

INDICADORES ETHOS

de Responsabilidade Social Empresarial

Questionário da Versão 2000

O questionário dos **Indicadores Ethos** é apresentado em modelo único para todas as indústrias e setores econômicos, sendo formulado de modo a ser preenchido pelas próprias empresas participantes, como auto-avaliação. A utilização de modelo único, com um sistema adequado de pontuação, vai permitir a comparação do nível de responsabilidade social entre as diferentes empresas. A sistemática de auto-avaliação visa também despertar as empresas para a abrangência e importância do tema da responsabilidade social, muitas vezes confundido e limitado à filantropia empresarial, e não percebido na sua real dimensão de um novo paradigma de gestão.

Junho/2000

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Execução

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

Colaboração

Alceu Amoroso Lima, Angela Serino, Ciro Torres, Cláudio Boechat, Francisco de Assis Oliveira Azevedo, Hélio Zylberstajn, Henrique Scárdua, Homero Luís Santos, Irani Cavagnoli, Joe Sellwood, José Peroba Filho, João Sucupira, José Tolovi Jr, Luiz Henrique Frosini, Mara Cardeal, Maria Antonieta Gatti Cinquini, Maria Aurélia Braga de Carvalho, Maria Inês Fornazaro, Margarida Ramos, Roberta de Carvalho Cardoso, Rosiléia das Mercês Milagres, Sérgio Alli e Suzana Leal.

Equipe do Instituto Ethos

Claudia Cabilio, Cristina Murachco, João Serfozo, Juliana Raposo, Leno F. Silva, Maria Lucia Zülzke, Marcelo Abrantes Linguitte, Oded Grajew, Patricia Kanashiro, Rosana Biaggi e Valdemar de Oliveira Neto.

Patrocínio

Avina, Avon Cosméticos, Brasmotor S.A, De Nadai Alimentação S.A, Indústrias Klabin S.A, J. Pessoa Participações, Libra Administração e Participações S.A, Telemig Celular S.A, Vésper São Paulo S.A.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 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 /2000

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469 – 14º andar – Conj. 1407
05414-020 – São Paulo SP
Tel./Fax. (0xx11) 3068.8539
E-mail: ethos@ethos.org.br
Visite noso site: www.ethos.org.br

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**
- 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 subsequentes, 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 pretende adequar continuamente o modelo de avaliação à realidade objetiva das empresas e às expectativas da sociedade.

Metodologia de avaliação

A avaliação do nível de responsabilidade social por empresa será consolidada pelo Instituto Ethos, conforme metodologia própria. Os resultados finais serão baseados em um sistema de pontuação dos diferentes indicadores e temas, que vai permitir 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 onde 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 serão identificadas. Eventual divulgação de experiências e práticas exemplares só será realizada mediante prévia consulta e autorização.

Instruções de preenchimento

Cada questionário deve corresponder a uma **unidade de negócio**. 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 99. Caso a empresa não produza esses dados, deverá apresentar justificativa e preparar-se para apresentá-los no próximo ano.

O Instituto Ethos tornará disponíveis os resultados médios da pontuação das empresas participantes, em publicações e via Internet. Oportunamente, obtida uma massa crítica de dados, serão gerados relatórios específicos para as empresas respondentes, apresentando o resultado de sua pontuação e comparando cada uma delas ao conjunto das empresas participantes ou grupo específico do seu setor. **Participe!**

ÍNDICE

Valores e Transparência	Auto-Regulação da Conduta	Compromissos Éticos 07
		Enraizamento na Cultura Organizacional 07
	Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com Partes Interessadas (Stakeholders) 08
		Relações com a Concorrência 08
		Balço Social 08
Público Interno	Diálogo e Participação	Relações com os Sindicatos 10
		Gestão Participativa 10
		Participação nos Lucros ou Resultados 11
	Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o Futuro das Crianças 11
		Valorização da Diversidade 12
	Respeito ao Trabalhador	Comportamento Frente a Demissões 13
		Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade 13
	Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho 14	
	Preparação para Aposentadoria 15	
Meio Ambiente	Gerenciamento do Impacto Ambiental	Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente (somente para Indústria) 17
		Minimização de Entradas e Saídas do Processo Produtivo (Indústria) 18
		Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços (Indústria) 18
	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Compensação da Natureza pelo Uso de Recursos e Impactos Ambientais (Indústria) 19
	Educação Ambiental 19	

