



INDICADORES ETHOS-SEBRAE PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

DIAGNÓSTICO DE RSE/SUSTENTABILIDADE
PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

INSTITUTO
ETHOS

SEBRAE

*Serviço de Apoio às Micro e Pequenas
Empresas do Rio Grande do Norte*



INDICADORES ETHOS-SEBRAE PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

DIAGNÓSTICO DE RSE/SUSTENTABILIDADE
PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

INSTITUTO
ETHOS

SEBRAE

*Serviço de Apoio às Micro e Pequenas
Empresas do Rio Grande do Norte*

São Paulo, novembro de 2016.

Indicadores Ethos-Sebrae para Micro e Pequenas Empresas: Diagnóstico de RSE/Sustentabilidade para Pequenos Negócios é uma publicação do Instituto Ethos e do Sebrae-RN, disponibilizada virtualmente de forma gratuita.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Dr. Fernandes Coelho, 85, 10º andar

05423-040 – São Paulo, SP

Tel.: (11) 3897-2400

Fax: (11) 3897-2424

E-mail: atendimento@ethos.org.br

Visite nosso site: www.ethos.org.br

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (Sebrae-RN)

Av. Lima e Silva, 76

59075-710 – Natal (RN)

Tel.: (84)3616-7900

E-mail: indicadoresethosebrae@rn.sebrae.com.br

Visite nosso site: <http://www.rn.sebrae.com.br/>

Patrocínio

Sebrae-RN

Colaboradores do Instituto Ethos

Ana Lucia de Melo Custodio (coordenação), Caio Magri, Jorge Abrahão e Juliana Soares

Colaboradores do Sebrae-RN

Lorena Roosevelt de Lima Alves, Tatiana Campos de Andrade, Michelli Trigueiro Lopes, Francisca Verônica Pontes de Melo, Fernando Antonio de Sá Leitão Morais e Robson Lopes Matos.

Colaboradoras Convidadas

Cristina Fedato e Suenia Sousa (Centro Sebrae de Sustentabilidade)

Edição de Texto

Benjamin S. Gonçalves

Projeto e Produção Gráfica

Projeto Original: 113 DC Design + Comunicação

Adaptação: Fabio Meneguini e Mariana Peixoto

São Paulo, novembro de 2016.

Permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com prévia autorização do Instituto Ethos e do Sebrae-RN.

ÍNDICE

Prefácio	p.07
Buscar a sustentabilidade é fator de competitividade	p.08
Pequena empresa: construindo o amanhã	p.09
Apresentação	p.10
Orientações gerais para o diagnóstico	p.12
Dimensão Visão e Estratégia	p.20
Dimensão Governança e Gestão	p.24
Dimensão Social	p.36
Dimensão Ambiental	p.46
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	p.49
Patrocinadores	p.51



Esta publicação contribui para o cumprimento do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 12 - Consumo e produção responsáveis.

PREFÁCIO DA NOVA GERAÇÃO DOS INDICADORES ETHOS

Em outubro de 2010, demos início a um amplo processo participativo com o desafio de compreender o papel dos Indicadores Ethos num contexto em que a responsabilidade social empresarial (RSE) não era mais novidade para as empresas e para os interessados. Tínhamos um plano trilhado e a intenção de ouvir e receber influência real dos nossos *stakeholders* no desenvolvimento de uma nova geração dos Indicadores Ethos. Nosso objetivo era traduzir a aprendizagem em sustentabilidade e responsabilidade social adquirida com sua aplicação, conferindo-lhe utilidade e convergência com diferentes iniciativas disponíveis no mercado, para que a sustentabilidade se integre efetivamente nos negócios.

Mais do que nosso próprio entendimento sobre esta iniciativa e o que pretendíamos com ela, quisemos envolver as pessoas, fossem elas usuárias da ferramenta, especialistas em RSE ou apenas interessadas no tema; fossem de empresas, organizações da sociedade civil ou órgãos governamentais. Quisemos pôr em prática, de forma efetiva, o engajamento das partes interessadas que tanto estimulamos as empresas a adotar. Por essa razão, estabelecemos um processo *multistakeholder*, formalizando instâncias que apoiaram todo esse processo.

Isso nos levou a vários desafios, dos quais o principal foi equilibrar diferentes expectativas e visões sobre os mesmos propósitos:

- » Atualizar os Indicadores Ethos trazendo novos aspectos e avanços do movimento de responsabilidade social, sem que eles ficassem longos, exaustivos e difíceis de aplicar;
- » Torná-los mais amigáveis e mais simples, sem perder a consistência de sua proposta;
- » Auxiliar as empresas para uma aplicação eficiente, que lhes seja útil para outros usos e participação em outras iniciativas;
- » Dar maior visibilidade às empresas que os aplicam, sem prescindir da confidencialidade e do sigilo em seu uso.

Foram muitos os questionamentos. E também muitas as consultas, formais e informais, a centenas de pessoas que contribuíram com essas reflexões. E eis aqui o resultado, fruto de um trabalho intenso e colaborativo, envolvendo pessoas e organizações que se dedicaram muito mais do que prevíamos e tomaram como suas as questões relacionadas a esta iniciativa. Entendemos que, mais do que construir uma ferramenta de gestão, essas pessoas, assim como nós, envolveram-se neste trabalho almejando contribuir para a transformação do mundo em que vivemos.

Sabemos que várias empresas já avançaram bastante, com práticas em nível de excelência. Mas sabemos também que muitas outras precisam ingressar nesse universo. O resultado que agora apresentamos reflete nosso empenho em equilibrar essas diferentes necessidades: apoiar as empresas que se iniciam na trilha da RSE e estimular as que já avançaram a ir além. Entendemos que isso é possível e trabalhamos em diversas frentes para alcançar esse objetivo.

É com esse propósito que apresentamos a você os **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis**, ferramenta que explicita nosso entendimento de que a responsabilidade social é uma forma de gestão que deve estar presente em qualquer debate sobre sustentabilidade. Isso porque sustentabilidade e responsabilidade social são, em nossa opinião, conceitos interdependentes e não excludentes. Essa visão tem origem nas próprias reflexões que vimos fazendo como organização, buscando integrar os princípios e comportamentos da responsabilidade social com os objetivos para a sustentabilidade. Vivenciamos essas reflexões e buscamos essa integração.

Este é um instrumento “para” negócios sustentáveis e responsáveis. Ou seja, visa estimular que os negócios sejam sustentáveis e responsáveis, e não simplesmente identificar ou reconhecer os que já o são.

Convidamos você a conhecer as novidades deste instrumento e a usá-lo em suas atividades. Que a transformação de que necessitamos seja alcançada com a sua participação.

Instituto Ethos

BUSCAR A SUSTENTABILIDADE É FATOR DE COMPETITIVIDADE

Desde que se propôs a promover a responsabilidade social como uma forma inovadora de gestão empresarial, o Instituto Ethos tem levado em consideração a relevância dos pequenos negócios. Assim, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), criou, em 2003, os **Indicadores Ethos-Sebrae**, para desmistificar a ideia de que esse tipo de gestão se aplicaria apenas às grandes empresas. E também contribuir para que as micro e pequenas empresas de todo o país desenvolvessem sua força social, gerando um novo cenário de negócios.

Sabemos que, ao assumir os princípios, comportamentos e objetivos de responsabilidade social e sustentabilidade, a pequena empresa tende a adotar uma gestão mais consciente e obter maior clareza de seu propósito. Consegue também um melhor ambiente de trabalho, com maior comprometimento de seus empregados, relações mais consistentes com seus fornecedores e clientes e uma melhor imagem na comunidade. Tudo isso contribui para sua perenidade e seu crescimento, diminuindo o risco de mortalidade que costuma ser alto entre os novos negócios.

Neste momento, retomamos, no âmbito da Nova Geração dos Indicadores Ethos, nosso trabalho focado nas micro e pequenas, desta vez por meio de uma parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte (Sebrae-RN).

Nosso propósito com isso é apresentar, numa nova abordagem, o muito em comum que existe entre a boa administração de um negócio e a responsabilidade social, bem como destacar o quanto estar atento à produtividade, inovação, gestão financeira e administração, estratégia, integridade e relações com os empregados, fornecedores e clientes, entre outros temas, contribui com a geração de valor para os negócios e para a sociedade.

Além disso, a nova edição dos **Indicadores Ethos-Sebrae** poderá ser usada por empresas de qualquer porte que queiram gerenciar e desenvolver a sustentabilidade em sua cadeia de valor, uma maneira atual para que grandes e pequenos ajam conjuntamente no enfrentamento dos diferentes desafios de sustentabilidade no Brasil e no mundo, apontados aqui por uma correlação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Entendemos que são muitos os desafios enfrentados pelos pequenos negócios. Os **Indicadores Ethos-Sebrae** aqui apresentados são um estímulo para que repensem sua forma de atuar e vejam que, independentemente do tamanho ou do setor de atuação da empresa, a gestão responsável e sustentável oferece oportunidades para o aumento da competitividade e para a construção de uma sociedade mais sustentável e justa.

