Ano XI - nº 22 - Dezembro de 2020 - www.revistaeticanosnegocios.org.br

ÉTICA nos negócios

EMPRESAS HIPÓCRITAS? SIM, ELAS EXISTEM

Iniciativa e Realização

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS 17 ANOS

Edição Especial 2020

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS

AS EMPRESAS +ÉTICAS BRASIL

Apoio Edição 2020

3K comunicação

Comfort SUITES CAMPINAS

Homenageado 2020: Sr. Avelino Costa, fundador da Pif-Paf Alimentos

BOM PARA AS PESSOAS

Oferecendo segurança, conforto, conectividade e mobilidade.

BOM PARA O PLANETA

Economizando energia e recursos, com soluções de baterias mais inteligentes.

BOM PARA OS NEGÓCIOS

Sendo parceira dos clientes e ajudando-os a alcançar seus objetivos.

A Clarios é líder global em tecnologias inteligentes de armazenamento de energia e seus produtos movimentam um em cada três veículos no mundo. Oferece o portfólio mais amplo e eficiente de baterias, com tecnologia e desempenho sustentável.

FORTALECENDO O HOJE
RUMO AO AMANHÃ.

Saiba mais em: clarios.com

CLARIOS

TRANSF
ESSA É NOSS

Transformar vidas nas cidades onde captamos, tratamos e distribuímos água pura. Transformar dedicação e tecnologia em saúde e qualidade de vida para milhões de pessoas. Transformar o meio ambiente cuidando do esgotamento sanitário, dos rios e das nascentes.

Transformar a experiência do cliente com atendimento e serviços inovadores. Transformar processos, ideias, e objetivos para sermos uma empresa cada dia mais moderna, dinâmica e comprometida com resultados.

ORMAR
SA ESSÊNCIA

Onde tem Copasa, **tem transformação.**
Onde tem Copasa, **você pode confiar.**

copasa.com.br

COPASA

MINAS GERAIS

GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.

FAZCOM

Instituto Brasileiro de
ÉTICA
NOS NEGÓCIOS

Comfort Suites Campinas parabeniza o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios pelo trabalho no **estímulo** e **fomentação** da ética no ambiente empresarial e educacional.

ATLANTICA
HOTELS.COM.BR

@atlanticabrasil

Faça o seu evento no Comfort Suites Campinas!

Localizado no centro empresarial de Alphaville, o Comfort Suites tem uma **estrutura** completa para receber os eventos de sua empresa.

www.atlanticahotels.com.br

A perspectiva de um futuro mais ético se consolida com a sua parceria

www.eticanosnegocios.org.br

Fortalecer nossa causa conscientiza a sociedade e destaca sua **empresa. Associe-se!**

Fomentar a Ética é um desafio que vem sendo conquistado com bastante sucesso pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Com a parceria de empresas que acreditam e apoiam esta causa, conseguimos concretizar iniciativas inéditas em nosso país as quais são destinadas ao meio empresarial e também aos estudantes que serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã.

É desta forma, contribuindo com a melhoria da qualidade ética das empresas e com a formação de adultos-cidadãos e líderes eticamente responsáveis que potencializamos a perspectiva de um futuro mais ético e assim, naturalmente sustentável!

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Rua Paula Bueno, 1.122 - Sala 3B - Blue Office
Taquaral - Campinas/SP - Tel. (19) 3326-0453

2020: Um ano inimaginável

Acredito que muitos de nós tínhamos grande expectativa para o ano de 2020. Eu, particularmente, havia registrado meus objetivos para este novo ano tanto os pessoais quanto os profissionais.

O mais importante e desafiador seria desembarcar em Lisboa para a fundação da nossa primeira sucursal com vistas a promoção da Ética em terras portuguesas. Como no Brasil, em Portugal seríamos a única instituição que fomenta este tema tão recorrente junto a um público pra lá de especial: os estudantes, os líderes das empresas de amanhã, além das demais iniciativas inéditas para o meio empresarial.

Contudo, no final do primeiro trimestre de 2020, o Brasil parou. Esta crise sanitária, com reflexos tenebrosos na economia, pegou o Instituto de Ética nos Negócios de calça curta. Os patrocínios das iniciativas programadas foram cancelados e, em algumas poucas semanas, acompanharia, inerte e com as mãos atadas, os recursos em nosso caixa secar. As projeções econômicas e as previsões para o futuro de curto e médio prazos eram assustadoras e desoladoras.

Confesso que não fiquei desesperado... Mas, não posso negar, eu estava muitíssimo preocupado. Será que desta vez seria o fim da instituição que Deus havia colocado em minhas mãos?

Enquanto clamava a Deus diuturnamente para que Ele me ajudasse de novo, fazia tudo que estava ao meu alcance para tentar manter as portas abertas do Instituto de Ética nos Negócios.

Muitas foram as estratégias que utilizei para atingir esta meta. Dentre elas, por meio de um e-mail aos mais de 1.300 CEOs das principais empresas em atuação no país, eu abri o jogo pedindo ajuda para que firmássemos uma parceria e, desta maneira, não precisaríamos encerrar nossas atividades depois de quase duas décadas de fundação.

Também gravei uma palestra exclusiva dedicada a todos que estivessem em quarentena, trabalhando ou estudando em *home office,* e a ofertei às empresas, instituições e universidades a preço módico. Das poucas respostas que recebi, todas foram negativas.

Ora, eu estava sendo idiotamente ingênuo? Se quando tudo estava bem pouquíssimas organizações nos apoiaram, agora então, elas teriam uma ótima desculpa para dizer não.

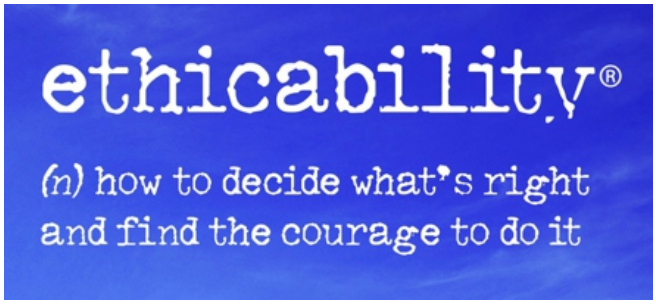
Mesmo assim, não desisti! Enxerguei uma oportunidade a partir do momento que os principais jornais da TV aberta passaram a incluir um quadro para destacar os investimentos milionários que as grandes corporações estavam fazendo para combater os efeitos da pandemia junto a sociedade brasileira. Mas, infelizmente, não tive sucesso nesta empreitada também.

Focado em meu propósito, dei a cartada final. Mensagens foram enviadas para dezenas de empresários com uma vida de superação, com uma história de dar a volta por cima. Acreditava que eles poderiam ser mais facilmente sensibilizados por já terem passado pelo que eu estava enfrentando naqueles dias.

Um único prontamente disse sim! No passado, ele havia ficado a pé ao vender seu automóvel para investir em seu sonho. Hoje, seu negócio se transformou numa das principais instituições de investimento do país. Todavia, a empresa optou em não usufruir de todas as contrapartidas que o Instituto de Ética nos Negócios ofereceu. Nem o logotipo nos foi enviado. Era Deus demonstrando que esta ajuda partiu das Suas próprias mãos. Assim seja!

Tempos depois, quando prefeitos e governadores começaram a flexibilizar a atividade econômica, mesmo o Brasil estando no pico da pandemia, o Instituto de Ética nos Negócios foi honrado com uma parceria semelhante, envolvendo uma gigante global do segmento supermercadista.

Em seguida, foram abertas as inscrições para o Prêmio Ética nos Negócios 2020 e para a 7ª edição do reconhecimento As empresas Mais Éticas do Brasil. Os projetos inscritos superaram todas as nossas mais otimistas expectativas.



Excepcionalmente, realizamos uma "dupla premiação" envolvendo os projetos inscritos nas categorias do Prêmio Ética nos Negócios, desde que os mesmos, tivessem relação direta com as ações de combate a pandemia realizadas pelas empresas participantes.

Naquela época, enquanto colocava em prática minha estratégia para salvar a instituição que Deus havia me dado e preparava a palestra exclusiva para tempos de quarentena, uma palavra não saia do meu pensamento: "Eticabilidade".

Ora, o mercado empresarial, seja como marketing, seja como essência corporativa, atua alicerçado em responsabilidade, sustentabilidade, integridade, honestidade, solidariedade, diversidade, dignidade, confiabilidade, lealdade. E porque não Eticabilidade?

Fiz uma pesquisa na internet e encontrei apenas um filósofo corporativo, Roger Steare, que falava sobre este tema. Ele havia lançado um livro nos EUA, no ano de 2006.

Para este escritor a Eticabilidade é sobre ser bom, fazer a coisa certa e tornar o mundo um lugar melhor.

Passei a incluir esta expressão em minhas palestras e comecei a divulga-la nas atividades do Instituto de Ética nos Negócios. Meu objetivo será sensibilizar o maior número de empresários e executivos a buscarem a Eticabilidade no dia a dia das suas empresas e das suas vidas. Por que não?

Naqueles dias, muitos gurus, empresários e celebridades do mundo corporativo fizeram lives em redes sociais para falar sobre o antes, durante e pós-pandemia. Gestão, recursos humanos, *home office*, inovação, eram os temas dominantes.

E a Ética? Nada? Por incrível que pareça, ninguém falou a respeito!

Para mim, a Ética e um dos seus pilares de sustentação, a solidariedade, deveria ser a máxima para as sociedades, empresas e governos quando o mundo voltar a girar!

Entretanto, fazendo um retrospecto da humanidade antes e depois de Cristo, lamentavelmente, pouco tempo após as coisas voltarem a normalidade, tudo ficará como dantes.

Apesar de ser uma verdade nua e crua, alguns acontecimentos justificam esta minha afirmação. O primeiro deles diz respeito ao atentado terrorista em Nova Iorque, em 2001.

Pesquisas naquele país, indicaram que, durante alguns meses após a queda das torres gêmeas, as celebrações religiosas tiveram um aumento muito significativo, inclusive, muitos espaços desocupados voltaram a abrigar templos cristãos. Mas, passado algum tempo... O segundo foi o terremoto no Haiti. No início, muito dinheiro foi doado e alimentos chegaram até a se estragar. Hoje, o Haiti está abandonado a sua própria sorte, pois não existe interesse em se investir num país paupérrimo. Milhares de cidadãos haitianos ainda vivem em barracas nos acampamentos improvisados que viraram definitivos, incluindo centenas de crianças órfãs. E o terceiro acontecimento, é o mês em que se comemora o Natal. Nesta época, a solidariedade fica em alta em toda a sociedade. Depois do ano novo, tudo volta ao normal. A maioria dos necessitados que foram ajudados, são esquecidos novamente!

Que o espírito da Eticabilidade e da Solidariedade possa invadir os corações das pessoas e das empresas para que vivamos num mundo melhor tendo o Amor como principal alicerce.

Feliz Natal e um Ano Novo repleto das dádivas de Deus.

Boa leitura!

Douglas Linares Flinto
Fundador e Diretor-Presidente
Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios

> **Não há como dizer que alguém (ou uma empresa) é bem-sucedido se não tiver feito algo por pessoas que jamais serão capazes de retribuir.**
>
> John Bunyan

SUMÁRIO

14 **ARTIGO TEMA CENTRAL 2020**
Empresas Hipócritas? Sim, elas existem!

HOMENAGEADO 2020
Sr. Avelino Costa – Fundador da Pif-Paf Alimentos
19

20 **ARTIGO**
Lacrando e Lucrando? Fatos e falácias empresariais

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS 2020
22

EXPEDIENTE

Publicação

Instituto Brasileiro de Ética e Negócios
Rua Paula Bueno, 1122, sala 3/B
Edíficio Blue Office - Bairro Taquaral
Campinas/SP (19)3326-0453

diretoria@eticanosnegocios.com.br

Publisher
Douglas Linhares Flinto

Arte e Diagramação
3kcomunicacao@gmail.com

CONSELHO EDITORIAL
Instituto Brasileiro de Ética e Negócios

Presidente
Douglas Linhares Flinto

Conselheiros
Cícero Rodrigues de Oliveira
Vice-presidente

Edivaldo Berteli Reolon
Diretor de Relações Institucionais

Fábio Hilkner Silva
Diretor de Programas de Ética Pública

Macelo Pissaia
Diretor Administrativo-Financeiro

Ricardo Vieira
Diretor Jurídico e de Expansão Internacional

Roberto Tadeu Fraga
Diretor de Projetos Empresariais e Educacionais

RESPONSABILIDADE SOCIAL

24

Clarios | Webinars - Melhores Práticas durante a Pandemia da Covid-19
Copasa | Programa Engajar para Transformar
Sistema IDS: Sistema de Informações de Desenvolvimento Social
Dasa | Doação da Dasa para Combate à Covid-19: Processamento de Exames para a população
Nutrilite | Ações de Combate a Pandemia
Little Bits
Softys | Produção de máscaras cirúrgicas para doação aos serviços públicos de saúde
Unigel | Enfrentando o novo Coronavírus

ÉTICA E COMPLIANCE

40

Cielo | Fomentar o elemento "Conscientização e Aculturamento" do Programa Cielo de Conformidade
Copasa | Líderes de Conformidade
Oi | Comprometimento no Combate à Covid-19

COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

48

Clarios | Gerenciamento de Risco e Suporte Estratégico a Rede Heliar durante a Pandemia da Covid-19
Copasa | Copasa em Ação: Todos contra o Coronavírus

MEIO AMBIENTE

54

Copasa | Pró-Mananciais: Programa Socioambiental de Proteção e Recuperação de Mananciais
Chuá Socioambiental: Programa de Educação Ambiental com Ênfase no Público Escolar

60

DIVERSIDADE & INCLUSÃO

Clarios | Diversidade & Inclusão "Voz e Vez"

VOLUNTARIADO E CADEIA PRODUTIVA

Copasa | Programa Confia 6%

64

68

MATÉRIAS

Em 2020, todas as empresas são vencedoras
As empresas mais Éticas do Brasil 2020
Indicadores de Gestão da Ética

EMPRESAS

CFO das Empresas Randon

74

76

INICIATIVA

Prêmio Ética nos Negócios 2021

CAPA

by cartunista Bira Dantas

3K comunicação

Comunicação 360º

Estratégias que geram resultados

A 3K Comunicação trabalha com soluções estratégicas de comunicação online e offline, onde propomos a mais adequada para cada ação da sua empresa.

Design visual

Assessoria de imprensa

Websites

Marketing digital

Edição de Vídeo

Community Management

www.3kcomunicacao.com.br
3kcomunicacao@gmail.com

Empresas Hipócritas? Sim, elas existem!

Responsabilidade Social Empresarial

Em 2003, quando fundei o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, o jargão corporativo era a Responsabilidade Social. Este movimento empresarial foi importado da Terra do Tio Sam no final dos anos 90. E as empresas brasileiras concentravam seus esforços para serem reconhecidas por seus *Stakeholders* como uma "Empresa Cidadã".