ÍNDICE

Fornecedores	Seleção e Parceria com Fornecedores	Critérios de Seleção de Fornecedores 21
		Relações com Trabalhadores Terceirizados 21
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores 22
Consumidores	Dimensão Social do Consumo	Política de Marketing e Comunicação 23
		Excelência do Atendimento 24
		Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços 24
Comunidade	Relações com a Comunidade Local	Gerenciamento do Impacto da Atividade Produtiva na Comunidade 26
		Relações com Organizações Atuantes na Comunidade 27
	Filantropia/Investimentos Sociais	Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais 27
		Estratégias de Atuação na Área Social 28
		Mobilização de Recursos para o Investimento Social 28
	Trabalho Voluntário	Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados 29
Governo e Sociedade	Transparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas 31
		Práticas Anti-Corrupção e Propina 31
	Liderança Social	Liderança e Influência Social 32
		Participação em Projetos Sociais Governamentais 33
		Informações Gerais da Empresa 34
		Gabarito para Respostas 35

Valores e Transparência

Auto-Regulação da Conduta

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

• 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 negócios.</p>	<p>As crenças e valores da organização estão divulgados e formalizados, valendo igualmente para todos os níveis da organização.</p>	<p>A organização possui um código formal de ética e conduta, com processos educativos de implantação, canal de comunicação para orientação e previsão de revisões periódicas.</p>	<p>O código de ética e conduta da organização prevê a participação de funcionários, parceiros e comunidade em sua revisão e é submetido a controle e auditoria periódicos.</p>
--	---	---	---	--

Informações Adicionais

O código de ética da organização

Sim

Não

1.1 Aborda três ou mais dos seguintes parceiros: funcionários, fornecedores, clientes, consumidores, comunidade, governo e acionistas minoritários?		
1.2 Proíbe expressamente a utilização de práticas ilegais (corrupção, propina e “caixa dois”) para obtenção de vantagens comerciais?		
1.3 É explícito quanto ao compromisso de transparência e veracidade das informações prestadas a todos os parceiros?		
1.4 É explícito quanto à defesa da concorrência leal?		

• Enraizamento na Cultura Organizacional

<p>2. Com relação à divulgação 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>Existem processos sistemáticos de difusão das crenças e valores da empresa, tanto para os funcionários quanto para os demais parceiros.</p>	<p>Os processos sistemáticos de difusão de crenças e valores são verificados e acompanhados periodicamente, estando previstos ajustes e correções quando do seu descumprimento.</p>	<p>Funcionários, lideranças da organização e parceiros são motivados a contribuir para os processos de avaliação e monitoramento das crenças e valores.</p>
---	--	--	---	---

Relações Transparentes com a Sociedade

• Diálogo com Partes Interessadas (Stakeholders)

<p>3. Considerando a abertura da empresa para discutir suas estratégias de negócios e questões a ela relacionadas, a empresa:</p>	<p>Discute dilemas, estratégias e problemas apenas no ambiente da liderança da organização.</p>	<p>Estende a discussão aos funcionários e interessados diretos dependendo do aspecto em questão.</p>	<p>Incentiva a participação de todos os envolvidos com os negócios da empresa e pratica uma gestão de transparência de estratégias e resultados.</p>	<p>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.</p>
---	---	--	--	---

• Relações com a Concorrência

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

• Balanço Social

<p>5. Com relação à divulgação das ações de responsabilidade social, a empresa:</p>	<p>Publica sem regularidade definida suas ações sociais, comunitárias e ambientais, mas não as consolida em um balanço social.</p>	<p>Publica um balanço social anualmente, descrevendo suas ações sociais, e incorporando aspectos quantitativos.</p>	<p>Incorpora o balanço social aos seus demonstrativos financeiros, e utiliza os dados sociais como ferramentas de gestão dos negócios.</p>	<p>Além dos anteriores, incorpora críticas e sugestões de outras partes impactadas pelos seus negócios ao balanço, promovendo processos de discussão coletiva.</p>
---	--	---	--	--

