

TEMAS, SUBTEMAS E PRÁTICAS

TEMA	SUBTEMA	PRÁTICA
Direito das Relações de Trabalho	Com relação à associação, sindicalização e negociação coletiva.	P.09) Proporciona liberdade para atuação dos sindicatos no local de trabalho.
		P.10) Reúne-se periodicamente com os sindicatos para ouvir sugestões e negociar reivindicações.
	Com relação à valorização da diversidade e promoção da equidade.	P.11) Mantém programas de promoção da diversidade étnica, sexual e religiosa dentro da empresa.
		P.12) Mantém programas de contratação, capacitação e promoção de mulheres, negros e pessoas com deficiência, visando promover a igualdade de oportunidades.
		P.13) Tem metas claras para reduzir as desigualdades de gênero, raça e em relação a pessoas com deficiência, visando evitar diferenças de salários e benefícios.
	Com relação ao trabalho infantil e ao trabalho forçado.	P.14) Não os utiliza e exige em contrato o mesmo compromisso de toda a sua cadeia de valor (fornecedores, distribuidores, clientes etc).
		P.15) Não os utiliza e desenvolve programas para eliminá-los em toda a sua cadeia de valor.
	Com relação à educação, ao desenvolvimento profissional e à empregabilidade de seus funcionários.	P.16) Mantém programas de alfabetização, de desenvolvimento pessoal e cultural ou capacitação profissional.
		P.17) Mantém programas de educação continuada e de apoio ao desenvolvimento de novas competências, não restritas às funções desempenhadas pelo funcionário.]
	Com relação à remuneração.	P.18) A empresa assegura aos trabalhadores uma remuneração que garanta um nível de vida adequado para eles e suas famílias.
P.19) As políticas de remuneração, benefícios, desenvolvimento e carreira são formalizadas e divulgadas entre os empregados.		
Com relação às condições de trabalho.	P.20) Tem normas e processos visando evitar o assédio moral e sexual.	
	P.21) Garante ao trabalhador terceirizado as mesmas condições de saúde e segurança no trabalho e o acesso a benefícios básicos gozados pelos empregados regulares, como transporte, alimentação, creche, ambulatório, etc.	
Proteção das relações de consumo	Com relação à proteção à saúde e segurança do consumidor ou cliente.	P.22) Adota medidas em relação a seus produtos e/ou serviços que visam minimizar os riscos à saúde e segurança do consumidor ou cliente.
		P.23) Certifica-se de que todos os produtos e/ou serviços que oferece respeitam as normas de segurança e de proteção à saúde do consumidor ou cliente, como as do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro), da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e do Serviço de Inspeção Federal (SIF).
	Com relação ao acesso do consumidor ou cliente a informações adequadas.	P.24) A empresa oferece informações sobre segurança e saúde, bem como outras especificações relevantes sobre seus produtos e/ou serviços, para que o consumidor ou cliente possa fazer sua escolha).
		P.25) As informações oferecidas pela empresa ao cliente ou consumidor incluem os cuidados a serem observados tanto no uso quanto no descarte de seus produtos ou serviços.
		P.26) Oferece ao consumidor ou cliente informações sobre seu relacionamento com os funcionários, a comunidade, os fornecedores e o governo.
	Com relação à educação do consumidor ou cliente para o consumo sustentável.	P.27) Informa o consumidor sobre os impactos ambientais e sociais causados por seus processos de produção e por seus produtos e serviços.
		P.28) Promove programas de informação ou educação do consumidor quanto aos impactos sociais e ambientais relativos a seus hábitos de consumo, em casa, no trabalho, nas compras, no transporte, no lazer etc.
		P.29) Desenvolve campanhas educativas estimulando seus funcionários a escolher produtos ou serviços em razão da responsabilidade social das empresas produtoras.
	Com relação ao direito e ao recurso à reclamação.	P.30) Possui um sistema de relacionamento pós-venda com seus clientes ou consumidores, como serviço de atendimento ao consumidor (SAC), ouvidoria, rede de assistência técnica, customer relationship management (CRM), pesquisas periódicas de satisfação etc.
		P.31) Mantém procedimentos para avaliar a eficácia e a rapidez em resolver demandas de clientes e consumidores.
Com relação ao respeito à privacidade de clientes ou consumidores.	P.32) Utiliza somente dados cadastrais de seus clientes ou consumidores com sua prévia autorização.	
Meio Ambiente	Com relação à gestão de seus impactos ambientais.	P.33) Discute com seus fornecedores os impactos ambientais causados pela obtenção de matérias-primas para seus produtos ou serviços e pelo processo de produção, incentivando-os a reduzi-los.
		P.34) Adota medidas para redução dos impactos ambientais decorrentes da produção, distribuição e consumo de seus produtos e serviços.

