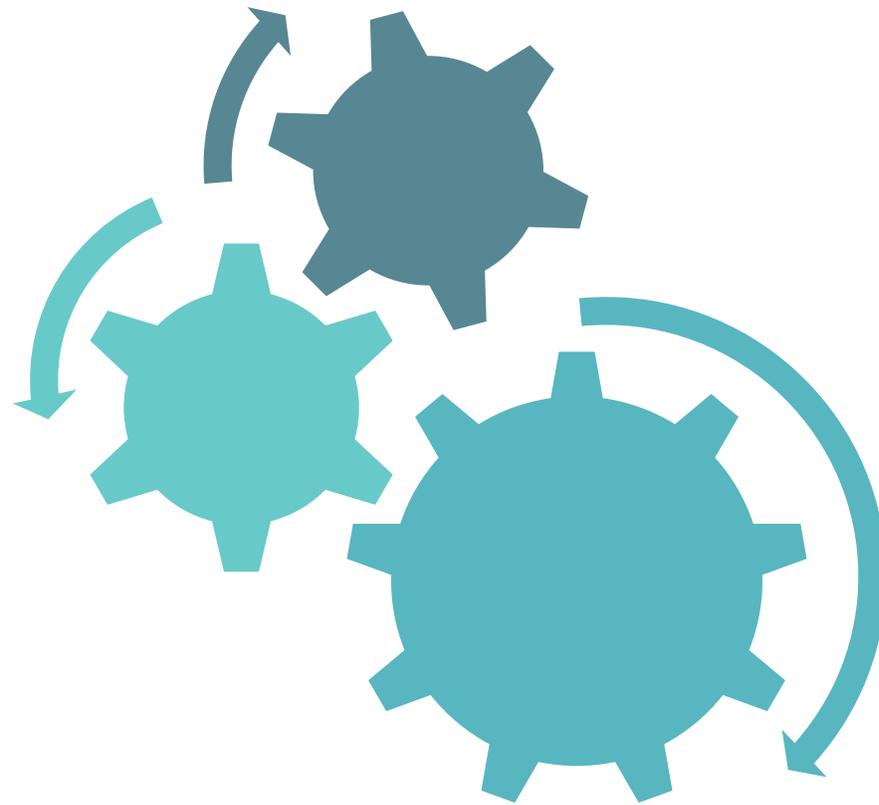
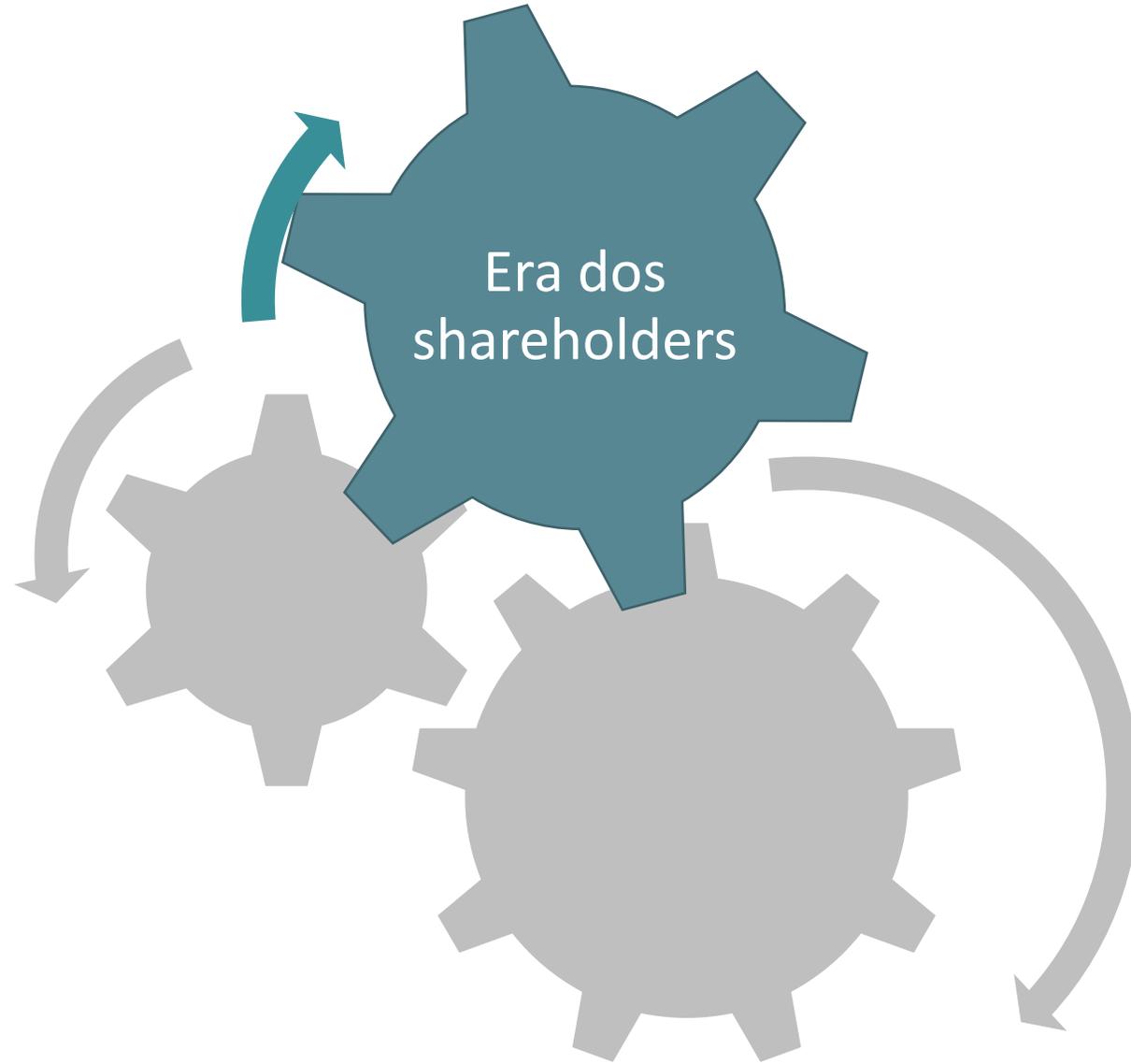


Iniciando a Gestão Socialmente Responsável

1. O conceito de RSE
2. A ferramenta
3. O Ethos e as empresas

Responsabilidade Social Empresarial: A evolução do conceito





Final do século XX – Década de 1990



“The business of business is business” (1970)

Milton Friedman, expoente da Escola de Chicago e Prêmio Nobel de Economia

Ou seja:

A única responsabilidade das empresas era gerar lucro para os seus acionistas, dentro das regras da sociedade (legislação).

Final do século XX - Década de 1990



Ênfase

- Filantropia
- Redistribuição de valor
- Doação de dinheiro
- Contribuição em produtos ou serviços

Modelo Mental

Da Empresa

Benevolência

Da Comunidade

Gratidão



Ao realizarem seus negócios, dentro da lei, e gerarem lucro, as empresas já estariam cumprindo sua função social e sendo responsáveis.

O QUE APRENDEMOS COM ESSA VISÃO:

De fato, desempenhar as suas atividades de forma legal e lucrativa é a primeira forma de atuação responsável de uma empresa ...



mas isso não basta.



Era dos
stakeholders

Final do século XX



A responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento.

Archie Carroll (final da década de 1970)

A Definição de Carroll parte do pressuposto de que a empresa insere-se em um contexto mais amplo que o seu negócio e que esse “ambiente externo” a influencia e é por ela influenciado.



Ênfase

- Consulta e alinhamento
- Estratégias empresariais + interesses de públicos específicos
- Envolvimento de comunidades, funcionários, fornecedores, governo, imprensa etc.