Público Interno

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

- Relações com os Sindicatos
- Gestão Participativa
- Participação nos Lucros ou Resultados

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 a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho
- Preparação para Aposentadoria

Diálogo e Participação

• Relações com os 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 aos sindicatos dados financeiros e relativos a objetivos estratégicos, quando estes afetarem os trabalhadores, para subsidiar as discussões.</p>
---	---	---	---	--

Informações Adicionais

	1997	1998	1999
6.1 Número de greves e paralisações ocorridas na empresa			
6.2 Número médio de greves nas empresas do setor			

• Gestão Participativa

<p>7. Quanto ao envolvimento dos empregados na gestão, a empresa:</p>	<p>Não possui programa para estimular e recompensar empregados que apresentem sugestões que contribuam para a melhoria dos processos internos.</p>	<p>Possui programa para estimular e recompensar empregados que apresentem sugestões que contribuam 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 Lucros ou Resultados

8. Quanto aos mecanismos de participação nos lucros ou resultados, a empresa:	Não possui programa estruturado de avaliação de desempenho e bonificação, ou de participação nos resultados.	Possui programa de avaliação e bonificação com critérios objetivos para premiar o desempenho individual.	Possui programa de participação nos resultados que combina avaliação objetiva das competências, habilidades e desempenho individuais, com avaliação coletiva da empresa.	Além de oferecer 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				Sim	Não	
	8.1 O programa de participação nos lucros ou resultados contempla todos os empregados?					
	8.2 O programa foi estabelecido através de negociação com comissão de empregados ou sindicato?					
				1997	1998	1999
	8.3 Percentual dos valores distribuídos através do programa de participação nos lucros ou resultados em relação à massa salarial:					
8.4 Percentual das ações da empresa em poder dos empregados:						
Respeito ao Indivíduo						

• Compromisso com o Futuro das Crianças

9. No tratamento da questão do trabalho infantil, 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.	Discute com parceiros e fornecedores 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 e verifica seu cumprimento.	Trabalha com seus fornecedores quanto à 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"/>

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	9.1 Mantém programa de aprendizagem na empresa para jovens na faixa etária de 14 a 16 anos?		
9.2 Encontra-se certificada para o uso do Selo "Empresa Amiga da Criança" da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança ou equivalente?			

- Valorização da Diversidade

10. Reconhecendo a obrigação ética das empresas de combater todas as formas de discriminação e 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 representativos na empresa, como programa de mentores para acompanhar e apoiar o crescimento profissional de indivíduos pertencentes a esses grupos.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	10.1 Apoia projetos que visam melhorar a competitividade 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 condições de trabalho adequadas aos deficientes físicos?			
10.4 Oferece oportunidades de trabalho para ex-detentos?			
10.5 Tem política preferencial para a contratação de indivíduos com idade superior a 45 anos ou desempregados a mais de 2 anos?			
10.6 Possui normas e processos eficazes para combater situações de assédio sexual?			
		1997	1998
10.7 Porcentagem de mulheres em cargos de chefia:			
10.8 Porcentagem de negros/pardos em cargos de chefia:			
10.9 Porcentagem de empregados acima de 45 de idade em relação ao número total de empregados:			

continua

Público Interno

continuação informações adicionais

	1997	1998	1999
10.10 Porcentagem de demitidos acima de 45 de idade em relação ao número total de demitidos:			
10.11 Salários médios mensais em cargos administrativos – Homens:			
10.12 Salários médios mensais em cargos administrativos – Mulheres:			
10.13 Salários médios mensais em cargos administrativos – Brancos:			
10.14 Salários médios mensais em cargos administrativos – Negros/Pardos:			

Respeito ao Trabalhador

• Comportamento Frente a Demissões

11.
Diante de necessidade de redução de custos 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.

Além de discutir internamente e criar incentivos à demissão voluntária, estabelece critérios sócio-econômicos (idade, estado civil, dependentes) para orientar o processo.

