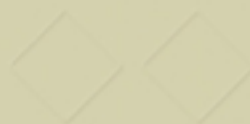
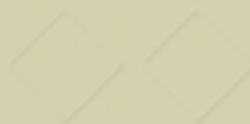




princípios éticos



gestão dos negócios



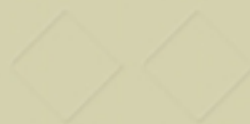
## Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

projetos sociais



2002

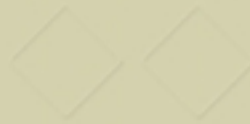
respeito ao indivíduo



diálogo e participação



liderança social



# INDICADORES ETHOS

de Responsabilidade Social Empresarial

2002

INSTITUTO  
**ETHOS**

EMPRESAS E  
RESPONSABILIDADE  
SOCIAL  
BUSINESS AND SOCIAL  
RESPONSIBILITY

**Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial** é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos seus associados.

**Realização**

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

**Pesquisa e Desenvolvimento (versão original)**

Consultores: José Edson Bacellar Jr. e Paulo Knörich, Fundação Dom Cabral e Pact.

**Revisão - Versão 3**

Nelmara Arbex, Roberta Mokrejs Paro, Gláucia Térreo, Anna Cynthia Oliveira e Valdemar de Oliveira Neto.

**Patrocínio**

ABB - Asea Brown Boveri, Abradee - Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica, Banco Real ABN AMRO Bank, CPFL, Indústrias Klabin, Mc Donald's, Natura e Petrobras.

**Apoio**

Fundação Avina e The Willian and Flora Hewlett Foundation.

**Todos os direitos reservados.**

Permitida a reprodução desta publicação, desde que previamente autorizada, por escrito, pelo Instituto Ethos.

Junho / 2002

Tiragem: 7.000 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 nosso site: [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

**Esclarecimentos importantes 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.

Em caso de dúvida ou para consultar sobre o uso da nossa logomarca em quaisquer materiais e solicitar o banner do Instituto Ethos para colocação em seu site, por favor, entre em contato conosco pelo e-mail: [atendimento@ethos.org.br](mailto:atendimento@ethos.org.br).

## Apresentação

---

A principal finalidade dos **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial**, agora em sua terceira versão, é fornecer às empresas um instrumento de acompanhamento e monitoramento das suas práticas de responsabilidade social. Trata-se de uma ferramenta de uso essencialmente interno, de um instrumento de auto-avaliação.

A empresa interessada em receber um relatório com os resultados de seu desempenho em cada um dos temas abordados no questionário, assim como os resultados do grupo de empresas líderes, deve enviar o questionário preenchido ao Instituto Ethos. Os dados fornecidos pelas empresas e os relatórios de benchmarking elaborados pelo Instituto Ethos serão tratados com máxima confidencialidade. Na apresentação estatística das informações, as empresas não serão identificadas e a eventual divulgação de experiências e práticas exemplares somente será realizada após consulta e autorização.

Os **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial** contam com uma área exclusiva no site de Internet do Instituto Ethos ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)). Um glossário conceitual também está disponível no site, 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 por uma barra de quatro quadros contíguos, corresponde à avaliação do estágio atual de determinada prática de responsabilidade social, sendo que o nível de desempenho aumenta da esquerda para a direita. O quadro mais à direita corresponde ao melhor desempenho naquela prática. 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.

# Apresentação

---

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 realização de comparações históricas e na identificação 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 buscará adequar continuamente o modelo de avaliação à realidade objetiva das empresas e às expectativas da sociedade, através da publicação de novas versões do questionário.

## Instruções de preenchimento

Cada questionário deve corresponder a uma unidade de negócios. Seu preenchimento deve envolver a **participação de várias áreas da empresa**, devido à abrangência dos temas. Quanto mais pessoas estiverem envolvidas no processo de preenchimento, maior será a representatividade das respostas. 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 ao lado do gabarito.

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

Para maiores informações, entre em contato com o Instituto Ethos, através do endereço eletrônico: [indicadores@ethos.org.br](mailto:indicadores@ethos.org.br).

# ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

<b>Valores e Transparência</b>	<b>Auto-Regulação da Conduta</b>	Compromissos Éticos ..... 7 Enraizamento na Cultura Organizacional ..... 7
	<b>Relações Transparentes com a Sociedade</b>	Diálogo com as Partes Interessadas (stakeholders) ..... 8 Relações com a Concorrência ..... 8 Balanço Social ..... 9
<b>Público Interno</b>	<b>Diálogo e Participação</b>	Relações com Sindicatos ..... 10 Gestão Participativa ..... 10 Participação nos Resultados e Bonificação ..... 11
	<b>Respeito ao Indivíduo</b>	Compromisso com o Futuro das Crianças ..... 11 Valorização da Diversidade ..... 12
	<b>Respeito ao Trabalhador</b>	Comportamento Frente a Demissões ..... 13 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade ..... 14 Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho ..... 14 Preparação para Aposentadoria ..... 15
	<b>Gerenciamento do Impacto Ambiental</b>	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços ..... 17 Minimização de Entradas e Saídas de Materiais ..... 18
<b>Meio Ambiente</b>	<b>Responsabilidade Frente às Gerações Futuras</b>	Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental ..... 19 Educação Ambiental ..... 20

# ÍNDICE DO QUESTIONÁRIO

<b>Fornecedores</b>	<b>Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores</b>	Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores ..... 21 Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva ..... 21 Relações com Trabalhadores Terceirizados ..... 22 Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores ..... 22
<b>Consumidores/ Clientes</b>	<b>Dimensão Social do Consumo</b>	Política de Marketing e Comunicação ..... 23 Excelência do Atendimento ..... 24 Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços ..... 25
<b>Comunidade</b>	<b>Relações com a Comunidade Local</b>	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno ..... 26 Relações com Organizações Locais ..... 27
	<b>Ação Social</b>	Gestão da Ação Social ..... 27 Foco e Alcance da Ação Social ..... 28 Integração entre Empresa e Ação Social ..... 28
	<b>Trabalho Voluntário</b>	Estímulo ao Voluntariado ..... 29
<b>Governo e Sociedade</b>	<b>Tranparência Política</b>	Contribuições para Campanhas Políticas ..... 31 Práticas Anti-Corrupção e Propina ..... 31
	<b>Liderança Social</b>	Liderança e Influência Social ..... 32 Participação em Projetos Sociais Governamentais ..... 33

# Valores e Transparência

## Auto-Regulação da Conduta

### AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

- Compromissos Éticos
- Enraizamento na Cultura Organizacional

### RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

- Diálogo com as Partes Interessadas
- Relações com a Concorrência
- Balanço Social

### • Compromissos Éticos

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

### Informações Adicionais

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

	Sim	Não
1.1 abordam três ou mais das seguintes partes interessadas: 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 todas as partes interessadas?		

### • Enraizamento na Cultura Organizacional

<p>2. Com relação a formas de disseminação dos valores e princípios éticos da empresa:</p>	<p>Valores são transmitidos esporadicamente ou em momentos específicos (contratação de funcionário, processo de auditoria), com foco no público interno.</p>	<p>Existem processos sistemáticos de educação e difusão dos valores, tanto para os funcionários quanto para parceiros externos.</p>	<p>Os processos de educação e difusão de valores são avaliados e verificados periodicamente.</p>	<p>Funcionários, lideranças da organização e parceiros são motivados a contribuir para os processos de avaliação e monitoramento dos valores.</p>
--	--	---	--	---

# Valores e Transparência

Informações Adicionais			Sim	Não
	2.1	A direção da empresa (conselho de administração e diretoria) demonstra comprometimento com o enraizamento dos valores na cultura e nos processos organizacionais?		
	2.2	A empresa tem comitês, conselhos ou responsável(eis) por questões éticas?		
	2.3	As pesquisas de clima organizacional contemplam perguntas relacionadas a questões éticas?		

**Relações Transparentes com a Sociedade**

- **Diálogo com as 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, cumprindo a 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 à formação de 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 e/ou processada pelo CADE a respeito de 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 e ambientais, sem consolidá-las em um balanço social. <input type="checkbox"/>	Publica um balanço social anualmente, descrevendo suas ações sociais, e incorporando aspectos quantitativos. <input type="checkbox"/>	Incorpora o balanço social aos seus demonstrativos financeiros, e utiliza os dados sociais como ferramentas de gestão dos negócios. <input type="checkbox"/>	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. <input type="checkbox"/>
---	---	--	---	---

# Público Interno

## Diálogo e Participação

### 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 a Empregabilidade
- Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
- Preparação para Aposentadoria