Modelo Mental

Da Empresa



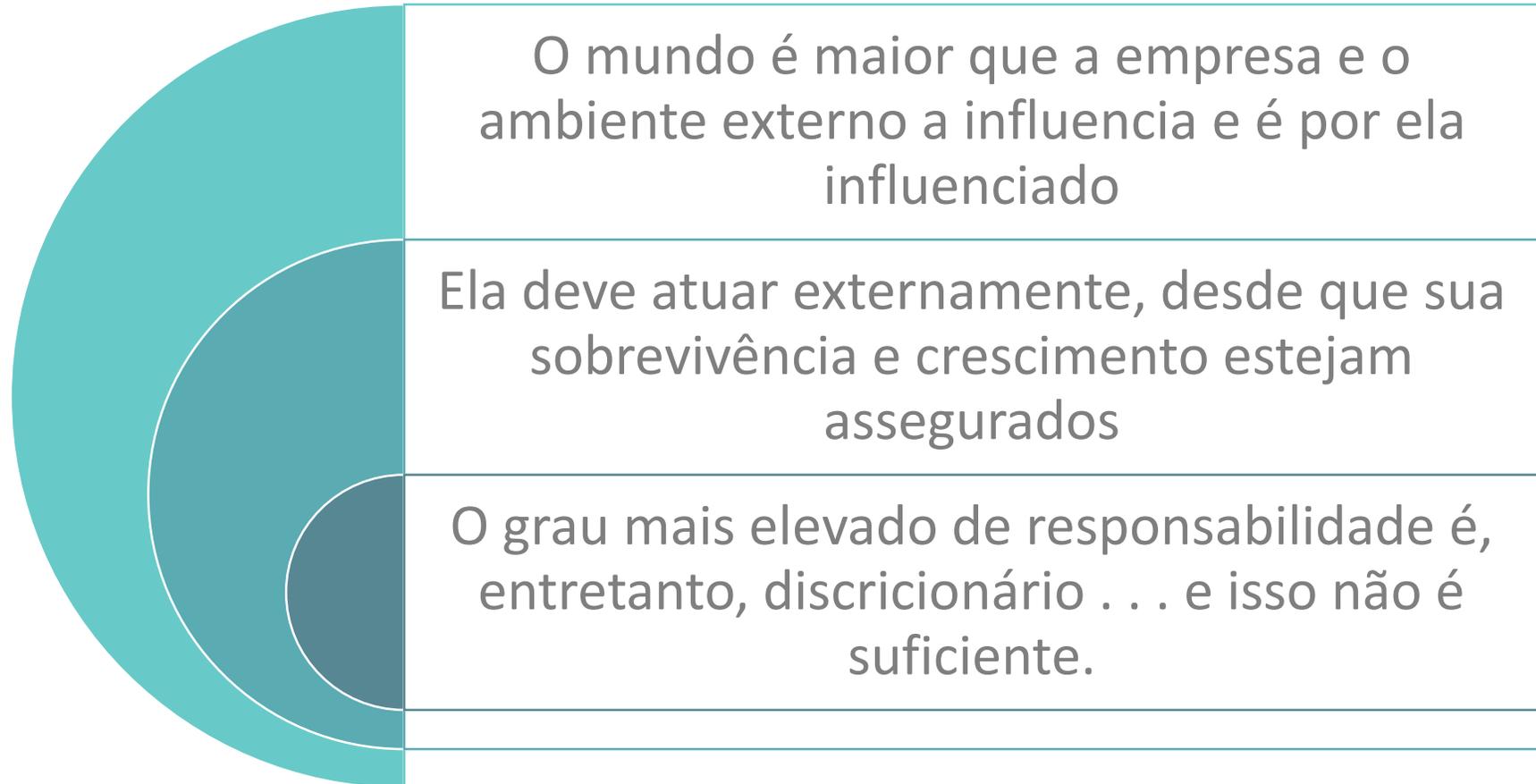
Democracia, reforço
dos laços

Da Comunidade



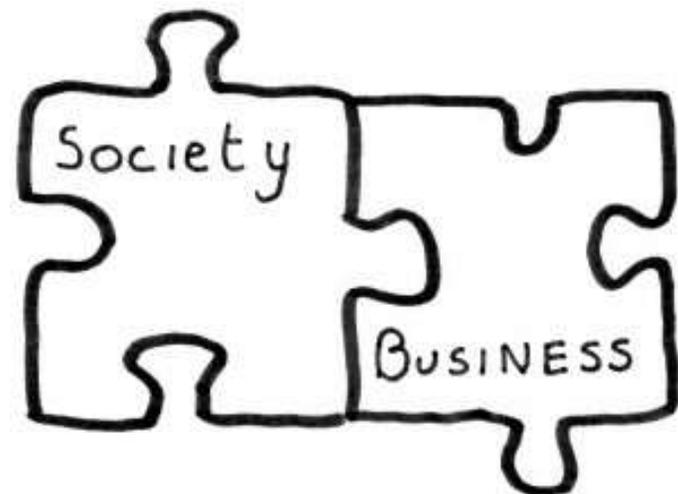
Cidadania

O que podemos aprender com essa visão





Criando valor compartilhado... (século XXI)

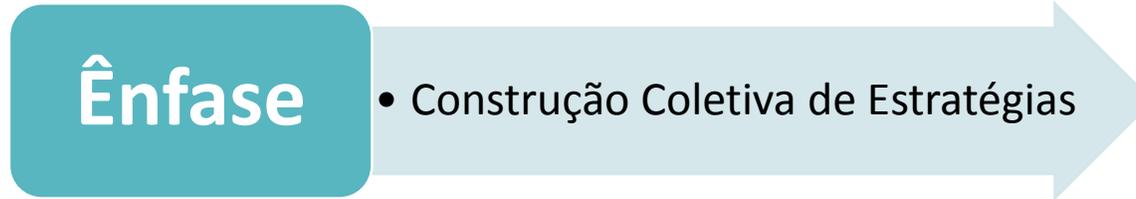




*Por mais que as empresas venham abraçando a Responsabilidade Corporativa, mais e mais elas têm sido responsabilizadas pelos problemas sociais. A legitimidade dos negócios caiu a níveis inéditos na história recente. A solução reside na criação de valor compartilhado de tal forma que gere **valor para a sociedade ao mesmo tempo em que atenda às exigências e necessidades do mercado.***

Michael Porter (2011)

Anos 2010 em diante



Modelo Mental



Fundamentos dessa visão

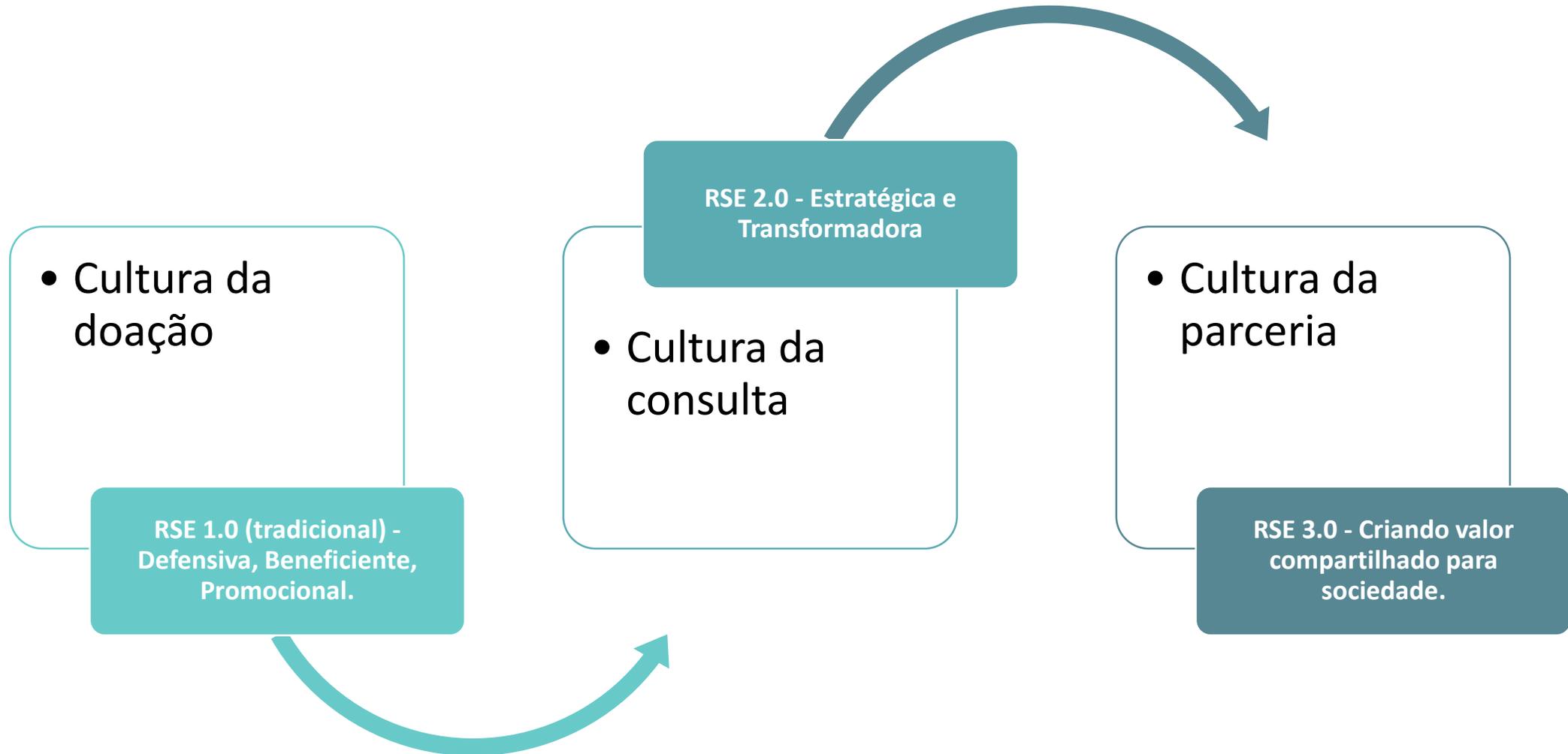


É da **natureza da empresa criar valor** (tangível e intangível)