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

Informações Adicionais

	1997	1998	1999
11.1 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 empregados.

As bolsas de estudo para aquisição de conhecimentos universais são oferecidas para todos, sem distinção.

Público Interno

Informações Adicionais	A empresa	Sim			Não		
		1997	1998	1999	1997	1998	1999
	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?						
	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 a 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 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"/>

Informações Adicionais	A empresa	Sim			Não		
		1997	1998	1999	1997	1998	1999
	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?						

continua

Público Interno

continuação informações adicionais

A empresa oferece aos empregados		Sim	Não	
13.5	Plano de saúde familiar?			
13.6	Auxílio para educação dos filhos?			
13.7	Financiamento para casa própria?			
		1997	1998	1999
13.8	Razão entre a maior remuneração e a menor remuneração em espécie paga pela empresa (incluindo remuneração variável):			
13.9	Salário médio mensal da empresa:			
13.10	Salário médio mensal praticado no setor:			
13.11	Média de horas extras por empregados/ano:			
13.12	Média anual de acidentes de trabalho por empregado:			
13.13	Porcentagem dos acidentes que resultaram em afastamento temporário do(s) empregado(s):			
13.14	Porcentagem dos acidentes que resultaram em mutilação ou outros danos à integridade física do(s) empregado(s), com afastamento permanente do cargo (incluindo LER):			
13.15	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:

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 preparar seus funcionários para a aposentadoria, a empresa mantém programa de previdência complementar.

Além de manter programa de complementação previdenciária, a empresa oferece oportunidades de aproveitamento da capacidade de trabalho dos aposentados e estimula sua participação em projetos sociais na comunidade.

Meio Ambiente

Gerenciamento do Impacto Ambiental

Gerenciamento do Impacto Ambiental

- Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente
- Minimização de Entradas e Saídas do Processo Produtivo
- Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços

Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

- Compensação da Natureza pelo Uso de Recursos e Impactos Ambientais
- Educação Ambiental

• Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente – (Indústria)

15.
Considerando os impactos ambientais causados pela atividade produtiva, a empresa:

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

Produz estudos de impacto ambiental e tem seus processos de gestão ambiental padronizados e formalizados, incluindo o estabelecimento de metas, plano de ação e alocação de recursos.

Produz análises de impacto de todos seus processos, independentemente de obrigação legal, e realiza regularmente atividades de controle, monitoramento e auditoria.

Produz estudos de impacto da cadeia produtiva e do ciclo de vida de seus produtos; desenvolve parceria com fornecedores visando a melhoria dos processos de gestão ambiental e participa do processo de destinação final 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 14.000 ou outra norma ambiental equivalente?

No caso de norma equivalente, especifique:

15.3 Possui plano de emergência ambiental que relaciona todas as suas atividades que envolvam situações de risco, e treina seus funcionários em intervalos frequentes?

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

1997

1998

1999

15.4 Baixa gravidade

15.5 Média gravidade

15.6 Alta gravidade

• Mimização de Entradas e Saídas do Processo Produtivo (Indústria)

<p>16. Com o objetivo de prevenir e reduzir danos ambientais e melhorar seus processos de gestão ambiental, a empresa:</p>	<p>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 de seus resíduos.</p>	<p>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.</p>	<p>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 .</p>	<p>Assume responsabilidade pelo ciclo de vida de seus produtos, e tem como meta alcançar alto nível de sustentabilidade e/ou provocar impacto ambiental zero, através de estratégias de reutilização e compensação ambiental.</p>		
	<p>Informações Adicionais</p>					
				1997	1998	1999
16.1	Porcentagem do faturamento bruto gasto em programas e projetos de melhoria ambiental:					
16.2	Consumo de energia médio anual por unidade produzida (kwh):					
16.3	Volume médio anual de água consumida por unidade produzida (litro):					
16.4	Volume médio anual de poluição despejada na atmosfera por unidade produzida:					
16.5	Quantidade média (kg,m ³) de resíduos gerados por unidade de produto fabricado:					
16.6	Volume médio (l) diário de despejos líquidos lançados no efluente por unidade produzida:					