Instituto Ethos

PEQUENA EMPRESA: CONSTRUINDO O AMANHÃ

É fato inquestionável que a pequena empresa tem papel fundamental na construção de um Brasil mais justo, igualitário e desenvolvido. Tal assertiva é particularmente verdadeira para o Rio Grande do Norte, onde cerca de 98% de todos os negócios se encaixam nesse segmento. A atividade empresarial, com as exigências que lhe são próprias em termos de eficiência, inovação e qualidade, dentre outros atributos, tem potencial para mudar para melhor a face da sociedade. Esta é uma afirmativa na qual o Sebrae-RN acredita e pela qual busca pautar sua atuação em prol dos pequenos negócios potiguares.

A sociedade, em constante evolução, incorpora sempre novas necessidades, que vão além da eficiência. Hoje, a empresa não precisa ser apenas rentável, econômica e financeiramente. Ela precisa pensar, cada vez mais, em sustentabilidade e em responsabilidade social empresarial, bem como em usar esses princípios como parte das suas estratégias de negócios. Para encontrarmos indicadores que façam essas mensurações e incentivem os pequenos negócios a se afirmar como integrantes de uma sociedade evoluída e solidária, firmamos parceria com o Instituto Ethos.

Os Indicadores Ethos já foram usados por mais de 3.700 empresas, são referência para programas nacionais e internacionais e induzem boas práticas empresariais, inclusive em sustentabilidade. Ao usá-los, as empresas receberão relatórios gerenciais e orientações para atuar de forma concreta na incorporação de metas de sustentabilidade em suas estratégias.

O Sebrae-RN não tem dúvida sobre a relevância de se engajar no esforço de estimular seu público-alvo ao uso desses novos instrumentos, benéficos aos negócios, é evidente, mas que ultrapassam as fronteiras do econômico-financeiro. Como os indicadores incorporam também valores éticos e socioambientais, a humanidade e a natureza, assim como o próprio futuro do planeta, são deles beneficiários diretos.

Vivemos tempos difíceis, desafiantes. Próprios para reverter conceitos e criar novos paradigmas. O consumo não pode ser maior do que a possibilidade de reposição dos preciosos recursos naturais. A construção de economias saudáveis e prósperas está ligada à excelência e à inovação, bem como à equidade racial e de gênero, ao respeito às diferenças e à eliminação de qualquer tipo de discriminação. A dignidade humana só é conseguida numa sociedade mais justa e igualitária, com responsabilidade social e ambiental, pacífica e ordeira. Uma sociedade mais feliz, é isto o que todos buscamos.

Sebrae-RN

INDICADORES ETHOS-SEBRAE

PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Ferramenta de gestão que apoia as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio.

Em sua nova geração, integra os objetivos de sustentabilidade aos princípios e comportamentos responsáveis, numa abordagem inovadora de Indicadores para Negócios Sustentáveis e Responsáveis.

A nova edição dos **Indicadores Ethos-Sebrae** acumula, nesse sentido, os aprendizados gerados com a nova geração dos Indicadores Ethos, sendo uma ferramenta de diagnóstico da sustentabilidade para os pequenos negócios, os quais poderão, a partir de uma autoavaliação de sua gestão, reconhecer suas ações já alinhadas à sustentabilidade e aprimorar sua gestão.

Esta edição do questionário, denominada “Essencial”, traz 12 indicadores, que poderão ser aprofundados posteriormente pelas empresas que assim o desejarem, por meio de outros indicadores que estarão disponíveis apenas na plataforma *on-line*.

O QUE SÃO MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Nesta publicação, adotamos a definição da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Lei Complementar nº 123/2006), que uniformizou os conceitos de micro e pequena empresa ao considerar sua receita bruta anual.

Microempresa

A sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada ou o empresário que, com o devido registro nos órgãos competentes, aufera, em cada ano calendário, uma receita bruta igual ou inferior a R\$ 360 mil.

Pequena Empresa ou Empresa de Pequeno Porte (EPP)

A sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada ou o empresário que, com o devido registro nos órgãos competentes, aufera, no mercado nacional, em cada ano calendário, uma receita bruta acima de R\$ 360 mil e igual ou inferior a R\$ 3,6 milhões. Caso a empresa obtenha receitas adicionais de exportação, até o limite de R\$ 3,6 milhões, ela continuará enquadrada como empresa de pequeno porte.

A Lei Geral também criou o microempreendedor individual (MEI), que é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional, com receita bruta anual de até R\$ 60 mil. O microempreendedor, que pode contratar apenas um empregado e não pode ser sócio ou titular de outra empresa, também é convidado a conhecer e aplicar os Indicadores Ethos-Sebrae.

O QUE É (E O QUE NÃO É) SUSTENTABILIDADE

Embora em voga nos mais variados meios, o conceito “sustentabilidade” ainda é pouco compreendido tanto por quem fala quanto por quem ouve sobre ele. Nos últimos anos, intensificou-se a discussão a respeito do aquecimento global e do esgotamento dos recursos naturais. Preocupações legítimas e inquestionáveis, mas que geraram distorção no significado de sustentabilidade, já que esta passou a ser associada tão somente às questões ambientais.

Mas não é só isso. A sustentabilidade está diretamente associada aos processos que podem se manter e melhorar ao longo do tempo. A insustentabilidade comanda processos que se esgotam, não se mantêm e tendem a morrer. E isso depende não apenas das questões ambientais. São igualmente fundamentais os aspectos sociais, econômicos, políticos e culturais. Entretanto, mais do que definir o conceito, sustentabilidade e insustentabilidade se tornam claras quando traduzidas em situações práticas:

- » Esgotar recursos naturais não é sustentável. Reciclar e evitar desperdícios são sustentáveis.
- » Corrupção é insustentável. Ética é sustentável.
- » Violência é insustentável. Paz é sustentável.
- » Desigualdade é insustentável. Justiça social é sustentável.
- » Baixos indicadores educacionais são insustentáveis. Educação de qualidade para todos é sustentável.
- » Ditadura e autoritarismo são insustentáveis. Democracia é sustentável.
- » Trabalho escravo e desemprego são insustentáveis. Trabalho decente para todos é sustentável.
- » Poluição é insustentável. Ar e águas limpos são sustentáveis.
- » Encher as cidades de carros é insustentável. Transporte coletivo e por bicicletas é sustentável.
- » Solidariedade é sustentável. Individualismo é insustentável.
- » Cidade comandada pela especulação imobiliária é insustentável. Cidade planejada para que cada habitante tenha moradia digna, trabalho, serviços e equipamentos públicos por perto é sustentável.
- » Sociedade que maltrata crianças, idosos e deficientes não é sustentável. Sociedade que cuida de todos é sustentável.

Evidências e dados científicos mostram que o atual modelo de desenvolvimento é insustentável, ameaçando inclusive a própria sobrevivência da espécie humana. Provas não faltam:

- » Destruímos quase a metade das grandes florestas do planeta, que são os pulmões do mundo.
- » Liberamos imensa quantidade de dióxido de carbono e outros gases causadores de efeito estufa, num ciclo de aquecimento global e instabilidade climática.
- » Temos solapado a fertilidade do solo e sua capacidade de sustentar a vida: 65% da terra cultivada foram perdidos e 15% estão em processo de desertificação.
- » Cerca de 50 mil espécies de plantas e animais desaparecem todos os anos, em sua maior parte em decorrência de atividades humanas.
- » Produzimos uma sociedade planetária escandalosa e crescentemente desigual: 1.195 bilionários valem, juntos, 4,4 trilhões de dólares, ou seja, quase o dobro da renda anual dos 50% mais pobres. O 1% de mais ricos da humanidade recebe o mesmo que os 57% mais pobres.
- » Os gastos militares somam US\$ 1,464 trilhão por ano (e crescem a cada ano), equivalentes a 66% da renda anual dos 50% mais pobres.

Este cenário pouco animador mostra a necessidade de um modelo de desenvolvimento sustentável. Cabe a nós torná-lo possível e viável.

Artigo do empresário Oded Grajew, presidente emérito do Instituto Ethos, disponível em: www3.ethos.org.br/cedoc/o-que-e-e-o-que-nao-e-sustentabilidade/#.WDXHUTWKuwd.

ORIENTAÇÕES GERAIS PARA O DIAGNÓSTICO

QUEM DEVE LIDERAR ESSE PROCESSO

Recomendamos que o(a) proprietário(a) ou sócio(a) da empresa adote esse processo. A reflexão sobre o tema pode ter sido sugerida por um(a) empregado(a) ou por um grupo de empregados, mas o apoio e o envolvimento dos donos do negócio serão essenciais quando surgirem pontos polêmicos ou conflitantes entre os membros da equipe. Assim, mesmo que haja delegação na condução das atividades do processo, a cumplicidade e a vontade do(a) proprietário(a) da empresa de “fazer acontecer” serão fundamentais.

QUEM DEVE PARTICIPAR DESTA AVALIAÇÃO

Depende do número de funcionários e da disponibilidade que se tenha dentro da empresa. Indicamos que estejam representadas no preenchimento da ferramenta todas as partes interessadas – sócios(as), empregados(as), clientes, fornecedores –, para que a análise seja mais completa.

No entanto, se essa forma for inviável, a análise feita pela equipe interna pode ser bastante produtiva. Caso a empresa tenha um número pequeno de empregados (até dez, por exemplo) e todos puderem opinar nesse levantamento, acreditamos que a implantação seja facilitada e

a análise mais representativa. Em empresas com número maior de empregados, será adequado optar por um grupo que represente as várias áreas e níveis hierárquicos da empresa (equipe administrativo-financeira, de produção, de vendas, líderes etc.).