Tanto o **progresso econômico quanto o social** (e acrescentaríamos também o ambiental) devem **ser medidos em termos de criação de valor**

Agir dentro da lei e de forma consultiva à sociedade, sem contrariar seus interesses, **não é suficiente**

Sumário do histórico do processo



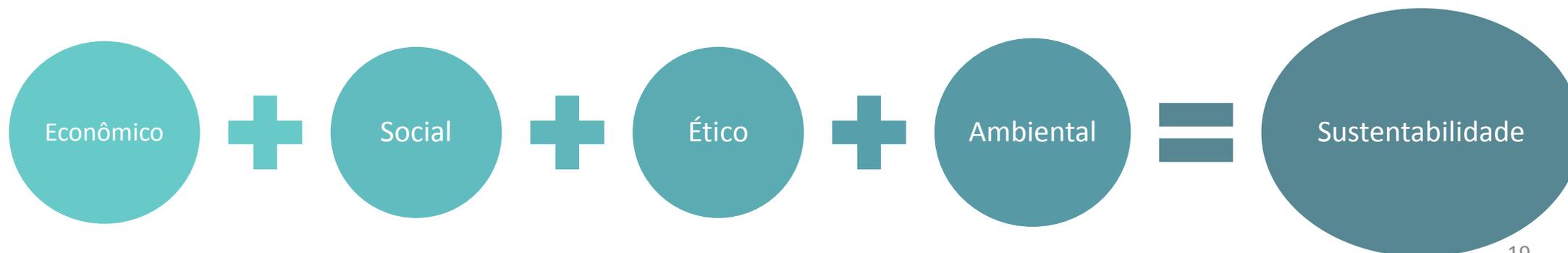


**Há organizações nos 3 níveis
de desenvolvimento.
E mesmo dentro da mesma,
há diferentes níveis
sendo disputados.**

Da responsabilidade social à sustentabilidade

Responsabilidade social → contribuição das empresas em uma dimensão fundamental do desenvolvimento (Social)

Entretanto, há outras: Ambiental, Ética, Econômica



Indicadores Ethos

INDICADORES ETHOS

para negócios sustentáveis e responsáveis

Ferramenta de gestão para a incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) nas práticas e estratégias de negócio.



APLICADO POR
3.700
EMPRESAS

INDUTOR DE
BOAS
PRÁTICAS
EMPRESARIAIS

FERRAMENTA COM
CREDIBILIDADE PARA
91%
DOS ENTREVISTADOS

PERCEPÇÃO DE
EVOLUÇÃO DE
75%

UTILIZADO POR
74% DAS
EMPRESAS LISTADAS
NO ISE BOVESPA

REFERÊNCIA
PROGRAMAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

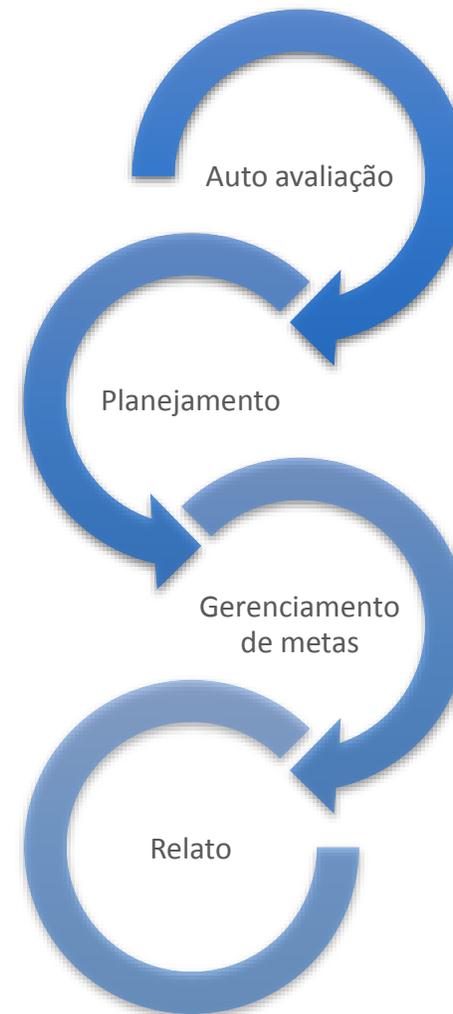
80%
PROPENSÃO
A INDICAR O
USO

ALTA RELEVÂNCIA
PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL NA VISÃO DE
88% DOS
ENTREVISTADOS



ORIENTANDO PARA A AÇÃO

Os Indicadores Ethos têm como foco **avaliar** o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social estão incorporadas nos negócios, **orientando** para a definição de estratégias, políticas e processos.





QUESTIONÁRIO



SISTEMA *ON-LINE*



QUESTIONÁRIO

O questionário é composto por **47 indicadores**, que são organizado em **4 dimensões** que apresentam os **temas centrais** da sustentabilidade:

DIMENSÕES



TEMAS

- Estratégias para a Sustentabilidade
- Governança Organizacional
- Práticas de Operação e Gestão
- Direitos Humanos
- Práticas de Trabalho
- Questões relativas ao Consumidor
- Envolvimento com a Comunidade e seu Desenvolvimento
- Mudanças Climáticas
- Gestão e Monitoramento dos Impactos sobre os Serviços Ecossistêmicos e a Biodiversidade
- Impactos do Consumo



ESTÁGIO 1	CUMPRIMENTO E/OU TRATATIVA INICIAL	sim	não
A empresa inclui aspectos sociais e questões ambientais em suas estratégias.	1.1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ESTÁGIO 2	INICIATIVAS E PRÁTICAS	sim	não
A empresa inclui em seu planejamento estratégico aspectos sociais e questões ambientais, assim como interesses de outros públicos que não os de seus acionistas e clientes; ou, pelo menos, ao considerar, nos seus planos, os estudos de impactos socioambientais que elabora, a empresa formula estratégias de sustentabilidade que têm como objetivo aumentar sua eficiência no uso de recursos naturais e reduzir os impactos socioambientais negativos.	1.2 1.2.1 1.2.2 1.2.3	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

ESTÁGIO 3	POLÍTICAS, PROCEDIMENTOS E SISTEMAS DE GESTÃO	sim	não
A empresa implementa políticas, procedimentos e sistemas de gestão, em primeiro lugar, ao integrar a RSE/ sustentabilidade de em suas operações decisórias e corporais elemento essencial de sua estratégia; em segundo lugar, ao identificar os riscos relacionados aos impactos socioambientais de curto e médio prazo que provoca; em terceiro lugar, ao implementar procedimentos de gestão desses riscos e monitorá-los periodicamente; em quarto lugar, ao identificar as oportunidades relacionadas com esses impactos no curto, médio e longo prazo; e, em quinto e último lugar, ao implementar procedimentos de gestão das oportunidades relacionadas a seus impactos socioambientais de curto, médio e longo prazo, e monitorá-los periodicamente.	1.3 1.3.1 1.3.2 1.3.3 1.3.4 1.3.5	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

ESTÁGIO 4	EFICIÊNCIA	sim	não
A empresa, em um primeiro momento, inclui aspectos socioambientais nas decisões de financiamento, investimento ou operação e nas práticas de valor econômico. Em um segundo momento, elabora um planejamento estratégico que considere o cenário de longo prazo relacionado às questões socioambientais, identificando os impactos em sua cadeia de valor. E, em um terceiro momento, identifica os seus impactos, adota procedimentos de gestão de impactos socioambientais em sua cadeia de valor.	1.4 1.4.1 1.4.2 1.4.3 1.4.4 1.4.5	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

ESTÁGIO 5	PROTAGONISMO	sim	não
A empresa investe em pesquisa e desenvolvimento voltados para a inovação em sustentabilidade e seu potencial de geração de novos modelos de negócios, considerando potenciais mudanças de mercado em decorrência do tratamento das questões socioambientais.	1.5 1.5.1 1.5.2	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

A empresa tem uma prática que não está contemplada nas questões binárias que justificam a escolha de estágio? Em caso positivo, descrever:

A empresa não se identifica em nenhum estágio.