• Responsabilidade sobre o Ciclo de Vida dos Produtos e Serviços (Indústria)

<p>17. Os sistemas de gerenciamento ambiental implantados na empresa:</p>	<p>Limitam-se aos principais processos sob seu controle e execução direta.</p>	<p>Abrangem todos os processos sob seu controle e as atividades de transporte e de entradas e saídas.</p>	<p>Estendem-se à cadeia de suprimentos e a empresa utiliza critérios ambientais na seleção de fornecedores.</p>	<p>Além de atuar sobre a cadeia de suprimentos, possui processos de gerenciamento relativos às fases de consumo e destinação final.</p>	
	<p>Informações Adicionais</p>				
	A empresa			Sim	Não
17.1	Desenvolve programa de gerenciamento de resíduos no cliente?				
17.2	Desenvolve programa de reciclagem?				
17.3	Fornecer a seus consumidores informações detalhadas sobre danos ambientais resultantes do uso e destinação final dos seus produtos?				

Responsabilidade Frente às Gerações Futuras

• Compensação da Natureza pelo Uso de Recursos e Impactos Ambientais

<p>18. Para cobrir sua parcela de responsabilidade quanto ao uso de recursos e impactos sobre o meio ambiente, a empresa:</p>	Cumpre rigorosamente os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação nacional.	Pauta sua atuação por comparação com empresas líderes no cuidado ambiental em seu setor.	Além de recorrer a comparações com empresas de excelência, a empresa desenvolve programas de melhoria e conservação ambiental, em escala comparável aos seus impactos.	Desenvolve novos negócios ou adotou novo modelo para negócio já existente, que procuram explorar oportunidades relacionadas à sustentabilidade ambiental.	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p>Informações Adicionais</p>	A empresa			Sim	Não
	18.1 Desenvolve esforços explícitos de redução do consumo e coleta seletiva de materiais?				
	18.2 Mantém ações de controle da poluição de veículos próprios e de terceiros a seu serviço?				

• Educação Ambiental

<p>19. Visando contribuir para a conscientização da população quanto aos desafios ambientais decorrentes da atividade humana e inculir valores de responsabilidade ambiental, a empresa:</p>	Desenvolve atividades de educação ambiental focadas no público interno, visando reforçar seu programa de gerenciamento.	Estende suas atividades educacionais a familiares de funcionários e comunidade do entorno imediato da empresa.	Desenvolve campanhas de conscientização e educação ambiental dirigidas a públicos mais amplos.	Além de desenvolver campanhas, a empresa participa ou apóia projetos educacionais em parceria com organizações ambientalistas e exerce liderança social em favor dessa causa.	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<p>Informações Adicionais</p>	A empresa			Sim	Não
	19.1 Participa de projeto(s) de conservação de áreas protegidas?				

Fornecedores

Seleção e Parceria com Fornecedores

SELEÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

- Critérios de Seleção de Fornecedores
- 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 com base em fatores de qualidade, preço e 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 de trabalho infantil e de práticas de discriminação.	Exige que seus fornecedores reproduzam as exigências quanto à responsabilidade social junto aos seus respectivos fornecedores, sendo os critérios monitorados periodicamente.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informações Adicionais	A empresa			Sim	Não	
	20.1 Estabelece prazo formal para a conformidade de seus fornecedores com seus critérios de responsabilidade social?					
				1997	1998	1999
	20.2 Percentual do total de fornecedores que receberam visita de inspeção:					

• Relações com Trabalhadores Terceirizados

21. Nas suas relações com trabalhadores terceirizados e/ou com os fornecedores desses serviços, a empresa:	Mantém relação contratual que transfere ao prestador de serviços a responsabilidade pelo cumprimento das obrigações trabalhistas e previdenciárias.	Possui normas de seleção de fornecedores que avaliam suas práticas trabalhistas e exigem a apresentação de planilhas de custos que cubram todas as obrigações trabalhistas e fiscais.	Além dos requisitos de seleção de fornecedores, a empresa oferece ao trabalhador terceirizado benefícios básicos gozados pelos funcionários regulares, como transporte e alimentação.	Monitora o cumprimento dos requisitos estabelecidos e integra os trabalhadores terceirizados nos seus programas de treinamento e desenvolvimento profissional.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fornecedores

Informações Adicionais

1997 1998 1999

21.1 Porcentagem de trabalhadores terceirizados em relação ao total da força de trabalho

- Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores

22.

