

Luiza Helena Trajano, do Magazine Luiza, é a Homenageada da 2ª Edição

ÉTICA

Ano III – nº 6 – Edição Especial/2011 – www.revistaeticanosnegocios.org.br

nos negócios

PRÊMIO

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Categorias de
Premiação

Responsabilidade Social

Meio Ambiente

Ética e Compliance

Sustentabilidade

Comunicação e Transparência

Voluntariado e Cadeia Produtiva

Atuação Responsável Empresarial

O reconhecimento das Melhores Práticas é um grande exemplo e motivação para as demais empresas

Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de
ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Parceiro da 2ª Edição:

 **ABF**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING



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

www.
eticanosnegocios
 .org.br

A Ética é a base da Atuação Responsável Empresarial

e o **passaporte para a Sustentabilidade**

Missão: “Fomentar a Ética no meio empresarial e também junto às crianças, jovens e universitários porque os estudantes de hoje serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã”

Visão: “Contribuir para a melhoria da qualidade ética das empresas e para a formação de adultos-cidadãos e líderes eticamente responsáveis e desta forma, potencializar a perspectiva de um futuro mais ético e assim, naturalmente sustentável.



EM 2012. AGUARDE!



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!



Sumário

06 INTRODUÇÃO

O INSTITUTO
PREMIAÇÃO
HOMENAGEM

Apresentação dos Projetos
Matéria sobre a Revista e a Premiação
Luiza Helena Trajano



32 ÉTICA E COMPLIANCE

BOTICÁRIO
MOSAIC
UNIMED

Gestão de Conduta da Rede de Franquias
O Boticário
Código de Ética e Conduta Mosaic
Código de Conduta Unimed



12 RESPONSABILIDADE SOCIAL

BANCO FIBRA
DUDALINA
SCHNEIDER-ELECTRIC

II Gincana – Campanha do Agasalho 2011
Solidariedade na Ponta do Lápis
BipBop Brasil: Escrevendo histórias para
o desenvolvimento do país
Tal pai, tal filho
Projeto Deficiente - Eficiente e
Projeto Escola Senai

TELEMONT
LUPO

40 SUSTENTABILIDADE

DUDALINA
JACOBINA (YAMANA)
LIGHT

Projeto Kit Retalhos
Seminário de Parcerias - Projeto
Beneficiamento Coco Babaçu – Jacobina/BA
Comunidade Eficiente



24 MEIO AMBIENTE

BAESA
DUDALINA
GRUPO LIBRA
GRUPO LIBRA

Programa de Reintrodução da *Dyckia distachya*
Dia da Árvore
Redução na Geração de Resíduos - Classe I
Água - Economia em Ação!



48 COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

SCHNEIDER-ELECTRIC
TELEMONT

Virada Sustentável
Revista Telemont



EXPEDIENTE

Publicação
Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios
Rua 24 de Maio, 950 - Campus da
Veris Educacional - CEP 13035-370
Campinas SP - Tel.: (19) 3326-0453
E-mail: revista@eticanosnegocios.org.br

Revisão
Cláudia Razzante

Versão Eletrônica
Apoio: Videolar

CONSELHO EDITORIAL

Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios
Presidente: Douglas Linares Fiinto
Vice-Presidente: Paulo Roberto Valente
Dir. Administrativo: Luiz Carlos de O. Borges
Dir. Rel. Institucionais: Nelson M. Garcia Jr.
Dir. Sustentabilidade: Sandra D. M. Gasparetto
Dir. de Projetos: Maria Cláudia R. Tombolato
Dir. Ass. Internacionais: Rafael Armani Remiel

A Revista Ética nos Negócios não se responsabiliza por ideias e conceitos emitidos em artigos ou matérias que expressem apenas o pensamento dos autores, não representando necessariamente a opinião do Instituto, bem como das empresas patrocinadoras e dos apoios institucionais.



2012: EXPANSÃO INTERNACIONAL



PESQUISA CÓDIGO DE ÉTICA CORPORATIVO

Em sua 4ª edição, a Pesquisa Código de Ética Corporativo tem como principal objetivo motivar o maior número de empresários e executivos na elaboração, adoção e divulgação deste que é o principal instrumento da Atuação Responsável Empresarial.

www.pesquisacodigodeetica.org.br



CONGRESSO BRASILEIRO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Superando todas as expectativas, realizamos em março de 2010, no Espaço Wynn, no WTC, na capital paulista, a edição de lançamento do Congresso Brasileiro de Ética nos Negócios. Em função da Semana Brasileira das PME 2011, a 2ª edição desta iniciativa ficará para 2012.

www.congressoeticanosnegocios.org.br



FONAR

Em parceria com a ADVB-RMC, o Fórum Nacional de Atuação Responsável tem como objetivo principal fomentar os principais temas envolvendo as responsabilidades empresariais por meio de CASES apresentados por empresas éticas, socialmente responsáveis e ecologicamente corretas e assim, apontar o verdadeiro caminho para a Sustentabilidade.

www.fonar.org.br *



REVISTA ÉTICA NOS NEGÓCIOS

A Revista Ética nos Negócios é mais um empreendimento de sucesso da nossa Instituição. Lançada em 2009, esta publicação já está na 5ª edição e é elaborada com a colaboração de um Conselho Editorial formado por profissionais de grande competência e profundos conhecedores dos temas que permeiam a Atuação Responsável Empresarial, a Integridade de Conduta Corporativa, a Ética nos Negócios.

www.revistaeticanosnegocios.org.br



SEMANA BRASILEIRA DAS PME 2011

A Semana Brasileira das PME 2011 é uma iniciativa dedicada aos proprietários e executivos das pequenas e médias empresas, inclusive aquelas que fazem parte da cadeia produtiva das grandes corporações. O evento tem como objetivo melhorar o ambiente de negócios do país através do fomento de atitudes empresariais éticas, socialmente responsáveis e ecologicamente corretas para se trilhar o caminho da Sustentabilidade bem como contribuir com o desenvolvimento econômico destas empresas em função dos temas abordados os quais estão alinhados com as reais necessidades das pequenas e médias empresas nacionais.

www.semanapme.org.br



PRÊMIO ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Em sua 2ª edição, o Prêmio Ética nos Negócios tem como objetivo principal destacar, reconhecer, promover e difundir as “Melhores Práticas” da Atuação Responsável Empresarial. Esta premiação também visa servir de exemplo e motivação para que um maior número de executivos e empresários sigam os passos das “Empresas Cidadãs” que cumprem na sociedade, não apenas o seu papel econômico, mas, em especial, conduzem seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta. Este tipo de empresa conquistará os degraus da Sustentabilidade, naturalmente.

www.premioeticanosnegocios.org.br



PRODUTO VERDE

Aproveitando o Ano Internacional das Florestas, o Instituto de Ética nos Negócios fez da Semana Brasileira das PME 2011 palco para o lançamento do Produto Verde. Esta iniciativa tem por finalidade envolver, ainda mais, as empresas nas ações voltadas à Sustentabilidade. Com isto, parte do lucro obtido com a venda dos “produtos verdes” será destinado à FAS – Fundação Amazonas Sustentável para financiar projetos sociais e ambientais dentro da floresta amazônica.

www.produtoverde.org.br *



PROGRAMA REE BRASIL

O Programa Responsabilidade Ética das Empresas (Programa REE Brasil) não tem a mínima pretensão de se tornar uma norma de gestão ou um padrão de qualidade, mas sim, que os instrumentos nele sugerido, possa contribuir para a melhoria da qualidade da Atuação Responsável Empresarial. Esta iniciativa tem foco nas pequenas e médias empresas, inclusive aquelas que fazem parte da cadeia produtiva das grandes corporações, sendo um grande aliado na formação da imagem, do caráter e da reputação das empresas participantes. Em 2011, o Programa REE Brasil está evoluindo para uma “Consultoria Compartilhada”.

www.programareebrasil.org.br *

PROJETOS EMPRESARIAIS, EDUCACIONAIS E VOLTADOS À SOCIEDADE.

Instituto Brasileiro de ÉTICA NOS NEGÓCIOS

JUNTE-SE A NÓS! ASSOCIE SUA EMPRESA E/OU PATROCINE NOSSAS INICIATIVAS



ÉTICO, O ET LEGAL!