Naquela época, inclusive, uma instituição optou em ter o nome deste movimento em sua razão social e até no logotipo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. O mercado editorial também surfava nesta onda. Uma das principais revistas de economia e negócios do país, publicava anualmente o "Guia da Boa Cidadania Corporativa", exaltando as empresas com as melhores práticas. No mundo dos negócios, porém, o meio ambiente estava na contramão. Falar de preservação e conservação naqueles dias era quase um sacrilégio. Ambientalistas eram rotulados como "ecochatos".

Nova onda corporativa: Sustentabilidade

Tempos depois, o conceito da "ecoeficiência" começou a ganhar força. As empresas, ao economizar água, papel e energia, além de atentar para a dimensão ambiental, perceberam que os lucros aumentavam. E isso preparou e abriu o caminho para uma nova onda corporativa: a "Sustentabilidade". A palavra sustentabilidade é derivada da expressão "Desenvolvimento Sustentável" (DS), surgida na década de 80, na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, das Nações Unidas, que discutiu e propôs meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

A definição mais aceita globalmente para o DS é "o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações".

Hoje, inclusive, a ONU encabeça os ODS - Objetivo de Desenvolvimento Sustentável. Do mesmo modo, o mercado acompanhou esta mudança.

O novo bordão corporativo fez com que as empresas buscassem ser reconhecidas como uma "Empresa Sustentável". Aquela publicação anual, o Guia da Boa Cidadania Corporativa, foi substituído pelo "Guia da Sustentabilidade". E, a instituição, fundada antes do Instituto de Ética nos Negócios, reestilizou seu logotipo para apenas Instituto Ethos.

O mercado foi pintado de verde

Contudo, ainda hoje, existe muita divergência entre o que é (e o que não é) Sustentabilidade. Mas, uma coisa é certa: naquela época, o mercado foi pintado de verde! Foram gastos tantos galões de tinta para se conseguir um perfeito *GreenWash* que a expressão Sustentabilidade virou um "*clichê*" e passou a perder força mercadológica, deixando de atrair aqueles consumidores mais informados e com critérios muito bem definidos na escolha de marcas, produtos e serviços.

Aliado a isso, o Brasil, cedendo às pressões internacionais, apesar de uma década de atraso, deu os primeiros passos em prol da melhoria do ambiente de negócios no que diz respeito as "relações público privadas", promulgando e regulamentando a "Nova Lei Anticorrupção", apelidada de "Lei da Empresa Limpa". Este novo marco legal veio ocupar uma lacuna ao melhor criminalizar a corrupção e definir punições mais rigorosas a corruptores e corruptos.

Agora é a vez do tal do *Compliance*

Como resultado, o mercado criou um novo movimento e o chavão corporativo deixou de ser a Sustentabilidade e passou a ser o tal do "*Compliance*".

A origem do termo *Compliance* vem do verbo (em inglês) "*to comply*", ou seja, significa estar em conformidade, atendendo às leis e aos normativos dos órgãos reguladores e também aos regulamentos internos da empresa, em especial os relacionados aos seus controles internos e governança. Muitas empresas, até para se valer das benesses da própria legislação, passaram a desenvolver ou melhor aparelhar seus "Departamentos de *Compliance*". Da mesma maneira, criaram "Canais de Denúncia" ligados a própria estrutura ou se utilizando de prestadores de serviços.

> **« Ainda hoje, existe muita divergência entre o que é (e o que não é) Sustentabilidade. Mas, uma coisa é certa: naquela época, o mercado foi pintado de verde! »**

Todavia, da mesma forma que, no passado, muitas empresas deixavam a área de Responsabilidade Social e também da Sustentabilidade sob a batuta do Departamento de Marketing, agora é o *Compliance* que, geralmente, está sob o guarda-chuva do Departamento Jurídico dando-lhe uma cara "legal" em detrimento dos princípios e dos valores da Ética que, no meu entendimento, estão muito acima da legislação.

Lamentavelmente, muitos "Programas de Ética & *Compliance*" colocados em prática nos quatro cantos do planeta, além de terem se tornado uma arma de marketing, estão servindo apenas para coibir as fraudes internas evitando que os recursos sejam sorrateiramente roubados pelos empregados e também que, atitudes reprováveis, não maculem a reputação corporativa. Estes programas acabam por não se aplicar a alta cúpula. Qual seria a postura da área de *Compliance* ao saber que o presidente, ou algum membro da diretoria, foi responsável pelo pagamento de propina? Este é um dos maiores paradoxos do mundo corporativo: para os simples mortais o tal do *Compliance* é radical, inflexível e pra valer. Porém, para os *bam bam bans* as coisas são bem diferentes.

> **« Qual seria a postura da área de *Compliance* ao saber que o presidente, ou algum membro da diretoria, foi responsável pelo pagamento de propina? »**

Compliance?* Não. Ética &*Compliance!

E esta é a razão da palavra "Ética" precisar estar (sempre) intimamente interligada a expressão "*Compliance*", ou seja, o jargão corporativo tem que ser "Ética & *Compliance*". E isso porque o *Compliance*, faz parte da Ética e não o contrário. Sim, o *Compliance* é mais um pilar de sustentação da Ética, assim como são a integridade, a honestidade, a transparência, a governança, etc, etc e etc.

Em terras tupiniquins, observamos que muitas empresas e muitos profissionais, abdicaram do termo Ética e apenas exaltam o *Compliance*. Inclusive, aquela revista de economia e negócios, passou a editar anualmente somente o "Guia do *Compliance*". E esse fato tem uma justificativa. É mais fácil, muito menos comprometedor e com risco zero junto aos *Stakeholders*, a empresa se autointiular como uma "Empresa *Compliance*".

Mas é importante frisar que uma "Empresa *Compliance*" não necessariamente é uma "Empresa Ética", porém, uma "Empresa Ética" será, naturalmente, uma "Empresa Socialmente Responsável, Sustentável e *Compliance*".

O maior e melhor prêmio empresarial

Aliás, este é uma das grandes metas do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios: sensibilizar e motivar empresas para que busquem ser reconhecidas publicamente como uma "Empresa Ética". Este é maior e melhor prêmio que uma empresa poderá conquistar!

A Ética jamais passará!

Fato é que o movimento da Responsabilidade Social já passou. A onda da Sustentabilidade ficou no passado.

Apesar de, evidente e felizmente, observarmos uma parcela significativa de empresas que continuam conduzindo seus negócios de maneira socialmente responsável e ecologicamente correta para conseguir trilhar o caminho do Desenvolvimento Sustentável.

Contudo, agora chegou a era do *Compliance*. Mas, eu pergunto: até quando? Isso não é relevante! Você sabe o que, de fato, é importante? Eu digo a você. Tudo pode passar... A Ética jamais passará! Com 5G, internet das coisas, teleconferência, comércio eletrônico, *big data*, impressora 3D, inteligência artificial, realidade aumentada... Pode vir o que vier, porém, a condução dos negócios com excelência Ética, fazendo o que é certo, sempre será a única maneira aceitável das empresas atuarem. E esta responsabilidade sempre estará em nossas mãos!

**« A condução dos negócios com excelência Ética, fazendo o que é certo, sempre será a única maneira aceitável das empresas atuarem.
E esta responsabilidade sempre estará em nossas mãos! »**

Resgatando a essência das empresas

Observe também que o modelo corporativo atual é uma pirâmide perniciosa. No topo estão acionistas e investidores ávidos por lucro. Em seguida, está o *Board* que exige dos seus executivos resultados a curtíssimo prazo com vistas a satisfazer os anseios dos verdadeiros donos da empresa. Por sua vez, é a base piramidal que recebe e suporta essa pressão. E, em muitas das vezes, a condução dos negócios fundamentada na Ética, acaba sendo deixada de lado por aqueles que carregam a empresa nas costas.

Um antídoto contra esse sistema nocivo é resgatar a "essência" das organizações!

Razão de existir das empresas e o lucro

Nesse sentido, o primeiro ponto que destaco é que as empresas não tem nome. Elas possuem uma "razão social", ou seja, uma "razão de existir" que está alicerçada nos princípios e nos valores corporativos os quais são refletidos na missão que, invariavelmente, é sempre muito mais digna e virtuosa do que simplesmente o lucro.

O segundo ponto é que não há problema algum a empresa ganhar dinheiro. Isso não é pecado! Muito pelo contrário, sem desenvolvimento econômico-financeiro fecham-se as portas da organização e se vão os empregos. Todavia, empresas não surgem somente para seus proprietários encherem os bolsos. O propósito corporativo tem que ser muito mais nobre do que se tornar uma máquina de lucratividade.

A mesma coisa acontece com a gente. Nós não nascemos somente para conquistar tudo na vida! Nosso propósito tem que ser muito maior do que isso!

As empresas não tem vida!

Eu sou um entusiasta! Para mim, as empresas tem que incorporar a Ética em seu DNA! Entretanto, você há de convir comigo que as empresas não tem vida! São as pessoas que dão vida a elas. Faço aqui uma analogia para ilustrar esta afirmação: Se somarmos o número dos CPFs dos funcionários do chão-de-fábrica, com os dos gestores, executivos e até do presidente, o somatório será o número do CNPJ da empresa. Foram demitidos mil colaboradores e contratados outros dois mil.Se refizermos a conta, o resultado será o mesmo porque as empresas são formadas por

É PECADO GANHAR DINHEIRO?

pessoas! Por conta desta realidade, a partir de agora, precisarei trazer esta discussão sobre Ética para o lado "pessoal"!

Não existe meio ética

Ah, a Ética! Uma palavra pequena, tão falada e, ao mesmo tempo, pouco praticada!

A Ética não aceita meio-termo. Não existe "meio-ética" como não existe "meio-grávida"; a mulher está grávida ou não. Ou a empresa é Ética ou não é. Ou eu sou ético ou não sou!

Ética é Ética... E ponto final!

Também não podemos falar em "Ética Situacional", dependendo da situação cabe um tipo de Ética. De maneira nenhuma! Ética é Ética e ponto final! E você sabe por quê? Porque a Ética é radical! É "certo" ou "errado". Na Ética não existe mais ou menos.

O certo e o errado não são relativos

Você pode estar se questionando: o certo e o errado não são relativos? Não depende de alguns fatores, inclusive aqueles ligados a cultura de um país, por exemplo?

Eu discordo em gênero, número e grau. Porquanto, é muito simples a gente saber qual é diferença: "Se estiver em dúvida do que é certo ou errado, basta imaginar o que não gostaria que fizessem com você". E, se ainda assim, você continuar indeciso, observe o que foi dito pelo filósofo Immanuel Kant (1724-1804): "Tudo que não puder contar como fez, não faça".

A pior covardia

Todavia, ao saber o que é certo, o agir corretamente é imperativo. Caso contrário, como disse Confúcio, no ano 500 a.C., incorremos numa falha nada virtuosa: "Saber o que é certo e não o fazer é a pior covardia".

A Ética trás consigo confronto e desconforto

Com a Ética é "sim" ou "não". A Ética não tem cinquenta tons de cinza, é "preto" ou "branco"!

E esta radicalidade da Ética, acaba trazendo consigo confronto e desconforto, seja às pessoas, seja às empresas. Ao olhar no espelho todos nós sabemos quem nós somos, que tipo de gente, a gente é! Na verdade, as pessoas sabem o que fizeram no verão passado... As empresas também! Por isso que o tema Ética é indigesto para muitas pessoas e para muitas empresas.

100% éticos em 100% do tempo

As empresas tem um grande desafio. Eu diria até que é o maior sonho para muitas delas: sensibilizar e motivar todo o quadro funcional, da assistente ao presidente, a valorizar a Ética no dia a dia, ou seja, 100% éticos em 100% do tempo!

« **As empresas tem um grande desafio: sensibilizar e motivar todo o quadro funcional, da assistente ao presidente, a valorizar a Ética no dia a dia, ou seja, 100% éticos em 100% do tempo!** »

Mas afinal, o que é a Ética?

As pessoas sabem qual é o significado da Ética. Bem ou mal, todo mundo sabe. Mas, se imagine neste cenário filosófico. Você está na plateia, participando de um *workshop* com aqueles caras que todo mundo admira: Mario Sergio Cortella, Leandro Karnal e Luiz Felipe Pondé. No meio da apresentação, um deles aponta para você e pergunta, na frente de todo mundo: "Mas afinal, o que é a Ética?"

Mesmo não passando por um constrangimento como esse, é muito difícil responder esta questão. Parece que dá um branco na gente e não sabemos qual das inúmeras definições sobre a Ética devemos verbalizar. Existe uma definição atribuída a Oscar Wilde, um influente escritor, poeta e dramaturgo britânico, de origem irlandesa. Apesar desta definição ser do final do Século XIX, perceba que ela é muito atual: "Chamamos de Ética o conjunto de coisas que as pessoas fazem quando todos estão olhando. O conjunto de coisas que as pessoas fazem quando ninguém está olhando chamamos de caráter".

Reputação x Caráter

Existe uma diferença básica entre a "reputação" e o "caráter". A reputação diz respeito ao conceito que a gente tem com os outros. O que as pessoas pensam sobre nós. Já o caráter é o que somos realmente, ou seja, o caráter é a nossa essência!

Hoje, observamos a excessiva preocupação e o grande investimento que é realizado para manter (ou exacerbar) a reputação empresarial. Isso é a lógica mercadológica! Sem reputação, os *Stakeholders* podem retirar das organizações a licença para elas operarem. Sem reputação, as corporações correm o risco de fechar suas portas.

> **«Muitas empresas, esquecendo a Ética no sótão, acabam escondendo debaixo do tapete ilicitudes e ilegalidades, corrupções e desconformidades.»**

Entretanto, esta precaução não é percebida na mesma proporção quando o assunto é o caráter corporativo. Muitas empresas, esquecendo a Ética no sótão, acabam escondendo debaixo do tapete ilicitudes e ilegalidades, corrupções e desconformidades. Eu estou bem certo que as coisas seriam bem diferentes se as pessoas e as empresas estivessem se dedicando a perseguir essa afirmação: "Para alcançar sucesso a longo prazo e viver uma vida ética, não se preocupe em criar uma boa imagem.É bem melhor dedicar-se a fazer o seu caráter inatacável.[21]

Palavras x ações

Além do mais, precisamos não nos esquecer jamais que a gente é o que faz e não o que diz. Esta afirmação também pode ser descrita como: "Tudo que dissermos será inútil, se não for confirmado pelo que fazemos".[22]

Empresas Hipócritas

Na minha ótica, este é o principal problema do mundo dos negócios: a incoerência entre o que muitas empresas falam e fazem. E, quando isso acontece, podemos chamalas de "empresas hipócritas".