POR ONDE COMEÇAR

Antes de iniciar propriamente o diagnóstico, considere:

- Divulgar para a empresa os conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial e os objetivos da utilização da ferramenta;
- Indicar aos empregados um(a) responsável por esclarecer, pesquisar e encaminhar dúvidas que possam surgir sobre o tema;
- Definir quem participará do processo de diagnóstico;
- Marcar uma ou mais reuniões para realizar o preenchimento do questionário. Estimamos que, para o levantamento das questões qualitativas, serão necessárias cerca de 4 horas. O levantamento dos dados quantitativos poderá ser mais rápido ou levar ainda mais tempo, dependendo do quanto esses dados foram estruturados pela empresa.

O QUE MAIS É IMPORTANTE CONSIDERAR PARA O PROCESSO

- Escolha um(a) relator(a) para as discussões, alguém que se encarregue de anotar no quadro de preenchimento de cada questão o que está sendo discutido, comentado e combinado. Assim, com o resultado do diagnóstico e o registro das discussões em mãos, sua empresa terá muitas informações qualificadas para quando for fazer o planejamento de suas ações.
- Considere ter um(a) facilitador(a) das reuniões, cujo papel será o de assegurar: que todos os participantes exponham suas opiniões – e sejam ouvidos; que as discussões não tenham caráter pessoal, abrangendo sempre a empresa como um todo; e, principalmente, que as divergências explicitadas sirvam para ampliar e trazer novas formas de abordar o assunto discutido.
- Outro passo importante – a ser abordado pelo(a) proprietário(a) ou sócio(a) da empresa – é a sinceridade com que o assunto deve ser tratado. O(a) empreendedor(a) deve deixar claro que todas as empresas têm pontos a ser melhorados e que é isso o que se busca com este diagnóstico. O ambiente precisa estar isento do “medo de retaliações” pelas opiniões desfavoráveis à empresa. Assim, deve-se garantir que os participantes possam expressar suas verdadeiras opiniões, uma vez que este é um processo construtivo.
- Após o término dos trabalhos, os resultados e o planejamento devem ser apresentados a todos os empregados da empresa, que deverão ser convidados a dar sua contribuição e sugerir ações para o alcance das metas estabelecidas.
- A empresa fica também convidada a elaborar o seu relato de sustentabilidade, a partir de uma funcionalidade desenvolvida para isso na plataforma *on-line*. Esse relato poderá ser compartilhado com seus principais públicos, como clientes, parceiros de negócio, financiadores e, claro, seus próprios empregados.

COMO PREENCHER O QUESTIONÁRIO

O questionário está dividido em quatro dimensões – Visão e Estratégia; Governança e Gestão; Social; e Ambiental –, perfazendo 12 indicadores em seu conjunto inicial. Outras questões, que se encontram disponíveis na plataforma *on-line* dos Indicadores Ethos-Sebrae, poderão ser adicionadas pela empresa ao seu diagnóstico, caso ela queira ampliá-lo.

O preenchimento do questionário é muito simples: responda primeiro as questões qualitativas – **questões binárias** (“sim” ou “não”), de **múltipla escolha** ou **descritivas**. Elas são indispensáveis para que sua empresa consiga gerar seu Relatório de Diagnóstico. Se você responder “sim” para determinada questão, serão feitas outras perguntas sobre o tema para qualificar melhor sua resposta. Elas estão indicadas nesta publicação e serão automaticamente ocultadas na plataforma *on-line*, caso sua resposta tenha sido negativa. É importante saber também que, se a questão for muito específica, você poderá indicar que ela não se aplica ao seu negócio, indicando “NA” nos casos que permitirem essa resposta.

Opcionais, mas bastante úteis, são as **questões quantitativas**. Responda aquelas que estiverem disponíveis por período (ano atual ou anos anteriores). Se um ou mais dados ainda não foram coletados, não se preocupe. Organize-se a fim

NAVEGADOR
Dimensão

04 Governança e Gestão
Produtividade e Inovação

TÍTULO DO INDICADOR

QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLA

QUESTÕES BINÁRIAS

QUESTÕES QUANTITATIVAS

Espaço para descrever suas ações

A EMPRESA:

	SIM	NÃO
4.1 Revê seus processos para garantir maior eficiência na entrega de seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2 Estabelece critérios para garantir a qualidade de seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.1 Em caso positivo, esses critérios incluem o controle da qualidade dos insumos que adquire para usar em seus processos de produção ou em seus serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3 Possui algum tipo de certificação voluntária de produtos, processos de produção, serviços ou sistema de gestão, como a ISO 14001, o FSC ou a SA8000, entre outras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4 Aprimora continuamente seu portfólio de produtos ou serviços, visando aumentar a satisfação do cliente ou consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5 Inova seu portfólio de produtos ou serviços, aumentando a participação de itens que tenham sinergia com a sustentabilidade e que gerem benefícios a uma de suas dimensões (econômico-financeira, social, ambiental ou ética).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6 A empresa entrega seus produtos ou realiza seus serviços no prazo acordado com o cliente.		
▪ Sempre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Na maioria das vezes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Às vezes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

ITEM		Ano -2	Ano -1	Ano atual
Q 4.1 Total de produtos entregues no período	Unidade			
Q 4.2 Total de entregas atendidas no prazo	Unidade			
Q 4.3 Total de pedidos com produtos entregues sem avarias ou problemas	Unidade			
Q 4.4 Total de pedidos processados no período	Unidade			

D 4.1 Se sua empresa possui um ou mais tipos de certificação, relate aqui quais são:

SISTEMA ON-LINE

O uso do sistema *on-line* dos Indicadores Ethos é exclusivo para empresas associadas ao Instituto Ethos, que podem utilizá-lo de forma individual ou aderindo aos programas desenvolvidos pelo Instituto Ethos (Cadeia de Valor, Multiplicadores Ethos, entre outros).

Pelo link www.ethos.org.br/associe-se, sua empresa saberá como associar-se e ter pleno acesso ao sistema.

FUNCIONALIDADES

O sistema *on-line* dos Indicadores Ethos conta com funcionalidades e relatórios que apoiam a gestão da RSE e da sustentabilidade.

Autodiagnóstico. Ao aplicar os Indicadores Ethos-Sebrae, a empresa recebe um relatório de diagnóstico sobre seu desempenho ao longo de todo o questionário, comparando-o com o de todas as empresas participantes, com o daquelas que fazem parte de seu setor e com o das que seguiram o mesmo critério no processo de aplicação.

O RELATÓRIO DE DIAGNÓSTICO é uma ferramenta muito útil para o planejamento da empresa. A partir das informações obtidas, ele irá comparar o seu desempenho geral e como você se saiu em cada um dos indicadores com as respostas das outras empresas que fizeram seu diagnóstico pela mesma plataforma *on-line*. Além disso, você receberá algumas dicas do que precisará fazer para aprimorar seus resultados nesses indicadores.

Planejamento. A partir do relatório de diagnóstico, as empresas podem priorizar os indicadores para o planejamento no próprio sistema, escolhendo as questões que vão tratar e gerenciando e estabelecendo e acompanhando metas, prazos e recursos.

Relato de sustentabilidade. Esta funcionalidade permite que a empresa gere automaticamente seu relato de sustentabilidade, logo após o preenchimento. O documento pode ser editado com a identidade visual da sua empresa para ser compartilhado com seus públicos e, assim, dar visibilidade às suas ações sustentáveis.

USO PARA DESENVOLVIMENTO DA SUSTENTABILIDADE NAS CADEIAS DE VALOR

Empresas interessadas em empregar os Indicadores Ethos-Sebrae para desenvolver a sustentabilidade em suas cadeias de valor podem fazê-lo comunicando-se conosco pelo e-mail cadeiadevalor@ethos.org.br.

Para mais orientações e informações, acesse www.ethos.org.br/indicadores ou contate-nos pelo e-mail indicadores@ethos.org.br.

PASSOS PARA USO DO SISTEMA ON-LINE

1. Acesse o site www.ethos.org.br/indicadoresethos;
2. Ingresse usando seu *login* e sua senha. Novos usuários devem cadastrar-se no sistema. O *login* será o e-mail informado e a senha deverá ser criada pelo próprio usuário. O sistema irá enviar um *link* para a ativação do seu cadastro. Caso demore a receber a mensagem, verifique sua caixa de *spam*;
3. Cadastre sua empresa no sistema ou recupere o cadastro já efetuado. O cadastro da empresa é identificado sempre por seu CNPJ. A alteração dos dados do responsável pela empresa no sistema é realizada por procedimento específico indicado no próprio sistema;
4. Acesse a opção "Autodiagnóstico" > Indicadores Ethos-Sebrae. Se quiser, você poderá criar seu próprio questionário, de acordo com as necessidades de sua empresa, personalizando a seleção de indicadores em "Meus Indicadores".
5. Após a seleção do questionário, preencha-o e envie as respostas pelo próprio sistema *on-line*;
6. O relatório de diagnóstico estará disponível assim que as respostas forem liberadas, em formato *on-line* ou em PDF;
7. Após o envio do questionário, o sistema irá liberar a funcionalidade de planejamento e o acesso aos demais tipos de relatório.