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, dispondo as 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 a melhoria gerencial e crescimento dos seus fornecedores de igual ou menor porte, estimula e facilita seus envolvimento em projetos sociais e ambientais.

Informações Adicionais

Sim Não

22.1 A empresa inclui entre seus fornecedores grupos comunitários locais, tais como cooperativas, associações de bairro e projetos de geração de renda?

Espaço reservado para sugestões e comentários sobre os indicadores do tema Fornecedores

Consumidores

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

- Política de Marketing e Comunicação
- Excelência do Atendimento
- Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

Dimensão Social do Consumo

- Política de Marketing e Comunicação

23.

Considerando a influência do marketing na formação de hábitos de consumo e 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 e realiza análise prévia de campanhas para verificar sua conformidade com a legislação de defesa do consumidor.

Todos os "briefings" apresentados a agências e parceiros para orientar a produção de peças e campanhas de comunicação enfatizam o alinhamento com políticas e valores da empresa e procuram estimular o comportamento positivo do consumidor e esclarecer aspectos inovadores dos produtos e serviços, assim como os cuidados necessários ao seu uso.

Desenvolve parceria com fornecedores, distribuidores, e assistência técnica, visando à constante melhoria da gestão do marketing integrado, criando uma cultura de respeito e valorização dos consumidores.

Informações Adicionais

A empresa

Sim

Não

23.1 Revisa periodicamente seus rótulos, embalagens, bulas e outros materiais de comunicação 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 ou de risco?

23.3 Teve, nos últimos 3 anos, alguma peça publicitária retirada de circulação devido a reclamações de clientes ou concorrentes?

Em relação a violações do Código de Defesa do Consumidor:

1997

1998

1999

23.4 Quantidade de processos administrativos(Procon, Vigilância Sanitária, IPEM etc):

23.5 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, a empresa:	Possui um atendimento básico receptivo, focado na informação ao consumidor e solução de demandas individuais.	Registra as manifestações dos consumidores, resolvendo rápido e individualmente as demandas, e emite relatórios de desempenho para conhecimento interno.	Registra as manifestações, dá orientação, resolve rápida e individualmente as demandas, procura as causas dos problemas e utiliza as informações para implementar políticas de melhoria da qualidade dos produtos e serviços.	Atua pró-ativa e preventivamente no lançamento de produtos e na revisão de materiais de divulgação, utilizando-se das manifestações dos consumidores, prestando contas publicamente de suas atividades.		
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Informações Adicionais				Sim	Não	
24.1 A empresa tem Ombudsman/SAC que possui autoridade e participa nos seus processos de tomada de decisões?						
24.2 A direção da empresa está envolvida diretamente nos programas de atendimento ao consumidor?						
24.3 Os atendentes do SAC têm autonomia para ressarcimentos em faixas de valores?						
24.4 A empresa promove treinamento contínuo dos seus profissionais de atendimento?						
				1997	1998	1999
24.5 Quantidade de inovações implantadas em função do SAC:						
24.6 Percentual de telefonemas e reclamações não atendidas:						
24.7 Tempo médio de espera no telefone do SAC até o início do atendimento:						
24.8 Percentual de reclamações no SAC em relação ao total de manifestações registradas:						

• Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços

25. Quanto à comercialização dos seus produtos e execução dos serviços, a empresa:	Não realiza estudos e pesquisas técnicas sobre danos potenciais de seus produtos e serviços para os consumidores.	Realiza estudos e pesquisas técnicas sobre riscos potenciais, 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.
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Consumidores

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?

25.3 Já teve produtos retirados do mercado por pressão de consumidores/ órgãos de defesa?

25.4 Tem produtos proibidos em outros países e ainda comercializados no Brasil ou exportados?

Espaço reservado
para sugestões
e comentários sobre
os indicadores
do tema
Consumidores

Comunidade

Relações com a Comunidade Local

Relações com a Comunidade Local

- Gerenciamento do Impacto da Atividade Produtiva na 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 Empregados

- Gerenciamento do Impacto da Atividade Produtiva na Comunidade

26.