Sim, elas existem! E isso porque a hipocrisia diz respeito a "empresa que, ao professar virtudes que não respeita, assegura as vantagens de aparecer ser aquilo que despreza".[23]

Douglas Linares Flinto
Fundador e Diretor-Presidente
Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios

21. Livro "A Ética é o melhor negócio. Ganhe vantagem competitiva fazendo o que é certo", escrito por John Maxwell – Editora Mundo Cristão
22. Frase atribuída a Jonathas Edwards
23. Frase atribuída a Ambrose Bierce

O homenageado da edição 2020:
Sr. Avelino Costa, fundador da Pif-Paf Alimentos

Grande pai, grande chefe de família, grande negociador e grande empresário. Inspiração e exemplo para as antigas, atuais e futuras gerações. Este é Avelino Costa.

Aos 18 anos de idade, deixou Vila Nova de Cerveira, no Norte de Portugal, onde desde criança pastoreava e comercializava cabras, para se transformar em um dos mais importantes empresários do Brasil, ao dar vida à Pif Paf Alimentos, maior indústria frigorífica de Minas Gerais e uma das principais do país.

O sucesso é fruto de muito esforço, dedicação, trabalho exaustivo e visão empreendedora. E, especialmente, de um caráter forte e valores irretocáveis, aliados a uma relação extremamente afetuosa e respeitosa com todos à sua volta.

Elogios à sua humildade, honestidade, ética, moral, generosidade e seriedade são constantes. Por isso, nesses mais de 52 anos de fundação da empresa, ele conquistou tanto carinho e admiração dos colaboradores, a quem sempre manifesta sua gratidão.

Pessoa determinada, de fala mansa, Avelino Costa também foi firme e esteve presente decisivamente na educação dos três filhos, para que fossem responsáveis com o trabalho, justos e cordiais com as pessoas, além de éticos na vida e nos negócios.

Cada um dos aprendizados foi fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional, com destaque para o lema do patriarca: "preservar a honra e honrar nosso nome".

Esses valores, transmitidos, com firmeza, no âmbito familiar, estão refletidos, desde o início, nas diretrizes da Pif Paf.

Sr. Avelino Costa

Ano a ano, a companhia reforça seu compromisso e suas ações em prol da responsabilidade social e ambiental, sob o olhar atento de Avelino Costa.

Aos 86 anos, ele demonstra a sensação do dever cumprido e da consciência tranquila. Ainda assim, não deixa de se preocupar com o próximo e em manter sua conduta exemplar na busca da excelência quando o assunto é ética.

> «Preservar a honra e honrar nosso nome!»

Pif Paf ALIMENTOS

Lacrando e Lucrando? Fatos e falácias empresariais

Estamos vivendo tempos de grande polarização, órgãos de imprensa, pessoas influentes e empresas, que poderiam ajudar a diminuir essa questão, preferem tomar partido não do que é verdadeiro e justo de fato, mas se posicionam de acordo com suas preferências políticas, sua ignorância ou como é o caso de muitas empresas, de acordo com o que acreditam que trará maior lucratividade financeira, sem pensar, ou se preocupar se estão reforçando essa polarização e o empobrecimento social e intelectual, se transformam em agentes inflacionários do caos apenas para lucrar.

Afinal, será que entrar nessa onda de "lacrar" acompanhando militâncias cegas e sem fundamentos realmente precisos, contribui para o lucro das empresas?

Bom, eu acredito que isso é loucura a longo ou curto prazo, isso pode gerar problemas muito mais sérios.

Muitas dessas empresas que possuem programas de inclusão e discussão sobre igualdade e o fizeram com boa intenção e busca de utilidade, assim imagino, ou acabaram por apenas buscar um marketing de guerrilha ao acompanhar *Hashtags* de grupos politizados, militantes, e, portanto, entraram na onda de lacrar, já tiveram suas lojas atacadas por esses mesmos grupos que elas defendem ou buscavam também se aproveitar.

A conta sempre chega, isso eu tenho certeza.

O Carrefour recentemente teve suas lojas atacadas e manifestações furiosas encabeçadas por grupos assim em várias de suas lojas, esses grupos, que desconheciam inclusive que a empresa, já tem um instituto que discute inclusão e igualdade racial e ainda já possuem um quadro representativo de funcionários negros, decidiram que o negócio era lacrar, criar *hashtags* e atacar a empresa. O Carrefour, foi então, taxado por grupos ignorantes e lacradores, de uma empresa racista, por um episódio que esses grupos sem esperar investigações e evidencias judiciais, sentenciaram como ato de racismo e ponto. Esses grupos são assim, ignoram fatos, ignoram os processos racionais e até científicos, pois, possuem uma deficiência proposital de pensar, negam-se a aceitar aquilo que não concordam e não nutrem nenhum respeito pela verdade, pois já escolheram o que pra eles é verdade, mesmo sem base pra isso.

Eu não estou aqui como senhor da verdade ou me manifestando contra programas de discussão e inclusão, acredito que todo assunto sério e complexo, deva ser discutido, pensado e tratado de forma igualmente séria, o meu ponto aqui é que muitas empresas, não fazem isso de forma séria e realmente empenhada em resoluções sociais, não, elas fazem isso para entrar na onda de uma *hashtag* la-

cradora, surfar na discussão e ganhar seguidores em suas redes, ganharem publicidade gratuita em portais e lucrar com tudo isso, sem se preocupar se está contribuindo ou destruindo a teia das relações sociais, por estar com suas ações promovendo o empobrecimento cognitivo, intelectual e ético da sociedade em que atua.

Infelizmente os comitês de empresas que dizem buscar igualdade e pluralidade nas organizações para serem apoiadores de uma sociedade mais justa, acabam já adotando um tipo de mentalidade, acabam escolhendo um certo caminho, escolhem adotar narrativas prontas que geralmente já foram preparadas por grupos políticos duvidosos e enganosos ou incluindo em seus comitês não quem discorde ou conteste algumas dessas ideias, falácias e narrativas vindas desses grupos, mas apenas aqueles que já se colocam vestindo essas narrativas de forma apaixonada e pouco reacional.

Portanto, levantam a bandeira da inclusão, mas uma inclusão de fachada, uma pluralidade de pessoas e não de ideias.

Geralmente esses grupos já elegeram seus ícones e nunca leram ou se deram o trabalho de conhecer as ideias e argumentos de pessoas extraordinárias como; Thomas Sowell, Ludwing Von Mises, Ayn Rand ou Camille Paglia. Geralmente seus ícones são Che Guevara, Frida Khalo, Marxs e Gramsci.

Quero aproveitar para deixar algumas reflexões dessas pessoas que admiro e deveriam ser melhor apresentadas para a sociedade, essas reflexões, obviamente são provocações excelentes e possuem ligação com o que tratamos aqui, as citações são:

"O racismo não está morto. Ele é mantido vivo por políticos, oportunistas e pessoas que têm um senso de superioridade ao denunciarem outros como racistas".
Thomas Sowell, economista e pensador americano.

"Minha filosofia, na sua essência, é o conceito de Homem como um ser heroico, tendo a felicidade como o propósito moral da sua vida, a conquista produtiva como sua mais nobre atividade, e a razão como seu único referencial".
Ayn Rand, escritora, roteirista, novelista e filosofa norte-americana, de origem russa.

"A humanidade precisa, antes de tudo, se libertar da submissão a slogans absurdos e voltar a confiar na sensatez da razão".
Ludwig Heinrich Edler von Mises foi um economista teórico de nacionalidade austríaca e, posteriormente, americana.

Provocações assim, nos trazem um alerta que é bem claro, precisamos parar de pensar nas ideias prontas, nos argumentos rasos e pensamento limitado, precisamos como sociedade e isso inclui empresas, lembrar que a luz da razão e verdade é o que precisamos para lidar com questões complexas, entrar na onda de lacrar para lucrar, a curto prazo pode trazer lucro monetário, mas quando acham soluções fáceis para questões complexas, isso geralmente acaba muito mal.

A busca pela verdade e justiça é essencial para a vida humana, não carregamos o título de animais racionais apenas de enfeite, precisamos usar a razão de forma prática.

A verdade nunca deixará de ser verdade mesmo que a ignore, o certo nunca deixará de sê-lo, mesmo que muitos escolham não praticá-lo, mas se você como pessoa ou empresa carrega valores baseados na verdade, justiça e integridade, não pode escolher ignorar a verdade, quem ignora a verdade acabará preso pela mentira, seja você CNPJ ou CPF.

« Agir de forma correta sempre gera os maiores resultados e geram os melhores benefícios »

Eduardo Colamego
Escritor e palestrante
Especialista em liderança e desenvolvimento humano
Com formações e experiências em RH, Negócios e Filosofia

Prêmio Ética nos Negócios 2020

Uma cerimônia diferente

Este ano, em razão da pandemia e visando respeitar os protocolos de saúde, a diretoria executiva do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, decidiu realizar a cerimônia de entrega do Prêmio Ética nos Negócios de maneira totalmente virtual.

A transmissão simultânea – via internet – foi realizada em Campinas/SP, a partir do hotel Comfort Suites, parceiro da edição 2020. Os convidados e os representantes das empresas finalistas assistiram todo o evento por meio da canal do Prêmio Ética nos Negócios, no Youtube.

Muito a comemorar

Apesar do Instituto de Ética nos Negócios não ter realizado esta premiação no ano de 2019, em razão do agravamento da crise econômica, este ano, com pandemia e tudo, os projetos inscritos superaram todas as mais otimistas previsões. Foram dezessete projetos finalistas desenvolvidos por oito empresas as quais nunca haviam participado do Prêmio Ética nos Negócios. E esta não é a única razão para o Instituto de Ética nos Negócios comemorar.

"O ano de 2020, foi marcado pela realização da 10ª edição do Prêmio Ética nos Negócios", comentou o fundador e diretor-presidente da instituição, Douglas Linares Flinto, durante a cerimônia.

Categorias contempladas no Prêmio 2020

- Responsabilidade Social
- Meio Ambiente
- Ética & Compliance
- Comunicação e Transparência
- Voluntariado e Cadeia Produtiva
- Diversidade & Inclusão

Agradecimento à Comissão Julgadora

Como em todas as edições, o Prêmio Ética nos Negócios foi honrado pelos profissionais que integraram a Comissão Julgadora. O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios faz questão de deixar registrado, nesta edição es-

pecial da Revista Ética nos Negócios, os sinceros agradecimentos a quem engrandeceu nosso trabalho:

- **Carlo Pereira** - Diretor-executivo da Rede Brasil do Pacto Global
- **Luana Palmieri** - Gerente de Auditoria da Firjan
- **Marcos Kisil** - Professor Titular da USP
- **Mario D'Andrea** - Presidente da ABAP
- **Paula Jancso Fabiani** - Presidente do IDIS
- **Rafael Cervone Netto** - 3º Vice Presidente (FIESP/CIESP)
- **Ruy Shiozawa** - CEO do GPTW Brasil
- **Vandré Brilhante** - Presidente do CIEDS
- **VanDyck Silveira** - CEO da Trevisan Escola de Negócios

Uma grande surpresa

De fato, o Instituto de Ética nos Negócios vem há uma década reconhecendo, destacando, promovendo, difundindo e premiando as "melhores práticas" da Atuação Responsável Empresarial, servindo de exemplo e motivação para que as demais empresas em atuação no país sigam os passos virtuosos e vitoriosos das empresas finalistas as quais conduzem seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta.

Mas, a cerimônia do Prêmio Ética nos Negócios teria uma grande surpresa que você conhecerá ao longo desta edição especial da Revista Ética nos Negócios.

Empresas Finalistas 2020

cielo
CLARIOS
COPASA
dasa
NUTRILITE
oi
Softys
INOVANDO PARA O SEU CUIDADO
UNIGEL

PRÊMIO

CATEGORIA

Resposabilidade Social

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

EMPRESAS FINALISTAS

Webinars: Melhores Práticas durante a pandemia da Covid-19

Programa Engajar para Transformar
Sistema IDS: Sistema de Informações de Desenvolvimento Social

Doação da Dasa para o combate à Covid-19: Processamento de exames para a populaçao

Ações de Combate a Pandemia
Little Bits

Produção de máscaras cirúrgicas para doação aos serviços públicos de saúde

Enfrentando o novo Coronavírus

Clarios é reconhecida por projeto de webinars durante a pandemia

Empresa realizou eventos on-line para aumentar a proximidade com funcionários de sua fábrica instalada em Sorocaba (SP)

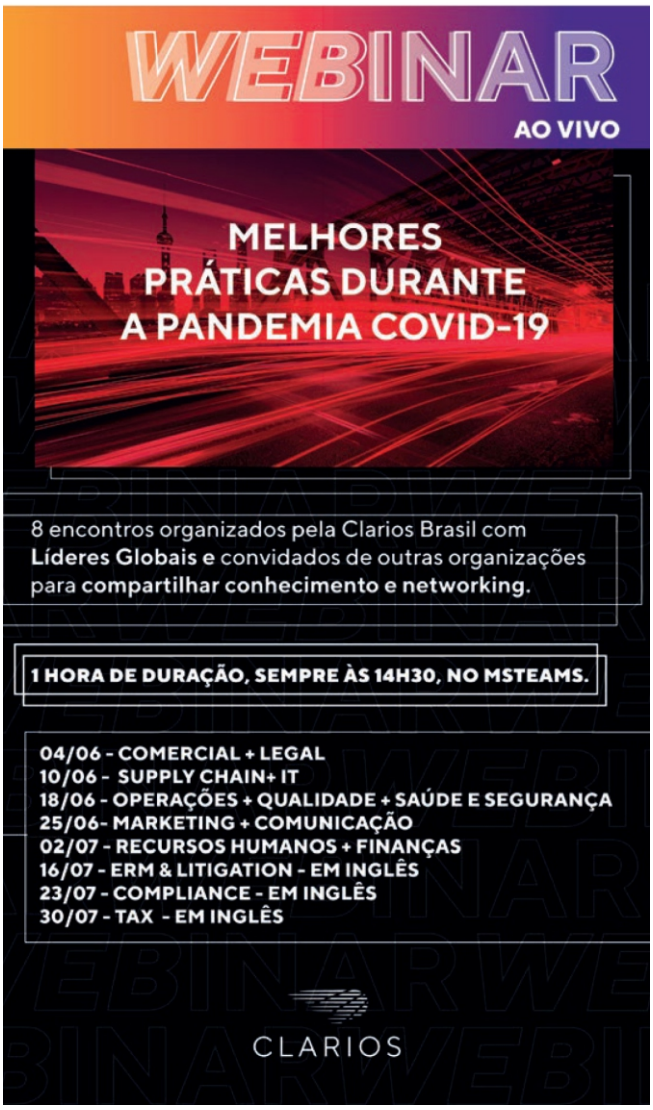
A Clarios é líder mundial em soluções avançadas de armazenamento de energia. Trabalhamos em parceria com nossos clientes do mercado de reposição e de equipamentos originais para atender à crescente demanda do mercado por aplicações mais inteligentes, em escala global. Nossos 16.000 funcionários desenvolvem, fabricam e distribuem um portfólio de tecnologias em baterias para praticamente todos os tipos de veículos. Nossas tecnologias oferecem desempenho de última geração de forma sustentável e trazem confiabilidade, segurança e conforto para a vida cotidiana. Agregamos valor em todos os elos da cadeia de suprimentos, garantindo que até 99% dos materiais de nossas baterias sejam recuperados, reciclados e reutilizados, contribuindo para o progresso das comunidades que atendemos e do planeta que todos compartilhamos. Clarios é uma subsidiária da Brookfield Business Partners.