O Ético, o ET legal é o personagem infantil da nossa instituição e sua missão é falar de Ética com todas as crianças do planeta! O projeto está em fase final de aprovação junto ao Ministério da Cultura (Lei Rouanet) e na Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo (ProAC-ICMS). Em 2012, o Ético começará seu trabalho nas escolas públicas de Campinas/SP e, no ano seguinte, a meta é leva-lo aos quatro cantos do país, com a ajuda dos recursos das novas mídias.

www.sitedoetico.org.br *

Viver a Ética

PORTAL VIVER A ÉTICA

O Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios recebeu autorização do Ministério da Educação da Espanha, para traduzir e replicar em nosso país o portal Viver a Ética, criado dentro do programa espanhol batizado de “Internet na Sala de Aula”. O Viver a Ética tem foco no educador e no aluno do Ensino Médio, possuindo um rico e excepcional conteúdo.

www.viveraetica.org.br *



PROGRAMA UNIÉTICA

O Programa Nacional Ética nos Negócios para Universitários tem como objetivo principal apresentar, envolver e mobilizar os alunos do ensino superior nos principais temas da Atuação Responsável Empresarial por que os estudantes de hoje serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã. Depois do sucesso da 3ª edição, realizada em 2010, no auditório corporativo da Rede Globo, na capital paulista, e da 4ª edição realizada na Bolsa do Rio, o Programa UniÉtica desembarcará em Belo Horizonte, em 2012, para a sua 5ª edição.

www.programaunietica.org.br *



UNIVERSIDADE CORPORATIVA

A Universidade Corporativa de Ética nos Negócios (UniCorp) tem como finalidade o desenvolvimento de cursos, especialmente aqueles que envolvam os temas da Atuação Responsável Empresarial e da Gestão por Valores. O público-alvo serão os profissionais que queiram melhorar a qualificação para o mundo corporativo e também os colaboradores, executivos e dirigentes de micro, pequenas, médias e grandes empresas. Os cursos da UniCorp serão ministrados por profissionais renomados do mercado e, além das turmas presenciais, faremos também a transmissão simultânea – via internet – para todo o país.

www.unicorp.org.br *



ÉTITUDE: TENHA UMA ATITUDE ÉTICA!

O Etitude: Tenha uma Atitude Ética! foi lançado, oficialmente, durante o 1º Congresso Brasileiro de Ética nos Negócios, tendo como objetivo demonstrar à toda sociedade brasileira os benefícios sustentáveis das atitudes éticas, motivando cidadãos, empresas e governos a praticarem boas, corretas e justas ações, pois, só assim, avançaremos no caminho do tão falado, sonhado e necessário Desenvolvimento Sustentável. O portal do movimento está em reformulação. Aguarde as novidades!

www.etitude.org.br *



CLUBE DO BEM

A missão do Clube do Bem – Cidadania e Responsabilidade Social ao Alcance de Todos é “ser um local apropriado para atender e melhorar a qualidade de vida da comunidade menos favorecida da população”, tendo como alicerces a Ética, a Solidariedade e o Amor. Esta iniciativa será formada por profissionais das áreas da saúde, exatas e humanas que exercerão sua cidadania por meio do serviço voluntário à população de baixa renda. Além disto, temos como meta contar com locais apropriados para a prática de esportes, música e artes cênicas bem como para a formação e qualificação profissional de jovens e adultos. A manutenção do Clube do Bem contará com os recursos financeiros das grandes corporações parceiras e também dos produtos e serviços das pequenas e médias empresas ávidas em fazer parte do universo das “Empresa-Cidadã”.

www.clubedobem.org.br *



RMC SUSTENTÁVEL

Desde a nossa fundação, a diretoria executiva tem como meta fomentar a Ética também na esfera pública. Contudo, para evitar algum tipo de conflito com os objetivos sociais e com a missão e visão do Instituto de Ética nos Negócios, isto nunca foi feito! Mas agora este objetivo se tornará realidade! Está surgindo o Instituto Atuação Pública Responsável na RMC (Região Metropolitana de Campinas), o RMC Sustentável. Esta iniciativa tem como finalidade principal o fomento da “Atuação Responsável na Administração Pública” tanto em relação a Ética e a integridade de conduta, a seriedade e a transparência, e a Responsabilidade Socioambiental, como também na única razão de existir do Primeiro Setor: o “Interesse Público”.

www.rmcsustentavel.org.br *

Cerimônia de Entrega da 2ª Edição do Prêmio Ética nos Negócios foi realizada na ABF



No dia 25 de novembro de 2011 foi realizada, no auditório da Associação Brasileira de Franchising (ABF), na capital paulista, a cerimônia de entrega do Prêmio Ética nos Negócios que tem como objetivo destacar, reconhecer, promover e difundir as “Melhores Práticas” da Atuação Responsável Empresarial como também servir de exemplo e motivação para que um maior número de executivos e empresários sigam os passos das “Empresas-Cidadãs” que cumprem na sociedade, não apenas o seu papel econômico, mas, em especial, conduzem seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta.

Em sua 2ª edição, esta premiação foi dividida em seis categorias (Responsabilidade Social, Meio Ambiente, Sustentabilidade, Comunicação e Transparência, Ética e Compliance, e Voluntariado e Cadeia Produtiva) e contou com uma comissão julgadora formada por renomados profissionais do mercado. Foram eles: *Maria Cecília Coutinho de Arruda*, Professora da FGV-SP; *Maria Raquel Grassi*, Professora, Gerente de Projetos e Gerente do Núcleo de Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa da Fundação Dom Cabral; *Maria Celina B. Arraes*, Coordinator Strategic Planning an Capacity

Development do PNUD Brasil/UNDP; *Maria José da Costa Oliveira*, Coordenadora de Graduação de Comunicação Social e Pós-Graduação de Gestão Estratégica da Comunicação do Grupo Ibmecc Educacional; *Vitor Gonçalo Seravalli*, Diretor Titular do Departamento de Responsabilidade Social do CIESP Estadual (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo), instituição ligada a FIESP; *Walter Machado de Barros*, Presidente do IBEF-SP (Instituto Brasileiro dos Executivos de Finanças); *Simone E. G. Pedraza*, Sócia-proprietária da empresa de consultoria Agir Social; *Maria Catharina Castro de Araújo*, Departamento de Responsabilidade Social, Relações do Trabalho e Desenvolvimento Associativo da CNI – Confederação Nacional da Indústria; *Sérgio Cavaliere*, Vice-Presidente da FIEMG e Presidente do Conselho de Administração da ALE Combustíveis S/A; *Marina Grossi*, Presidente do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e *Carlos Eduardo Lessa Brandão*, Conselheiro do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Em 2011, as Empresas-Finalistas são:



Sobre a Homenagem

É um objetivo do Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios, em cada edição desta premiação, fazer uma homenagem a algum(a) empresário(a) ou executivo(a) com um grande legado no meio empresarial nacional.

No ano passado, foi prestada uma homenagem póstuma ao engenheiro João Augusto Conrado do Amaral Gurgel, fundador da Gurgel Motores. A família Amaral Gurgel recebeu o troféu do Prêmio Ética nos Negócios durante a cerimônia que aconteceu na ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, na capital paulista.

A partir de 2011, o Prêmio Ética nos Negócios tem uma novidade! A personalidade empresarial homenageada será indicada pelo principal executivo das maiores empresas em atuação no país, listada na Revista EXAME Melhores & Maiores.

Nas páginas a seguir, conheça a homenageada da 2ª edição do Prêmio Ética nos Negócios.



Mais de 50 anos de trabalho contínuo para fazer do varejo um setor de destaque nacional

A história de sucesso do Magazine Luiza começou em novembro de 1957, quando seus fundadores, Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato, adquiriram uma pequena loja de presentes, chamada 'A Cristaleira', em Franca, interior de São Paulo. A sobrinha do casal, Luiza Helena Trajano, na época com 12 anos, gostava muito de dar presentes e, seguindo o conselho de sua mãe, resolveu abdicar das férias escolares para trabalhar na loja e, assim, poder comprar os mimos para as pessoas que ela gostava. A experiência foi tão gratificante que passou a repeti-la nos anos seguintes.

A partir daí, Luiza Helena não parou mais e iniciou uma trajetória de sucesso no varejo brasileiro. A empresária passou por todos os departamentos da empresa: da cobrança à gerência, das vendas à direção comercial. Em 1991, quando houve a criação da holding do grupo, tornou-se superintendente e, posteriormente, assumiu a presidência, cargo que ocupa desde 2008.

Com seu perfil empreendedor, ela foi peça fundamental para consolidar o Magazine Luiza como uma das maiores redes brasileiras de varejo.

Atualmente, a empresa possui 718 lojas, distribuídas em 16 Estados (São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Paraíba, Ceará, Rio Grande do Norte, Sergipe, Alagoas, Bahia, Pernambuco, Piauí e Maranhão). Para atender todas as lojas, o Magazine Luiza possui nove Centros de Distribuição,

O crescimento da empresa está alicerçado em uma diretoria inovadora e em atitudes ousadas. A aquisição de grandes redes é um dos trunfos para a multiplicação do número de lojas. O passo inicial foi dado com a compra das Casas Filipe (1996), com sede no Paraná e unidades no Mato Grosso do Sul. Em 2003, o Magazine Luiza adquiriu as lojas Líder, de Campinas (SP). Na sequência, foi a vez da rede Wanel, na também cidade paulista de Sorocaba, passar para o comando do Magazine Luiza.

Em 2007, a empresa ganhou mais força e chegou até Belo Horizonte, uma das mais importantes capitais brasileiras. Naquele ano, a rede alcançou um faturamento de R\$ 2,6 bilhões.