Este indicador não tem aplicação na empresa. Justificar:

ESTRUTURA DO INDICADOR

Cada indicador é composto por três tipos de questões:

- Questões de profundidade (estágios)
- Questões binárias – que evidenciam as práticas de cada estágio
- Questões quantitativas

INDICADORES ETHOS – VISÃO GERAL



Visão e Estratégia	Governança e Gestão	Social	Ambiental
Estratégias para a Sustentabilidade	Código de Conduta	Monitoramento de Impactos do Negócio nos Direitos Humanos	Governança das Ações Relacionadas às Mudanças Climáticas
Proposta de Valor	Governança da Organização	Trabalho Infantil na Cadeia de Suprimentos	Adaptação às Mudanças Climáticas
Modelo de Negócios	Compromissos Voluntários	Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia de Suprimentos	Sistema de Gestão Ambiental
	Engajamento das Partes Interessadas	Promoção da Diversidade e Equidade	Prevenção da Poluição
	Relações com Investidores e Relatórios Financeiros	Relação com Empregados (Efetivos, Terceirizados, Temporários ou Parciais)	Uso Sustentável de Recursos: Materiais
	Relatos de Sustentabilidade e Relatos Integrados	Relações com Sindicatos	Uso Sustentável de Recursos: Água
	Comunicação com Responsabilidade Social	Remuneração e Benefícios	Uso Sustentável de Recursos: Energia
	Concorrência Leal	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional	Uso Sustentável da Biodiversidade e Restauração dos Habitats Naturais
	Práticas Anticorrupção	Comportamento frente a Demissões e Empregabilidade	Educação e Conscientização Ambiental
	Contribuições para Campanhas Eleitorais	Saúde e Segurança dos Empregados	Impactos do Transporte, Logística e Distribuição
	Envolvimento no Desenvolvimento de Políticas Públicas	Condições de Trabalho, Qualidade de Vida e Jornada de Trabalho	Logística Reversa
	Gestão Participativa	Relacionamento com o Consumidor	
	Sistema de Gestão Integrado	Impacto decorrente do Uso dos Produtos ou Serviços	
	Sistema de Gestão de Fornecedores	Estratégia de Comunicação Responsável e Educação para o Consumo Consciente	
	Mapeamento dos Impactos da Operação e Gestão de Riscos	Gestão dos Impactos da Empresa na Comunidade	
	Gestão da RSE/ Sustentabilidade	Compromisso com o Desenvolvimento da Comunidade e Gestão das Ações Sociais	
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	



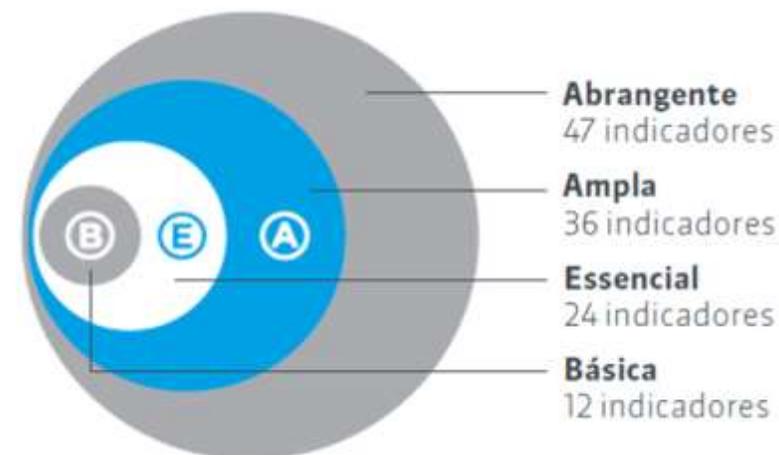
FLEXIBILIDADE NO USO

Sua empresa pode escolher quantos e quais indicadores serão adequados ao seu negócio. Não há um número mínimo obrigatório a ser respondido. **O tamanho da transformação é uma escolha da sua empresa.**

Além disso, para apoiar as empresas que desejam ter uma orientação do Ethos sobre a seleção dos indicadores, fizemos algumas seleções que chamamos de **pré-formatações**.

Você pode utilizar uma das pré-formatações ou **personalizar** sua seleção de indicadores em “Meus Indicadores”

PRÉ-FORMATAÇÕES



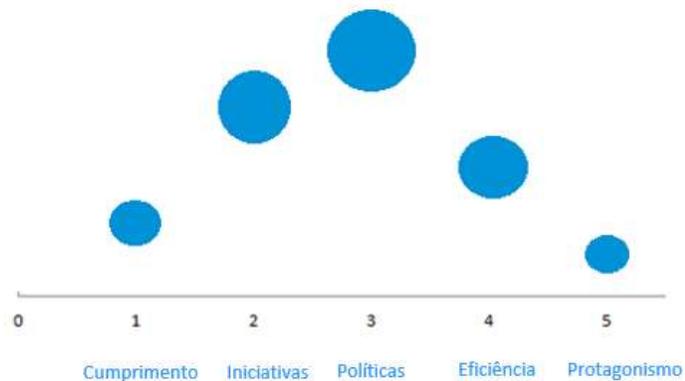
OU

MEUS INDICADORES

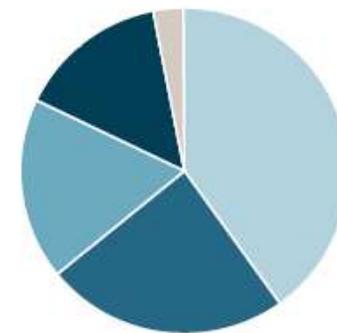


SISTEMA ON-LINE

O desempenho da sua empresa é comparado com o das demais que responderam os Indicadores Ethos , com recortes por **setor**, **porte** e **região**, trazendo inspiração e indicando desafios para o futuro.



-  energia
-  saúde
-  transporte e logística
-  serviços financeiros
-  construção civil

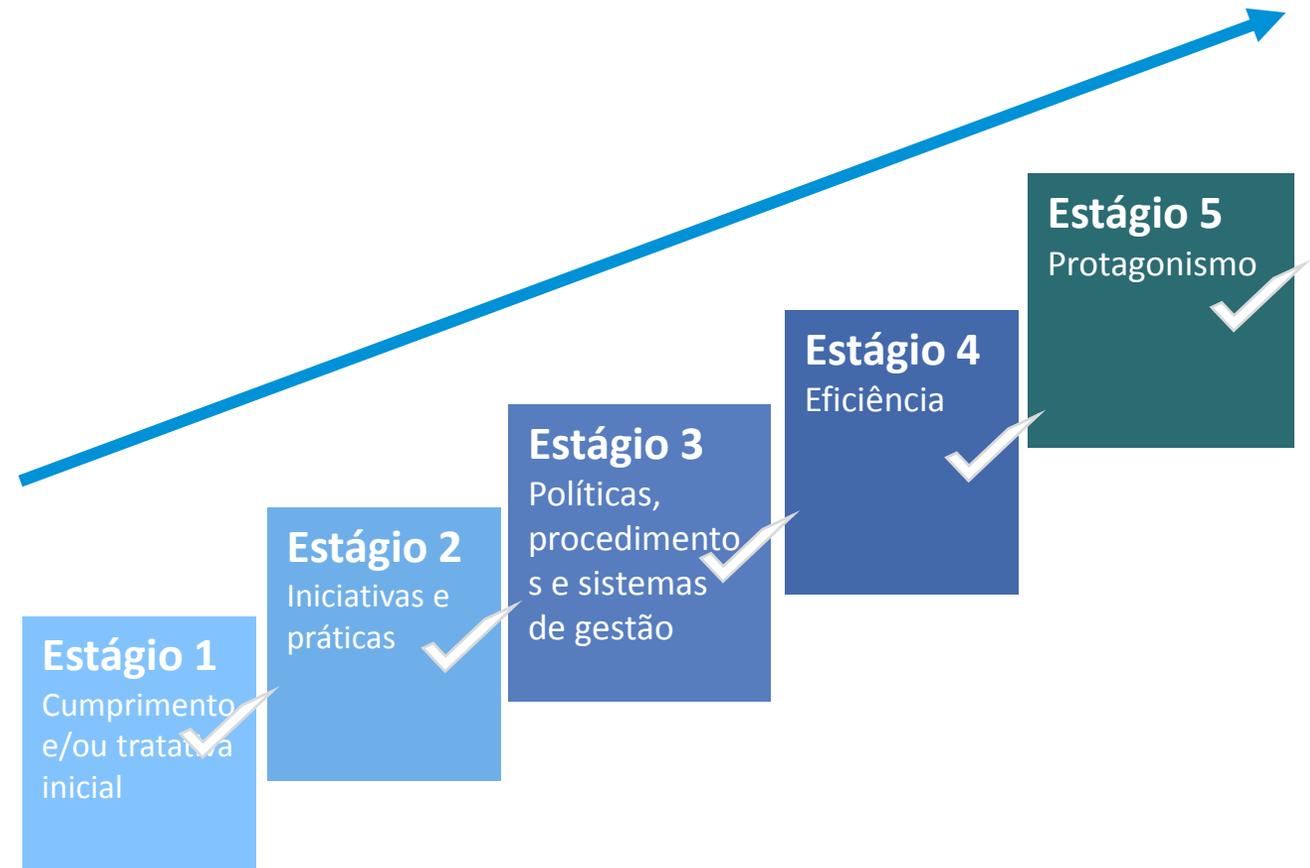




EVOLUÇÃO DAS PRÁTICAS

Os Indicadores Ethos traduz conceitos em práticas empresariais, organizando-as em **estágios** que apresentam sua **evolução**.