Com relação à confidencialidade, não se preocupe. Garantimos às empresas **total sigilo sobre os dados informados**. Os resultados comparativos consideram o desempenho médio das demais participantes, sem que os desempenhos individuais sejam divulgados.

SETE RAZÕES PARA USAR OS INDICADORES ETHOS-SEBRAE

- 1.** O questionário essencial aborda os 12 aspectos mais relevantes para a empresa na gestão responsável, como a prevenção do envolvimento em casos de corrupção e a melhoria da qualidade de suas relações com seus empregados, fornecedores e clientes.
- 2.** Ao usá-los, sua empresa poderá reconhecer de que forma a sustentabilidade está incorporada no seu dia a dia e o que pode ser feito para melhorar.
- 3.** Você vai receber uma série de informações úteis sobre a saúde de sua empresa em diferentes áreas do negócio.
- 4.** Você poderá demonstrar para seus clientes e parceiros comerciais seu comprometimento com a agenda da responsabilidade social e da sustentabilidade.
- 5.** Você conhecerá o desempenho de sua empresa e poderá compará-lo ao desempenho consolidado das outras participantes.
- 6.** Você receberá dicas e orientações sobre o que fazer a partir do seu diagnóstico.
- 7.** Você vai se alinhar aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). Veja na página 16 os ODS relacionados com os Indicadores Ethos-Sebrae.

1 Estratégia e Sustentabilidade



2 Programa de Integridade



3 Gestão Financeira e
Administração do Negócio



4 Produtividade e Inovação



5 Relacionamento e Gestão
de Fornecedores



6 Relacionamento com Consumidores
ou Clientes



7 Cumprimento das leis
trabalhistas, tributárias e ambientais



O QUE SÃO OS ODS

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) compõem uma agenda definida na Cúpula das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, em setembro de 2015, e acordada globalmente.

Ao todo, são 17 objetivos e 169 metas a serem atingidos até 2030, nas áreas de padrões sustentáveis de produção e consumo, indústria, inovação e infraestrutura, trabalho decente e crescimento econômico, redução das desigualdades, segurança alimentar, redução da pobreza, agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, proteção e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, mudança do clima, cidades sustentáveis, água e saneamento e energia. Por serem abrangentes, dependem do envolvimento de diversos setores da sociedade, como os governos locais, a sociedade civil, o empresariado e a academia.

Ao lado de cada Indicador Ethos, apresentamos o ODS relacionado. Confira a lista completa na página 49.

Saiba mais em www.estrategiaods.org.br.

DIMENSÃO SOCIAL

8 Relação com Empregados



9 Compromisso com o Desenvolvimento Profissional



10 Saúde e Segurança dos Empregados



11 Relacionamento com a Comunidade



DIMENSÃO AMBIENTAL

12 Uso Sustentável de Recursos Naturais e Insumos de Produção



DIMENSÃO

VISÃO E ESTRATÉGIA

A EMPRESA:

	SIM	NÃO
1.1 Tem definida sua declaração de missão, visão e valores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2 Elabora seu planejamento estratégico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2.1 Em caso positivo, ele é revisado periodicamente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2.2 Em caso positivo, ele apresenta objetivos e metas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.2.2.1 Em caso positivo, os objetivos e metas consideram um ou mais aspectos de sustentabilidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.3 Integra aspectos de sustentabilidade em seus processos de tomada de decisão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4 Analisa os riscos (estratégicos, financeiros, regulatórios, operacionais ou reputacionais) de seu negócio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1.4.1 Em caso positivo, esses riscos são gerenciados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

D 1.1 Se sua empresa considera um ou mais aspectos de sustentabilidade em seus objetivos e metas, relate aqui quais são eles.



RELEVÂNCIA

POR QUE A EMPRESA DEVE DEFINIR SUA DECLARAÇÃO DE MISSÃO, VISÃO E VALORES?

Essa declaração tem como objetivo definir a direção estratégica da empresa em todas as suas atividades.

MISSÃO: É o propósito de a empresa existir, sua razão de ser.

VISÃO: É a situação que a empresa deseja atingir num determinado prazo.

VALORES: São as atitudes e comportamentos esperados pela empresa nas suas relações com empregados, fornecedores, clientes e parceiros comerciais.

*Para saber mais, acesse o documento **Ferramenta: Missão, Visão e Valores (Clássico)**, iniciativa do Sebrae.*

QUAIS SÃO OS BENEFÍCIOS DE SE ELABORAR O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO?

Ao estabelecer um plano estratégico, sua empresa terá mais foco sobre seus objetivos e conseguirá avaliar de forma mais eficaz seus resultados. O planejamento estratégico é uma ferramenta que ajuda nas tomadas de decisão e, se for absorvido pelos empregados, poderá favorecer uma cultura de maior colaboração entre as equipes.

Para incluir aspectos de sustentabilidade nos objetivos e metas do planejamento estratégico, citamos alguns exemplos: estruturar ou aprimorar seu plano de integridade; conhecer e estabelecer uma melhor relação com seus clientes ou fornecedores; ampliar a diversidade do público interno; e reduzir os impactos do uso de recursos naturais.

*Para saber mais, acesse a ferramenta **Como Elaborar um Planejamento Estratégico**, iniciativa do Sebrae.*

PARA QUE ANALISAR OS RISCOS DO NEGÓCIO?

Também para os pequenos negócios, o ambiente empresarial apresenta, muitas vezes, riscos potenciais ou inesperados que podem interferir em seu sucesso. Riscos são eventos ou condições incertas que, se ocorrerem, terão um efeito positivo ou negativo sobre os resultados do que foi planejado. Lidar com os riscos e gerenciá-los é uma boa maneira de aumentar as chances de sucesso.

Na análise de riscos, considere sempre as dimensões econômico-financeira, social, ambiental e ética dos eventos.

*Para mais informações, conheça o **Guia de Orientação para Gerenciamento de Riscos Corporativos**, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).*

DIMENSÃO

GOVERNANÇA E GESTÃO

A EMPRESA:

		SIM	NÃO
2.1	A direção da empresa atua diretamente na criação de uma cultura de integridade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.2	Atualiza-se constantemente na avaliação de sua exposição ao risco de ser responsabilizada por irregularidades ou atos ilícitos contra a administração pública.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.3	Proíbe a prática de pagamentos ou recebimentos irregulares que tenham como objetivo facilitar negócios, influenciar decisões em benefício da empresa ou induzir pessoas a conceder permissões indevidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4	Mantém um documento escrito (um código de conduta, por exemplo), no qual esclarece quais são os comportamentos incentivados por ela no que se refere às relações pessoais e comerciais de seus empregados, orientando, inclusive, como eles devem se relacionar com a administração pública ou com servidores públicos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.4.1	Em caso positivo, esse documento é de amplo conhecimento de seus empregados e fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.5	A empresa treina e capacita seus empregados sobre questões relacionadas à conduta ética e prevenção da corrupção.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.6	Determina e divulga a seus empregados quais são as sanções e punições previstas para aqueles que violarem suas orientações sobre conduta e comportamento ético.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.7	Oferece algum canal para denúncia de irregularidades, como um telefone, um e-mail ou uma urna lacrada para esse fim.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.7.1	Em caso positivo, esse canal está disponível também para as pessoas de fora da empresa, como fornecedores, parceiros comerciais e clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.7.2	Em caso positivo, esse canal garante o anonimato do denunciante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.7.3	Em caso positivo, a empresa delega a, no mínimo, dois empregados a responsabilidade de avaliar as denúncias e tratá-las de forma imparcial, coibindo quaisquer represálias aos denunciantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.8	Avalia periodicamente se os procedimentos existentes para prevenir a corrupção estão funcionando.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano -2	Ano -1	Ano atual
Q 2.1	Percentual de empregados que receberam o código de conduta ou documento similar	%		
Q 2.2	Percentual de empregados que receberam treinamento relacionado à conduta ética e prevenção da corrupção	%		
Q 2.3	Percentual de administradores (p. ex., sócios, proprietários, diretores e gerentes) que receberam treinamento relacionado à conduta ética e prevenção da corrupção	%		
Q 2.4	Número total de denúncias internas de corrupção recebidas	Unidade		
Q 2.5	Percentual de denúncias internas tratadas	%		
Q 2.6	Percentual de denúncias internas avaliadas como improcedentes	%		



DEFINIÇÃO

O QUE É UM PROGRAMA DE INTEGRIDADE?

De acordo com a cartilha *Integridade para Pequenos Negócios*, produzida pela Controladoria-Geral da União (CGU) e pelo Sebrae, um programa de integridade é um conjunto de medidas (valores, regras, procedimentos) adotado por uma empresa com o objetivo de evitar, detectar e interromper a ocorrência de irregularidades, fraudes e corrupção. Os cinco pilares de um programa de integridade são: comprometimento e apoio da alta direção; instância responsável; análise de perfil e riscos; estruturação das regras e instrumentos; e estratégias de monitoramento contínuo.

Para saber mais, acesse www.cgu.gov.br/Publicacoes/etica-e-integridade/arquivos/integridade-para-pequenos-negocios.pdf.