### • Relações com Sindicatos

<p>6. Quanto à participação de funcionários em sindicatos e ao relacionamento com seus representantes, a empresa:</p>	<p>No contexto atual, considera o comportamento dos sindicatos prejudicial ao seu desempenho, embora não exerça pressão sobre os empregados envolvidos em atividades sindicais.</p>	<p>Não exerce nenhum tipo de pressão e permite a liberdade para a representação dos sindicatos dentro do local de trabalho.</p>	<p>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.</p>	<p>Os dirigentes da empresa se reúnem periodicamente com representantes dos sindicatos e fornecem dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos, quando estes afetarem os trabalhadores, para subsidiar as discussões.</p>
---	---	---	---	---

### Informações Adicionais

6.1 Número de greves e paralisações ocorridas na empresa

2000    2001    2002

### • Gestão Participativa

<p>7. Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:</p>	<p>Não possui programa para estimular e reconhecer contribuições de empregados com sugestões para a melhoria dos processos internos.</p>	<p>Possui programa para estimular e reconhecer contribuições de empregados com sugestões para a melhoria dos processos internos</p>	<p>Disponibiliza informações econômico-financeiras da empresa e treina os empregados para que possam compreender e analisar tais informações.</p>	<p>Prevê a participação de representante dos empregados em comitês de gestão encarregados da formulação de sua estratégia ou no Conselho de Administração.</p>
---	--	---	---	--

## 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 desenvolveu processo objetivo 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	<b>O programa de participação nos resultados da empresa:</b>			<b>Sim</b>	<b>Não</b>	
	8.1. Foi estabelecido através de negociação com comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável?					
				<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
	8.2. Percentual dos valores distribuídos em relação à massa salarial:					
	8.3. Percentual de empregados beneficiados:					
	<b>O programa de bonificação da empresa:</b>			<b>Sim</b>	<b>Não</b>	
	8.4. Foi estabelecido através de negociação com comissão de empregados ou sindicato e em conformidade com a legislação aplicável?					
				<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
	8.5. Percentual de valores distribuídos em relação à massa salarial (%):					
	8.6. Percentual de empregados beneficiados (%):					
8.7. Percentual de ações da empresa em poder dos funcionários (%):						
<b>Respeito ao Indivíduo</b>						

## 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 específico de formação profissional 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

<b>Informações Adicionais:</b>	<b>A empresa:</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
	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 recebimento de denúncia ou de promoção da diversidade.	Possui normas escritas que proíbem e prevêem 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"/>

<b>Informações Adicionais</b>	<b>A empresa:</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	
	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?			
	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 a mais de 2 anos?			
	10.5 possui normas e processos eficazes para combater situações de assédio sexual?			
		<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
	10.6 Percentual de mulheres em relação ao total de colaboradores:			
	10.7 Percentual de mulheres em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
	10.8 Percentual de mulheres negras e pardas em relação ao total de colaboradores:			
10.9 Percentual de mulheres negras e pardas em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:				

continua

# Público Interno

continuação informações adicionais

	2000	2001	2002
10.10 Percentual de homens negros e pardos em relação ao total de colaboradores:			
10.11 Percentual de homens negros e pardos em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais:			
10.12 Percentual de colaboradores acima de 45 de idade em relação ao número total de colaboradores:			
10.13 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Mulheres brancas (R\$):			
10.14 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Mulheres negras e pardas (R\$):			
10.15 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Homens brancos (R\$):			
10.16 Salários médios mensais em cargos gerenciais - Homens negros e pardos (R\$):			

## 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.

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

	2000	2001	2002
11.1 Número de empregados no final do período:			
11.2 Número total de demissões no período:			
11.3 Número total de admissões no período:			
11.4 Percentual de demitidos acima de 45 anos 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

<p>12. Para desenvolver seus recursos humanos, a empresa:</p>	<p>Promove atividades de treinamento pontuais, focados no desempenho de tarefas específicas.</p>	<p>Mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando o aperfeiçoamento contínuo do seu pessoal.</p>	<p>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.</p>	<p>As bolsas de estudo para aquisição de conhecimentos universais são oferecidas para todos, sem distinção.</p>		
<p><b>Informações Adicionais</b></p>	<p>A empresa:</p>			<p>Sim</p>	<p>Não</p>	
<p>12.1 mantém programa de erradicação do analfabetismo entre seus empregados, com metas e recursos definidos?</p>						
<p>12.2 mantém programa de educação básica/ensino supletivo?</p>						
				<p>2000</p>	<p>2001</p>	<p>2002</p>
<p>12.3 Percentual de analfabetos na força de trabalho:</p>						
<p>12.4 Quantidade de horas de desenvolvimento profissional por empregado/ano:</p>						
<p>12.5 Percentual do faturamento bruto gasto em desenvolvimento profissional e educação:</p>						

- Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

<p>13. Visando assegurar boas condições de trabalho, saúde e segurança, a empresa:</p>	<p>Segue rigorosamente as normas e parâmetros fixados pela legislação.</p>	<p>Vai além das obrigações legais e procura alcançar ou ultrapassar os padrões de excelência em saúde, segurança e condições de trabalho em seu setor.</p>	<p>Desenvolve campanhas regulares de conscientização, oferece acesso a informações relevantes e realiza pesquisas de clima organizacional para medir nível de satisfação e identificar áreas que requerem atenção.</p>	<p>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.</p>
--	--	--	--	--

## 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 às drogas e ao álcool?			
13.3	oferece programa específico para a saúde da mulher?			
13.4	oferece programa específico para portadores de HIV?			
13.5	promove exercícios físicos no horário de trabalho?			
13.6	possui política de compensação de horas extras todos os funcionários, inclusive gerentes e executivos?			
<b>A empresa oferece aos empregados:</b>				
13.7	plano de saúde familiar?			
13.8	auxílio para educação dos filhos?			
13.9	financiamento para casa própria?			
13.10	creche no local de trabalho ou através de rede conveniada?			
		2000	2001	2002
13.11	Divisão da maior remuneração pela menor remuneração em espécie paga pela empresa (inclui participação nos resultados e programa de bônus) (R\$):			
13.12	Divisão do menor salário da empresa pelo salário mínimo vigente (R\$):			
13.13	Média de horas extras por empregados/ano:			
13.14	Média de acidentes de trabalho por empregado/ano:			
13.15	Percentual dos acidentes que resultaram em afastamento temporário do(s) empregado(s)/ prestador(es) de serviço:			
13.16	Percentual 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):			
13.17	Percentual 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 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 seus 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 mantém programa de previdência complementar?

# Meio Ambiente

## Gerenciamento do Impacto Ambiental

### GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

- Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços
- Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

### RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

- Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental
- Educação Ambiental

- Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

15.

Considerando os impactos ambientais causados pelos processos/produtos/serviços desenvolvidos, a empresa:

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

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

Vai além da obrigação legal, produzindo análises de impacto de todos os seus processos, e possui sistemas de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo identificação de riscos, estabelecimento de metas, plano de ação, alocação de recursos, treinamento de funcionários e auditoria.

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

### Informações Adicionais

A empresa:

Sim

Não

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

15.2 é 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 todos os seus processos/produtos/serviços que envolvam situações de risco, e treina seus funcionários em intervalos frequentes para enfrentar tais situações?

15.4 desenvolve programa de gerenciamento de resíduos junto ao cliente, como programas de coleta de materiais tóxicos e reciclagem pós-consumo?

15.5 fornece a seus consumidores/clientes informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e destinação final dos seus produtos?

continua

# Meio Ambiente

continuação informações adicionais

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

	2000	2001	2002
15.6 baixa gravidade			
15.7 média gravidade			
15.8 alta gravidade			

## • Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

16.

Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e melhorar seus processos de gestão ambiental, a empresa:

Dentro do seu padrão tecnológico atual, tem procurado 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/ou 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).

**Informações Adicionais**

**A empresa:**

**Sim**

**Não**

16.1 mantém ações de controle de poluição causada por veículos próprios e de terceiros a seu serviço?

16.2 nas suas atividades, serviços e/ou produtos, libera na atmosfera gases nocivos à camada de ozônio, tais como CFC?

**2000 2001 2002**

16.3 total investido em programas e projetos de melhoria ambiental (R\$):

16.4 percentual do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental:

16.5 consumo anual de energia (kwh):

**Consumo anual de combustíveis fósseis:**

16.6 gasolina/diesel (l):

16.7 óleo combustível (ton.):

continua

# Meio Ambiente

continuação informações adicionais

2000 2001 2002

16.8 gás (GLP/GN) (m <sup>3</sup> ) :			
16.9 consumo anual de água (m <sup>3</sup> ):			
16.10 volume médio anual de CO <sup>2</sup> e outros gases efeito estufa emitidos na atmosfera (ton.):			
16.11 quantidade anual (ton.) de resíduos sólidos gerados (lixo, dejetos, entulho, etc.):			

## Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

### • Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental

17.

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

Cumpre 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 novo modelo para negócio já existente) procurando desde o início incluir os princípios e explorar as oportunidades relacionadas à sustentabilidade ambiental.