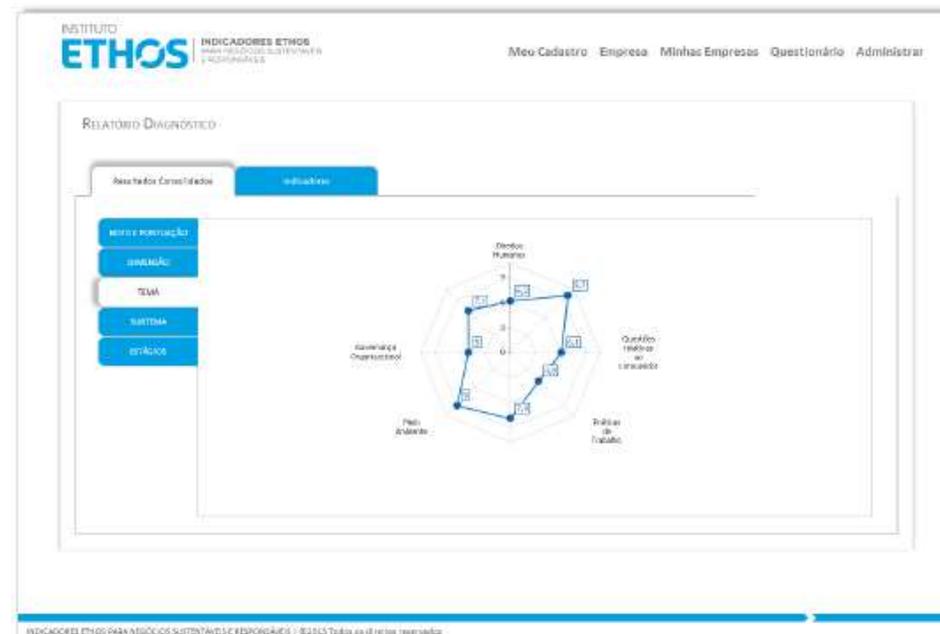
Ao mesmo tempo que a empresa **identifica em qual estágio se encontra**, reconhece **o caminho a trilhar** ao conhecer as práticas mais evoluídas na gestão dos temas.





RELATÓRIO DE DIAGNÓSTICO INDIVIDUAL

A partir da aplicação dos Indicadores Ethos no sistema on-line as empresas recebem seu relatório de diagnóstico individual:

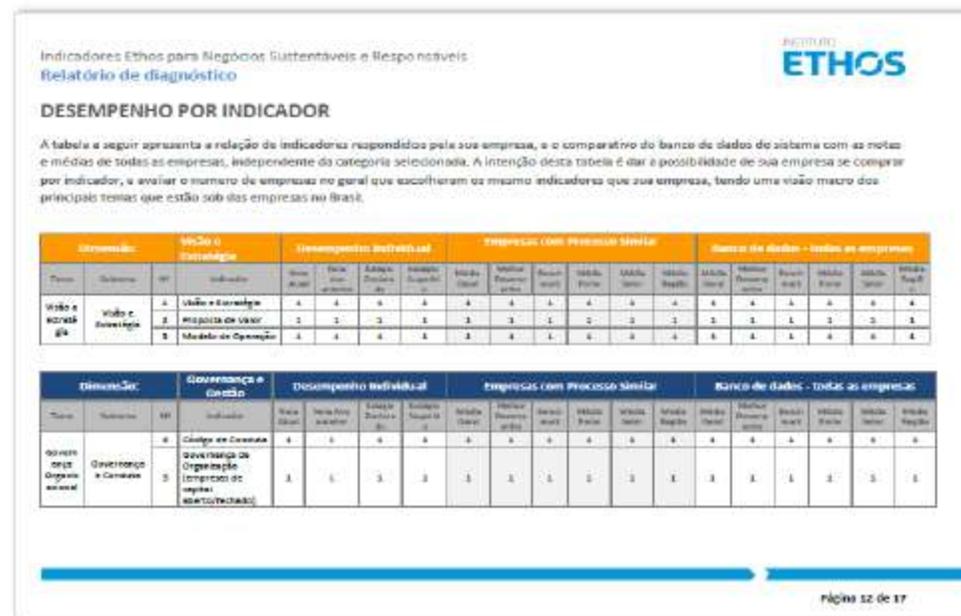
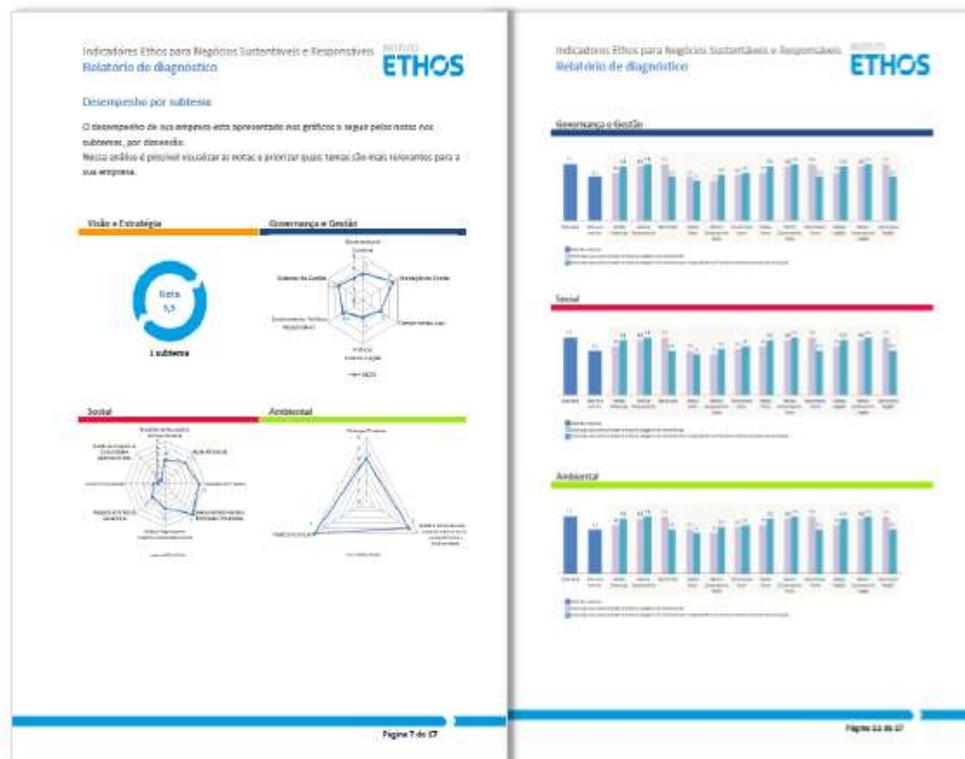


As informações inseridas no sistemas são tratadas como confidenciais. Os desempenhos individuais não são divulgados.



RELATÓRIO DE DIAGNÓSTICO INDIVIDUAL

O relatório também pode ser exportado para o PDF com os dados consolidados, comparativos por porte, setor e região e o desempenho por indicador.