Ao todo foram realizados dez webinars, reunindo uma audiência de aproximadamente 700 pessoas, tanto da Clarios como do mercado de forma geral.

Esse trabalho foi importante para destacar os valores e boas práticas, envolvendo 52 pessoas diretamente envolvidas nos eventos como produtores e mediadores, além de convidados externos.

Objetivos alcançados

A Clarios conseguiu, com o projeto, alcançar diversos objetivos, que destacam os valores de impacto, benefícios, inovação, potencialidade e motivação, em meio a um momento difícil para todos. Com os *webinars* foi possível disseminar e compartilhar melhores práticas entre as áreas de excelência da Clarios de forma multidisciplinar e colaborativa por meio virtual com impacto interno e externo, além de fortalecer os valores da empresa sobre segurança, transparência, excelência, o poder de realização, proatividade, efi ciência, engajamento, responsabilidade, diversidade e sustentabilidade.



O projeto também trouxe inúmeros benefícios para os funcionários em tempos de pandemia, formando um canal de comunicação que chegasse a todos e disseminasse informações importantes para esse período. Com isso, foi possível manter todos os envolvidos seguros em tempos críticos de pandemia com diretrizes claras de prevenção e conscientização sobre a COVID-19; apoiar e garantir o desenvolvimento de nossos profissionais com novas habilidades e talentos direcionados ao *networking*, compartilha-

mento de boas práticas e produção de eventos por meio virtual; e melhorar a motivação e o clima organizacional em tempos de crise.

O vice-presidente e gerente geral da Clarios no Brasil, Alex Pacheco, ressalta a importância de utilizar o meio digital para se aproximar dos funcionários.

Sobre a Clarios

> **A pandemia da COVID-19 impactou substancialmente todas as atividades da Clarios. Nosso time deparou-se com desafios inéditos e vislumbramos oportunidades de adotar melhores práticas em diversas áreas e processos internos da organização, seguindo um de nossos valores que é nunca nos acomodarmos e sempre buscarmos uma maneira melhor de enfrentar os obstáculos. Com isso, os** webinars **tiveram um papel substancial para atingir esses objetivos.**

Antes Johnson Controls Power Solutions, a Clarios é líder global em soluções de armazenamento de energia, maior fabricante de baterias do Brasil e produtora da marca Heliar, líder entre as montadoras. Em parceria com nossos clientes, buscamos atender a uma demanda cada vez maior por aplicações mais inteligentes, em escala global. Nossos 16 mil funcionários desenvolvem, fabricam e distribuem um portfólio de baterias em constante evolução para praticamente todos os tipos de veículos. Utilizamos tecnologias que oferecem desempenho único e de última geração e trazem ao dia a dia confiança, segurança e conforto. Agregamos valor a cada elo na cadeia de suprimentos, contribuindo para o progresso das comunidades que atendemos e do planeta que compartilhamos.

A Clarios é uma subsidiária da Brookfield Business Partners, uma empresa de serviços comerciais e industriais, focada na propriedade e operação de negócios de alta qualidade.

A Brookfi eld Partners está nas Bolsas de Valores de Nova Iorque e Toronto (NYSE: BBU) (TSX: BBU.UN).

Para mais informações, acesse:
https://bbu.brookfi eld.com.

Saiba mais sobre a Clarios:
www.clarios.com.

CLARIOS

EMPRESA VENCEDORA

Engajar para Transformar: Programa da Copasa que agrega valor ao saneamento e aprimora relacionamentos

A Copasa sabe que suas ações têm forte impacto nas comunidades em que atua, e, ao mesmo tempo, sabe que a própria empresa também é impactada pelas percepções da sociedade. Assim, é preciso estabelecer presença, diálogo e afinidade com as comunidades, visando o interesse comum.

Criado em março de 2020, o Programa Engajar para Transformar objetiva estabelecer e disseminar as diretrizes, os procedimentos, as metodologias de atuação, de monitoramento e de avaliação dos impactos do relacionamento da Copasa com a sociedade.

Dessa forma, a empresa direciona e otimiza os esforços institucionais para o engajamento das partes envolvidas, para garantir a adesão e valorização aos serviços prestados, possibilitar uma excelente experiência com o cliente e aprimorar a reputação da Companhia.

O Programa Engajar para Transformar é composto por projetos específicos, elaborados e desenvolvidos de acordo com os impactos das operações da empresa. De março a outubro, a Copasa já empreendeu 147 projetos nos diferentes municípios mineiros. Em cada projeto, primeiramente, é feito o diagnóstico da situação a ser trabalhada e é definida a área de abrangência das ações de engajamento.

As ações são adaptadas às características das comunidades, levando-se em conta as particularidades, anseios e

perfis socioeconômicos e culturais de cada localidade, além de demandas de órgãos reguladores, Município, Ministério Público, entre outras instituições. Estabelecidas as ações a serem empreendidas, estipulam-se o cronograma das atividades, os compromissos e os resultados pretendidos.

As estratégias de atuação de cada projeto são planejadas a médio e longo prazo, de forma continuada e articulada com os interesses da Companhia e dos atores envolvidos.

Para garantir a sustentabilidade das ações de engajamento, a sociedade e demais partes interessadas são estimuladas a serem atuantes e corresponsáveis pelas iniciativas propostas. Durante a execução dos projetos são feitas reuniões de monitoramento, que contemplam as análises dos resultados e a necessidade de ações corretivas.

O Programa Engajar para Transformar é uma iniciativa em permanente construção coletiva de soluções e estratégias em prol da universalização e sustentabilidade dos serviços de saneamento.

O Programa articula-se com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), principalmente com o ODS 6, que visa assegurar a disponibilidade e a gestão sustentável da água e saneamento para todos.

A Copasa considera o engajamento e a mobilização social como importantes estratégias para conscientizar a população sobre a importância dos serviços de saneamento e contribuir na universalização desses serviços. Além disso, o Engajar para Transformar visa reforçar a responsabilidade social como estratégia do negócio e gerar valor para as partes interessadas: acionistas, clientes, comunidades, empregados, fornecedores, investidores, poder concedente, órgãos de controle e sociedade.

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

Sistema IDS da Copasa: informações de qualidade para fortalecer a Responsabilidade Social

A Copasa sabe da importância da integração, da credibilidade e da transparência das informações no fortalecimento da Responsabilidade Social. Por isso, a empresa desenvolveu o Sistema de Informações de Desenvolvimento Social – IDS.

Nesse sistema, as informações relativas às ações de Responsabilidade Social são cadastradas de forma padronizada e organizada, a fim de subsidiar a gestão e o aprimoramento das ações desenvolvidas.

O IDS também apoia a elaboração de ferramentas de gestão da performance da sustentabilidade corporativa, como o Balanço Social - Ibase e o Relatório Sustentabilidade, elaborado anualmente pela própria empresa.

O IDS foi desenvolvido em 2011 pela Superintendência de Telecomunicações e Informática da Copasa, em parceria com a Unidade de Responsabilidade Social.

No sistema podem ser encontradas informações sobre as iniciativas relativas a várias ações e programas em Responsabilidade Social, como voluntariado, educação ambiental, saúde e segurança do trabalho, apoio aos eventos com as comunidades e prevenção à Covid-19.

O usuário do sistema escolhe a iniciativa sobre a qual deseja informações, seleciona a localidade e/ou unidade da Copasa e o período sobre o qual precisa de dados. Depois, basta um clique para gerar um relatório com todas as informações contidas nos filtros selecionados.

Assim, de forma ágil e precisa, rapidamente, podem ser obtidas informações para subsidiar ações e tomadas de decisão.

Foi assim que a Copasa conseguiu interligar as ações em todo seu território de atuação, potencializando a base de dados na promoção de troca de experiências, proporcionando a colaboração entre as diversas unidades e empregados.

Com o IDS, as informações e processos relativos à Responsabilidade Social ganharam mais que automação. Agora, as informações estão organizadas, acessíveis a mais pessoas e podem ser obtidas rapidamente.

E, por isso, o sistema faz toda a diferença no engajamento, planejamento e nos processos de tomada de decisão, além de configurar uma ferramenta de *accountability,* ou seja, prestação de contas para as partes interessadas.

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

Dasa doa o processamento de exames diagnósticos aos brasileiros para combater a COVID-19

Iniciativa social da empresa dá origem ao Centro de Diagnóstico Emergencial

A Dasa, líder em medicina diagnóstica no Brasil e na América Latina e quinta maior empresa do setor no mundo, doou recursos humanos e infraestrutura para processamento de até 8 mil exames por dia de RT-PCR para diagnóstico da Covid-19, com operação totalmente dedicada e aporte de expertise na criação e gestão do Centro de Diagnóstico Emergencial (CDE), localizado em Barueri (SP). A mobilização social contribuiu para incrementar a capacidade de diagnóstico do Coronavírus no Brasil, em uma força-tarefa com o Ministério da Saúde.

O espaço criado pela Dasa possui 1,2 mil m², reúne 82 profissionais da empresa e disponibiliza, além da equipe, a infraestrutura independente da operação da companhia para o processamento dos exames. Já o Ministério da Saúde é responsável por definir a população-alvo e prioritária elegível para realizar o exame e cedeu equipamentos e insumos.

A iniciativa é uma das mais relevantes operações no mundo para diagnosticar a Covid-19 e é um reflexo da crença da companhia: cuidar das pessoas. Os exames doados são do tipo RT-PCR "padrão- -ouro", isto é, metodologia que tem a maior sensibilidade para detectar a infecção pelo SARS-CoV-2. A mobilização da Dasa complementou a capacidade de diagnóstico do Coronavírus no país, atendendo a 25 Estados, mais de 2,5 mil cidades.

Cuidar das pessoas é doar a maior mobilização social do mundo em diagnósticos para COVID-19

Atuando na linha de frente contra a pandemia, colocamos nosso propósito em prática para contribuir com a saúde do Brasil. Implantamos um dos maiores centros de diagnóstico do mundo, 100% dedicado ao processamento de exames de diagnóstico da COVID-19 e já doamos a realização de mais de 1 milhão de exames RT-PCR aos brasileiros. Os exames foram processados gratuitamente pela Dasa, utilizando a nossa expertise para fortalecer o controle e a disseminação do vírus.
Doar é, também, cuidar.

Para saber mais, acesse:

dasa

Criança Bem Nutrida

Vem do Nordeste brasileiro uma iniciativa que tem transformado a infância de 500 mil crianças em 14 países.

Foi na região serrana de Ibiapaba, no interior do Ceará, que o embrião de um projeto da Fazenda Amway Nutrilite do Brasil ganhou corpo e inspirou a matriz a criar uma campanha global, a Power of 5, que deve atender meio milhão de crianças subnutridas em 15 países até o final deste ano.

Trata-se de uma campanha idealizada para despertar a consciência das pessoas sobre a desnutrição infantil, abordando a necessidade de uma nutrição adequada durante os primeiros 5 anos de vida, período crítico para o desenvolvimento do cérebro e do corpo.

Em todo o mundo, a Power of 5 trabalha com organizações não-governamentais e grupos humanitários para distribuir Nutrilite Little Bits como parte de programas de combate à fome.

O Nutrilite Litte Bits é um suplemento à base de plantas que reúne 15 vitaminas e minerais especialmente formulados para as necessidades de crianças com 6 meses a 5 anos de idade.

O objetivo da campanha é criar mudanças comportamentais sustentáveis que beneficiem famílias inteiras, além das crianças desnutridas.

Além de Nutrilite Little Bits, isto requer educação sobre saúde, nutrição e o treinamento de habilidades para ajudar a impulsionar o desenvolvimento socioeconômico dessas famílias. E tudo começou com o reforço alimentar proporcionado pelo Nutrilite Little Bits a 150 crianças do Assentamento de Valparaíso, em Tiangá, a cerca de 10 quilômetros da Fazenda. Era 2015, e a escola ainda usava a multimistura, da Pastoral da Criança.

Desde 2012, essa farinha composta por 70% de farelos de arroz ou trigo, 15% de pó de folhas de mandioca e 15% de pó de sementes (gergelim ou abóbora) era tida como o carro-chefe da Pastoral, braço social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

"Na verdade, a gente fazia com o que tinha a mão, sem nenhum balanceamento", conta a coordenadora do

Assentamento, Maria José da Silva, a Marisete. O Little Bits, por sua vez, é a medida justa para crianças desnutridas.

Como líder em nutrição, a Amway desenvolveu um produto específico para essa situação. Quando tomado diariamente, o suplemento ajuda essas crianças a obter os nutrientes de que precisam para crescerem saudáveis. Não à toa, a Organização das Nações Unidas (ONU) chamou atenção para o problema ao lançar o programa "Década de Ação para a Nutrição (2016-2025)", para a grande transição epidemiológica e nutricional pelo qual passa o mundo.

Trata-se de um cenário alarmante: 800 milhões de pessoas permanecem cronicamente subalimentadas e mais de 2 bilhões sofrem de deficiências de micronutrientes. Ao mesmo tempo, 1,9 bilhão de pessoas estão acima do peso e 600 milhões são obesas. Os dados são da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO). O Brasil não escapa destas estatísticas. Um em cada dez brasileiros sofre de desnutrição. E o problema começa já nos primeiros anos de vida.

Caso de Adrielle, a caçula de 4 filhos de Adriana Nascimento da Silva, de 28 anos. Hoje com 5 anos - e prestes a sair do programa -, a menina já nasceu com anemia. "Não foi só a vida deles que mudou, mas a da família toda", conta Adriana. "Junto com o pozinho mágico veio a reeducação alimentar e uma aproximação com a escola".

Adrielle é a segunda a passar pelo programa. Anteriormente, João Pedro, hoje com 8 anos, também recebeu o "pozinho mágico", como eles chamam.

O suplemento é administrado na merenda escolar durante a semana. E, nos finais de semana, é levado para casa, o que motivou a caçula a aderir ao programa.

Hoje, seis escolas são atendidas, num total de 450 crianças entre 2 e 5 anos de idade. Elas recebem acompanhamento mensal, com aferições de peso, altura e perímetro cefálico, métricas seguidas pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Aqui no Brasil, a própria empresa faz a gestão do projeto. A metodologia deu tão certo que a Fazenda da Nutrilite – México - se inspirou no modelo brasileiro. O projeto também foi premiado em 2018, durante o Encontro Sul-Americano de Recursos Humanos, dentro da categoria de Responsabilidade Social.