No dia 22 de setembro de 2008, o Magazine Luiza movimentou o mercado varejista do país ao entrar na Grande São Paulo, com a inauguração simultânea de 44 lojas. Na época, muitos consultores e especialistas vislumbravam as mudanças que a entrada da rede causaria, tanto para os concorrentes quanto para os consumidores. Hoje, a empresa se consolidou na região e comemora os excelentes resultados obtidos, após o grande evento de abertura.

Em virtude disso, em 2009, o valor do faturamento triplicou, passando de R\$ 175 milhões para R\$ 560 milhões, mas o Magazine Luiza não parava por aí. Em 2010, a empresa aumentou o número de seus pontos de venda na capital paulista, incluindo a megaloja inaugurada na marginal Tietê, trazendo um lucro de R\$ 800 milhões.

A arrojada estratégia de expansão da rede também contemplou o Nordeste, em setembro de 2010, com a compra das Lojas Maia, com 141 filiais espalhadas pelos Estados da Paraíba, Ceará, Rio Grande do Norte, Sergipe, Alagoas, Bahia, Pernambuco, Piauí e Maranhão. Com mais essa empreitada, o Magazine Luiza aumentou seu ponto de venda em 30%.

Em junho de 2011, a rede assinou contrato para a compra das Lojas do Baú, pertencentes ao grupo do empresário Silvio Santos. As 121 unidades da rede estão localizadas nos Estados de São Paulo e Paraná. Esta foi a primeira aquisição da empresa após a abertura de capital, realizada no início de maio. Parte do dinheiro obtido com a venda de ações ao mercado será destinada aos projetos de expansão.

Conhecida por manter uma relação diferenciada e humanizada com seus colaboradores e clientes, o Magazine Luiza está fazendo a transição das lojas no Nordeste, disseminando os valores da empresa e o "jeito Luiza de ser", no qual os laços consumidor/loja são construídos com atenção e respeito.

A cultura de valorização das pessoas já rendeu inúmeros prêmios à rede.



Luiza Helena
Presidente do Grupo Magazine Luiza

magazineluiza
vem ser feliz

www.magazineluiza.com.br

Investimento em gestão de pessoas

Esse constante desenvolvimento tem sido fundamentado no espírito da honestidade, no bom trato ao cliente e na valorização de seus maiores incentivadores, os 23 mil colaboradores do Magazine Luiza. A cultura de valorização das pessoas já rendeu inúmeros prêmios à rede que, há 14 anos consecutivos, figura entre as melhores para se trabalhar, segundo o guia do Instituto Great Place to Work. Em 2003, foi classificada em primeiro lugar. Em 2007, foi escolhida como a melhor empresa para mulheres trabalharem. Já em 2008, foi eleita a melhor empresa do Brasil para o executivo trabalhar. Além disso, desde 2004, data em que o Instituto começou a classificar as melhores empresas da América Latina, o Magazine Luiza foi a única empresa do setor varejista que sempre esteve presente no guia.

Em 2010, foi considerada a melhor na Prática de Falar com seus funcionários. Em 2011, integrou a lista das 20 melhores na edição da América Latina, sendo a terceira brasileira mais bem colocada. Na edição brasileira, neste ano, foi considerada a melhor na Prática de Escutar, além de ter sido eleita uma das dez melhores para se trabalhar no Brasil. Todo esse reconhecimento se deve a atitudes inovadoras.

Sempre à frente

A inovação é, sem dúvida, uma das características mais marcantes do Magazine Luiza.

Em 2005, quando a concorrência no varejo se tornou ainda mais acirrada, a empresa reformulou sua marca e lançou o slogan 'Vem ser Feliz', provando que, além de bons preços e atendimento diferenciado, um cliente bem tratado precisa se sentir feliz. Na sequência, criou o conceito 'Felicidade Já'. Com ele, encerrou a fórmula cansativa usada pelo varejo, de se fixar apenas em preço e produto. O objetivo era apresentar as ofertas mostrando a felicidade que a aquisição de cada item poderia levar ao cliente.

Em 1994, seguindo a linha da novidade, criou a Liquidação Fantástica, que atrai milhares de pessoas a todas as lojas da empresa, no início de janeiro, para aproveitarem uma verdadeira avalanche de ofertas. Outro lançamento de sucesso, em 1992, foram as lojas virtuais. Nelas, as vendas são feitas por funcionários da rede, mas não há exposição dos produtos. As mercadorias são apresentadas por meio de um terminal multimídia. Outro sucesso em vendas é o site www.magazineluiza.com.br, que é a loja líder em vendas da empresa. Para ajudar os internautas a fazer suas escolhas, a rede criou a Lu, uma vendedora virtual que tira dúvidas e dá conselhos aos clientes.

Todo o sucesso do Magazine Luiza se deve à Luiza Helena, que fortaleceu a comunicação olho no olho com a equipe e descentralizou o poder, transformando os gerentes de lojas em empreendedores, o que conferiu agilidade na tomada de decisões. Um dos valores mais presentes na empresa, a força, vitalidade e diferença que as pessoas fazem, é fruto do investimento e crença da arrojada empresária francana.

Responsabilidade Social

P R Ê M I O

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



Banco Fibra = II Gincana – Campanha do Agasalho 2011



Dudalina = Solidariedade na Ponta do Lápis



Schneider-Electric = BipBop Brasil:
Escrevendo histórias para o desenvolvimento do país



Telemont = Tal pai, tal filho



Lupo = Projeto Deficiente - Eficiente e
Projeto Escola Senai

> RESPONSABILIDADE SOCIAL

Gincana do Banco Fibra arrecada 3 toneladas de agasalho



Pelo 2º ano consecutivo, o Banco Fibra manteve sua iniciativa original para aumentar o volume de doação de roupas e cobertores para a Campanha do Agasalho 2011: realizou em maio e junho uma Gincana com seus funcionários, em que equipes de até 20 colaboradores “brigaram” para arrecadar mais peças e, com isso, além de ajudar a Campanha, ganhar um almoço com a equipe vencedora, Diretoria e Vice-Presidência.

A disputa entre as equipes foi acirrada. A cada semana, quando eram feitas as pesagens, havia comemoração dos que estavam à frente, no ranking.

O resultado da iniciativa superou as expectativas – a II Gincana arrecadou 3.355 quilos (ou seja, mais de 3 toneladas) em roupas e cobertores. Participaram 8 equipes, num total de 160 pessoas, e a equipe vencedora foi a “Aquecimento Global – o Retorno”, que recolheu 898,2 quilos de peças, acumulando o título de Bicampeã da Gincana.



www.bancofibra.com.br



15 dias de gincana

160 colaboradores

3.3 toneladas
de roupas e cobertores arrecadados

INÚMEROS
lares aquecidos

O Banco Fibra realizou entre seus colaboradores uma gincana de arrecadação em prol da **Campanha do Agasalho 2011**. Isso lhe rendeu a indicação de semi-finalista ao prêmio Ética nos Negócios. Mais importante que isso: reuniu centenas de pessoas engajadas numa mesma causa, arrecadou 3.3 toneladas de roupas e cobertores e ajudou a aquecer milhares de corações, que doaram e receberam solidariedade.

www.bancofibra.com.br



Construindo relacionamentos de longo prazo.

> RESPONSABILIDADE SOCIAL

BipBop Brasil: Escrevendo histórias para o desenvolvimento do país

Schneider Electric atinge marca de 4.000 profissionais formados com o programa BipBop



A Schneider Electric comemora a capacitação de 4.000 profissionais em mais de 20 estados do País, por meio do BipBop (Business, Innovation and People at the Base of Pyramid) - programa mundial da Fundação Schneider Electric, que qualifica no Brasil jovens e adultos para o mercado da construção civil e conscientiza sobre a utilização inteligente de energia.

Com carga horária de 80 horas e ministrado pelo Senai, o BipBop proporciona capacitação a comunidades cujo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) está abaixo da média do país. Entre as cidades assistidas, destacam-se locais de difícil acesso como regiões ribeirinhas no Amazonas, interior do Estado da Paraíba e a comunidade da Mangueira (RJ).



www.schneider-electric.com.br

www.hefeito.com.br

Impressão Digital

Placas e Fachadas

Sinalização Corporativa

Etiquetas e Adesivos

Personalização de Frotas

Letra Caixa

EXCELÊNCIA EM
COMUNICAÇÃO VISUAL



Rua Peru, 80 • Jardim do Trevo • Campinas • SP
comercial@hefeito.com.br
(19) 3201-6088



Schneider Electric: soluções inovadoras para fazer o máximo de sua energia

Comprometida com a sustentabilidade do planeta, a Schneider Electric, especialista global na gestão de energia, desenvolve soluções inovadoras para os segmentos industrial, predial, residencial, energia, infraestrutura, data centers e networks, tornando a energia:

Segura: protegendo você, seus clientes, seu negócio
Energia elétrica é a fonte para manter suas instalações funcionando. Com nosso know-how, nós ajudamos a fazer a energia segura para proteger pessoas, patrimônio e seu negócio.