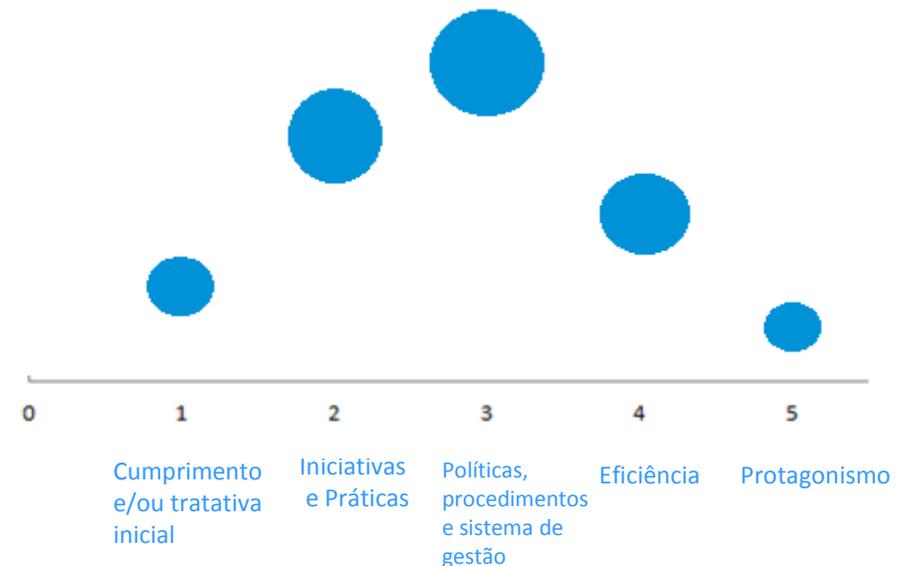


O QUE AS EMPRESAS
GANHAM COM OS
INDICADORES ETHOS?

DIAGNÓSTICO



Você identifica em qual **estágio** da gestão da RSE/sustentabilidade sua empresa se encontra e a **evolução das práticas**.



GESTÃO DE RISCO



A partir do **autodiagnostico**, sua empresa consegue identificar os pontos fortes e aqueles a serem desenvolvidos, **evitando riscos ao negócio**.



GESTÃO SUSTENTÁVEL

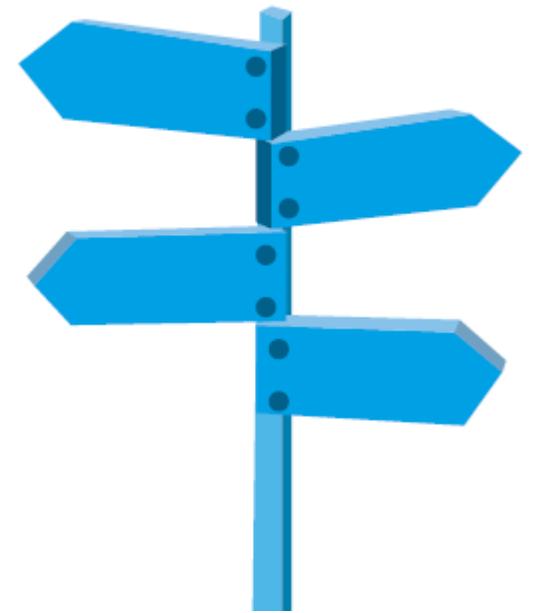


Com o sistema de gestão dos Indicadores Ethos, sua empresa define **objetivos, prazos e responsáveis pelas ações de sustentabilidade**, facilitando o planejamento e garantindo o acompanhamento das metas.

MEUS INDICADORES



Você pode escolher quantos e quais indicadores serão adequados ao seu negócio. Não há um número mínimo obrigatório a ser respondido. O tamanho da transformação é uma escolha da sua empresa.



TEMPO



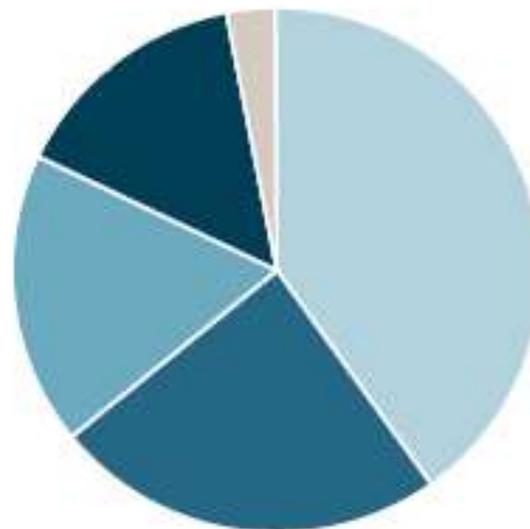
Usando os Indicadores Ethos, sua empresa atende e integra os principais itens de iniciativas internacionais como as **diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade GRI**, a norma **ABNT ISO26000**, o **Pacto Global da ONU** e o **CDP**.

COMPARABILIDADE



O desempenho da sua empresa é comparado com o das demais que responderam os Indicadores Ethos , com recortes por **setor, porte e região**, trazendo inspiração e indicando desafios para o futuro.

-  energia
-  saúde
-  consultoria
-  transporte e logística
-  serviços financeiros
-  construção civil



REDUÇÃO DE CUSTOS



Sua organização tem a disposição um sistema pronto.
O investimento da sua empresa seria alto para desenvolver um sistema próprio que contemple atualizações periódicas, gestão e comparabilidade com o mercado.

VISIBILIDADE



Ao responder os Indicadores Ethos o nome da sua empresa poderá ficar **exposto no site do Instituto Ethos**. Além disso, ela pode divulgar em seu site o **banner “Eu uso os Indicadores Ethos”** e ser escolhida para constar no **Banco de Práticas**.



EU USO OS INDICADORES ETHOS



RELATO DE SUSTENTABILIDADE



Esta nova funcionalidade dos Indicadores Ethos permite que sua empresa gere automaticamente seu **relato de sustentabilidade, logo após o preenchimento.**

Esse documento pode ser editado com a identidade visual de sua empresa para ser **compartilhado com seus públicos** e dar visibilidade às ações sustentáveis da companhia.



ACESSO A NOVOS MERCADOS



O desempenho em sustentabilidade é uma informação cada vez mais relevante na **tomada de decisão** dos agentes financeiros.

O mercado e as empresas utilizam **critérios socioambientais** para contratação de fornecedores.

ENGAJAMENTO DA CADEIA DE VALOR



Sua empresa pode **engajar seus fornecedores e clientes** num processo que vai além da gestão de risco, possibilitando o alinhamento das práticas.

E vai **receber um relatório de diagnóstico da sua cadeia**, apresentando os pontos fortes e críticos, apoiando a gestão dos temas relevantes no processo do ciclo de vida do produto/serviço.

POLITICA DE USO



Os Indicadores Ethos é de uso exclusivo para empresas associadas ao Instituto Ethos que podem utilizá-los na forma individual ou aderindo ao Programa de Cadeia de Valor.

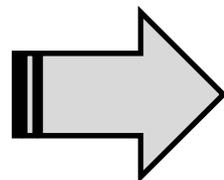
O papel do Ethos

Plano Ethos 10 anos

Ampliação do foco de ação

DE

Mudança da cultura e dos processos de gestão dos negócios com base na ação voluntária das empresas



PARA

Atuação na economia, associando ações voluntárias das empresas com a melhoria de políticas públicas

**Plataforma
por uma
Economia
Inclusiva,
Verde e
Responsável**

Realização
INSTITUTO
ETHOS
DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