NUTRILITE™

EMPRESA VENCEDORA

Softys combate o coronavírus com produção e doação de mais de 3 milhões de máscaras cirúrgicas

No início da pandemia, a Softys Brasil, subsidiária do Grupo CMPC que é líder no País e na América Latina na fabricação e comercialização de produtos de higiene e cuidados pessoais de marcas como Elite, Kitchen e Babysec, entre outras, teve dificuldade de adquirir máscaras cirúrgicas para seus colaboradores e prestadores de serviços. A companhia agiu rapidamente, comprou equipamentos e passou a produzir esse que é um dos itens mais importantes para a proteção das pessoas e combate à COVID-19.

A Softys destinou uma parcela da produção para o uso e os cuidados de seus próprios colaboradores e prestadores de serviços, mas a maior parte dos primeiros lotes produzidos seguiram para doação, totalizando mais de três milhões de máscaras cirúrgicas destinadas aos serviços públicos de saúde de São Paulo, Paraná, Rio Grande do Sul e Pernambuco, onde estão localizadas as unidades industriais da Softys e da CMPC no Brasil.

« A solidariedade nos move e cuidar da saúde das pessoas é a nossa motivação. Entendemos que nosso propósito vai muito além de fabricar produtos de higiene e cuidados pessoais, com ações eficazes e que ajudem efetivamente no combate à pandemia, como a produção e doação de máscaras cirúrgicas no Brasil e em outros quatro países. »

Luis Delfim, diretor geral da Softys no Brasil

Softys
INOVANDO PARA O SEU CUIDADO

EMPRESA VENCEDORA

Nosso objetivo é cuidar de você

A **Softys Brasil,** subsidiária do **Grupo CMPC** que é líder no País e na América Latina na fabricação e comercialização de produtos de higiene e cuidados pessoais inovou este ano com a **fabricação de máscaras em cinco países,** para assim podermos contribuir no combate à atual pandemia.

No Brasil, entregamos gratuitamente **3 milhões de máscaras** às autoridades de saúde, como parte do **nosso compromisso** de doar 15 milhões de máscaras na América Latina.
Porque a solidariedade nos move. Cuidar da sua saúde nos motiva.

#SoftysCuidadeVocê

Softys®
INOVANDO PARA O SEU CUIDADO
Uma empresa **cmpc**.

Elite PROFESSIONAL · Elite · Kitchen · Sublime · Babysec · Ladysoft · Cotidian

Unigel é destaque em ações de prevenção e combate à Covid-19

Com a chegada da pandemia, a Unigel desenvolveu diversas ações para enfrentar a disseminação do novo coronavírus.

Rigorosos protocolos internos foram estabelecidos, em que máscaras e álcool gel passaram a ser itens obrigatórios, assim como o distanciamento social, a higienização dos ambientes de trabalho e a aferição da temperatura dos trabalhadores.

Um plano amplo de conscientização foi estabelecido, além da criação de um canal de comunicação para casos suspeitos da doença e o fornecimento de exames de detecção da COVID-19.

Buscando reduzir os impactos sociais causados pela pandemia, a Unigel também realizou diversas doações. Dentre elas, produtos de fabricação própria, como Metacrilato de Metila, transformado em cúpulas incubadoras; o Poliestireno, transformado em materiais descartáveis; e Chapas acrílicas, para barreiras de proteção. Além disso, respiradores hospitalares e itens essenciais como cestas básicas e testes rápidos para COVID-19 também foram fornecidos. Os principais beneficiados foram hospitais, governos, escolas e comunidades carentes.

Não obstante, a Companhia reativou três unidades de produção de chapas acrílicas em Candeias/BA, gerando novos empregos e fomentando o desenvolvimento econômico da região. As chapas tornaram-se fundamentais na retomada das atividades econômicas durante a pandemia, sendo utilizadas como barreiras de proteção para caixas de supermercados, lojas e escritórios, dentre outros, além da confecção de incubadoras hospitalares.

Evento de doação de 1.500 cúpulas de intubação para a cidade de São Paulo, com participação do Diretor-Geral de Operações Comerciais da Unigel Wendel Souza, Secretário de Saúde Edson Aparecido, Vereador Rodrigo Goulart, proprietária da empresa parceira Cristal e Cores Gabriela Dias; o evento também contou com a participação do prefeito de São Paulo, Bruno Covas, via videoconferência.

Uma das ações de doação de alimentos realizadas na comunidade de Candeias/BA, onde a Unigel mantém duas instituições de ensino.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

UNIGEL

ATUAÇÃO RESPONSÁVEL:

Juntos contra a COVID-19

AÇÕES

Responsabilidade Social é um dos pilares da Unigel, que foi realçada ainda mais em uma pandemia sem precedentes.

Para enfrentá-la, desenvolvemos diversas ações para garantir a segurança de nossos colaboradores e seus familiares, sem nos esquecermos de nosso compromisso com a sociedade.

+ DE R$ 1,3 MILHÃO DOADOS

+ **DE 40.000** KG DE MATERIAIS DO PORTFÓLIO

+ **DE 2 MILHÕES** DE COPOS DESCARTÁVEIS PARA HOSPITAIS

+ **DE 200 MIL** EMBALAGENS ALIMENTÍCIAS

+ **DE 6 MIL** CÚPULAS DE INTUBAÇÃO

• CHAPAS ACRÍLICAS PARA HOSPITAIS E CENTRO CULTURAL

+ **DE 13.000 KG** DE ALIMENTOS

+ RESPIRADORES E TESTES RÁPIDOS

+ RETOMADA DE 3 UNIDADES DE CHAPAS ACRÍLICAS

MINERAÇÃO | FERTILIZANTES | ESTIRÊNICOS | ACRÍLICOS | LÁTEX

Conheça uma das maiores indústrias petroquímicas da América Latina em: www.unigel.com.br

@grupounigel

linkedin.com/company/unigel

PRÊMIO

CATEGORIA

Ética e Compliance

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

EMPRESAS FINALISTAS

Fomentar o elemento "Conscientização e Aculturamento" do Programa Cielo de Conformidade

Líderes de Conformidade

Comprometimento no Combate à Covid-19

Programa de Conformidade capacita 3.500 colaboradores em todo o Brasil

Companhia personaliza trilha educativa em formato dinâmico para reforçar compromisso ético com a sociedade.

Garantir que colaboradores observem as leis e regulamentos nos seus afazeres é missão de qualquer empresa ética.

A Cielo - líder em pagamentos eletrônicos no Brasil e que conta com um quadro de 3,5 mil colaboradores distribuídos por todo o país – lançou mão da tecnologia e criatividade para cumprir tal desafio. Concebida em três meses, a Trilha de Treinamentos Regulatórios engloba o conteúdo necessário de forma leve e didática.

A fim de permitir a assimilação mais fácil por parte dos colaboradores, a trilha utiliza testes de conhecimento personalizados para os negócios por meio de simulações de situações práticas das rotinas dos funcionários.

O colaborador, dessa forma, deixa de ser um mero aluno ou espectador para se transformar em verdadeiro participante do treinamento.

Na avaliação de Marcelo Toniolo, Diretor Estatutário de Riscos, *Compliance*, Prevenção e Segurança da Cielo, a trilha de treinamentos anterior não cativava os colaboradores por ter formato estático.

> **« Além de atender as exigências regulatórias, o programa atual foca na compreensão do conteúdo; e isso só é possível porque a companhia se esforçou em facilitar a comunicação. Trata-se de um grande avanço que será notado por todos aqueles que se relacionam com a companhia. »**
>
> Marcelo Toniolo
> Diretor Estatutário de Riscos

A trilha de treinamentos contempla seis módulos: Código de Conduta Ética; Anticorrupção; Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento ao Terrorismo, Segurança da Informação e Cibernética, Negociação de Ações da Cielo e Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Integridade, ética e transparência. Com você, na luta de todo dia_

A Cielo é finalista do Prêmio Ética nos Negócios 2020, com o projeto desenvolvido pela nossa equipe de Riscos, Compliance, Prevenção e Segurança. Por isso, temos orgulho de dividir a indicação com todos os nossos colaboradores. Juntos construímos nossos valores, que são reconhecidos por milhares de negócios brasileiros na luta de todo dia.

cielo.com.br

cielo

Com você, na luta de todo dia.

Líderes de Conformidade da Copasa disseminam integridade e ética no trabalho

Para disseminar a cultura de integridade e de controles internos, a Copasa criou, em 2018, o Programa Líderes de Conformidade.

Esse programa consiste em preparar líderes nas diversas unidades da empresa, para ministrarem treinamentos sobre conformidade e riscos, orientarem os colaboradores sobre questões éticas e, principalmente, serem coerentes com os valores que disseminam. Essa iniciativa contribui para a adesão dos colaboradores às normas e à legislação vigente, especialmente àquelas relacionadas ao combate à corrupção, tornando o ambiente corporativo cada vez mais íntegro, ético e transparente. O Programa Líderes de Conformidade é gerenciado pela Unidade de Serviço de *Compliance* e Controles Internos (USCI).

Atualmente, a iniciativa conta com 64 líderes de conformidade, que ficam em vários municípios onde a Copasa possui concessão, e com três colaboradores da área de *compliance*, que dão suporte ao programa. O investimento anual gira em torno de R$ 264 mil, sendo que os primeiros resultados já podem ser percebidos.

Em 2019, a adesão dos colaboradores à política anticorrupção na Copasa foi de 99,8%, e, na Copanor, alcançou 99,1%. Essa adesão é feita por meio do sistema informatizado denominado Sistema *Compliance*. Outro resultado percebido foi o aumento de mais de 100% no número de denúncias no canal de linha ética (canal de denúncia) no ano de 2019, comparado com 2018. Na Copanor, o aumento ficou em torno de 50%. O canal de linha ética é atualmente um importante instrumento de integridade, pois permite que irregularidades desscobertas e sanadas.

Esses resultados refletem o empenho dos líderes de conformidade na disseminação de uma cultura de integridade na Companhia.

Ressalta-se que os líderes de conformidade trabalham de forma matricial, dedicando-se às suas rotinas operacionais e à disseminação de uma cultura de integridade. Para ser um líder de conformidade, o colaborador convidado deve cumprir alguns critérios, como ser uma pessoa respeitada pela equipe, ter um comportamento ético, bom relacionamento interpessoal e ter facilidade para tratar com questões delicadas. Acrescente-se: ser carismático, paciente, disciplinado, e, principalmente, ter a capacidade de influenciar positivamente os colegas.

Além disso, o colaborador indicado a líder deve ser hábil, discreto, confiável, comunicativo, sigiloso e ter a capacidade de transmitir conhecimentos. É necessário, ainda, não ter sofrido advertência escrita nos últimos nove meses; suspensão de até uma semana nos últimos 12 meses; suspensão superior a uma semana nos últimos 24 meses ou sanção ética nos últimos 12 meses.

Anualmente, a prática do programa é aperfeiçoada por meio de workshops organizados pela USCI, que identificam, em conjunto com os líderes, oportunidades de melhoria.

No ano passado, os principais fornecedores identificados em cada unidade da Companhia foram incluídos nos treinamentos de integridade, ministrados pelos líderes de conformidade. Essa capacitação amplia a discussão sobre ética para toda a cadeia de valor da Companhia.

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

A pessoa mais importante no combate à COVID-19 é você.

Mude algumas atitudes:

- Use máscara a todo momento.
- Evite tocar seu rosto.
- Mantenha distância de pelo menos 1,5 metros.
- Evite espaços cheios.
- Evite contato físico com outras pessoas.
- Não compartilhe objetos.
- Lave as mãos constantemente.
- Cubra a boca e nariz com o braço ao espirrar.

E lembre-se: ao sentir algum sintoma da COVID-19, avise sua equipe, procure um médico e evite sair de casa.

A saúde de todos é responsabilidade de cada um. Cuide-se.

COPASA

MINAS GERAIS GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE.

Oi inova para manter seu time seguro

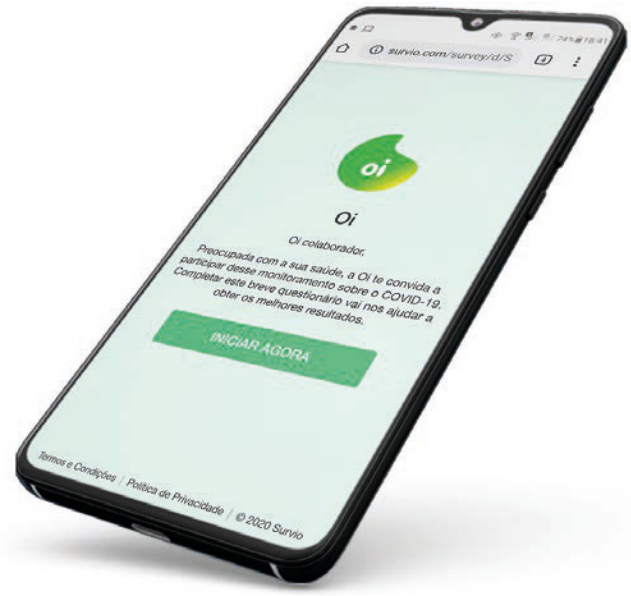
Se a pandemia impôs dificuldades inéditas para as empresas, o setor de telecomunicações teve desafios extras para garantir que a vida continuasse à distância.

Presente em todas as regiões do Brasil, a Oi criou um plano de contingência capaz de manter e até mesmo melhorar o desempenho de sua infraestrutura, preservando seu maior ativo: os colaboradores.

Com cerca de 80% da sua força de trabalho em *home office*, a companhia aplicou seu Sistema de Gestão de Riscos e adotou um imediato plano de contingência.

Além dos esforços para garantir a saúde, segurança e bem-estar dos colaboradores, a companhia também investiu na comunicação como importante ferramenta para o período. Assim, sistematizou canais de informação para combate a boatos e *fake news* sobre o novo coronavírus, com foco na transparência, e aprimorou seus canais de comunicação direta, oferecendo novos conteúdos e monitorando a saúde dos colaboradores.

Em menos de 48 horas, criou um sistema de atendimento remoto entre os funcionários e profissionais de saúde. O canal já recebeu 260 mil reportes e viabilizou mais de 16 mil teleatendimentos com médicos e psicólogos. As mensagens, organizadas em *dashboard*, têm acompanhamento diário para adoção de medidas. ■



> **«Esse cenário desafiador só ampliou a atenção da empresa com seus colaboradores. Passou a ser ainda mais imperativo acolher o profissional e oferecer um espaço seguro para ele se expressar.»**
>
> Paulo Souza Junior
> *Head* de Saúde e Segurança da Oi.

E SE SUA EMPRESA, EM VEZ DE SE ADAPTAR, PUDESSE SE TRANSFORMAR?