A empresa:

Sim

Não

17.1 participa de comitês/conselhos locais ou regionais para discutir a questão ambiental junto ao governo e à comunidade?

17.2 contribui para a preservação da biodiversidade através de projeto(s) de conservação de áreas protegidas e/ou programa de proteção a animais ameaçados?

- Educação Ambiental

18.

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.

Progress bars with checkboxes for each level of implementation.

A empresa:

Sim

Não

18.1 desenvolve campanhas internas de redução do consumo de água e energia?

18.2 desenvolve campanhas internas de educação para a reciclagem de materiais?

	Sim	Não
18.1 desenvolve campanhas internas de redução do consumo de água e energia?		
18.2 desenvolve campanhas internas de educação para a reciclagem de materiais?		

# Fornecedores

## Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores

### SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

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

#### • Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores

<p>19. Para regular suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:</p>	<p>Possui políticas e normas de uso interno para avaliar e selecionar fornecedores e parceiros com base apenas em fatores de qualidade, preço, prazo.</p>	<p>Possui normas transparentes que contemplam critérios e exigências relativas ao cumprimento da legislação trabalhista, previdenciária e fiscal.</p>	<p>Além de critérios básicos de respeito à legislação, as normas da empresa incluem critérios específicos de responsabilidade social, como proibição do trabalho infantil e adoção de padrões ambientais.</p>	<p>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.</p>
--	---	---	---	---

#### Informações Adicionais

A empresa:	Sim		Não	
19.1 estabelece prazo formal para a conformidade de seus fornecedores com seus critérios de responsabilidade social?				
	2000	2001	2002	
19.2 Percentual, do total de fornecedores, que recebeu visita de inspeção de práticas de responsabilidade social:				

#### • Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva

<p>20. Nas suas relações com fornecedores e parceiros, a empresa:</p>	<p>Discute com fornecedores e parceiros a questão do trabalho infantil e os estimula a cumprir a legislação.</p>	<p>Possui cláusula específica quanto à proibição do trabalho infantil nos seus contratos com fornecedores.</p>	<p>Verifica o cumprimento das cláusulas que proíbem o trabalho infantil nos seus contratos com fornecedores.</p>	<p>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.</p>
---	--	--	--	--

## Fornecedores

<b>Informações Adicionais:</b>		<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
	20.1 Quantas autuações a empresa recebeu no Ministério do Trabalho com relação ao uso de mão-de-obra infantil no período?			

### • Relações com Trabalhadores Terceirizados

<b>21.</b> 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"/>			
	<b>Informações Adicionais</b>	<b>A empresa:</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
	21.1 integra os trabalhadores terceirizados nos seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional?			
		<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>
21.2 percentual de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho:				

### • Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

<b>22.</b> 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"/>			
	<b>Informações Adicionais</b>	<b>A empresa:</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>
	22.1 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 do Atendimento
- Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

### • Política de Marketing e Comunicação

23.

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 seus valores e princípios, e abrangendo 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

23.1 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?

23.2 tem política formal contra propaganda abusiva que coloque crianças, adolescentes, mulheres ou grupos minoritários em situações preconceituosas, constrangedoras, desrespeituosas ou de risco?

23.3 realiza análise prévia de campanhas publicitárias para verificar a conformidade com valores éticos da empresa e com a legislação de defesa do consumidor?

23.4 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:

2000

2001

2002

23.5 quantidade de processos administrativos (Procon, Vigilância Sanitária, IPEM etc.):

23.6 quantidade de processos judiciais (cíveis e criminais) recebidos:

- Excelência do Atendimento

24.

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 rápido 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	
24.1	A empresa promove treinamento contínuo dos seus profissionais de atendimento?			
24.2	A direção da empresa está envolvida diretamente nos programas de atendimento a consumidores/clientes?			
24.3	O serviço de atendimento a consumidores/clientes tem representação nos processos de tomada de decisão da empresa?			
24.4	A empresa tem Ombudsman?			
24.5	A empresa tem SAC?			
		2000	2001	2002
24.6	Total de ligações atendidas pelo SAC:			
24.7	Percentual de reclamações em relação ao total de ligações atendidas pelo SAC:			
24.8	Percentual de reclamações não atendidas pelo SAC:			
24.9	Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento (min.):			
24.10	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

25.

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, divulga tais 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, procedimentos, tecnologias e produtos na medida em que surgem sucedâneos eficientes, mais seguros e que apresentam menores riscos à saúde do consumidor/ cliente, hoje ou no futuro.