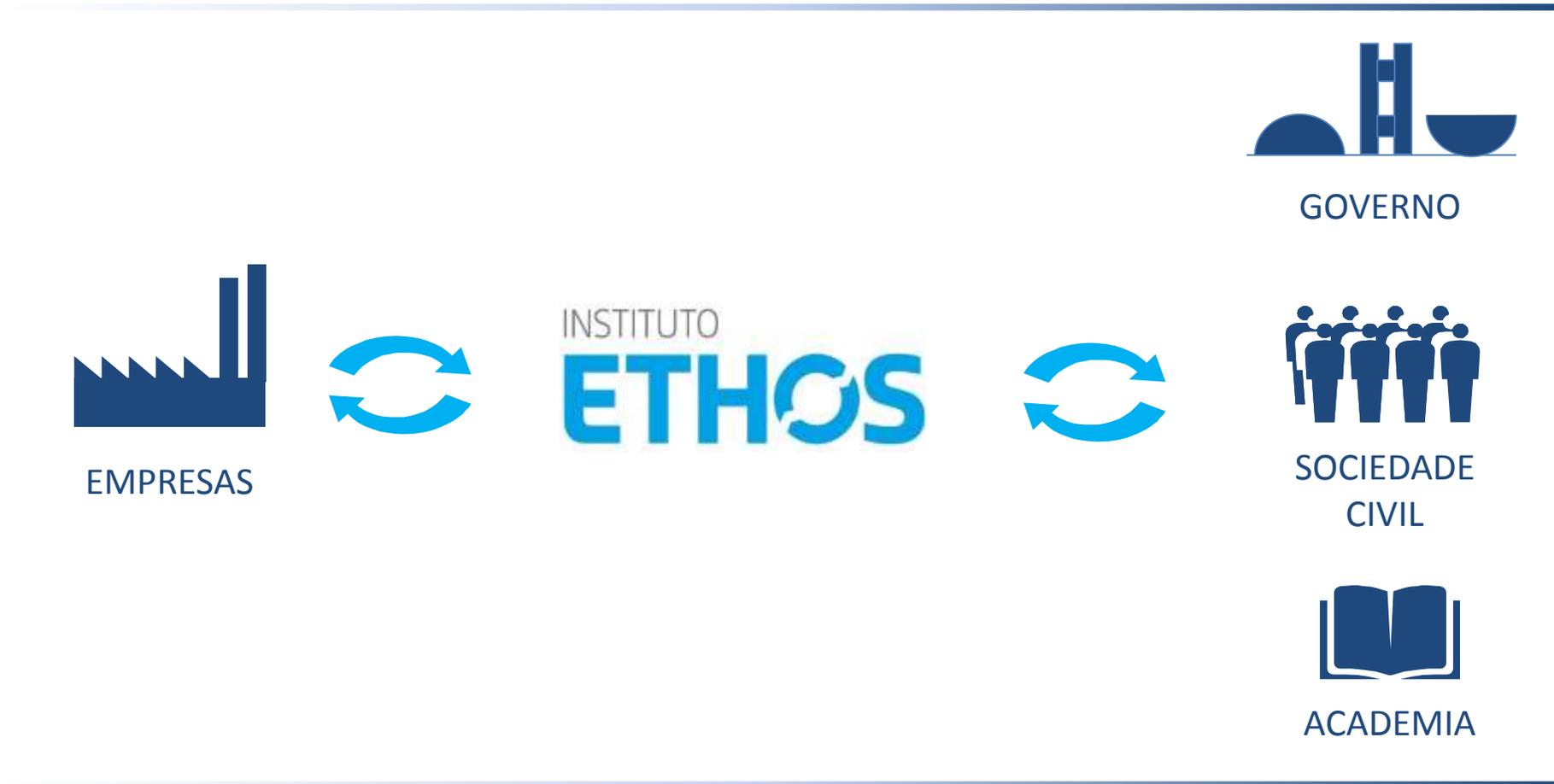
Parceiros Institucionais



Parceiro Estratégico

Deloitte

Articulação entre os diferentes atores

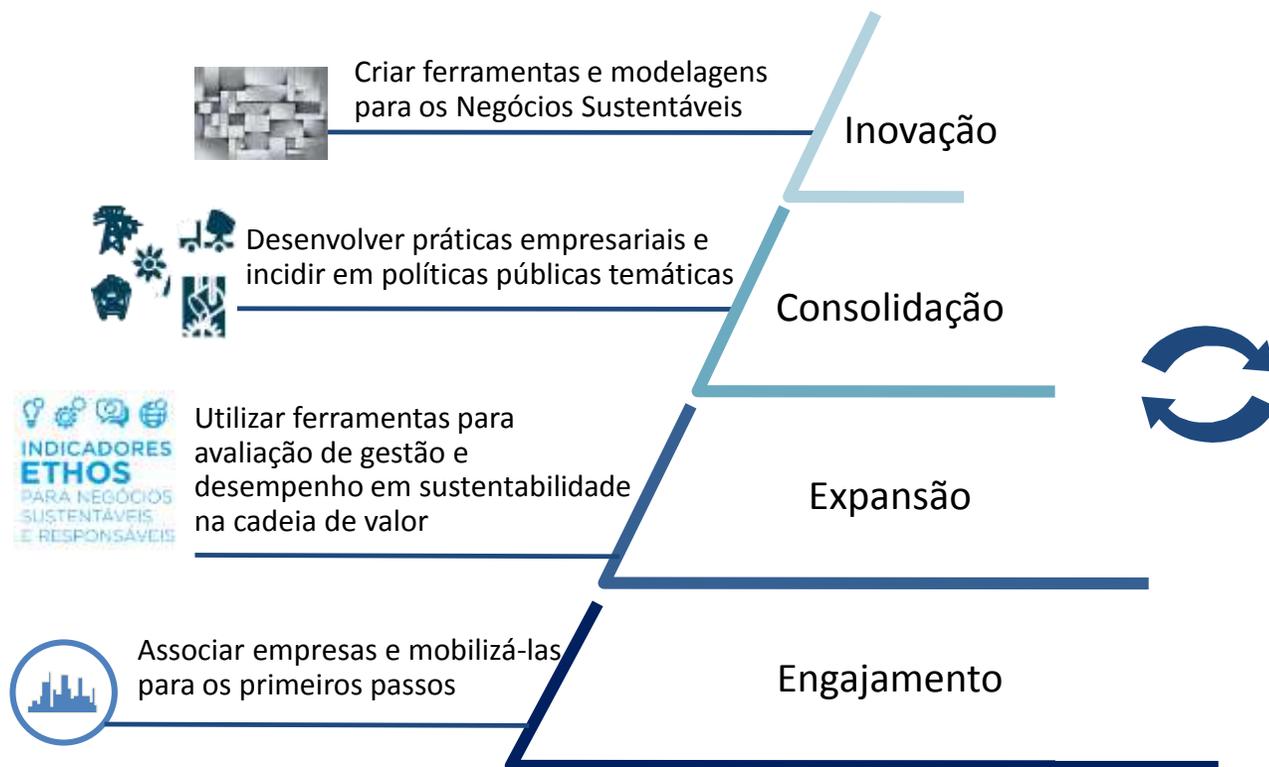


Atuação das empresas com Ethos

TRANSFORMAR AS EMPRESAS (Estimulando Negócios Sustentáveis)

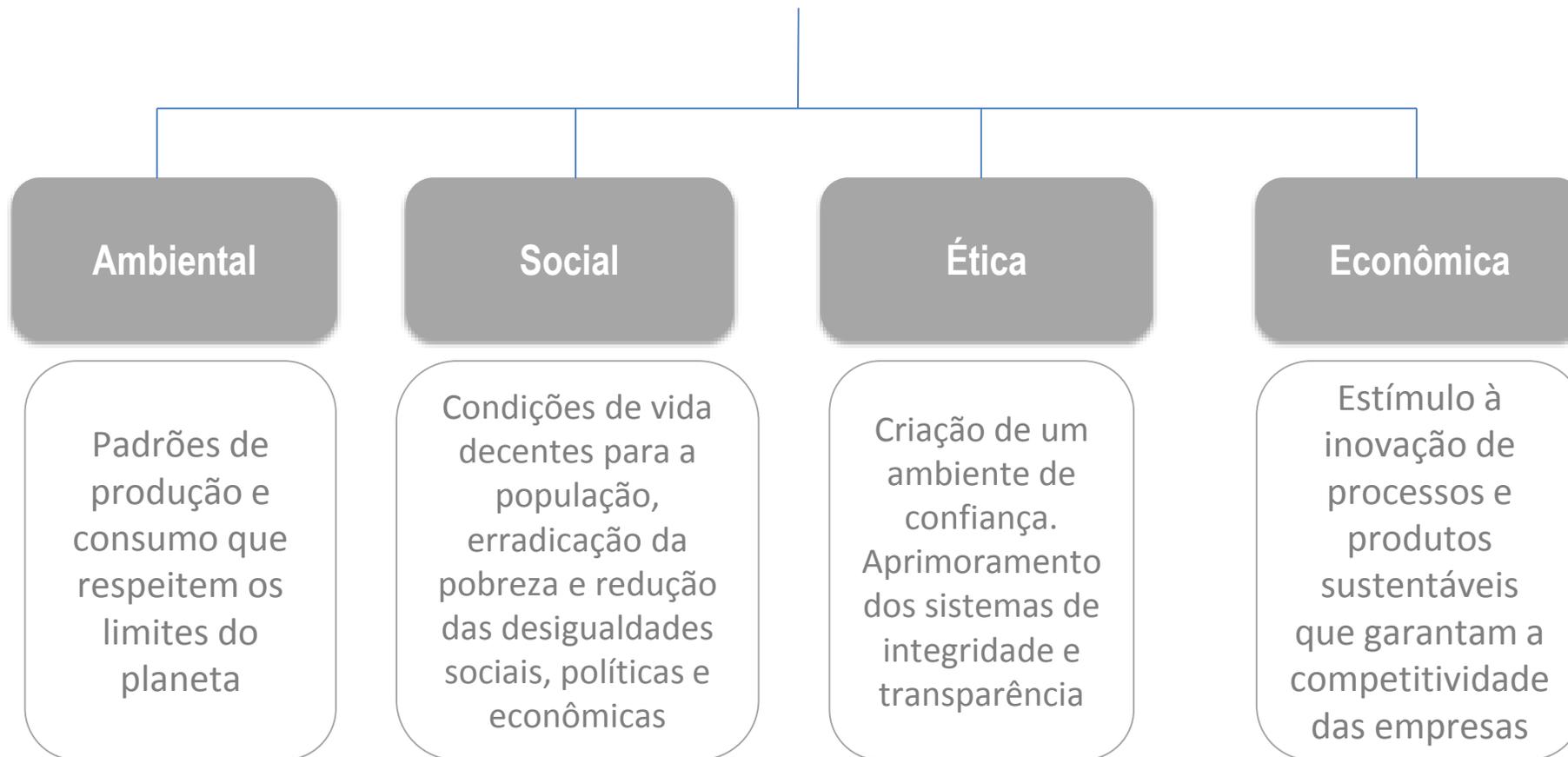
&

CRIAR AMBIENTES FAVORÁVEIS (Construindo Políticas Públicas)