SERVIÇOS GERENCIADOS

CLOUD & DATA CENTER

IOT

SEGURANÇA

BIG DATA

COLABORAÇÃO

artplan

O mundo mudou, acelerando o processo de transformação digital e obrigando as empresas a reagirem rapidamente. Daqui pra frente, é preciso seguir nessa nova perspectiva. Oi Soluções traz diversas ferramentas de Telecom e Tecnologia da Informação que possibilitam ao seu negócio entrar de vez nessa realidade.

OI SOLUÇÕES. PORQUE FAZ SENTIDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO SEU NEGÓCIO.

CONSULTE SEU EXECUTIVO DE NEGÓCIOS.
oisolucoes.com.br

PRÊMIO

CATEGORIA

Comunicação e Transparência

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

EMPRESAS FINALISTAS

CLARIOS

Gerenciamento de Risco e Suporte Estratégico a Rede Heliar durante a Pandemia da Covid-19

COPASA

Copasa em Ação: Todos contra o Coronavírus

Excelência da Clarios no auxílio à rede de distribuição é reconhecida pelo Instituto Ética nos Negócios

Empresa ofereceu apoio aos seus parceiros durante a pandemia para evitar desabastecimento do mercado de baterias.

A pandemia trouxe desafios para o setor de baterias. No entanto, a Clarios, líder global em soluções para armazenamento de energia, maior fabricante de baterias do Brasil e produtora das baterias Heliar, principal fornecedora das montadoras, promoveu ações que a aproximaram mais de sua rede de distribuição e garantiu bons resultados, mesmo em tempos de crise.

Isso fez com que a empresa recebesse reconhecimento do Instituto Ética dos Negócios pelas boas práticas nessa área durante o período de isolamento social.

A Clarios se destacou pelo trabalho de gerenciamento de risco e suporte estratégico à rede de distribuição. A proximidade com os distribuidores foi essencial para garantir o fornecimento das baterias o mercado.

A Clarios realizou reuniões constantes com os clientes da rede nas cinco regiões do Brasil para oferecer suporte comercial, logístico e jurídico por conta do isolamento.

Apesar de não serem expressamente listadas como essenciais, as baterias (automotivas e estacionárias) são insumos utilizados em ambulâncias, viaturas, motocicletas de entrega, caminhões de bombeiros, equipamentos hospitalares, sistemas de telecomunicações, supermercados e instituições financeiras, dentre outros. Dessa forma, se mostram como itens indispensáveis à prestação de diversos serviços essenciais.

Com o avanço da pandemia, diversos municípios expediram decretos administrativos de *lockdown*, o que impossibilitava a livre circulação e comercialização de produtos e serviços.

Nesse momento, a Clarios deu uma resposta rápida ao apoiar os clientes da Rede Heliar com informações acerca da legislação aplicável, contendo um compilado das hipóteses de exceção ao *lockdown*, detalhes sobre as sanções administrativas previstas na lei e cenário de ocupação de leitos de UTI. Juntamente com esse material explicativo, foram enviados dois documentos de suporte para a livre circulação de produtos, serviços e pessoas: "Carta Essencialidade" e "Carta Emprego".

A Carta Essencialidade foi disponibilizada para que os clientes pudessem fixá-la em seus estabelecimentos de venda e apresentá-la em possíveis fiscalizações como comprovação da essencialidade das baterias, ou ainda afixado à nota fiscal quando do transporte de carga.

Já a Carta Emprego foi disponibilizada aos funcionários da Rede Heliar e/ou dos pontos de venda, para que pudessem se locomover de suas casas ao trabalho.

Por conta dessas ações, toda a Rede Heliar ficou amparada para circular e vender os seus produtos, mesmo no momento de extrema limitação de lockdown.

As ações da Clarios neste período permitiram um ganho de participação de mercado, aumento de novos clientes e resultaram em um incremento de suas vendas.

Ações sociais

Além de todo esse empenho para garantir o funcionamento do mercado, mesmo em tempos de pandemia, a Clarios realizou ações sociais, com o apoio da rede de distribuição, para poder auxiliar as pessoas que estavam passando por necessidade.

Foram fornecidas 56 mil máscaras de proteção para os trabalhadores dos pontos de vendas, além da doação de 30 toneladas de alimentos, que foram destinados às famílias detectadas pela rede de distribuição.

Saiba mais em www.clarios.com.

«No começo do ano, não fazíamos ideia do que estava por vir por conta da pandemia. Porém, conseguimos realizar, de forma rápida e eficiente, ações que ajudaram a reverter e retardar as consequências da COVID-19 em nossos negócios. Foi um trabalho de sucesso de nossas equipes, que evitou as reduções ou desabastecimento de nossos clientes.»

Alex Pacheco
Vice-presidente e Gerente Geral
da Clarios no Brasil

CLARIOS

EMPRESA VENCEDORA

Com investimentos em comunicação, Copasa protege a população mineira da Covid-19

Com a implantação de um processo de comunicação dinâmico, a Copasa conseguiu manter os colaboradores e o público externo com informações reais, confiáveis e úteis para o enfretamento da Covid-19. Por meio do Projeto Comunicação para Enfrentamento da Pandemia do Coronavírus - Covid-19, a Companhia impediu a disseminação de fake news no ambiente de trabalho, beneficiando 11.500 empregados e a população dos municípios atendidos, que ultrapassa 11,6 milhões de pessoas em todo o estado de Minas Gerais.

O primeiro passo do programa foi a criação do Comitê Interno Covid-19 - Interdisciplinar que promoveu, com agilidade, a tomada de decisões e adoção de medidas desde o início da pandemia. Com uma equipe multidisciplinar, as decisões do Comitê Interno são automaticamente comunicadas.

Além disso, a Copasa adotou todas as iniciativas de segurança e higienização recomendadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS) dentro de suas instalações, implantou o teletrabalho e criou canais de informação diretos para os seus colaboradores e os usuários de seus serviços.

Estão sendo usados os canais de e-mail marketing, *cards* de WhatsApp, filmetes, apresentações em animação, redes sociais, além da intranet corporativa.

Cerca de 30 colaboradores participaram diretamente do Projeto Comunicação para enfrentamento da pandemia do Coronavírus - Covid-19.

Os assuntos tratados vão desde a higienização das mãos até a importância do uso de máscaras e da manutenção do distanciamento de segurança.

Todas as decisões da empresa são disponibilizadas de forma educativa e explicativa, como, por exemplo o funcionamento dos restaurantes e sanitários.

Outra ação importante do programa é a divulgação de dicas para os colaboradores que abordam temas como o uso e durabilidade das máscaras, o uso de elevadores e o respeito aos protocolos de segurança para o retorno aos locais de trabalho.

Em outra frente de trabalho, a Copasa implantou 104 pias públicas nas cidades que possui concessão e promoveu a modernização emergencial dos canais de atendimento virtuais. Mesmo tendo como única fonte de receita a tarifa paga pelos clientes, a Copasa suspendeu os cortes do fornecimento de água e estabeleceu novas formas de negociação diferenciadas para os inadimplentes.

A Copasa, por meio do Projeto Comunicação para enfrentamento da pandemia do Coronavírus - Covid-19, mantém contato direto com seus clientes.

Entre as ações de comunicação voltadas par eles estão a de esclarecimento, educação e dicas. A empresa ensinou à população a autoleitura de hidrômetros e manteve a campanha do uso consciente da água.

Foram produzidas 205 peças de comunicação, incluindo a dos lavatórios que estão sendo muito usados pelas comunidades nos municípios atendidos pelos serviços de tratamento de água e esgoto.

Para o público interno/empregados foram elaborados: quarenta e dois comunicados enviados via Intranet e e-mails mkt, trinta e nove modelos de *cards* para divulgação pelas redes sociais e whatsapp, dez modelos de cartazes abordando vários temas, cinco cartilhas institucionais e doze de totens informativos.

Para o público externo foram criados cinco modelos de *cards*, sete de cartazes, um banner, duas faixas e uma mala direta que foram disseminados em todo o estado.

Para as redes sociais foram criados cinquenta e seis *posts*. A retomada do trabalho presencial e a reabertura das agências da Companhia também receberam uma comunicação detalhada e padronizada para todo o estado por meio do programa.

NUTRILITE™
Exclusively from Amway

FAZER BEM
DEPENDE DE ONDE VEM.

Rastreabilidade

A rastreabilidade dos ingredientes possibilita saber de onde vêm os suplementos que você consome.
Sabemos que o mais importante é a sua saúde e a da sua família, por isto acreditamos ser fundamental que você saiba não só de onde vêm os suplementos, mas como eles são produzidos, etapa a etapa, até chegar a você.

Saiba mais e acompanhe

/NUTRILITE_BRASIL

APONTE A CÂMERA E ACESSE O PORTAL

PUREZA • SEGURANÇA • EFICÁCIA

PRÊMIO

CATEGORIA

Meio Ambiente

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

MENÇÃO HONROSA

Pró Mananciais: Programa Socioambiental de Proteção e Recuperação de Mananciais

Chuá Socioambiental: Programa de Educação Ambiental com Ênfase no Público Escolar

Com investimentos de mais de R$ 37 milhões no Pró-Mananciais, Copasa protege e recupera microbacias em Minas Gerais

Programa promoveu várias ações, entre elas, mais de 1,152 milhão de metros de cercamento de APP e o plantio de mais de 470 mil mudas nativas.

Com investimentos de mais de R$ 37 milhões no Programa Socioambiental de Proteção e Recuperação de Mananciais (Pró-Mananciais), a Copasa protege e recupera as microbacias hidrográficas e as áreas de recarga dos aquíferos dos mananciais, que servem para a captação dos sistemas de abastecimento público de Minas Gerais.

Por meio da mobilização das comunidades e do estabelecimento de parcerias, as ações do programa visam a melhoria da qualidade e da quantidade das águas, favorecendo a sustentabilidade ambiental, econômica e social nos 224 municípios que participam do programa.

A iniciativa e os investimentos possibilitaram várias ações, entre elas mais de 1,152 milhão de metros de cercamento de Áreas de Proteção Permanente (APP) e o plantio de mais de 470 mil mudas nativas.

O Pró-Mananciais integra o compromisso da Copasa com a responsabilidade socioambiental e o desenvolvimento sustentável beneficiando milhões de pessoas. O crescimento do Pró-Mananciais é estimado em 30 municípios por ano e o objetivo é que todas as cidades operadas pela Copasa tenham uma microbacia contemplada.

A escolha dos mananciais a serem contemplados é estabelecida pelos critérios de escassez hídrica sofrida nos últimos anos; população abastecida; iniciativas de recuperação/proteção existentes no município; qualidade da água captada; situação ambiental da bacia e o tipo de captação.

Para que seus valores e princípios sejam incorporados por todos os envolvidos, a disseminação do Pró-Mananciais é realizada por meio de eventos informativos/formativos e de mobilização social. Após a identificação de entidades

presentes no território selecionado e de mobilização junto à comunidade, é formado o Coletivo Local de Meio Ambiente (Colmeia).

O Colmeia participa das etapas de diagnóstico, planejamento, construção e acompanhamento do plano de ações a serem desenvolvidas na microbacia escolhida. Para que isso aconteça é utilizada a metodologia das Oficinas do Futuro, baseada no programa Cultivando Água Boa da Itaipu Binacional.

Prioridades

A partir das oficinas, as ações são priorizadas, discutidas e referendadas pelo Colmeia seguindo um "cardápio de ações", proposto pela Copasa.

As sugestões dos parceiros integrantes (poder público e comunidade) podem ser incluídas no plano de ação, de forma participativa e com a responsabilidade compartilhada.

As parcerias são feitas por meio de contratos/convênios com entidades locais para execução das ações e projetos.

Busca-se o envolvimento de entidades de ensino superior e técnico, públicas e privadas, nas etapas de implementação do programa, visando a disseminação e o desenvolvimento do conhecimento científico.

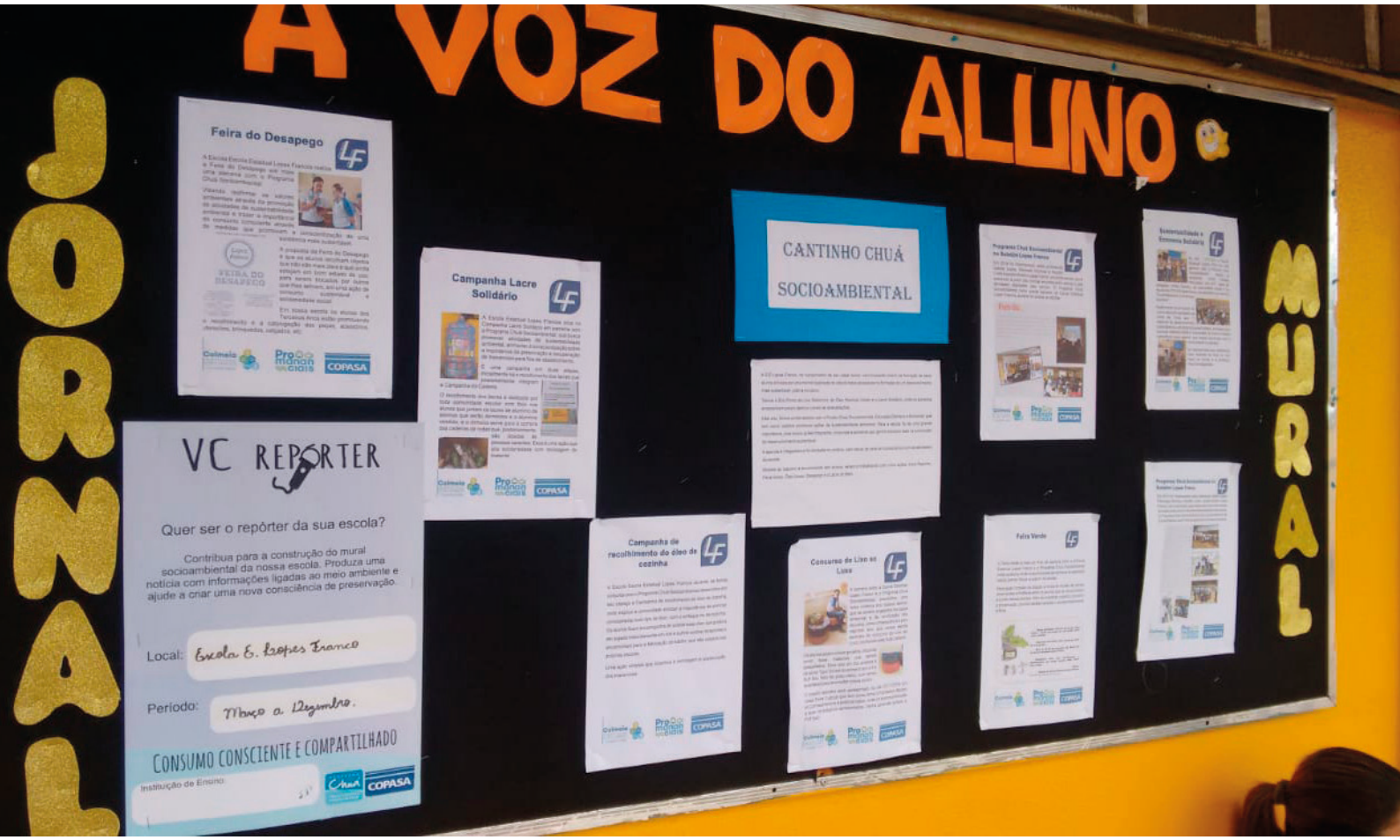
Os relatórios de acompanhamento do Pró-Mananciais são produzidos trimestralmente com registro fotográfico. Eles contêm as atividades previstas e realizadas no plano de ações de cada microbacia.