DICAS

COMO A LIDERANÇA DA EMPRESA PODE ATUAR DIRETAMENTE NA CRIAÇÃO DE UMA CULTURA DE INTEGRIDADE?

A atuação e a postura da liderança são chave para que as ações de promoção de integridade tenham sucesso. É importante que sejam destinados recursos humanos e, se necessário, financeiros para o planejamento e desenvolvimento do programa de integridade. Além disso, é fundamental que a direção da empresa dê o exemplo, usando e recomendando o uso do código de ética para solucionar dilemas, e que estimule e participe de treinamentos nesse tema e elogie a postura íntegra e ética dos empregados.

O QUE SUA EMPRESA DEVE CONSIDERAR PARA ELABORAR SEU CÓDIGO DE CONDUTA?

O código de conduta é um instrumento que reúne diretrizes e normas que exprimem as expectativas de comportamento das pessoas, reduzindo os riscos de interpretações subjetivas quanto aos aspectos morais e éticos no momento de tomadas de decisão difíceis e/ou relevantes, de conflitos de interesse da empresa e entre seus empregados. Para ser uma ferramenta de promoção da integridade, o código de conduta precisa refletir a realidade do seu negócio e ser uma constante fonte de consulta para os administradores (p. ex., sócios, proprietários, diretores e gerentes). Para isso, defina o conteúdo, considerando o tipo de cultura que a empresa deseja criar, seus valores, os principais conflitos de interesse e riscos, e indique as regras e as penalidades às quais estarão sujeitos os que não seguirem o comportamento esperado. A empresa deve considerar, por exemplo, regras sobre o oferecimento de presentes e brindes a funcionários públicos, o pagamento de gastos com entretenimento de clientes e parceiros de negócios, gastos com viagens, doações beneficentes e patrocínios, a participação em licitações e execução de contratos com a administração pública e a proibição de oferecer ou aceitar propina a funcionários públicos.

*Para mais informações, consulte a publicação *Formulação e Implantação de Código de Ética em Empresas*, do Instituto Ethos, disponível gratuitamente em www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/05/Elaboracao-Codigo-de-Etica-Ethos-Claudio-Abramo.pdf.*

A EMPRESA:

		SIM	NÃO	N/A
3.1	Faz seu planejamento financeiro e prevê alternativas para a manutenção de suas atividades em momentos de queda de demanda por seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
3.2	Gerencia seu desempenho financeiro com instrumentos de controle, como revisões de orçamento, preço de venda e análise de fluxo de caixa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
3.3	Monitora sua gestão por meio de indicadores de suas diferentes áreas, como Recursos Humanos e Vendas, entre outras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
3.4	Mantém separação clara entre os negócios pessoais e os da organização, inclusive em questões relacionadas às finanças, administração e doações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
3.5	Tem estratégias para lidar com conflitos societários, por meio, por exemplo, da profissionalização da gestão para a sucessão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.6	Tem iniciativas de diálogo e engajamento das partes interessadas (p. ex., empregados, ONGs locais e consumidores, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
3.7	Divulga informativos sobre sua gestão, apresentando informações financeiras e não financeiras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-

QUESTÕES QUANTITATIVAS

ITEM		Ano -2	Ano -1	Ano atual	
		Q 3.1	Receita total	RS mil	
Q 3.2	Custo total	RS mil			
Q 3.3	Lucro líquido	RS mil			
Q 3.4	Lucro por produto	RS mil			
Q 3.5	Valor total de passivos	RS mil			
Q 3.6	Valor total de ativos	RS mil			

**COMO CALCULAR**

Q 3.3 Vendas menos todos os custos, despesas e impostos.

Q 3.4 Margem de lucro média dos produtos ou serviços.

Q 3.5 Valores do passivo circulante (contas a pagar a fornecedores + empréstimos + financiamentos + impostos + salários -> exigíveis nos próximos 360 dias) e também o exigível de longo prazo -> valores a pagar acima de 360 dias.

Q 3.6 Valores do ativo circulante (saldos disponíveis em caixa e bancos + contas a receber + estoques)



DEFINIÇÃO

O QUE SÃO PARTES INTERESSADAS OU STAKEHOLDERS?

Indivíduos ou grupos que possam afetar a empresa, por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ela afetados: empregados, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e financiadores, entre outros. Há uma tendência cada vez maior em se considerar parte interessada quem se julgue como tal e, em cada situação, a empresa deve procurar fazer um mapeamento dos stakeholders envolvidos.



RELEVÂNCIA

POR QUE DIVULGAR INFORMAÇÕES (FINANCEIRAS E NÃO FINANCEIRAS) SOBRE A GESTÃO?

No ambiente de negócios, convencionou-se chamar de relato de sustentabilidade o instrumento que visa apoiar as empresas a dar maior transparência à sociedade sobre seu desempenho econômico-financeiro, ambiental, social e de governança. A partir de um processo de engajamento com as partes interessadas, a empresa comunica como se dão os seus relacionamentos com os diversos públicos, os impactos positivos e negativos de suas atividades e suas ações, entre outras questões, posicionando-se em relação aos desafios nos quais está inserida.

A EMPRESA:

SIM NÃO

4.1	Revê seus processos para garantir maior eficiência na entrega de seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2	Estabelece critérios para garantir a qualidade de seus produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.2.1	Em caso positivo, esses critérios incluem o controle da qualidade dos insumos que adquire para usar em seus processos de produção ou em seus serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.3	Possui algum tipo de certificação voluntária de produtos, processos de produção, serviços ou sistema de gestão, como a ISO 14001, o FSC ou a SA8000, entre outras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.4	Aprimora continuamente seu portfólio de produtos ou serviços, visando aumentar a satisfação do cliente ou consumidor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.5	Inova seu portfólio de produtos ou serviços, aumentando a participação de itens que tenham sinergia com a sustentabilidade e que gerem benefícios a uma de suas dimensões (econômico-financeira, social, ambiental ou ética).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.6	A empresa entrega seus produtos ou realiza seus serviços no prazo acordado com o cliente.		
	▪ Sempre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	▪ Na maioria das vezes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	▪ Às vezes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	▪ Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

ITEM

		Ano - 2	Ano - 1	Ano atual
Q 4.1	Total de produtos entregues no período	Unidade		
Q 4.2	Total de entregas atendidas no prazo	Unidade		
Q 4.3	Total de pedidos com produtos entregues sem avarias ou problemas	Unidade		
Q 4.4	Total de pedidos processados no período	Unidade		

D 4.1 Se sua empresa possui um ou mais tipos de certificação, relate aqui quais são:



INOVAÇÃO

“A inovação acontece quando adotamos um produto ou serviço porque percebemos que ele melhora nossas experiências, nos torna mais produtivos e nos faz sentir melhor. Algumas empresas ficam pelo caminho, focadas no que sabem fazer, sem acompanhar mudanças nos comportamentos e expectativas dos clientes. Inovação é esse processo de transformar uma ideia diferenciada em oferta real, precificada, comunicada e disponibilizada ao público-alvo, atendendo as necessidades dos clientes com maior valor percebido em relação às alternativas existentes. E, claro, trazendo resultado para a empresa.”

Trecho do artigo “Inovação, Ideia ou Invenção?”, de Luiz Serafim, Head de Marketing, eCommerce & Insights da 3M do Brasil, disponível em <https://endeavor.org.br/inovacao-ideia-ou-invencao/>.



NORMAS E CERTIFICAÇÕES

ISO 14000

A norma ISO 14000 apresenta uma série de padrões que auxiliam a empresa a estabelecer e implementar um sistema de gestão ambiental, fornecendo os requisitos que serão considerados para fins de auditoria e certificação. Com base referencial em métodos e análises, a série ISO 14000 busca garantir que um determinado agente produtor de bens ou de serviços se utilize de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam reduzir as possibilidades de ocorrência de danos ambientais.

Mais informações em www.iso.org/iso/en/iso9000-14000/index.html.

SELO FSC

O objetivo do FSC (Forest Stewardship Council, que significa Conselho de Manejo Florestal) é difundir o bom manejo florestal, conforme princípios e critérios que conciliam as salvaguardas ecológicas com os benefícios sociais e a viabilidade econômica. O selo FSC para manejo florestal atesta que a madeira ou outro insumo florestal utilizado em determinado produto é oriundo de uma floresta manejada de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, e foi obtido cumprindo-se todas as leis vigentes. Produtos intermediários ou finais que utilizam matéria-prima florestal com o selo FSC para cadeia de custódia garantem a rastreabilidade da matéria-prima da floresta até o consumidor final. O selo FSC serve para orientar o consumidor consciente a optar por um produto que não degrada o meio ambiente e contribui para o desenvolvimento social e econômico da região em que foi obtido. Serve também para ajudar o comprador atacadista ou varejista a escolher um produto diferenciado e com valor agregado, capaz de conquistar um público mais exigente e, assim, abrir novos mercados.

Mais informações em www.fsc.org.br.

FAIRTRADE CERTIFICATION

A FLO (Fairtrade Labelling Organization) é uma organização internacional que certifica produtos de comércio justo, expressão em português para identificar o movimento internacional chamado Fair Trade, o qual defende práticas comerciais que, além de justas, sejam éticas e solidárias, baseadas em princípios como a erradicação do trabalho infantil e do trabalho escravo, a eliminação das discriminações relativas a raça, gênero e religião e a preservação da saúde das pessoas e do meio ambiente.