Confiável: ininterrupta, energia ultrapura todo o tempo
Seu negócio não pode tolerar a mínima flutuação da qualidade de energia – para não mencionar qualquer falha elétrica altamente onerosa e prejudicial às pessoas.

Nós podemos ajudar fazendo com que a energia seja ultrassegura, pura e ininterrupta para aplicações críticas.

Eficiente: agora é possível até 30% de economia de energia

Os custos de energia são um dos maiores em sua empresa? Deixe-nos transformá-los em rentabilidade com soluções de eficiência energética que resultam em economia e otimização dos investimentos.

Produtiva: simplicidade e tranquilidade

Nós oferecemos automação e conectividade em todos os lugares, simplificando-as para o funcionamento pleno e eficiente de seu negócio.

Sustentável: com soluções inovadoras para energias renováveis.

EcoStruxure

Arquitetura de Gestão de Energia Ativa da Planta ao Plugue™



Data Centers

Desde um rack ou uma fileira deles até o edifício, o consumo e a disponibilidade de energia são monitorados detalhadamente e ajustados em tempo real.



Instalações industriais

Os protocolos com normas abertas permitem a gestão de processos automatizados em todo o sistema com menor tempo de interrupção, maior volume de produção e eficiência energética maximizada.



Edifícios

A integração inteligente de sistemas de segurança, energia, iluminação, distribuição elétrica, proteção contra incêndios, HVAC, TI e telecomunicações em toda a empresa permite reduzir os custos de treinamento, operação, manutenção e energia.



Aprenda a economizar energia com os especialistas!

Baixe gratuitamente o white paper "Economias permanentes mediante Eficiência Energética Ativa"

Visite www.SEreply.com Código 69842D
Ligue para 0800 7289 110

**Schneider
Electric**

> RESPONSABILIDADE SOCIAL

Programa: Tal Pai, Tal Filho



Tal Pai, Tal Filho

O programa Tal Pai, Tal Filho visa a capacitação de jovens entre 18 e 24 anos, na área de telecomunicações e sua inserção no mercado de trabalho. Com projeto fundamentado na lei de Aprendizagem, a Telemont, em parceria com instituições educacionais, proporciona qualificação no curso de Aprendizagem Industrial em Instalação e Reparo de Linhas de Telecomunicações.

A Telemont proporciona com este projeto a qualificação social e profissional adequada às demandas e diversidades dos adolescentes, em sua condição de indivíduos em desenvolvimento e da sociedade quanto às dimensões éticas, cognitivas, sociais e culturais.



TELEMON
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A

www.telemont.com.br

TELEMON
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A

Há 36 anos transmitindo evolução.

Desde quando foi criada, em 1975, a Telemont não parou de crescer. Estruturada, originalmente, para atuar na implantação de redes telefônicas, a Telemont foi evoluindo, conquistando novos clientes e ampliando seu raio de atuação em serviços de comunicação de voz, dados e transporte de mult mídia. Hoje, a empresa é líder no seu segmento de prestação de serviços em telecomunicações.

9 milhões de acessos de voz, ADSL e dados - Malha de 50 mil km de fibra óptica - Mais de 16 mil colaboradores - Presente em Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Espírito Santo, Distrito Federal, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins, Rondônia e Acre.

Rua Viana do Castelo, 773 - São Francisco - Belo Horizonte - MG - (31) 3448-8100 - www.telemont.com.br

Projeto Deficiente - Eficiente e Projeto Escola Senai



No detalhe, foto da inauguração da Unidade Lupo, no interior da Apae em Araraquara. A Presidente da Lupo, Liliansa Auferio, Elisabete de Felicce, Presidente da APAE e o Deputado Federal, Dimas Ramalho, descerrando a placa.

A empresa Lupo S/A está instalada no Município de Araraquara, Estado de São Paulo. Com 90 anos de existência é empresa líder no país para o segmento de meias e cuecas.

Considerando a responsabilidade social e a conscientização da empresa sobre a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho, a Lupo já atendia algumas dessas necessidades, com a contratação de funcionários pelo sistema de cotas do Ministério do Trabalho. Entretanto, este procedimento não atendia todos os níveis de deficiência existentes.

A Lupo enxergou uma grande possibilidade de parceira com a APAE para contratar casos de deficiência mental. No início, a ideia era a instalação de uma cooperativa atrelada à entidade. Como o sistema de implantação seria muito burocrático, a Lupo desistiu, partindo para algo mais prático. Em acordo com a APAE a empresa instalou uma unidade de acabamento de produtos nas dependências da entidade, passando a contratar os deficientes, alunos da Instituição.

Assim, em setembro de 2009 foi implantada a unidade produtiva, ou seja, filial da Lupo nas dependências da APAE, com a contratação de 30 trabalhadores, enquadrados na deficiência mental grave e severa, com a proposta de trabalharem quatro horas diárias, em duas equipes. Como os deficientes são inimputáveis, no processo de contratação foram feitas reuniões com os pais esclarecendo os critérios de contratação, disciplina, benefícios e tudo o mais necessário para proporcionar um ambiente de trabalho. Na manifestação dos pais, houve muita emoção, pois, nunca imaginavam que seus filhos um dia poderiam ser contratados por uma empresa.

Para acompanhar e orientar o trabalho, uma antiga funcionária da LUPO, que se identificava com a causa por ter um filho deficiente mental foi convidada a ajudar. A experiência foi bem sucedida, tanto que aquela filial conta com 45 trabalhadores. Houve um crescimento de 50% nas contratações.

No país, não se sabe de outra iniciativa nesses moldes, a tornando pioneira.



www.lupo.com.br

**PESQUISA.
TECNOLOGIA.
INOVAÇÃO.
QUEM DISSE QUE
MEIA É DETALHE?**

A Lupo está completando 90 anos de inovação, investimento em tecnologia, pesquisa de tendências e diversificação de produtos; hoje, vamos além da meia para oferecer lingerie, pijama, underwear, linha praia e linha esportiva para mais de 30 países. Depois de conquistar os pés do Brasil, em mais de 180 lojas e 40 mil pontos de venda, estamos prontos para dar um grande passo em direção ao mercado fashion. Prepare-se.



lupo.com.br

Meio Ambiente

PRÊMIO

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



Baesa = Programa de Reintrodução da *Dyckia distachya*



Dudalina = Dia da Árvore



Libra = Redução na Geração de Resíduos - Classe I



Libra = Água - Economia em Ação!

Projeto ambiental garante a sobrevivência da *Dyckia distachya*



Desenvolvido a partir da construção da Usina Barra Grande, o trabalho de reintrodução e preservação da bromélia *Dyckia distachya* tornou-se símbolo para a Baesa



“O interesse em levar adiante o Programa de Reintrodução da *Dyckia distachya* revela o quanto a BAESA valoriza o meio ambiente. Mais do que energia, é fundamental gerar sustentabilidade.”

Edson Shiavotelo
Diretor de Sustentabilidade e de Relações Institucionais



www.baesa.com.br

O case “Programa de Reintrodução da *Dyckia distachya*” retrata as ações desenvolvidas pela BAESA para reintroduzir a bromélia no entorno do reservatório da Usina Hidrelétrica Barra Grande. Coordenado pelo biólogo e professor da Universidade Federal de Santa Catarina, Dr. Ademir Reis, o projeto contabiliza resultados expressivos, como adaptação da bromélia aos novos locais onde a espécie foi replantada, produção de sementes e formação de novas colônias.

À energia gerada pela Usina Hidrelétrica Barra Grande somam-se agora os conhecimentos científicos adquiridos com a realização de um dos mais ousados projetos de recuperação de espécies vegetais no Brasil. Ao meio ambiente, retorna uma de suas mais belas bromélias: a *Dyckia distachya*.

Vida eterna à *Dyckia distachya*

Ameaçada de extinção, a bromélia *Dyckia distachya* transformou-se em símbolo de preservação ambiental na Usina Hidrelétrica Barra Grande

Natural das corredeiras da bacia do Rio Uruguai, a bromélia *Dyckia distachya* é uma espécie ameaçada de extinção, cuja preservação é exemplo emblemático de como a questão ambiental é valorizada pela BAESA, a empresa responsável pela construção e operação da Usina Hidrelétrica Barra Grande.

Pouco tempo antes de iniciar a formação do reservatório da Usina Barra Grande, em julho de 2005, a BAESA lançou o Programa de Reintrodução da *Dyckia distachya*, criado com o objetivo de assegurar a preservação da bromélia. Para coordenar o trabalho, a empresa convidou um dos maiores especialistas no assunto, o Professor Dr. Ademir Reis, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Passados seis anos, o programa alcançou resultados expressivos. O mais relevante é a adaptação da *Dyckia distachya* aos novos locais onde a espécie foi replantada, inclusive produzindo flores, dispersando sementes e formando novas colônias. Os esforços de conservação reduziram sua vulnerabilidade e promoveram novas bases científicas para a sua preservação. Além de assegurar a sobrevivência, a experiência também contribuiu para melhorar a qualidade genética da *Dyckia distachya*.