Finalizado o ano, a Copasa elabora o relatório anual do Pró-Mananciais, que é encaminhado para a Agência Reguladora de Serviços de Abastecimento de Água e de Esgotamento Sanitário do Estado de Minas Gerais (Arsae-MG).

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

Chuá Socioambiental inova e mobiliza estudantes para defender e proteger os mananciais de água



Para promover educação ambiental com enfoque na importância da preservação de mananciais, a Copasa fortaleceu em 2017, o Programa Chuá de Educação Sanitária e Ambiental. Esse fortalecimento resultou na criação do Chuá Socioambiental, que mobiliza práticas pedagógicas envolventes e participativas voltadas para estudantes do ensino fundamental em escolas mineiras.

A interação do Chuá Socioambiental junto aos estudantes é pautada em diálogos interativos sobre solidariedade, direito ao acesso à água, à proteção e recuperação de mananciais, economia circular, mudanças climáticas e à escassez da água.

Em parceria com as escolas, o Chuá engloba ações que reforçam o compromisso socioambiental da Copasa, alinhando aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da ONU.

De forma lúdica e, ao mesmo tempo, conectado aos problemas cotidianos da comunidade, promove o engajamento coletivo dos estudantes em torno de um objetivo comum que é entender todos os aspectos ambientais da água que se bebe.

A Gincana Chuá Socioambiental incentiva o entendimento do consumo consciente e compartilhado do Chuá e é vivenciada nas escolas por meio de feiras e campanhas.

A Campanha de recolhimento do óleo usado de cozinha promove a mobilização e o diálogo com os estudantes. Além disso conscientiza sobre os impactos da contaminação desse produto na água e reconhece o potencial de seu reaproveitamento bioenergético e a fabricação de sabão, demonstrando assim, processos de economia circular.

Outra iniciativa é a Campanha da Cadeira, que consiste no recolhimento para posterior doação de lacres de alumínio. Social, ambiental e solidária. Essa ação estimula os estudantes a terem empatia com o próximo e discute os impactos ambientais positivos, ao valorizar o princípio da reciclagem e a redução da exploração da bauxita.

A Feira Verde, mais uma iniciativa da Gincana Chuá Socioambiental que consiste na doação e troca de mudas de plantas ornamentais e frutíferas entre os alunos incentivando o plantio de espécies nativas de cada região. A feira valoriza a preservação e amplia o conhecimento sobre a flora e o bioma local.

Já a Feira do Desapego, ou feira de trocas, trabalha os aspectos do consumo consciente e mostra que todo cidadão é responsável pelo que consome e como realiza o descarte daquilo que não lhe interessa mais.

Como reconhecimento da parceria, a Copasa certifica as escolas com **Selo Chuá: Escola Amiga do Meio Ambiente**. Desde a criação, 150 escolas já receberam o selo.

O Programa Chuá é desenvolvido pela Superintendência de Desenvolvimento Ambiental da Copasa.

Em 2020, devido ao distanciamento social e a suspensão de aulas presenciais nas escolas, um arranjo digital entre a empresa e escolas foi adequado para oportunizar a realização do Chuá Socioambiental. É o Encontro Chuá Virtual da Copasa - Projeto Piloto de Educação Ambiental Cidadã em Tempos de Pandemia.

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

PRÊMIO

CATEGORIA

Diversidade e Inclusão

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

MENÇÃO HONROSA

CLARIOS

Diversidade & Inclusão "Voz e Vez"

Ações de Diversidade & Inclusão colocam a Clarios em destaque por boas práticas empresariais

Empresa possui um grupo, criado em 2017, que desenvolve projetos para ressaltar a importância do respeito a todos os tipos de pessoas

O respeito e valorização à diversidade e inclusão são valores importantes para a Clarios, líder global em soluções de armazenamento de energia, maior fabricante de baterias do Brasil e produtora da marca Heliar, preferida entre as montadoras. A empresa possui o Grupo de Diversidade & Inclusão, criado em 2017, que desenvolve ações para incluir todos os tipos de pessoas em seu quadro de funcionários. E esse projeto recebeu um reconhecimento do Instituto Ética em Negócios.

O Grupo foi criado há três anos e hoje reúne 53 funcionários voluntários, que implementam ações para promover o respeito e integração de vários perfis de colaboradores na empresa. Dentro desse aspecto, a empresa também é signatária da ONU Mulher, entidade que reforça e incentiva ações de diversidade nas empresas. A Clarios foi a primeira a se tornar parceira da entidade na região de Sorocaba (SP), onde está instalada a sua fábrica.

O Grupo Voz & Vez, que faz parte do Diversidade & Inclusão, realizou um censo para mapeamento da diversidade na planta, identificando os públicos que fazem parte das cinco frentes de ação: Mulheres, LGBTQIA+, PCDs, Raças e Etnias e Gerações.

Também promove, constantemente, treinamentos com funcionários sobre o tema, além de eventos e palestras tratando de assuntos como autoconhecimento, autoestima, transformação da mulher, empoderamento feminino, entre outros.

Até o momento, foram investidas mais de 500 horas em treinamentos e ações de Diversidade & inclusão, impactando 1405 funcionários e beneficiando toda a comunidade de Sorocaba.

Contratação de mulheres

O Grupo incentivou, recentemente, a contratação de oito mulheres para atuarem em áreas de produção que, historicamente, contavam somente com homens trabalhando. Também foram admitidas outras quatro mulheres nesses processos seletivos feitos exclusivamente para contratação de pessoas do gênero feminino.

Foi realizada uma análise técnica, junto da equipe de Engenharia de Produção, Medicina, Saúde e Segurança Ocupacional, para fazer uma revisão do escopo de trabalho e das funções de operação. Diante disso, foi viabilizada a admissão dessas mulheres, para ajudar a aumentar a presença feminina na área de produção.

A meta é incluir mulheres em 100% dos processos seletivos até 2021. Atualmente a participação feminina está presente em aproximadamente 85% dos processos.

A Clarios possui, hoje, mais de 1,3 mil funcionários e, desses, 14% são mulheres. Ao todo, são cerca de 200 mulheres que compõem o quadro de funcionários da empresa, que possui um público majoritariamente masculino.

Saiba mais em www.clarios.com

«Nós adotamos a diversidade e inclusão entre nossos funcionários como um valor extremamente importante para a companhia. Isso faz com que a empresa, como um todo, entenda que é necessário saber conviver com todos os tipos de pessoas, para que possamos ter uma cultura de respeito. É um valor que transcende a empresa, pois devemos levar isso para a sociedade também»

Alex Pacheco
Vice-presidente e Gerente Geral
da Clarios no Brasil

CLARIOS

EMPRESA VENCEDORA

PRÊMIO

CATEGORIA

Voluntariado e Cadeia Produtiva

PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS ANOS

MENÇÃO HONROSA

Programa Confia 6%

Confia em 6%: o Imposto de Renda transformado em esperança

O Confia em 6% é o programa da Copasa que promove o exercício da cidadania entre os empregados da empresa, por meio da destinação de 6% do Imposto de Renda devido ao Fundo da Infância e da Adolescência (FIA).

Os recursos são destinados à melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes, mediante projetos nas áreas de educação, saúde, lazer e cultura, aprovados pelos Conselhos Municipais do Direito da Criança e do Adolescente – CMDCA.

Alinhado aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), o Confia em 6% mobiliza a força de trabalho da Copasa em todos os municípios onde a empresa atua.

O Programa existe desde 2005 e estima-se que, em 2019, foram beneficiadas, diretamente, cerca de 6.500 crianças e adolescentes, em todas as regiões de Minas Gerais.

Os empregados da empresa são incentivados a apadrinhar instituições e a destinar parte do seu Imposto de Renda devido ao FIA, nos termos do dispositivo legal contido no Estatuto da Criança e do Adolescente e nas legislações pertinentes aos incentivos fiscais.

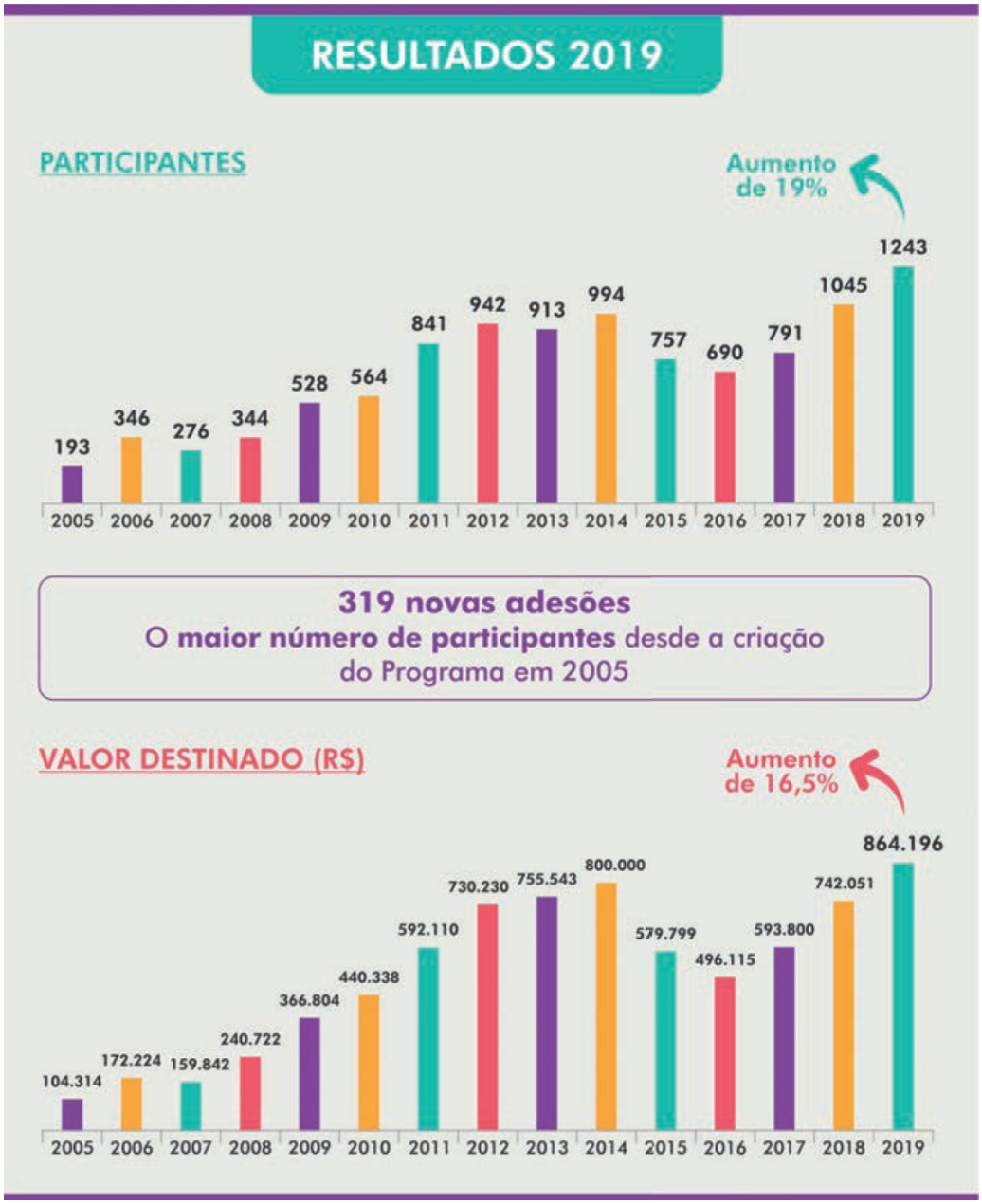
Há, também, a possibilidade de o empregado participar realizando doações, caso não atenda aos requisitos para o benefício fiscal.

O envolvimento dos empregados vem crescendo, visto que cada um pode escolher a instituição para a qual seus recursos serão destinados.

Para uma instituição ser beneficiada, é necessário que tenha a autorização para captar recursos financeiros por meio do FIA, emitida pelo CMDCA.

O valor anual destinado pelo programa às entidades varia de acordo com as contribuições voluntárias dos empregados.

Na imagem a seguir, pode-se observar o número de participantes e os valores arrecadados entre 2005 e 2019, ano este em que se verificou o maior número de participantes e o maior montante destinado ao FIA pelos empregados da Copasa.



Para facilitar a participação dos empregados, a Copasa disponibiliza recursos humanos e tecnológicos; promove campanhas educativas, visando conscientizar os empregados sobre a relevância do Confia em 6% para a sociedade; estabelece parcerias com os CMDCAs e contribui com a disponibilização dos recursos financeiros para o FIA, pois a empresa antecipa a destinação em nome do empregado no mês de dezembro de cada ano, e só desconta o valor na folha de pagamento no ano subsequente, divididos em cinco parcelas.

Os descontos são feitos entre os meses de julho e novembro e o valor destinado ao Confia em 6% retorna aos empregados como restituição do Imposto de Renda ou como dedução do Imposto de Renda a pagar.

O Confia em 6% já é um programa consolidado na empresa e reflete o jeito da Copasa de fazer diferença na sociedade, pois, além de contribuir para a melhoria da qualidade de vida de crianças e adolescentes em situação de risco social, o programa fortalece o espírito de equipe e de cidadania dos empregados, incentivando uma atitude solidária e de responsabilidade social.

COPASA

EMPRESA VENCEDORA

Em 2020, todas as empresas são vencedoras

O ano de 2020 ficará na história e, principalmente, no coração de cada ser humano. A sociedade global viveu algo inimaginável: enfrentar uma pandemia.

Na vida pessoal, todos nós tivemos que nos adaptar a uma quarentena de meses a fio, confinados cada um em seu lar, convivendo apenas em família para cumprir as determinações das autoridades de saúde que se apoiaram nos protocolos formulados por especialistas e cientistas da área.

Os médicos e enfermeiros foram merecidamente reconhecidos como verdadeiros heróis que, de fato, sempre foram. Eles tem enfrentado e combatido a Covid-19, colocando em risco suas próprias vidas e de seus familiares. Além disso, nossa liberdade de ir e vir, por muito tempo, foi restrita às atividades essenciais, como fazer compras no supermercado e na farmácia.