**Informações Adicionais**

A empresa:

Sim

Não

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

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

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

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

25.5 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 na Comunidade de Entorno
- Relações com Organizações Locais

### AÇÃO SOCIAL

- Gestão da Ação Social
- Foco e Alcance da Ação Social
- Integração entre Empresa e Ação Social

### TRABALHO VOLUNTÁRIO

- Estímulo ao Voluntariado

- Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno

26.

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 oferecer 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, mantém comitês permanentes ou grupos de trabalho ad hoc com a participação de lideranças locais para a análise de seus processos produtivos e o monitoramento de seus impactos.

### Informações Adicionais

	Sim	Não
26.1 A empresa participa ativamente, junto com outras empresas, na discussão dos problemas comunitários e no encaminhamento de soluções?		
<b>A empresa já recebeu reclamações e manifestações (petições, abaixo-assinados, protestos) realizadas pela comunidade devido à:</b>		
26.2 excesso de lixo, geração de mau cheiro, efluentes, e outras formas de poluição (sonora, visual, etc)?		
26.3 excesso de tráfego de veículos, causando barulho e transtorno?		
26.4 interferência em sistemas de comunicação?		
26.5 outros (mau funcionamento de equipamento, veículos, etc)?		
em caso positivo, especificar:		

## • Relações com Organizações Locais

<p>27. Com relação às organizações comunitárias, ONGs e equipamentos públicos (escola, postos de saúde, etc.) presentes no seu entorno, a empresa:</p>	<p>Não conhece ou conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.</p>	<p>Conhece profundamente o trabalho de algumas entidades e as apoia em projetos específicos.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>Informações Adicionais</p> <p>Ação Social</p>	<p>A empresa:</p>			<p>Sim      Não</p>
<p>27.1 realiza campanhas educacionais e/ou de interesse público na comunidade?</p>				

## • Gestão da Ação Social

<p>28. A ação social da empresa está organizada com base em:</p>	<p>Verba variável, administrada arbitrariamente por diretor ou gerente a partir de solicitações externas.</p>	<p>Verbas definidas em orçamento, geridas com transparência por comitê ou grupo de trabalho conforme critérios preestabelecidos.</p>	<p>Programa social estruturado, com dotação orçamentária estável, gerenciado por equipe profissional, instituto ou fundação.</p>	<p>Programa social estruturado que conta com mecanismo próprio para a geração de receita e/ou fundo patrimonial e/ou um percentual fixo sobre o faturamento da empresa, estando assegurada sua continuidade no longo prazo.</p>
--	---	--	--	---

# Comunidade

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	28.1 emprega especialistas ou utiliza consultores no ciclo de planejamento, monitoramento e avaliação de sua ação social?		
28.2 tem procedimento de consulta periódica aos beneficiários de sua ação social?			
28.3 inclui a ação social e os seus responsáveis no processo geral de planejamento estratégico corporativo?			

## • Foco e Alcance da Ação Social

<b>29.</b> Em projetos operados diretamente ou no apoio a iniciativas de terceiros, a empresa	Decide caso a caso, considerando o custo do projeto e a credibilidade e reputação dos executores, sem diretriz preestabelecida.	Aloca seus recursos com o objetivo de manter ou ampliar a cobertura e qualidade do atendimento assistencial prestado ao público-alvo.	Concentra seus recursos no desenvolvimento de novas metodologias e práticas exemplares, com atenção para a capacitação das organizações e lideranças envolvidas e a disseminação de experiências bem-sucedidas.	Além do foco anterior, estabelece alianças estratégicas e procura participar de diversas redes, a fim de maximizar o impacto de sua ação social no longo prazo e influenciar políticas públicas.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa:	Sim	Não
	29.1 emprega sistemas de aprendizagem e gestão do conhecimento visando o aperfeiçoamento contínuo de sua ação social?		
29.2 otimiza o impacto da sua ação social alavancando recursos de outras empresas ou organizações privadas e/ou a participação de órgãos públicos?			