Redução na Geração de Resíduos Classe I

OBJETIVOS DO PROJETO

A Libra Terminais Santos faz parte de uma das unidades de negócio do Grupo Libra e é considerada uma das líderes em operações portuárias de contêineres no Brasil.

O projeto inscrito foi realizado com o objetivo de atender e superar as metas de redução na geração de resíduos perigosos (Classe I) definidas pela empresa, por meio de seus indicadores de gestão BSC e dos indicadores do Programa de Participação nos Resultados (PPR).

Os resíduos perigosos (Classe I) foram escolhidos para um projeto de redução na geração, principalmente devido à sua periculosidade e aos potenciais impactos ambientais gerados no seu tratamento e na sua destinação final.

As ações foram iniciadas em março de 2009 e revisadas em janeiro de 2010 e em janeiro de 2011. O projeto vem apresentando resultados positivos desde sua implantação.

O projeto teve como principais ações:

1. A separação e destinação adequada para os materiais diversos (não perigosos) destinados de maneira inadequada como resíduo perigoso (Classe I);
2. Implantação de máquina para a reciclagem parcial de filtros de máquinas e equipamentos;
3. Secagem de lodo contaminado gerado na área de lavagem de máquinas e equipamentos;
4. Conscientização dos funcionários diretamente ligados à geração deste tipo de resíduo.

O projeto está em linha com a Visão de Sustentabilidade do Grupo Libra, que foi concebida pelas próprias lideranças da companhia, principalmente com o pilar que trata de melhorar o aproveitamento dos recursos naturais realizando a gestão adequada dos resíduos, e coloca a Libra como a primeira empresa do setor portuário a reduzir a geração de resíduos perigosos por meio do corte e da reciclagem dos filtros das máquinas e equipamentos.

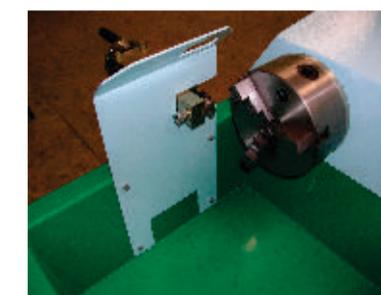
Além disso, os três pilares da sustentabilidade – ambiental, econômico e social – foram contemplados no projeto: A geração e os impactos ambientais causados pelos resíduos perigosos foram reduzidos; os custos de destinação dos resíduos caíram; os conceitos de sustentabilidade foram disseminados entre os funcionários, além de atrair e manter clientes interessados em ter empresas sustentáveis na sua cadeia de produção.

Após a implantação do projeto, as metas da empresa foram alcançadas e superadas. Além do atendimento às metas da empresa, os resultados do projeto promoveram a economia de recursos financeiros gastos com a destinação de resíduos perigosos, melhoria do capital humano, uma vez que todos os envolvidos no projeto foram capacitados e entenderam que a sustentabilidade é feita no dia-a-dia, além de maior transparência nos dados apresentados, já que foram incorporados aos processos de gestão da empresa, e maior credibilidade junto aos *stakeholders* (partes interessadas).

A sustentabilidade é feita por cada um de nós no dia-a-dia.

Resultados Sociais - Para a implantação do projeto foi estabelecido um programa de conscientização e educação ambiental voltado para a redução na geração de resíduos perigosos (Classe I). O público-alvo do projeto foi a equipe de Manutenção, que passou a receber palestras quinzenais denominadas “Diálogos de Qualidade, Meio Ambiente e Segurança do Trabalho”.

A equipe de Manutenção foi importantíssima para o sucesso deste projeto, por esse motivo, todos os funcionários envolvidos receberam ao final dos primeiros meses de implantação do projeto uma carta de agradecimento, além de sempre serem citados nas matérias veiculadas nos informativos internos e nas matérias externas. O envolvimento dos funcionários facilita o entendimento sobre o tema, uma vez que eles veem o conceito de sustentabilidade sendo aplicado na prática, além de perceberem que a sustentabilidade é feita por cada um de nós no dia-a-dia.



Resultados Ambientais

Após a implantação do projeto, a Libra Terminais Santos deixou de gerar 70,5 toneladas de resíduos perigosos (Classe I) destinados para processos de co-processamento. Dessa forma, houve uma drástica diminuição dos impactos ambientais da Libra Terminais no tocante a resíduos. Além disso, as emissões atmosféricas geradas no tratamento dos resíduos foram reduzidas. Os riscos de contaminação e possíveis impactos ambientais referentes ao transporte desses resíduos também foram reduzidos. As práticas adotadas passaram a fazer parte do Sistema de Gestão Ambiental da Libra Terminais.

O projeto é aplicável a todas as unidades do Grupo Libra e devido ao sucesso, já há planos de replicar o projeto para as demais unidades. Em 2010, o projeto foi reproduzido na unidade Libra Terminais Rio, onde ótimos resultados foram obtidos e mantidos.

As práticas adotadas neste projeto podem ser facilmente implantadas por empresas de diversos ramos de atuação, onde ocorra a geração de resíduos perigosos provenientes principalmente de áreas de manutenção de máquinas, equipamentos e veículos.

Água - Economia em Ação!

A Libra Terminais Santos – uma das unidades do segmento de negócio Libra Terminais, do Grupo Libra – é considerada uma das líderes em operações portuárias de contêineres no Brasil. A qualidade de seus serviços e o compromisso com o meio ambiente são peças fundamentais da sua gestão.

O projeto “Água - Economia em ação!” teve como principal objetivo a redução do consumo de água da unidade de Santos, considerando os usos prioritários e o balanço da demanda presente e futura de forma a reduzir o impacto de suas operações. O projeto teve início em maio de 2009 e consistiu em implantar rápidas e inovadoras soluções para diminuir o consumo excessivo de água nos terminais, iniciar o gerenciamento do consumo interno de água e reduzir os crescentes e elevados custos com o consumo de água dos terminais da Libra em Santos.

As ações do projeto tiveram início com a implantação da ETAR (Estação de Tratamento de Água para Reuso), um sistema que trata os efluentes gerados na lavagem de máquinas e equipamentos para serem reutilizados. Após o tratamento, a água está apta para reutilização, gerando diminuição na demanda de água, redução de custos e evitando desperdício de água potável. Além da instalação dos equipamentos (ETAR, bloqueadores de ar, etc) foi implantado um programa de ‘Caça Vazamentos’ nos terminais, aliado ao controle diário dos hidrômetros e à conscientização ambiental dos colaboradores. Essas ações complementaram o projeto e contribuíram para obter resultados efetivos para a empresa.

RESULTADOS

Por que o projeto foi inovador?

Desde a implantação do projeto, em maio de 2009, até julho de 2011 houve uma redução de cerca de 30 milhões de litros de água (com base no último mês, antes do início das ações). Com isso, a iniciativa gerou uma economia de aproximadamente R\$ 515 mil para a empresa durante esse período.

Principais resultados:

- Ganho nas duas pontas: diminuição do consumo de água e da geração de esgoto (litros) e redução dos custos financeiros oriundos dessas operações;
- Reutilização de água na área do lavador a partir do tratamento do esgoto da lavagem de máquinas e equipamentos;
- Redução do lançamento de esgotos na rede pública, reduzindo os impactos ambientais das operações da empresa;

- Maior controle e exatidão das informações relativas ao consumo de água (custos e volume consumido);
- Capacidade de comparação e questionamento à concessionária fornecedora de água;
- Interesse de empresas portuárias nas ações implantadas neste projeto;
- O projeto de redução de consumo de água foi replicado para a unidade da Libra Terminais Rio, com algumas ações implantadas a partir de 2010;
- Ações de conscientização: comunicados internos, palestras e visitas monitoradas na área do lavador.

Resultados financeiros

De maio de 2009 até julho de 2011, o projeto gerou uma economia de R\$ 513.082,52, ou seja, a empresa deixou de gastar aproximadamente 515 mil reais desde a implantação da iniciativa. As tabelas abaixo demonstram os resultados financeiros obtidos no primeiro ano do projeto “Água - economia em ação!”. O custo total de implantação das ações do projeto foi de R\$ 61.910,00. O ganho com a redução do consumo de água somente nos primeiros sete meses (maio a novembro/2009) foi de R\$ 94.387,15.

Resultados ambientais

Desde a implantação do projeto, em maio de 2009, até julho de 2011 houve uma redução de 29.382.310 litros de água, ou seja, aproximadamente 30 milhões de litros de água (com base no último mês antes do início das ações). Os números a seguir apontam resultados ambientais obtidos no primeiro ano do projeto. Economia de água nos primeiros 7 meses: 6,46 milhões de litros de água. Redução do consumo desde a implantação do projeto: aproximadamente 30 milhões de litros de água.