Os pais e responsáveis pelas crianças e jovens enfrentaram juntos com seus filhos as "aulas remotas" colocadas em prática por educadores que se reinventaram pela paixão de ensinar.

Nossos filhos e netos foram forçados a não sair de casa e o que é ainda pior: não ver os primos e os amiguinhos, os vovós e os titios. Ainda bem que hoje temos a internet e toda a tecnologia que está amenizando a saudade da saudável convivência com quem queremos bem!

Os universitários tiveram que se adaptar ao ensino na modalidade EAD que muitos, até então, torciam o nariz afirmando que as aulas presenciais são muitos mais proveitosas... Doce ilusão!

Os profissionais de todas as áreas também foram obrigados a trabalhar em *home office*, algo que era um grande paradigma no mundo corporativo.

Por causa desta realidade, muitos foram os dissabores que os brasileiros tiveram que enfrentar.

Empresas foram forçadas a baixar suas portas. Milhões perderam seus empregos e sua renda. Só quem já passou por dificuldades financeiras sabe o que é a pressão psico-

lógica que encaramos quando não conseguimos honrar nossas contas e sustentar nossa família com dignidade.

E quem foi agraciado a permanecer em seu emprego, mesmo sendo assombrado diuturnamente pelo fantasma da demissão, tem que erguer as mãos aos céus e agradecer a Deus por esta dádiva.

Na verdade, até este momento, está sendo dificílimo aceitar e conviver com o tal do "novo normal".

Contudo, milhares e milhares de famílias brasileiras estão enlutados sofrendo com a falta de seus entes queridos que sucumbiram pela doença. Não puderam visitar seus familiares internados muito menos se despedir porque eles foram sepultados sem direito a um velório digno. Esta é a parte mais cruel e difícil de enfrentar numa pandemia!

Por todos estes motivos, a diretoria executiva do Instituto Brasileiro da Ética nos Negócios decidiu que todos os projetos finalistas do Prêmio Ética nos Negócios 2020 serão premiados como "vencedores".

O desejo da instituição ao tomar esta atitude é prestar uma singela e merecida homenagem, não apenas aos esforços de todos os brasileiros em cuidar de suas famílias e contribuir com a perenidade de suas empresas, mas também aos cidadãos e cidadãs que ainda tem lágrimas em seus olhos pela perda dos seus queridos.

Parabéns a todas as empresas vencedoras! Seus colaboradores merecem esta honraria por planejar, implementar e desenvolver projetos maravilhosos, inclusive, alguns deles com caráter de enfrentamento ao novo coronavírus e de ajuda da nossa sociedade.

As empresas mais Éticas do Brasil 2020

Em 2020, por conta da pandemia da Covid-19, a diretoria executiva do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, decidiu realizar a cerimônia de divulgação e premiação do reconhecimento As empresas mais Éticas do Brasil 2020, de maneira totalmente virtual. E isso para se respeitar todos os protocolos de saúde e, em especial, não colocar em risco os convidados e representantes das empresas participantes.

Apesar de algumas dificuldades, como a crise econômica brasileira que parece não ter fim, os efeitos nocivos e danosos provocado pela quarentena bem como o pouco interesse das empresas em atuação no Brasil em participar deste reconhecimento, este ano chegamos a 7ª edição.

Sem sombra de dúvida, uma vitória para o Instituto de Ética nos Negócios que vem há mais de 17 anos cumprindo a sua nobre, louvável e exemplar missão: promover a Ética nos Negócios no ambiente empresarial e educacional.

Em 2019, a INVEPAR foi a única participante do reconhecimento As empresas mais Éticas do Brasil. E, por conta disso, realizamos a entrega do troféu e do quadro comemorativo durante a tradicional reunião da companhia: o "Encontro de Líderes".

Este evento aconteceu na cidade maravilhosa, com a presença de gestores e executivos da companhia, no início deste ano.

> **«As empresas que fazem parte das mais Éticas do Brasil estão soletrando o desenvolvimento do caráter corporativo com apenas cinco letras: Ética!" Sim, participar de uma iniciativa que exalta a Ética e o *Compliance* é digno de todo louvor.»**
>
> Douglas Linares Flinto
> Fundador e diretor-presidente
> do Instituto de Ética nos Negócios

Em 2020, a baixa adesão empresarial não pode ofuscar o brilho desta importante iniciativa que, evidentemente, não tem a mínima pretensão de apontar se uma empresa é mais ou menos Ética do que a outra.

Mas, o fato de empresas participarem de uma iniciativa que exalta a Ética e o *Compliance* tem que ser exaltado, pois, estarão influenciando outras empresas a seguir os passos virtuosos e vitoriosos da mais Éticas do Brasil.

O critério de avaliação e validação das informações prestadas pelas empresas participantes são os também inéditos "Indicadores de Gestão da Ética".

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS 17 ANOS

Saiba mais em:
www.ige.org.br e
www.asmaiseticasdobrasil.org.br.

« Este reconhecimento não pode ser uma ferramenta do marketing empresarial, mas sim, um prêmio para ser entregue aos seus *Stakeholders* internos pelo sucesso alcançada na Gestão da Ética e do *Compliance*. »

Douglas Linares Flinto
Fundador e diretor-presidente do Instituto de Ética nos Negócios

Indicadores de Gestão da Ética

Valiosa ferramenta para autoavaliação empresarial

Os Indicadores de Gestão da Ética, ou simplesmente IGE, foram idealizados pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios no início de 2012 e começaram a ganhar forma a partir de um "texto base", elaborado pela Srª Izilda Capeletto (ex-diretora de Ética do Grupo AES Brasil) e pela professora de Ética da FGV/SP, Srª Maria Cecília Coutinho de Arruda.

Em seguida, foi criado um grupo de trabalho (GT), composto por alguns executivos de grandes empresas.

Esse seleto grupo teve a missão de "construir e divulgar indicadores para auxiliar as empresas na autoavaliação de seu estágio na Gestão da Ética, direcionado as ações para as melhores práticas de Ética nos Negócios".

Um ano depois e após várias reuniões do GT, os Indicadores de Gestão da Ética foram finalizados e lançados oficialmente em abril de 2014, durante a cerimônia de divulgação dos resultados da 7ª edição da Pesquisa Código de Ética Corporativo, ocorrida na cidade de São Paulo.

Os IGE são uma valiosa ferramenta de autoavaliação, disponibilizada gratuitamente num site exclusivo.

São nove tópicos com 72 questões relacionadas às "melhores práticas" da Ética & Compliance e, no final do questionário, a empresa saberá em que estágio se encontra (básico, intermediário ou avançado) e a sugestão dos passos a serem dados para que possa galgar os degraus da eficiência e eficácia na Gestão da Ética.

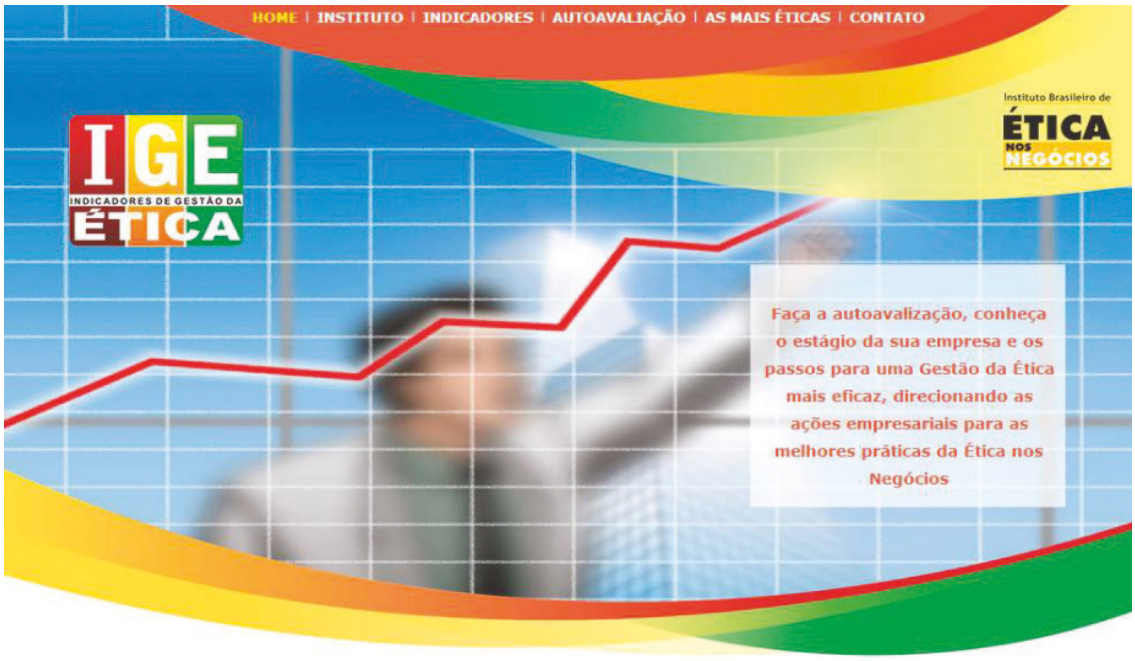
INFOGRÁFIO I: Tópicos e quantidades de questões

	TÓPICO	TOTAL
I	Estrutura do Programa e Surpevisão	05
II	Liderança & Recursos	04
III	Padrões & Processos	07
IV	Administração do Risco & Compliance	06
V	Educação & Treinamento	12
VI	Disciplina & Incentivos	10
VII	Métricas & Monitoramento	18
VIII	Outras Práticas	10

* Os dados referentes ao tópico IX (Identificação da Empresa) não são de preenchimetno obrigatório. Apenas o campo «segmento de mercado» deverá ter a opção devidamente marcada.

INFOGRÁFIO II: Estágio na Gestão da Ética

BÁSICO	INTERMEDIÁRIO	AVANÇADO
A empresa utiliza muito pouco ou praticamente nenhuma ferramenta de Gestão da Ética.	A empresa já dispõe de algumas ferramentas de Gestão da Ética.	Parabéns! A autoavaliação revela que a empresa tem um sistema avançado de Gestão da Ética.
Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá estabelecer um programa a ser implementado gradativamente.	Para atingir a meta de ter uma Gestão da Ética eficaz, esta empresa deverá aperfeiçoar algumas ferramentas existentes e implantar algumas novas.	A empresa atingiu a meta da Gestão da Ética eficaz. Parabéns!.



Acesse o site www.ige.org.br e conheça esta ferramenta.

CFO das Empresas Randon

A Gestão da Ética é fundamental para toda a companhia que se propõe a manter uma relação transparente e íntegra com seus acionistas, clientes, funcionários, fornecedores, governo e sociedade em geral. Isso só se dá por meio de diretrizes bem estabelecidas, compromisso público com o tema, atuação constante na sua execução e sensibilização de todos os públicos sobre a importância do assunto.

Nas Empresas Randon, a Ética é um dos oito princípios que guiam Nosso Jeito de Ser, e isso se reflete em diversas de nossas ações nessa área.

Somos signatários do Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção do Instituto Ethos e possuímos um Código de Conduta Ética que apresenta orientações sobre questões comportamentais envolvendo todas as partes interessadas da companhia.

Nosso Programa de Integridade, chamado de ID Randon, é acompanhado continuamente e, a cada dois meses, tem seus resultados compartilhados em reunião do Comitê de Ética e *Compliance*. Com transparência, avaliamos as ocorrências recebidas pelo nosso Canal de Ética, revisamos nossas políticas e medimos a efetividade do programa.

Além disso, levamos às plataformas de treinamento da companhia um curso *online* sobre nosso Código de Conduta Ética, sensibilizando toda a equipe sobre a importância do assunto e como agir de forma ética em todas as relações.

A Gestão da Ética exige um trabalho constante em diferentes frentes para construir um ambiente organizacional em que todos possam exercer suas atividades pautados pela honestidade, transparência, integridade.

Fotógrafo: Jefferson Bernardes

Paulo Prignolato
CFO das Empresas Randon

Empresas RANDON

NIRIN

A ÉTICA

É o que nos move.

Em cada passo dado, em cada decisão tomada e em cada um de nós, em todos os momentos do dia. A ética é o que nos torna diferentes e, quando presente, nos torna melhores. É o que nos move e nos torna mais compreensivos, empáticos e responsáveis. Mais humanos. Por isso, nós acreditamos nela. Nós a praticamos. Acreditamos na ética porque acreditamos na nossa capacidade de sermos melhores.

Empresas RANDON®

randon.com.br

Prêmio Ética nos Negócios 2021

As empresas interessadas em participar da edição de 2021 do Prêmio Ética nos Negócios deverão inscrever projetos que já estejam em desenvolvimento e as inscrições poderão contemplar uma ou mais iniciativas em quaisquer categorias.

Além disso, poderão ser inscritos projetos de empresas em atuação em todo o território nacional e integrantes de qualquer segmento de mercado.

Os projetos inscritos serão avaliados por uma Comissão Julgadora composta por renomados profissionais. Após o julgamento, as empresas finalistas serão divulgadas ao mercado e trinta dias depois, na cerimônia de entrega do Prêmio Ética nos Negócios, serão conhecidas as empresas vencedoras em cada uma das categorias de premiação.

A partir de maio de 2021, acesse o portal e inscreva a sua empresa: *www.premioeticanosnegocios.org.br*

CRONOGRAMA 2021	
Maio	Início da Inscrições de Pojetos
Agosto	Encerramento das Inscrições
Setembro	Julgamento dos Projeto Inscritos
Outubro	Divulgação das Empresas-finalistas
Novembro	Cerimônia de Premiaçao

CATEGORIAS
Responsabilidade Social
Meio Ambiente
Comunicação e transparência
Voluntariado e Cadeia Produtiva
Sustentabilidade
Ética & Compliance
Diversidade & Inclusão

SUBCATEGORIAS
Franquias
Pequenas e Médias Empresas
Agronegócio

As inscrições para a

11º edição do Prêmio Ética nos Negócios

serão abertas em maio/2021. Participe!

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Empresas Finalistas

Conheça as empresas que foram finalistas nas edições do Prêmio´Ética nos Negócios

Edição 2010

Edição 2011

Edição 2012

Edição 2013

Edição 2014

ALL
AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA

aurora
a hora mais gostosa do dia

AVAYA
The Power of We™

bp

Bristol-Myers Squibb

CAB
ambiental

cocamar
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL

casa do construtor
ALUGUEL ■ EQUIPAMENTOS ■ SOLUÇÕES

CONQUEST
ONE
IT
Staffing
Outsourcing

Eldorado
Brasil

Eletrobras
Distribuição Rondônia

eLOG
Logística integrada.

FIAT

Johnson
Controls

magazineluiza
vem ser feliz

Pif Paf
ALIMENTOS

Roche

sodexo
SERVIÇOS DE QUALIDADE DE VIDA

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.
Unimed
Goiânia

ZF

Edição 2015

Edição 2016

Edição 2017

Edição 2018

Empresas

Iniciativa e Realização