Mais informações em www.fairtrade.net.

SA8000

A Social Accountability 8000 (SA8000) é a primeira norma voltada para a melhoria das condições de trabalho. Abrange os principais direitos dos trabalhadores (saúde e segurança, liberdade de associação, limite de horas de trabalho, compensação e garantias contra o trabalho forçado, a discriminação e o trabalho infantil) e certifica seu cumprimento por meio de auditores independentes. A norma segue o padrão da ISO 9000 e da ISO 14000, o que facilita sua implantação por empresas que já conhecem esse sistema.

Mais informações em www.cepaa.org.

ABNT NBR 16001

É a norma brasileira de responsabilidade social, publicada originalmente em 2004, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Para conhecê-la, acesse www.abnt.org.br.



DICA

Q 4.1 e Q 4.2 Ao informar estes dois itens, sua empresa receberá o seu **indicador de pontualidade**.

Q 4.3 e Q 4.4 Ao informar estes dois itens, sua empresa receberá seu **indicador de qualidade**.

E mais: ao informar os quantitativos deste Indicador e os do Indicador 3 – Gestão Financeira e Administração do Negócio (p. 25) –, sua empresa receberá seu indicador de produtividade.

A EMPRESA:		SIM	NÃO	N/A
5.1	Exige nota fiscal de todos os produtos adquiridos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.2	Tem conhecimento de quais são seus principais fornecedores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.2.1	Em caso positivo, faz um levantamento de fornecedores críticos, considerando um eventual impacto na interrupção de seus próprios produtos ou serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.2.2	Em caso positivo, tem alternativas para manter suas entregas ou serviços ainda que haja interrupção de algum fornecedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.3	A empresa adota critérios de compra que levam em conta a garantia de origem, assegurando uma produção ambientalmente correta e socialmente justa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.4	Prioriza a compra de fornecedores locais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.5	Usa informações públicas relevantes, como a Lista de Transparência sobre Trabalho Escravo Contemporâneo ou o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), como método decisório de compras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
5.6	Estabelece em seus contratos com fornecedores cláusulas que exigem a conformidade com leis e regulamentos:			
	▪ Trabalhistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	▪ Tributários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
	▪ Sanitários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	▪ Ambientais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano -2	Ano -1	Ano atual
Q 5.1	Percentual de fornecedores identificados como de risco de ocorrência de trabalho infantil ou de trabalho análogo ao escravo	%		
Q 5.2	Percentual de contratos com fornecedores em que há cláusulas específicas de proibição de trabalho infantil	%		
Q 5.3	Percentual de contratos com fornecedores em que há cláusulas específicas de proibição de trabalho análogo ao escravo	%		



RELEVÂNCIA

POR QUE CONSULTAR ESSAS LISTAS?

Obtidas pela Lei de Acesso à Informação (LAI), as edições da “Lista de Transparência sobre Trabalho Escravo Contemporâneo” trazem os dados de empregadores autuados em decorrência de caracterização de trabalho análogo ao escravo e que tiveram decisão administrativa final no período coberto pelo levantamento. Já o Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) é um banco de informações mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU) e tem como objetivo consolidar a relação das empresas e pessoas físicas que sofreram sanções que têm como efeito a restrição ao direito de participar em licitações ou de celebrar contratos com a administração pública. Ambas as listas são exemplos de consultas que podem ser feitas pelas empresas para avaliar os riscos aos quais estão expostas ao estabelecer uma relação comercial com pessoas, organizações ou empresas que estejam comprometidas com violações de direitos trabalhistas ou em casos de corrupção.

A EMPRESA:

		SIM	NÃO	N/A
6.1	Possui um canal formal de comunicação com seus consumidores/clientes, como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.1.1	Responde ou esclarece as dúvidas encaminhadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.1.2	Estipula metas e prazos para solucionar os problemas apontados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.1.3	Analisa as dúvidas, sugestões e reclamações recebidas e as utiliza como instrumento para aperfeiçoar suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.2	Os produtos ou materiais de comunicação da empresa trazem sempre instruções claras sobre como entrar em contato com ela, como endereço para correspondência, telefone para contato, site ou e-mail.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.3	A empresa realizou, nos últimos dois anos, pesquisa de satisfação entre seus consumidores/clientes para, com base nos resultados, implementar melhorias em seus produtos/serviços, incluindo serviços pré e pós-venda, com transparência e ética nas relações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.4	Promove treinamento de seus profissionais de atendimento para garantir uma resposta rápida e uma relação ética e de respeito aos direitos do consumidor/cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.5	Atende a legislação e fornece aos consumidores dados relevantes de forma completa, precisa e compreensível no rótulo de seus produtos ou na divulgação de seus serviços.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
6.6	Em sua propaganda, representa as pessoas de forma respeitosa e não discriminatória.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano -2	Ano -1	Ano atual
Q 6.1	Número de reclamações registradas sobre produtos ou serviços			
	Unidade			
Q 6.2	Percentual das reclamações tratadas			
	%			
Q 6.3	Percentual das reclamações avaliadas como improcedentes			
	%			
Q 6.4	Percentual de satisfação do cliente ou consumidor medida em pesquisa			
	%			

**RELEVÂNCIA****POR QUE ESSE TEMA É IMPORTANTE PARA MEU NEGÓCIO?**

A busca da excelência no atendimento e da satisfação de seus consumidores ou clientes é uma necessidade já bastante difundida entre os pequenos negócios. A qualidade do serviço de atendimento a clientes é uma referência importante nesse aspecto, indicando a permeabilidade da empresa para adaptar-se às necessidades e demandas de seus clientes ou consumidores. O uso estratégico das informações obtidas no atendimento e o aprimoramento contínuo dos processos a partir delas é a forma que a empresa tem de aumentar e fidelizar esse público.

A EMPRESA:

	SIM	NÃO	N/A
7.1 Possui as licenças e alvarás necessários para a sua atuação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
7.2 Possui um responsável técnico credenciado por sua respectiva entidade de classe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.3 Instrui seus empregados para que conheçam as leis a que estão submetidos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
7.4 Foi autuada, nos últimos dois anos, por algum tipo de não conformidade com leis ou regulamentos trabalhistas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
7.5 Foi autuada, nos últimos dois anos, por algum tipo de não conformidade com leis ou regulamentos tributários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
7.6 Foi autuada, nos últimos dois anos, por algum tipo de não conformidade com leis ou regulamentos ambientais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
7.7 Foi autuada, nos últimos dois anos, por algum tipo de não conformidade com leis ou regulamentos sanitários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano - 2	Ano - 1	Ano atual
Q 7.1	Valor monetário de multas resultantes de não conformidade com leis ou regulamentos ambientais	RS mil		
Q 7.2	Valor monetário de multas resultantes de não conformidade com leis ou regulamentos trabalhistas	RS mil		
Q 7.3	Valor monetário de multas resultantes de não conformidade com leis ou regulamentos tributários	RS mil		
Q 7.4	Valor monetário de multas resultantes de não conformidade com leis ou regulamentos sanitários	RS mil		



RELEVÂNCIA

CUMPRIMENTO DAS LEIS TRABALHISTAS, TRIBUTÁRIAS E AMBIENTAIS

Apesar de ser tácita a compreensão de todos de que as leis devem ser cumpridas, o(a) empreendedor(a), às vezes, pode desconhecer a legislação à qual está sujeito(a).

Destacamos aqui a importância de a empresa conhecer a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), principal instrumento de regulamentação das relações individuais e coletivas do trabalho. A CLT orienta e dá diretrizes sobre temas como registro, jornada de trabalho, salário, vale transporte, benefícios, férias, saúde e segurança dos empregados e licenças, de modo que os direitos do trabalhador sejam respeitados.

Também é importante que a empresa conheça a que regras de tributação está submetida e recolha os impostos corretamente.

Caso a atividade da empresa seja causadora de impacto ambiental, é importante que ela esteja atenta aos licenciamentos e outorgas necessários para sua atuação, a obtenção de certificados de regularidade nos órgãos competentes e a conduta que deve ter para não ser autuada e sofrer infrações ou sanções.

DIMENSÃO

SOCIAL

SE SUA MICROEMPRESA É UMA MEI, VOCÊ NÃO PRECISA PREENCHER ESTE INDICADOR.