Resultados sociais

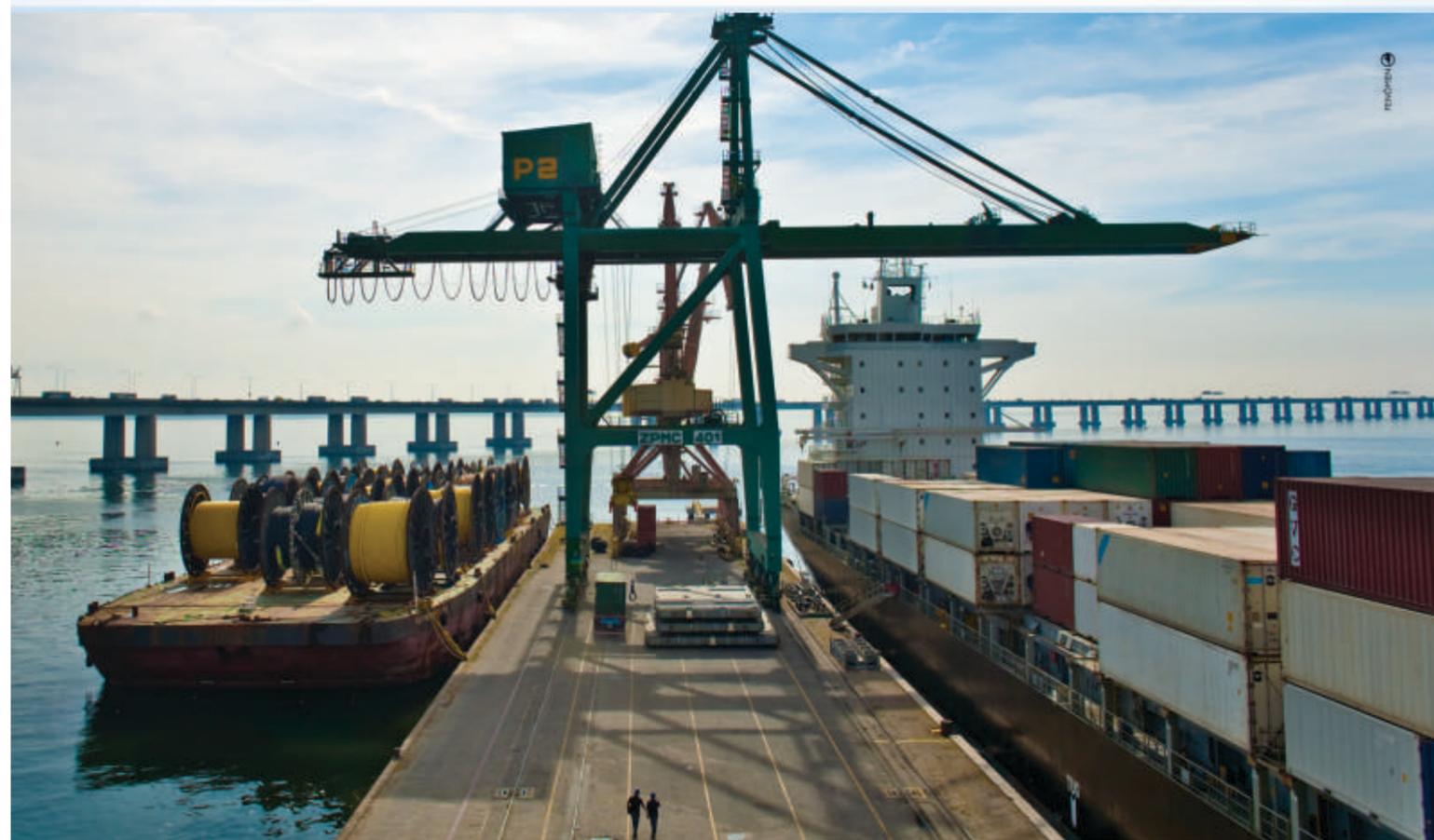
A Libra Terminais Santos contemplou no projeto a redução do desperdício e do uso de recursos finitos no processo de produção, gerando maior disponibilidade hídrica para todos. Com a redução do consumo de água nos terminais da empresa, “sobra” mais água para outras pessoas utilizarem.

De acordo com a OMS (Organização Mundial de Saúde), cada pessoa necessita de ao menos 110 litros de água por dia. A economia gerada em pouco mais de dois anos do projeto “Água - economia em ação” (29.382 milhões de litros de água) seria suficiente para abastecer mais de 267 mil pessoas – o equivalente a 64% da população de Santos (Censo 2010) – durante um dia inteiro (24 horas).

Grupo
Libra

www.grupolibra.com.br

Grupo Libra:
uma organização que
valoriza a vida.



Nós do Grupo Libra somos apaixonados pela ideia de crescer promovendo o crescimento de todos que se relacionam conosco. Acreditamos no crescimento em harmonia com o meio ambiente, que valoriza a vida, as pessoas e melhora a sociedade. Este é para nós o Bom Crescimento. Pois é assim que queremos criar, inovar e fazer a diferença em todos os setores em que atuamos.



Para reforçar nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável, o Grupo Libra assinou o Pacto Global da Organização das Nações Unidas. Temos um compromisso público de adotar os princípios fundamentais da sustentabilidade nas áreas de Direito Humanos, Relações de Trabalho, Meio Ambiente e Combate à Corrupção.

Este é o nosso compromisso com você,
com a sociedade e com o nosso planeta.

Grupo
Libra

Ética e Compliance

PRÊMIO

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



Boticário = Gestão de Conduta da Rede de Franquias O Boticário



Mosaic = Código de Ética e Conduta Mosaic



Unimed = Código de Conduta Unimed

Código de Conduta da Rede de Franquias O Boticário



Durante a Convenção dos Franqueados de O Boticário, em 2010, a empresa lançou o Código de Conduta da Rede de Franquias, o primeiro do Brasil voltado à orientação de franqueados quanto à conduta ética no negócio.

A iniciativa contribui para a consolidação da reputação e relacionamentos de O Boticário com esses importantes parceiros de negócio. Também coopera com a gestão de risco, geração de valor e perenidade do negócio ao inspirar, orientar e mobilizar a rede de franquias para a reflexão dos valores, princípios e propósito profundo da marca, espelhando-os nas atitudes diárias, na gestão do negócio e no relacionamento com a franqueadora, consumidores, sócios, colaboradores, concorrentes, comunidade, imprensa, fornecedores e governos.

A gestão do Código prevê diversas ações para manter o material efetivo e atualizado, com reforços por meio dos canais de comunicação com a rede. Qualquer pessoa pode acionar a Ouvidoria criada para a gestão do documento, com o propósito de solicitar informações, fazer sugestões, reclamações e denúncias. O acesso pode ser feito via telefone e caixa postal. As duas formas de comunicação disponíveis são informadas no próprio documento.

Otimização de equipe e recursos

O principal desafio do projeto foi a falta de referências bibliográficas específicas. Por outro lado, o comprometimento de profissionais de vasta expertise e de áreas diversas da franqueadora, além da participação voluntária dos franqueados, possibilitou a formatação de um conteúdo consistente e, ao mesmo tempo, fluido e prático.

O investimento de R\$ 55 mil demonstra a otimização dos recursos, considerando que, na época, a marca somava aproximadamente 3.020 lojas em 1.610 municípios brasileiros, divididas entre cerca de 900 franqueados. O potencial de replicação, por sua vez, é imensurável, já que, considerando apenas os franqueados e colaboradores da rede, são quase 17 mil pessoas contempladas diretamente.

Para saber mais sobre O Boticário, acesse: www.oboticario.com.br.



> ÉTICA E COMPLIANCE

Na Mosaic, ética é prioridade



A conduta ética é a base das relações corporativas. Na Mosaic, ela é prioridade e se reflete não só na forma como a empresa faz negócios, como também no comportamento de cada funcionário.

Com o objetivo de sensibilizar toda a organização para o cumprimento de seus valores e políticas, a Mosaic conta com diversos programas e treinamentos, além de canais para denúncias. Entre seus principais recursos está o Código de Conduta e Ética, que possui detalhes e exemplos que facilitam o entendimento, apresentando linguagem acessível e editoração atrativa.

Para a Mosaic, vivenciar seus princípios éticos é um exercício diário, presente no relacionamento com funcionários, clientes, fornecedores e esfera pública. O benefício dessa prática é para toda a sociedade.



www.mosaicco.com.br

Para a Mosaic, só há um jeito de trabalhar: aquele em que estão presentes os mais altos padrões éticos.



A missão da Mosaic Fertilizantes é ajudar o mundo a produzir os alimentos de que precisa. Queremos fazer isso causando um impacto positivo nas áreas social e ambiental, tendo a confiança daqueles com quem fazemos negócios. Com a comunidade, parceiros, clientes, governo e imprensa, procuramos manter relacionamentos pautados pela ética e pelo respeito, enquanto trabalhamos para construir nossos negócios sobre bases sólidas e perenes.



☎ 0800 11 86 49

www.mosaicco.com.br

> ÉTICA E COMPLIANCE

Código de Conduta Unimed



Cinco anos após a publicação da segunda edição do Código de Conduta profissional, a Unimed do Brasil percebeu a necessidade de atualizar o documento, tanto do ponto de vista de sua identidade visual, como também de conteúdo. A exemplo das edições anteriores, esta também foi desenvolvida por meio de ampla participação das 372 cooperativas que integram o Sistema Unimed, bem como de seus colaboradores.

