários locais caracterizar como Âmbito Nacional ou Âmbito Internacional): _____

Título: _____

Descrição da prática

Descreva a prática apresentando os seguintes elementos:

- Suas características gerais e inovadoras;
- Seus principais objetivos;
- As principais categorias de pessoas que participam diretamente da prática;
- Como a prática foi/está sendo planejada, desenvolvida e comunicada interna e externamente;
- Quando foi iniciada, principais etapas percorridas e estágio atual.

Sugestões de Preenchimento

continuação

Resultados

Descreva os principais resultados alcançados, tendo em mente os objetivos originais e - se for o caso - outros resultados não previstos, considerando resultados positivos para o consumidor e para o fortalecimento da marca da empresa;

- Financeiros; relativos a melhoria de produtos e serviços; relativos a produtividade e competitividade; relativos a qualidade de vida e satisfação dos funcionários; relativos à melhoria do padrão de gestão dos fornecedores; positivos para a sociedade; entre outros.
- Os resultados podem ser tangíveis ou intangíveis, e se possível ilustrados com dados;
- Eles devem indicar os principais beneficiários, incluindo a empresa.

Motivações

Descreva os fatores internos e/ou externos que levaram a empresa a adotar a prática.

Aprendizagens

- Fatores de sucesso:

Descrição dos elementos determinantes para o sucesso da prática

- Desafios:

Descrição dos principais problemas e desafios encontrados pela empresa na implementação da prática explicando as soluções encontradas.

Dicas para Replicação

- Descrever o tipo dos recursos envolvidos pela empresa na implementação da prática (financeiros, humanos, materiais, técnicos e tecnológicos).
- Descrever como estes recursos são mobilizados e aplicados.
- Descrever a relação custo benefício considerando os investimentos realizados e o custeio da prática, apresentando, se possível, dados numéricos.

Contato

Identificar a pessoa responsável pela prática e disponível para futuras informações:

Área: _____

Nome: _____

Cargo: _____

Telefone: _____

e-mail: _____

website: _____