Considerando seus possíveis impactos na vida da comunidade (poluição, tráfego de veículos, demanda sobre equipamentos sociais), 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

A empresa

Sim

Não

26.1 Participa ativamente junto com outras empresas na discussão dos problemas comunitários e no encaminhamento de soluções?

Quantidade de reclamações e manifestações (petições, abaixo-assinados, protestos) realizadas pela comunidade devido à

1997

1998

1999

26.2 Poluição:

26.3 Tráfego de veículos:

26.4 Interferência em sistemas de comunicação:

26.5 Outros

Em caso positivo, especificar:

• Relações com Organizações Atuantes na Comunidade

<p>27. Com relação às organizações comunitárias, ONGs e equipamentos públicos (escola, postos de saúde, etc.) presentes no seu entorno, a empresa:</p>	<p>Conhece superficialmente suas atividades e responde pontualmente a eventuais pedidos de apoio.</p>	<p>Conhece profundamente o trabalho de algumas entidades e investe em projetos específicos.</p>	<p>Participa da vida associativa local e apóia várias entidades através de doações e financiamento de projetos e/ou desenvolve projeto próprio que beneficia a comunidade local.</p>	<p>A empresa mantém parcerias de longo prazo com entidades locais; desenvolve ou apóia atividades para o seu fortalecimento institucional e organizacional; e/ou participa da elaboração e implantação de projetos conjuntos.</p>	
<p>Informações Adicionais</p> <p>Filantropia/ Investimentos Sociais</p>	<p>A empresa</p>				
<p>27.1 Realiza campanhas educacionais e/ou de interesse público na comunidade?</p>				<p>Sim</p>	<p>Não</p>

• Mecanismos de Apoio a Projetos Sociais

<p>28. As atividades filantrópicas da empresa são realizadas através de :</p>	<p>Verbas administradas exclusivamente por diretor ou gerente a partir de solicitações externas.</p>	<p>Verbas definidas em orçamento e que são do conhecimento dos funcionários e são geridas por comitê ou grupo de trabalho com base em critérios de investimento previamente estabelecidos.</p>	<p>Programa social estruturado, com votação orçamentária estável, gerenciado por equipe profissional, instituto ou fundação.</p>	<p>Programa social, instituto ou fundação, que contam com mecanismos de geração de receita próprios, fundo patrimonial e/ou um porcentual fixo sobre o faturamento, que assegurem sua continuidade no longo prazo.</p>
---	--	--	--	--

Comunidade

Informações Adicionais	A empresa	Sim	Não
	28.1 Avalia o impacto social de seus investimentos e projetos sociais com <i>feedback</i> ou participação dos beneficiários?		
28.2 Maximiza o impacto social dos seus recursos realizando projetos conjuntos com outras empresas ou através de associações empresariais?			
28.3 Desenvolve seu planejamento estratégico através de processos formais envolvendo suas ações sociais e seus respectivos responsáveis?			

• Estratégias de Atuação na Área Social

29. Quanto aos critérios de atuação e as 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
	29.1 Emprega sistemas de aprendizagem e gestão do conhecimento visando o aperfeiçoamento contínuo de suas ações sociais?		
29.2 Emprega especialistas ou utiliza consultores no planejamento e avaliação de suas atividades no campo social?			

• Mobilização de Recursos para o Investimento Social

30. 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 doações e/ou projetos próprios, utiliza suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais para fortalecer sua ação social e 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	
30.1 Utiliza os incentivos fiscais para atividades ligadas à cultura e à área social?			
30.2 Utiliza os incentivos fiscais para doações aos Fundos da Criança e do Adolescente?			
30.3 Possui mecanismos para estimular seus funcionários e parceiros a fazer doações?			
	1997	1998	1999
30.4 Percentual do faturamento bruto destinado à totalidade de suas ações sociais (não incluir benefícios trabalhistas):			
30.5 Porcentagem do total destinado à área social correspondente a doações em produtos e serviços:			
30.6 Porcentagem do total destinado à área social correspondente a doações em espécie:			
30.7 Porcentagem do total destinado à área social investido em projeto social próprio:			

Trabalho Voluntário

- Reconhecimento e Apoio ao Trabalho Voluntário dos Empregados

31.