## • Integração entre Empresa e Ação Social

<b>30.</b> Na realização de sua ação social, a empresa:	Faz doações de produtos e recursos financeiros, e/ou desenvolve projetos sociais próprios.	Além de doações e/ou projetos sociais corporativos, cede o uso de instalações ou equipamentos para atividades de interesse do seu público-alvo.	Além de apoio material, aporta suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais para fortalecer os projetos sociais corporativos ou realizados por terceiros.	Além de apoio material e aporte de competências, envolve os seus funcionários e as organizações ou lideranças do público-alvo no desenho e na implementação dos projetos sociais.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Comunidade

## Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não	
30.1 utiliza os incentivos fiscais de dedução ou desconto de doações e patrocínios?			
30.2 utiliza o incentivo fiscal de 1% do IR devido para contribuir com os Fundos geridos pelos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente?			
30.3 possui mecanismos para estimular seus funcionários a fazer doações financeiras?			
30.4 possui mecanismos para estimular fornecedores, acionistas e outros stakeholders a fazer doações financeiras?			
	2000	2001	2002
30.5 Percentual do faturamento bruto destinado à ação social (não incluir obrigações legais nem benefícios vinculados à condição de funcionário da empresa):			
30.6 Do total destinado à ação social, o percentual correspondente a doações em produtos e serviços:			
30.7 Do total destinado à ação social, o percentual correspondente a doações em espécie:			
30.8 Do total destinado à ação social, o percentual correspondente a investimentos em projeto social próprio:			

## Trabalho Voluntário

### • Estímulo ao Voluntariado

31.

Em relação ao trabalho voluntário em benefício da comunidade em geral, 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.

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

Desenvolve programa estruturado de voluntariado corporativo, autorizando o uso controlado de horas pagas e/ou aportando recursos materiais para seu funcionamento.

## Informações Adicionais

A empresa:	Sim	Não
31.1 oferece e estimula oportunidades de trabalho voluntário para seus funcionários nos projetos sociais que desenvolve ou apóia?		
31.2 possui membros de diferentes níveis hierárquicos participando de trabalhos voluntários?		
31.3 utiliza a oportunidade de trabalho voluntário para desenvolver competências úteis à carreira profissional dos seus empregados?		

# Comunidade

continuação informações adicionais

	2000	2001	2002
31.4 Percentual de empregados que realizam trabalho voluntário na comunidade externa à empresa:			
31.5 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

<p>32.</p> <p>Com relação ao financiamento de candidatos a cargos públicos e a partidos políticos, a empresa:</p>	<p>Apóia candidatos ou partidos com base em seus interesses, participando da decisão apenas membros da alta direção.</p>	<p>Apóia candidatos ou partidos dentro de regras e critérios definidos internamente.</p>	<p>É transparente na divulgação, junto ao público interno, das regras e critérios usados para definir sua atuação política e/ou doações a campanhas políticas, permitindo ao público externo acesso a estas informações.</p>	<p>Não apóia, ou apóia com postura transparente quanto a contribuições. Estimula e facilita o debate com os candidatos sugeridos pelos funcionários, que podem ser promovidos nas dependências da empresa, em hora e local previamente estabelecidos.</p>
<p>Informações Adicionais</p>	<p>32.1 Nos últimos 5 anos, a empresa foi mencionada negativamente na imprensa em razão de contribuição financeira para campanha política?</p>			<p>Sim      Não</p>

#### • Práticas Anti-Corrupção e Propina

<p>33.</p> <p>Na relação com autoridades, agentes e fiscais do poder público, em todos os seus níveis, a empresa:</p>	<p>Procura evitar situações que envolvam o favorecimento de agentes do poder público. Não possui procedimentos específicos e divulgados de controle e punição.</p>	<p>Mantém postura reconhecida pelo público interno quanto à proibição de favorecimento, direto ou indireto, dos agentes do poder público.</p>	<p>Possui normas escritas e divulgadas amplamente junto ao público interno sobre o tema e mantém procedimentos formais de controle, punição e auditoria.</p>	<p>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.</p>
---	--	---	--	--

# Govorno e Sociedad

## Informações Adicionais

A empresa:

Sim

Não

33.1 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

34.

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.

## Informações Adicionais

A empresa:

Sim

Não

34.1 patrocina ou realiza campanhas de mídia exclusivamente relacionadas a questões de interesse público?

34.2 patrocina projeto social coordenado por associação da qual participa?

34.3 patrocina ou realiza concurso ou prêmio relacionado a temas sociais?