TEMAS, SUBTEMAS E PRÁTICAS

	Com relação à emissão de gases de efeito estufa.	P.35) Mantém programas para racionalização e otimização do uso de energia.	
		P.36) Mantém programas para racionalização e otimização do uso da água.	
		P.37) Mantém programa de coleta seletiva de lixo não-industrial.	
		P.38) Mantém programa específico para a redução dessas emissões.	
		P.39) Faz o inventário dessas emissões.	
	Com relação a inovações tecnológicas.	P.40) Investe em novas tecnologias para aumentar a durabilidade de seus produtos.	
		P.41) Investe em novas tecnologias para permitir a reciclagem de seus produtos após o uso.	
		P.42) Investe em novas tecnologias para permitir um processo de produção mais limpo.	
		P.43) Investe no aperfeiçoamento de embalagens, substituindo determinadas matérias-primas por outras menos agressivas ao meio ambiente.	
		P.44) Instituiu e divulgou um código de ética ou conduta, formalizando seus princípios e valores.	
Ética e Transparência	Com relação a valores e princípios éticos.	P.45) Mantém procedimentos para acompanhar o cumprimento do seu código de ética ou conduta por empregados e dirigentes.	
		P.46) Divulga publicamente informações sobre seus princípios éticos e seus resultados econômicos, sociais e ambientais.	
	Com relação à divulgação de informações sobre seu perfil e suas atividades.	P.47) Publica e divulga anualmente seu balanço social ou relatório de sustentabilidade, elaborado ou avaliado com a participação de representantes das partes interessadas.	
		P.48) Tem critérios formais para definir seu financiamento ou apoio a candidatos a cargos públicos.	
	Com relação à participação em campanhas políticas.	P.49) Divulga a cada eleição os valores de suas contribuições para campanhas políticas.	
		Com relação ao combate à corrupção.	P.50) Participa formalmente de iniciativas de combate à corrupção em todas as suas formas (suborno, sonegação, fraude e outras), como, por exemplo, o Pacto Global (Global Compact) e o Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção.
	P.51) Explicita enfaticamente ao público interno sua proibição à prática de corrupção ou propina, ainda que usada em benefício da empresa.		
	P.52) Adota práticas anticorrupção e antipropina em seus processos de compra e de venda.		
	Relacionamento com seus Públicos	Com relação ao desenvolvimento ambiental, social e econômico do país.	P.53) Mantém ou apóia projetos socioambientais em sua comunidade ou no país, por meio de recursos financeiros e/ou pelo aporte de suas competências técnicas, tecnológicas e gerenciais.
			P.54) Define verbas em seu orçamento para os projetos socioambientais que apóia.
P.55) Propõe ativamente a associações ou entidades empresariais das quais participa a mobilização em torno de propostas de interesse público.			
Com relação à comunidade de entorno.		P.56) Identifica e avalia os impactos de suas atividades nas comunidades próximas.	
		P.57) Inclui sistematicamente entre seus fornecedores indivíduos ou grupos da comunidade local, como cooperativas e associações de bairro.	
		P.58) Estimula o trabalho voluntário de seus empregados em projetos socioambientais em benefício das comunidades próximas ou da sociedade.	
Com relação à cadeia produtiva.		P.59) Incentiva seus parceiros comerciais, fornecedores e clientes a adotar práticas socialmente responsáveis.	
		P.60) Inclui critérios de responsabilidade social em seus processos de seleção e avaliação de fornecedores, como a proibição de trabalho infantil, relações de trabalho adequadas ou cuidados com o meio ambiente.	
		P.61) Mantém programas para desenvolver o comportamento social e ambientalmente responsável de seus fornecedores e/ou clientes.	
		P.62) Atua de acordo com a legislação em vigor e seus balanços ou relatórios financeiros são publicados regularmente e verificados por uma empresa de auditoria externa.	
Governança Corporativa	Com relação a boas práticas de governança corporativa.	P.63) Incorpora critérios socioambientais no planejamento e na gestão do negócio e mantém procedimentos formais que garantem ouvir, avaliar e considerar as preocupações, críticas e sugestões das partes interessadas em assuntos que as envolvam.	
		P.64) Tem um conselho de administração (ou instância de decisão semelhante), do qual participam pessoas independentes dos acionistas e dos dirigentes.	