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

Conhece as iniciativas individuais isoladas e apóia campanhas eventuais.	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.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informações Adicionais

A empresa	Sim	Não
31.1 Utiliza seus projetos sociais para criar oportunidades de voluntariado?		
31.2 Possui membros da alta gerência participando de atividades voluntárias?		
31.3 Utiliza a oportunidade de trabalho voluntário para desenvolver competências úteis à carreira profissional dos seus empregados?		

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 e objetivos comerciais, participando da decisão apenas membros da alta direção.</p>	<p>Não apóia candidatos e partidos ou os apóia dentro de regras e critérios internos definidos, respeitando sempre os limites legais, sem subterfúgios.</p>	<p>É transparente na divulgação junto ao público interno das regras, critérios e valores doados a campanhas políticas, permitindo acesso destas informações ao público externo.</p>	<p>Além de ter 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.</p>	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Informações Adicionais				Sim Não
	32.1 Tendo conhecimento de escândalo envolvendo político apoiado anteriormente, a empresa renovou seu apoio?				
	32.2 Nos últimos 5 anos, a empresa foi mencionada na imprensa sob suspeita de ter recebido vantagem indevida em razão de contribuição financeira para campanha política?				

• 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. A empresa 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 e possui procedimentos conhecidos de controle e punição.</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>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Governo e Sociedade

Informações Adicionais

Nos últimos 5 anos, 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?

1997

1998

1999

33.2 Quantidade de casos identificados pela mídia:

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?

1997

1998

1999

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

34.5 Porcentagem do faturamento bruto gasto em patrocínio ou realização de campanha de interesse público:

- Participação em Projetos Sociais Governamentais

35. Em seu envolvimento com as atividades sociais realizadas por entes governamentais, a empresa:	Considera que cumpre sua obrigação com o pagamento de impostos e contribui ocasionalmente com o poder público na realização de eventos e atividades pontuais.	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	
	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?					
				1997	1998	1999
	35.3 Porcentagem do faturamento bruto gasto em projetos em conjunto com o poder público:					
Espaço reservado para sugestões e comentários sobre os indicadores do tema Govorno e Sociedad						

Informações Gerais da Empresa

Nome da Holding/Grupo

Nome da Unidade de Negócios avaliada

Número de funcionários da Unidade de Negócios em 1999

Faturamento bruto em 1997

Faturamento bruto em 1998

Faturamento bruto em 1999

Origem do controle acionário

Setor

Destinação dos principais produtos

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

3. Diálogo com Partes Interessadas

4. Relações com a Concorrência

5. Balanço Social

Público Interno

6. Relações com os Sindicatos

	1997	1998	1999
6.1			
6.2			

7. Gestão Participativa

8. Participação nos Lucros ou Resultados

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

	1997	1998	1999
8.3			
8.4			

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"/>
10.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1997	1998	1999
10.7			
10.8			
10.9			
10.10			

	1997	1998	1999
10.11			
10.12			
10.13			
10.14			

11. Comportamento Frente a Demissões

	1997	1998	1999
11.1			

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"/>

	1997	1998	1999
12.3			
12.4			
12.5			

13. Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho

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

	1997	1998	1999
13.8			
13.9			
13.10			
13.11			
13.12			
13.13			
13.14			
13.15			

14. Preparação para Aposentadoria

Meio Ambiente

15. Conhecimento sobre o Impacto no Meio Ambiente (Indústria)

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

Especificar _____

	1997	1998	1999
15.3			
15.4			
15.5			
15.6			

16. Minimização de Entradas e Saídas do Processo Produtivo (Indústria)

	1997	1998	1999
16.1			
16.2			
16.3			
16.4			
16.5			
16.6			

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

	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"/>

18. Compensação da Natureza pelo Uso de Recursos e Impactos Ambientais (Indústria)

	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		