2000

2001

2002

34.4 Número de artigos e/ou entrevistas assinados por executivos da empresa sobre temas sociais publicados:

- Participação em Projetos Sociais Governamentais

<p>35.</p> <p>Em seu envolvimento com as atividades sociais realizadas por entidades governamentais, a empresa:</p>	<p>Considera que cumpre sua obrigação com o pagamento de impostos e não participa de atividades sociais realizadas por entidades governamentais.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>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.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Contribui com recursos humanos, técnicos ou financeiros para a realização de projetos específicos e localizados, executados por entidades governamentais.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>	<p>Participa e/ou apóia a elaboração, aperfeiçoamento e execução de políticas públicas universais.</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></p>
---	--	--	--	--

**Informações Adicionais**

A empresa:	Sim	Não
35.1 adota ou desenvolve parceria com escolas públicas, visando a melhoria da qualidade de ensino?		
35.2 patrocina programa público ou privado de bolsa-escola?		

# Gabarito

## Valores e Transparência

1. Compromissos Éticos	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	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"/>	
2. Enraizamento na Cultura Organizacional	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	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 as Partes Interessadas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
3.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Relações com a Concorrência	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
4.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Balanço Social	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
<b>Público Interno</b>			
6. Relações com Sindicatos	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	2000	2001	2002
6.1			
7. Gestão Participativa	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
8. Participação nos Resultados e Bonificação	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
8.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	2000	2001	2002
8.2			
8.3			
8.4			
8.5			
8.6			
8.7			
9. Compromisso com o Futuro das Crianças	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
9.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Valorização da Diversidade	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	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"/>	

		S	N
	10.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2000	2001	2002
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	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	2000	2001	2002
11.1			
11.2			
11.3			
11.4			
11.5			
12. Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
	12.1	<input type="checkbox"/>	
	12.2	<input type="checkbox"/>	
	2000	2001	2002
12.3			
12.4			
12.5			
13. Cuidado com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
	13.1	<input type="checkbox"/>	
Especificar			
	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"/>
	13.8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		S	N
	13.9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13.10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2000	2001	2002
13.11			
13.12			
13.13			
13.14			
13.15			
13.16			
13.17			
14. Preparação para Aposentadoria	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
	14.1	<input type="checkbox"/>	

## Meio Ambiente

15. Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
	15.1	<input type="checkbox"/>	
	15.2	<input type="checkbox"/>	
Especificar			
	15.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	15.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2000	2001	2002
15.6			
15.7			
15.8			
16. Minimização de Entradas e Saídas e Materiais	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
	S	N	
	16.1	<input type="checkbox"/>	
	16.2	<input type="checkbox"/>	
	2000	2001	2002
16.3			
16.4			
16.5			
16.6			
16.7			
16.8			
16.9			
16.10			
16.11			

# Gabarito

17. Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental			
	S	N	
17.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
17.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

18. Educação Ambiental			
	S	N	
18.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
18.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## Fornecedores

19. Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores			
	S	N	
19.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
19.2			

20. Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva			
2000	2001	2002	
20.1			

21. Relações com Trabalhadores Terceirizados			
	S	N	
21.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
21.2			

22. Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores			
	S	N	
22.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## Consumidores/Clientes

23. Política de Marketing e Comunicação			
	S	N	
23.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
23.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
23.5			
23.6			

24. Excelência do Atendimento			
	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"/>	
24.5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
24.6			
24.7			
24.8			
24.9			
24.10			

25. Conhecimento dos Danos Potenciais de Produtos e Serviços			
	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"/>	

## Comunidade

26. Relações com a Comunidade Local			
	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"/>	

27. Relações com Organizações Locais			
	S	N	
27.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

28. Gestão da Ação Social			
	S	N	
28.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
28.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
28.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

29. Foco e Alcance da Ação Social			
	S	N	
29.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
29.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

30. Integração entre Empresa e Ação Social			
	S	N	
30.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
30.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
30.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
30.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
30.5			
30.6			
30.7			
30.8			

31. Estímulo ao Voluntariado			
	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"/>	
2000	2001	2002	
31.4			
31.5			

## Governo e Sociedade

32. Contribuições para Campanhas Políticas			
	S	N	
32.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

33. Práticas Anti-Corrupção e Propina			
	S	N	
33.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

34. Liderança e Influência Social			
	S	N	
34.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
34.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
34.3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2000	2001	2002	
34.4			

35. Participação em Projetos Sociais Governamentais			
	S	N	
35.1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
35.2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

## Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores nos Temas

Valores e  
Transparência

Público Interno

## Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores nos Temas

Meio Ambiente

Fornecedores

## Espaço Reservado para Sugestões e Comentários sobre os Indicadores nos Temas

Consumidores/Clientes

Comunidade

Governo e Sociedade

Realização



Patrocínio



Apoio



THE WILLIAM AND FLORA  
HEWLETT FOUNDATION