Como resultado deste trabalho, a publicação é uma compilação de oito princípios, que refletem a cultura organizacional e estabelecem uma conduta profissional única a ser incorporada por dirigentes, médicos cooperados e colaboradores.

Para acessar a versão online do Código de Conduta da Unimed acesse www.unimed.com.br/codigodeconduta.

Unimed 

www.unimed.com.br

A Unimed é única e está em todo o Brasil.
Nosso Código de Conduta também.



www.unimed.com.br/codigodeconduta

Unimed 

 Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento.
Saiba mais em www.unimed.com.br/odm

Sustentabilidade



Dudalina = Projeto Kit Retalhos



Jacobina (Yamana) = Seminário de Parcerias
Projeto Beneficiamento Coco Babaçu – Jacobina/BA



Light = Comunidade Eficiente

PRÊMIO

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Projeto Kit Retalhos

A Dudalina, empresa de confecção de moda masculina, inspirada na fundadora da empresa, Dona Adelina, que diante dos resíduos (sobra de tecidos) provenientes da produção de camisas, resolveu utilizar estes tecidos na confecção de artigos de *patchwork* (retalhos), criou um programa em parceria com o Instituto Sócio Ambiental Adelina Clara Hess de Souza, de incentivo à geração de renda. O projeto começou, em 2005, com a doação de kits de retalhos para grupos de geração de renda.

Objetivo do projeto:

Incentivar a formação de grupos de geração de renda, através da doação de matéria-prima, e capacitação, contribuindo assim com a inclusão social de comunidades carentes brasileiras.

Estratégias e programas adotados para atingir o objetivo e fases de implementação do projeto:

O projeto iniciou em 2005 com a doação de kits de retalhos. Esses kits são montados com sobras de tecido (resíduo) e cones de linha usados.

Para receber os kits, a instituição entra em contato com a empresa e informa seus dados (a instituição deve possuir um CNPJ para ser beneficiada). O transporte desses kits é feito por transportadoras que oferecem o frete como cortesia, por se tratar de doação. Apesar da grande procura dos kits por pessoas físicas, a doação é dirigida a grupos como clube de mães, ONGs, entidades beneficentes, associações, clubes de terceira idade, entre outros.

Em 2009 o projeto evoluiu ainda mais com a criação de oficinas para capacitação na técnica de *patchwork*. Desde maio de 2009, mensalmente são realizadas diversas turmas de capacitação em Blumenau, no Instituto Adelina.

Entidades de todo o Brasil, entram em contato solicitando kits e a participação nas oficinas. Os kits são separados e enviados e a participação no curso é agendada conforme disponibilidade.

Resultados quantitativos e qualitativos:

- Doações de Kits:

Em 2007 foram doados 1.615 kits de retalhos.
Em 2008 foram doados 3.987 kits de retalhos.
Em 2009 foram doados 2.437 kits de retalhos.
Em 2010 foram doados 4.742 kits de retalhos.
Totalizando 26.840.100 quilos de retalhos que deixaram de ir para o lixo.

- Grupos beneficiados com as Máquinas de Costura:

Pastoral da Criança (Terra Boa/PR)
Associação Ecos de Esperança (Joinville/SC)
Projeto Mão Amiga (Florianópolis/SC)
Instituto Recicla Vida (Itaipava/RJ)
Associação Cultural Nascente Pequena (Guapimirim/RJ)
CEAFIS (Florianópolis/SC)
Consulado da Mulher (Joinville / SC)

- Cursos Realizados:

Todos os meses são ministrados cursos de *patchwork*, no Instituto Adelina, para as entidades que recebem os kits de retalhos e têm interesse em aprender a técnica.



Figura 1
Kit Retalhos

Figura 2
Curso de capacitação no Instituto Adelina

Figura 3
Alunas com os produtos confeccionados e certificados

Figura 4
Produtos confeccionados pelo Grupo Ecos da Esperança – Joinville/SC

Figura 5
Bolsas produzidas por grupos de geração de renda

Figura 6
Sacola Social produzida para Editora Abril

Sacola Social

Com os kits de retalhos recebidos é possível criar uma infinidade de produtos. A criatividade é o limite dos grupos. Os grupos de geração de renda, além de receberem os kits de retalhos, recebem também os plásticos de embalagem de rolos de tecido, que servem de forro para a confecção das sacolas sociais. As sacolas são vendidas para a comunidade e para empresas.

A Dudalina compra essas sacolas dos grupos de geração de renda e presenteia seus clientes, fornecedores e colaboradores, utilizando esse recurso como uma excelente ferramenta de marketing.

Os produtos confeccionados pelos grupos despertam o interesse de outras empresas. O Supermercado Amigão, de Blumenau, desenvolveu uma ação para seus clientes com as sacolas produzidas pelo grupo de geração de renda de Terra Boa. A Unimed de Blumenau, compra sacolas e distribui nos eventos que promove. A Editora Abril e o Banco Santander distribuem as sacolas sociais adquiridas dos grupo de Terra Boa (PR) nos eventos de sustentabilidade. A proposta da sacola social é a de substituir as sacolas plásticas, reduzindo assim o lixo produzido nas cidades e contribuindo com a preservação ambiental.

Análise qualitativa:

O projeto encontra-se em diferentes estágios nos grupos de geração de renda hoje existentes. O grupo mais avançado é o grupo de geração de renda da Pastoral da Criança de Terra Boa, o qual é composto por sete mulheres, responsáveis pela produção de sacolas sociais, além de produtos comercializados na região. Neste grupo, já é possível observar uma significativa melhoria na renda familiar das participantes.

> SUSTENTABILIDADE

Seminário de Parcerias

Projeto Beneficiamento Coco Babaçu

Jacobina/BA



A Yamana garantiu a aquisição e implantação de equipamentos para o beneficiamento do coco de babaçu, adequando-os à sede da Associação Comunitária dos Moradores do Cocho de Dentro (ACMACD). Graças ao investimento feito por meio do Seminário de Parcerias, programa de responsabilidade social da empresa, a entidade tem a chance de agregar renda com a extração de óleo e melhoria dos produtos.

A parceria entre a mineradora e a Instituição é contínua. A Yamana acompanha o projeto, apóia a exposição dos produtos em eventos e dá suporte técnico na área ambiental e de segurança. “Foi uma mudança radical. Com as melhorias trazidas pela Yamana, contaremos também com o apoio governamental para evoluirmos ainda mais”, conta Reginaldo Santos de Jesus, presidente da ACMACD.



YAMANAGOLD

Jacobina Mineração e Comércio Ltda.

www.yamana.com

Iniciativa da Yamana é finalista do Prêmio Ética nos Negócios

A Yamana tem orgulho de apoiar o projeto para o beneficiamento do coco de babaçu, indicado para o Prêmio Ética nos Negócios!

Fruto do Seminário de Parcerias, programa de responsabilidade social da Yamana, a ação garantiu a melhoria da qualidade de vida com a geração de emprego e renda para cerca de 50 famílias da Associação Comunitária dos Moradores do Cocho de Dentro (ACMACD), em Jacobina, Bahia.



YAMANAGOLD

Jacobina Mineração e Comércio Ltda.

Yamana: Mineração responsável. Mineração inteligente

> SUSTENTABILIDADE

Comunidade Eficiente



O maior desafio das concessionárias de energia são as perdas comerciais. Estas estão associadas a vários fatores, como consumo não eficiente de energia, baixa renda dos moradores das comunidades e diversas formas de informalidade e irregularidade. A Light, por meio do Programa Comunidade Eficiente, desdobra esforços para contribuir na reversão desses fatos. A empresa estimula a eficiência energética, dissemina a tarifa social e contribui para a melhoria da qualidade de vida dos moradores destas comunidades, proporcionando adaptarem a necessidade de consumo às possibilidades de pagamento.

O sucesso dessas ações depende de um intenso trabalho de articulação com diversas instituições e políticas públicas e também do protagonismo dos atores locais.



www.light.com.br

A Light está presente em 31 municípios do estado do Rio de Janeiro, abrangendo uma região com mais de 10 milhões de pessoas e somando 4 milhões de clientes. Com mais de um século de atuação, a Light tem feito parte da vida do Rio de Janeiro, acompanhando e oferecendo produtos e serviços essenciais para o desenvolvimento econômico, social e cultural das localidades onde atua. Seu compromisso em prestar serviços à população se traduz na busca permanente pela eficiência e na postura transparente e proativa junto a todos os públicos com os quais se relaciona.