A EMPRESA:

	SIM	NÃO
8.1 Paga seus empregados no dia estabelecido no contrato de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.2 Prioriza a contratação de empregados da comunidade do entorno.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.3 Promove um ambiente de respeito e colaboração entre os empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.4 Promove um ambiente que valoriza todos os tipos de diversidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.5 Promove igualdade de tratamento para mulheres e homens no recrutamento, designação de tarefas, treinamento, oportunidades de progresso, remuneração e rescisão de contrato de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.6 Oferece um canal de fácil acesso para receber e encaminhar sugestões ou reclamações relativas às condições de trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.7 As dependências da empresa possuem recursos que facilitam o deslocamento e a convivência de pessoas com deficiência motora, auditiva e visual (p. ex., rampas, avisos de segurança em braile, sinais luminosos e sonoros em áreas de circulação de veículos ou máquinas etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.8 A empresa estabelece sua relação de trabalho com empregados usando os seguintes tipos de contrato de trabalho:		
▪ Prazo indeterminado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Prazo determinado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Prestação de serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ De experiência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
▪ Temporário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

ITEM		Ano -2	Ano -1	Ano atual
Q 8.1 Atraso no pagamento de salários	Unidade			
Q 8.2 Número total de empregados	Unidade			
Q 8.3 Percentual de mulheres	%			
Q 8.4 Percentual de homens	%			
Q 8.5 Percentual de pessoas com deficiência	%			
Q 8.6 Rotatividade de pessoal	%			
Q 8.7 Número total de estagiários	Unidade			
Q 8.8 Número total de aprendizes	Unidade			
Q 8.9 Número total de reclamações trabalhistas recebidas no período	Unidade			
Q 8.10 Percentual das reclamações tratadas	%			
Q 8.11 Percentual das reclamações avaliadas como improcedentes	%			
Q 8.12 Percentual das reclamações relacionadas a casos de discriminação	%			

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:



RELEVÂNCIA

VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

“Todos os segmentos de negócios sofrem, à sua maneira, os impactos da globalização e das mudanças culturais e demográficas das sociedades. Para muitas empresas, a adoção da diversidade na força de trabalho, além de ser um compromisso ético, tem se mostrado um caminho para a competitividade. Para tanto, elas têm investido em ações de atração, manutenção e incentivo a uma mão de obra cada vez mais diversificada. Tradicionalmente, essas ações estavam voltadas quase apenas para as questões de raça e gênero. Hoje, as empresas vêm ampliando sua definição de diversidade, passando a considerar questões como condição socioeconômica dos empregados, estilo de trabalho, opinião, idade, nacionalidade, estado civil, orientação sexual, identidade de gênero, deficiência física ou mental e condições de saúde, entre outras diferenças. Também estão se tornando mais inclusivas, criando ambientes de trabalho receptivos a trabalhadores tradicionalmente discriminados, estigmatizados ou marginalizados. Praticar e valorizar a diversidade são ações que se traduzem no combate ao preconceito e à discriminação. Entretanto, se é fácil encontrar no senso comum a aceitação da premissa de que o preconceito deve ser combatido, é complexo converter essa proposição em mudanças efetivas de culturas, comportamentos, hábitos e rotinas.”

Trecho da publicação Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade, do Instituto Ethos.

Sobre este assunto, conheça também as outras publicações do Instituto Ethos: *O Que as Empresas Podem Fazer pela Inclusão das Pessoas com Deficiência*; *O Compromisso das Empresas com a Valorização da Mulher*; *O Compromisso das Empresas com a Promoção da Igualdade Racial*; e *O Compromisso das Empresas com os Direitos Humanos LGBT*, todas disponíveis em www.ethos.org.br.



COMO CALCULAR

Q.8.1 Número de vezes (1 a 12) em que os salários foram pagos com atraso no período.

Q.8.6 Razão entre o número de empregados que deixam o cargo e o número total de empregados no período.

A EMPRESA:**SIM NÃO**

9.1	Tem todos os empregados alfabetizados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.2	Orienta seus empregados para o exercício de sua função.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.3	Oferece aos empregados treinamentos para aprimorarem a realização de suas atividades.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.4	Valoriza e incentiva o desenvolvimento profissional de seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.5	Subsidia cursos para os empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9.6	Os administradores da empresa – sócios(as), proprietários(as), diretores e gerentes – investem em sua própria capacitação, aprimorando seus conhecimentos técnicos e de gestão empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano -2	Ano - 1	Ano atual
Q 9.1	Percentual de analfabetos na empresa	%		
Q 9.2	Percentual de empregados com ensino fundamental completo na empresa	%		
Q 9.3	Percentual de empregados com ensino médio completo na empresa	%		
Q 9.4	Percentual de empregados com ensino superior completo na empresa	%		
Q 9.5	Média de horas de treinamento por empregado	Horas		
Q 9.6	Percentual de empregados que receberam treinamentos regulares no período	%		

D 9.1 Se sua empresa subsidia cursos para os empregados, relate quais são e para quais níveis hierárquicos:

**RELEVÂNCIA****COMO VALORIZAR E INCENTIVAR O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE SEUS EMPREGADOS**

A empresa pode investir no desenvolvimento profissional de seus empregados estabelecendo parcerias com instituições de ensino que ofereçam descontos ou bolsas para cursos que possam aprimorar os conhecimentos técnicos deles ou mesmo financiando tais cursos. Quando isso não for possível, a empresa pode reconhecer o empregado que se capacitar por conta própria, reclassificando seu cargo e salário ou oferecendo algum tipo de premiação, de forma a obter resultados satisfatórios para ambas as partes.

A EMPRESA:

	SIM	NÃO	N/A
10.1 Oferece instalações em boas condições de uso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.2 Oferece a seus empregados um ambiente físico agradável e seguro, incentivando cuidados com higiene e saúde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.3 Mantém todos os documentos legais relativos a saúde e segurança do trabalho (SST) atualizados e completos, como análise de riscos ambientais e relatórios de incidentes e acidentes, entre outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.4 Treina e conscientiza os empregados sobre a prevenção de acidentes ou de incêndios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.5 Fornece, treina e conscientiza a respeito do uso de equipamento de proteção individual (EPI).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10.6 Está aberta a sugestões de seus empregados relativas a saúde e segurança.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.7 Realiza atividades de promoção de qualidade de vida, como espaços de reconhecimento dos empregados, celebrações de datas comemorativas, campanhas de vacinação, biblioteca ou jogos esportivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.8 Tem mecanismos para prevenir e combater situações de assédio moral.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-
10.9 Tem mecanismos para prevenir e combater situações de assédio sexual.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	-

QUESTÕES QUANTITATIVAS**ITEM**

ITEM		Ano -2	Ano - 1	Ano atual
Q 10.1	Taxa de frequência	%		
Q 10.2	Taxa de gravidade	%		
Q 10.3	Absenteísmo	UN		
Q 10.4	Acidentes de trabalho	UN		
Q 10.5	Doenças ocupacionais	UN		
Q 10.6	Percentual das reclamações trabalhistas relacionadas a casos de assédio moral.	%		
Q 10.7	Percentual das reclamações trabalhistas relacionadas a casos de assédio sexual.	%		

**COMO CALCULAR**

Q 10.1 Número de acidentados por milhão de horas de exposição ao risco em determinado período.

Q 10.2 Número de dias computados nos acidentes com afastamentos por milhão de horas-homem de exposição ao risco.

Q 10.3 Número de dias em que se registrou ausência no trabalho.

Q 10.4 Número de eventos inesperados que ocorrem pelo exercício do trabalho e podem causar morte, lesão corporal permanente ou temporária e doenças ocupacionais.

Q 10.5 Número de doenças provocadas por fatores relativos ao trabalho.



RELEVÂNCIA

POR QUE MINHA EMPRESA DEVE PROMOVER A QUALIDADE DE VIDA?

Cada vez mais se compreende a importância de o empregado estar feliz ao trabalhar para uma empresa. E essa satisfação não depende apenas da remuneração – ela se dá também pelo reconhecimento de seus resultados, pelo oferecimento de benefícios e pela promoção de espaços saudáveis de convivência. Ao investir em ações de qualidade de vida, o empregador impacta politicamente diversos aspectos da saúde de sua empresa, o que pode, inclusive, influenciar positivamente seu desempenho no mercado.



DEFINIÇÃO

O QUE É ASSÉDIO MORAL?

“Toda e qualquer conduta abusiva que se manifeste, sobretudo, por comportamentos, palavras, atos, gestos ou escritos que possam trazer dano à personalidade, à dignidade ou à integridade física ou psíquica de uma pessoa, pôr em perigo seu emprego ou degradar o ambiente de trabalho.”

Fonte: *Assédio Moral: a Violência Perversa no Cotidiano*, de Marie-France Hirigoyen. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, p. 65.

O QUE É ASSÉDIO SEXUAL?

O Art. 216-A do Código Penal, acrescentado pela Lei nº 10.224, de 15 de maio de 2001, caracteriza como crime de assédio sexual “constranger alguém, com intuito de obter vantagem ou favorecimento sexual, prevalecendo-se o agente da sua condição de superior hierárquico ou ascendência, inerentes ao exercício de emprego, cargo ou função”.