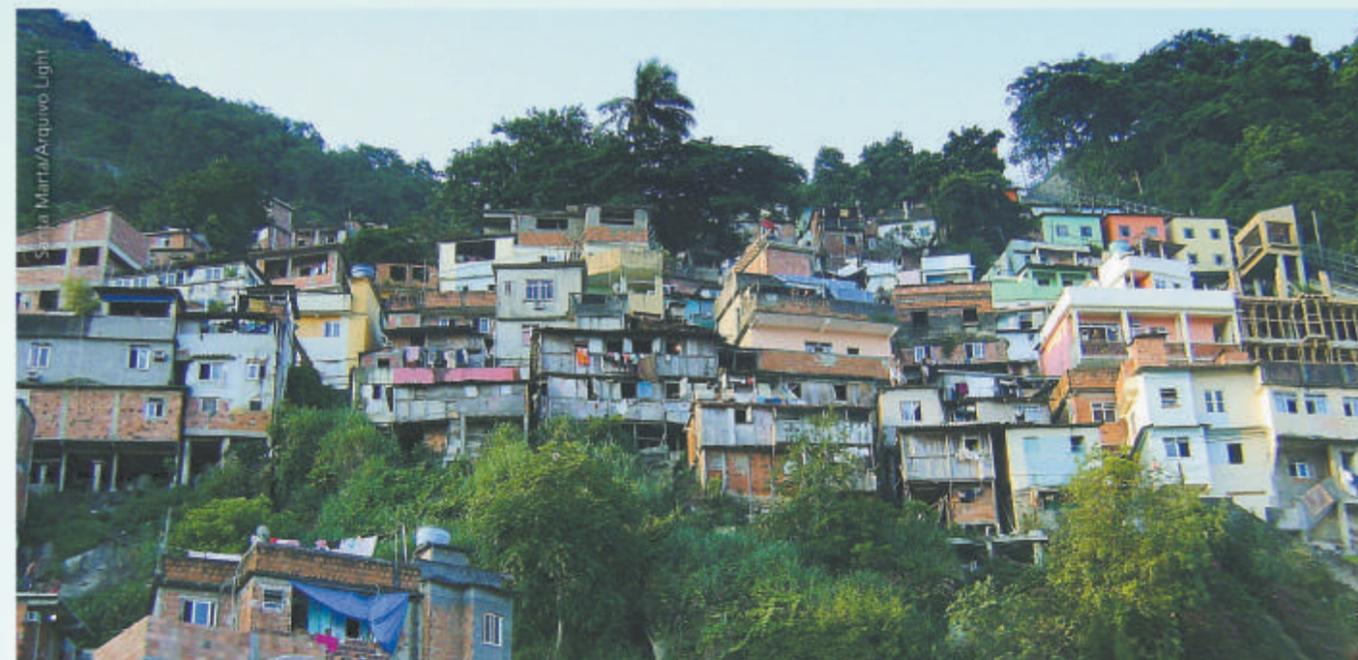
A Light S.A. é uma holding que controla integralmente subsidiárias que participam em três segmentos de negócio: a Light SESA, em distribuição de energia, a Light Energia, em geração de energia e, em comercialização e serviços de energia, a Light Esco e a LightCom.

Nossa missão:

Ser uma grande empresa brasileira comprometida com a sustentabilidade, respeitada e admirada pela excelência do serviço prestado a seus clientes e à comunidade; pela criação de valor para seus acionistas e por se constituir em um ótimo lugar para se trabalhar.

Nossos valores:

Foco nos resultados, mérito, coragem e perseverança, comportamento ético e solidário e alegria.



Nos últimos dois anos, a Light vem apoiando o processo de pacificação e investindo pesadamente para melhorar o fornecimento de energia elétrica nas comunidades pacificadas. Com o projeto Comunidade Eficiente, a Light já está presente em 14 comunidades onde há UPPs. Construimos novas redes em áreas públicas, trocamos milhares de geladeiras, instalações elétricas e lâmpadas, contribuindo para o desenvolvimento sustentável dessas comunidades.

A Light continuará acompanhando o Governo do Estado em todas as UPPs. É a nossa maneira de fazer um Rio melhor para todos os cariocas.

www.light.com.br



Comunicação e Transparência

PRÊMIO

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS



Schneider-Electric = Virada Sustentável



Telemont = Revista Telemont

Virada Sustentável



Schneider Electric fecha parceria com Fundação Amazonas Sustentável

O acordo contempla cursos de capacitação e conscientização para moradores das unidades de conservação

A Schneider Electric, especialista global na gestão de energia, firma acordo com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS) para a implantação de programas de capacitação profissional para as comunidades pertencentes às unidades de conservação do Estado do Amazonas (AM). O contrato de parceria será assinado no próximo dia 27 de novembro, pela presidente da empresa, Tânia Cosentino, durante uma passagem pela região. A executiva também percorrerá o Rio Negro, em visita às comunidades ribeirinhas.

“A capacitação de moradores da região reafirma nosso comprometimento com a eficiência energética e com o fornecimento de energia segura”, afirma Tânia.

A parceria contemplará o “Programa de Agentes de Eletricidade”, que terá como foco treinar 561 pessoas das comunidades atendidas pelo Programa Bolsa Floresta e capacitá-las sobre as boas práticas de utilização e segurança dos geradores de energia locais. Este projeto terá a colaboração do SENAI para o desenvolvimento e aplicação do programa e o apoio da FAS para a organização comunitária.

“Esse acordo ajudará a enfrentar um problema histórico nas comunidades ribeirinhas do Amazonas: a questão de energia em áreas isoladas”, afirma Virgílio Viana, superintendente geral da FAS.

Outra importante ação prevista no acordo é o “Projeto de Educação”. A iniciativa tem como propósito levar o curso de Introdução à Elétrica Básica Residencial, projeto já em andamento em todo o Brasil, aos moradores de unidades de conservação, localizadas

no interior do Amazonas, por meio de atividades realizadas no Barco Samauma (SENAI). A sede da FAS e o novo auditório, localizados em Manaus, também receberão apoio da Schneider Electric. A empresa realizará auditoria e posterior instalação de equipamentos que promovam a eficiência energética das instalações. Atualmente, a sede possui cerca de 800 m², auditório com capacidade para 150 pessoas e uma área de trabalho com cerca de 500 m².

A atuação social da companhia envolverá, ainda, o grupo de voluntários, que participará da promoção e comercialização de artesanato manufaturado pela população ribeirinha atendida pelas unidades de conservação.



www.schneider-electric.com.br

Sobre a Schneider Electric

Como especialista global na gestão de energia e com operações em mais de 100 países, a Schneider Electric oferece soluções integradas para diversos segmentos de mercado, obtendo posições de liderança em energia e infraestrutura, processos industriais, automação predial, data centers/networks, bem como forte presença em aplicações residenciais. Com o objetivo de oferecer energia mais segura, confiável e eficiente, a empresa, com mais de 110.000 colaboradores em todo o mundo, atingiu em 2010 um faturamento de €19,6 bilhões, através de seu firme compromisso em ajudar as pessoas e organizações a “fazerem o máximo da sua energia”. Mais informações em www.schneider-electric.com.br ou pelo call center Schneider Electric: 0800 7289 110 ou (11) 3468-5791.

Sobre a Fundação Amazonas Sustentável – FAS

A Fundação Amazonas Sustentável (FAS) é uma instituição sem fins lucrativos, não governamental e sem vínculos político-partidários, fundada no dia 20 de dezembro de 2007, por meio de uma parceria entre o Governo do Estado do Amazonas e o Banco Bradesco. A missão da FAS é promover o envolvimento sustentável, a conservação ambiental e a melhoria da qualidade de vida das comunidades residentes nas Unidades de Conservação do Estado do Amazonas, em uma área de mais de 10 milhões de hectares, por meio da valorização dos serviços e produtos ambientais. A FAS tem como prioridade implementar o Programa Bolsa Floresta (PBF), que é o primeiro projeto do Brasil certificado internacionalmente para recompensar as populações tradicionais pela manutenção dos serviços ambientais prestados pelas florestas. Site <http://www.fas-amazonas.org>.



Objetivos da Revista Telemont



Revista Telemont

A revista Telemont tem como objetivo diminuir a distância de comunicação entre empregado e empregador; promover o interesse dos colaboradores e seus familiares para a leitura, através da inclusão de temas agradáveis e promover um veículo com conteúdo mais próximo da realidade dos leitores. Oferecemos textos atraentes, no entanto, sem esquecer as demandas apresentadas pelo público leitor, como realizações, perfis e coberturas regionais. Com periodicidade trimestral, procuramos vincular os temas e pautas às capacidades, negócio e serviços da empresa.



TELEMONT
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A

www.telemont.com.br

Revista Telemont

Publicação Telemont - Nº 8 - Outubro / 2011
Edição Especial - V SIPAT Corporativa



V SIPAT CORPORATIVA: proteção das mãos

PRÊMIO

Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS

Parceiro da 2º Edição:

 **ABF**
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING


BAESA
ENERGÉTICA BARRA GRANDE S.A.


DUDALINA[®]
Amar à camisa e às pessoas


BANCO
FIBRA


Grupo
Libra


Light


LUPO


Mosaic[™]


oBoticário


Schneider
Electric


TELEMON
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A.


Unimed | 


YAMANAGOLD
Jacobina Mineração e Comércio Ltda.

ÉTICA
NOS
NEGÓCIOS