A EMPRESA:		SIM	NÃO
11.1	Tem um canal de diálogo com a população da comunidade, como caixa de sugestões ou o número de telefone e e-mail de quem possa atender.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2	Incentiva o trabalho voluntário de seus empregados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2.1	Em caso positivo, acompanha o trabalho que seus empregados desenvolvem nessas organizações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.2.2	Em caso positivo, reconhece a importância desse trabalho divulgando-o por meio de murais, jornal interno, jornal local etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.3	“Adotou” pelo menos uma organização de sua comunidade e mobiliza sua rede de contatos em favor dela.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Em caso positivo, a empresa:</i>			
11.3.1	Divulga a organização a clientes, membros da comunidade, fornecedores e outras organizações.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.3.2	Promove as atividades da organização em seu material promocional, em seu site etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.3.3	Procura sempre acompanhar os resultados que essa parceria tem alcançado (p. ex.: que tipo de contribuição trouxe para a organização, para a empresa e para as pessoas atendidas; quais são os próximos passos; quando a parceria terá fim; como o parceiro se manterá sem o apoio da empresa; etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.3.4	Incentiva seus empregados a atuar voluntariamente nesses projetos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11.4	Como resultado de sua atividade na comunidade, a empresa acredita que obteve benefícios para o negócio, como o aumento de vendas, a melhoria na relação com os fornecedores, a aquisição de novos contatos ou clientes ou a menor rotatividade de pessoal, entre outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

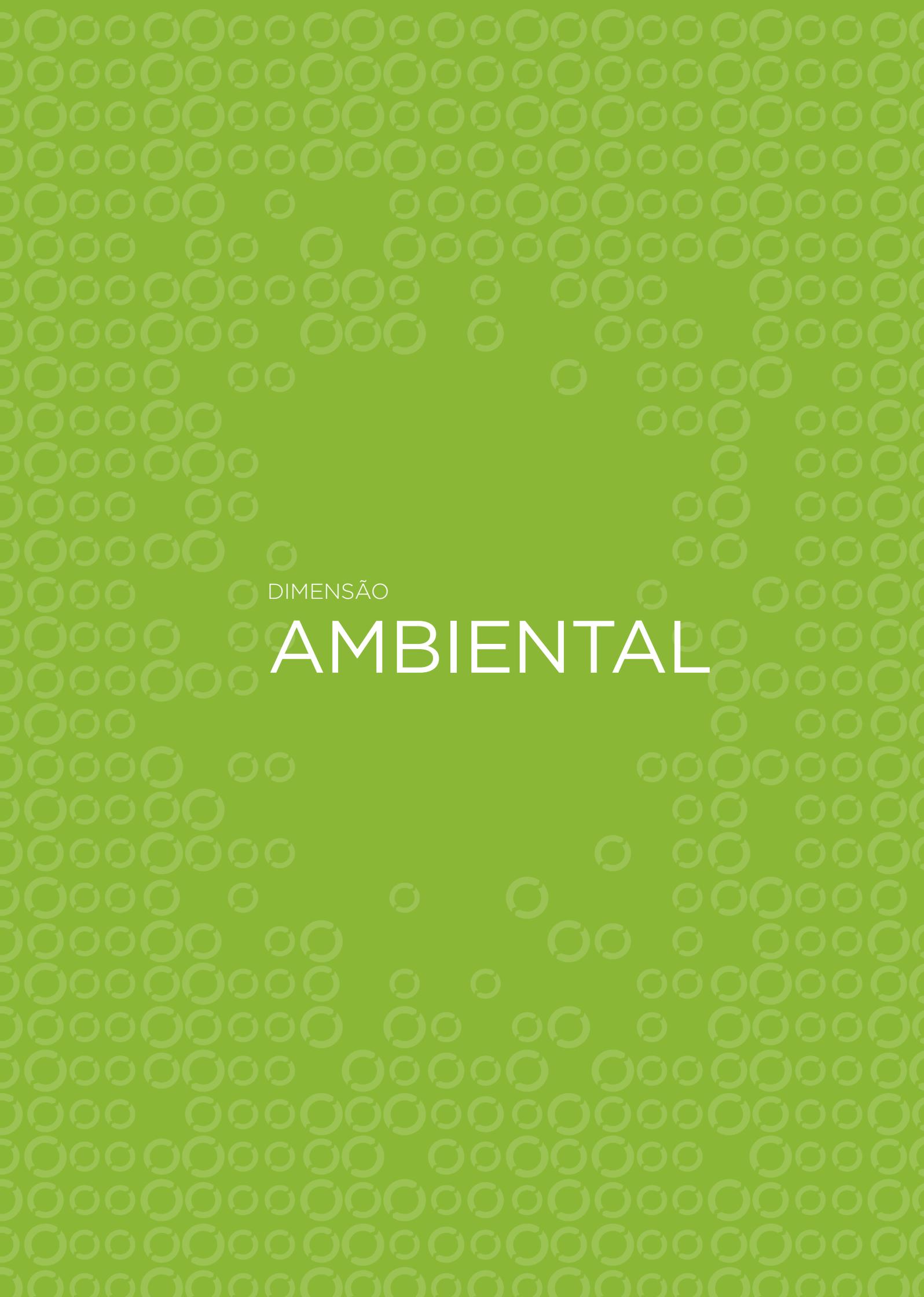
D 11.1 Se sua empresa obteve benefícios para o negócio a partir de suas ações na comunidade, relate aqui quais foram:



DEFINIÇÃO

QUAL É A DEFINIÇÃO DE “COMUNIDADE”?

Segundo a norma ABNT NBR ISO 26000, o termo “comunidade” se refere às pessoas ou grupos de pessoas de “assentamentos residenciais ou sociais localizados em uma área geográfica que tem proximidade física com as instalações de uma organização ou que está dentro das áreas de impacto de uma organização. A área e os membros da comunidade afetados pelos impactos de uma organização irão variar de acordo com o contexto e, principalmente, de acordo com o tamanho e a natureza desses impactos. Entretanto, de modo geral, o termo comunidade pode também ser entendido como um grupo de pessoas que têm características comuns, como, por exemplo, uma comunidade ‘virtual’ relacionada a uma determinada questão”.



DIMENSÃO

AMBIENTAL

A EMPRESA:

		SIM	NÃO
12.1	Conhece e entende os impactos de suas atividades sobre o meio ambiente (como emissão de poluentes, erosão do solo, alto consumo de energia, de água e de combustível, entre outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.1.1	Em caso positivo, esses impactos são medidos e gerenciados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.2	Já foi obrigada a tomar iniciativa para solucionar problemas causados pelas mudanças climáticas, como enchentes, deslizamentos ou desertificação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.3	Discute parcerias com fornecedores visando o retorno ao fabricante de materiais descartados (como produtos vencidos, pneus usados, pilhas, baterias etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.4	Procura utilizar em seus processos materiais que causem menos danos ao meio ambiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.5	Recicla ou reutiliza os materiais de suas instalações e/ou de seus processos produtivos, visando a redução de desperdício de matéria-prima.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A EMPRESA PRÁTICA EM SUAS DEPENDÊNCIAS

		SIM	NÃO
12.6	Coleta seletiva de lixo (tem, por exemplo, recipientes identificados para papel, vidro, metal, plástico e material orgânico).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.7	Economia no consumo de papel (como a utilização da frente e do verso das folhas).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.8	Redução do consumo de energia (por meio, por exemplo, da melhoria na iluminação natural, de aparelhos eletrônicos de menor consumo de energia, de dispositivo para cortar a energia quando o aparelho não está em uso etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.9	Redução do consumo de água (pela instalação de torneiras com fechamento automático e de descargas com vazão reduzida, pelo aproveitamento da água da chuva para atividades industriais etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12.10	Destinação final adequada para resíduos que necessitem de tratamento específico, como pilhas, baterias, óleos, pneus e lixo hospitalar, entre outros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

QUESTÕES QUANTITATIVAS

		Ano - 2	Ano - 1	Ano atual
Q 12.1	Peso total de insumos reciclados	Kg		
Q 12.2	Peso total de resíduos gerados pela operação	Kg		
Q 12.3	Percentual de insumos reciclados usados na fabricação de produtos	%		
Q 12.4	Número total de embalagens recuperadas	Unidade		
Q 12.5	Consumo total de água	m ³		
Q 12.6	Consumo total de energia	kWh		
Q 12.7	Volume total de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	mtCOe		



DEFINIÇÃO

CONSIDERAÇÕES SOBRE A IMPORTÂNCIA DO INVENTÁRIO DE EMISSÕES

O inventário de emissões é o primeiro passo da empresa que deseja fazer sua gestão climática. Trata-se de uma ferramenta de diagnóstico que possibilita que a empresa entenda em que grau é responsável pelo agravamento das alterações climáticas, por meio da mensuração de suas emissões. Pequenos negócios, por serem muitas vezes parte de cadeias de valor maiores, também precisam compreender como se inserem nessa questão.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Durante a 70ª Assembleia Geral da ONU em 2015, líderes mundiais de 193 países acordaram a definição de uma nova agenda global para os próximos 15 anos. Ela busca atender necessidades universais em cinco áreas: Pessoas, Planeta, Prosperidade, Paz e Parcerias. Sua construção se deu a partir de um processo de negociação com a sociedade civil organizada, governos e o setor privado e consiste nos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**.



São 17 os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares



Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição.



Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos.



Garantir educação inclusiva, equitativa e de qualidade.



Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas



Garantir disponibilidade e manejo sustentável da água



Garantir acesso à energia barata, confiável, sustentável.



Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável



Construir infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva



Reduzir a desigualdade entre os países e dentro deles



Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivo, seguros, resilientes



Assegurar padrões de consumo e produção sustentável



Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima.



Conservar e promover o uso sustentável dos oceanos.



Proteger, recuperar e promover o uso sustentável das florestas



Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável.



Fortalecer os mecanismos de implementação e revitalizar a parceria global

Saiba mais em www.estrategiaods.org.br.

INDICADORES ETHOS PARA NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E RESPONSÁVEIS

PATROCÍNIO



PARCERIA INSTITUCIONAL



INDICADORES ETHOS-SEBRAE PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

PATROCÍNIO



*Serviço de Apoio às Micro e Pequenas
Empresas do Rio Grande do Norte*