Empresas na direção do Desenvolvimento Sustentável

Ações para integrar as dimensões



Dimensão Ambiental



Desafio Global: Limitar o aumento da temperatura em 2°C até 2100

Zerar o desmatamento

Emissões globais negativas até o final do século

Redução de 50% das emissões de energia

Carbono globalmente precificado

Oportunidade para as empresas: Fórum Clima

5 Compromissos da Carta Aberta:

1. Publicar anualmente inventário de GEE;
2. Incluir como orientação estratégica em processos decisórios de investimento opções de baixo carbono;
3. Buscar redução contínua de GEE nas atividades;
4. Atuar junto a cadeia de suprimentos e;
5. Engajamento junto a sociedade civil, governo e demais setores na mitigação e adaptação ao clima

Fonte: <http://forumempresarialpeloclima.org.br/o-forum/carta-aberta-ao-brasil/>



CARTA ABERTA AO BRASIL SOBRE MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Nossa visão

As mudanças climáticas constituem um dos maiores desafios de nosso tempo. O 4º relatório do IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas) indica que um aumento de temperatura acima de 2º C em relação ao início da era industrial traria consequências desastrosas para a economia dos países e o bem-estar da humanidade, em termos de saúde, segurança alimentar, habitabilidade e meio ambiente, comprometendo de forma irreversível o desenvolvimento sustentável.

No Brasil, um aumento de temperatura desta magnitude traria graves reflexos sobre a produção agrícola, a integridade das florestas e da biodiversidade, a segurança das zonas costeiras e a disponibilidade hídrica, e energética. Implicaria, portanto, em retrocesso no combate à pobreza e na qualidade de vida da sociedade.

Reduzir as emissões globais de gases de efeito estufa (GEE) representa um grande desafio. Para que o aumento da temperatura se estabilize abaixo de 2º C, o IPCC aponta a necessidade de limitar a concentração de CO₂e na atmosfera em até 450 ppm (partes por milhão). Para isso, a emissão total de GEE durante este século não deve ultrapassar, em média, cerca de 18 Gt CO₂e/ano (bilhões de toneladas de GEE expressos em CO₂ equivalente por ano). As emissões globais atualmente ultrapassam 40 Gt CO₂e/ano. Mesmo que os países desenvolvidos reduzissem imediatamente a zero suas emissões, não seria possível alcançar a meta global de redução sem uma participação das economias emergentes, entre elas o Brasil.

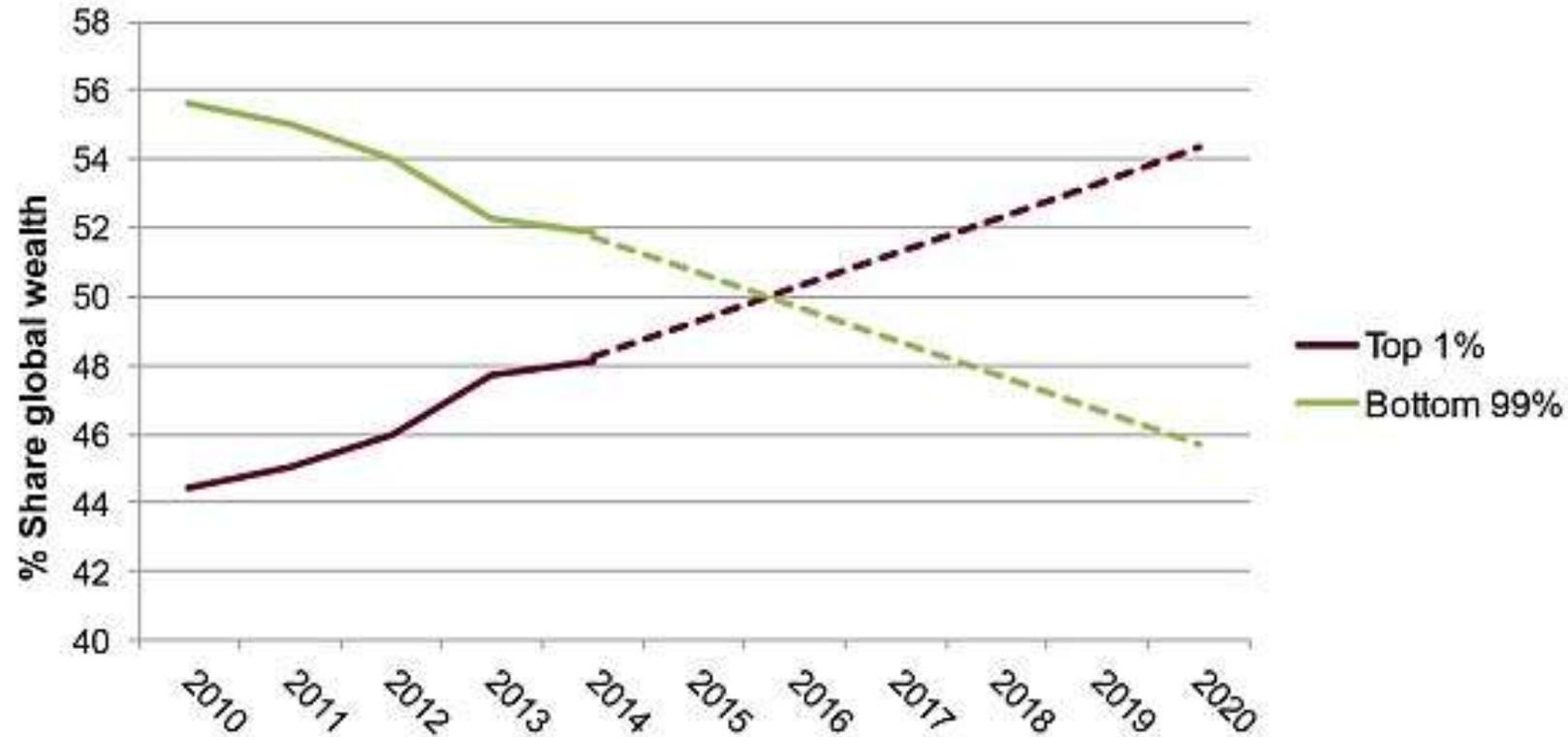
Vivemos uma oportunidade única de construir um novo modelo de desenvolvimento, baseado numa economia de baixo carbono, que deverá mobilizar empresas, governos e a sociedade civil. Acreditamos que o Brasil, mais do que qualquer outro país no mundo, reúne as condições de liderar a agenda desta nova economia. A meta de redução do desmatamento em 80% até 2020, preconizada pelo Plano Nacional de Mudanças Climáticas, dará significativa contribuição para a redução das emissões globais. O país tem experiências positivas em outros setores, a exemplo da produção de biocombustíveis, que demonstram a nossa capacidade de atingir esse objetivo.

Dimensão Social



Desafio: Aumento da desigualdade de renda

Figure 2: Share of global wealth of the top 1% and bottom 99% respectively; the dashed lines project the 2010–2014 trend. By 2016, the top 1% will have more than 50% of total global wealth.



Desafio do Brasil: Inequidade por gênero e raça

Perfil Social, Racial
e de Gênero das
500 Maiores
Empresas do Brasil e
Suas Ações Afirmativas

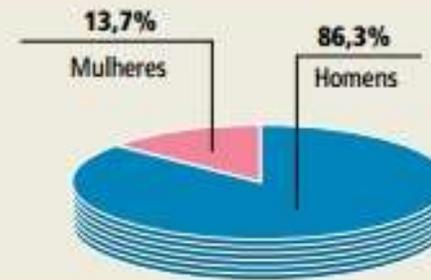


PESQUISA 2010

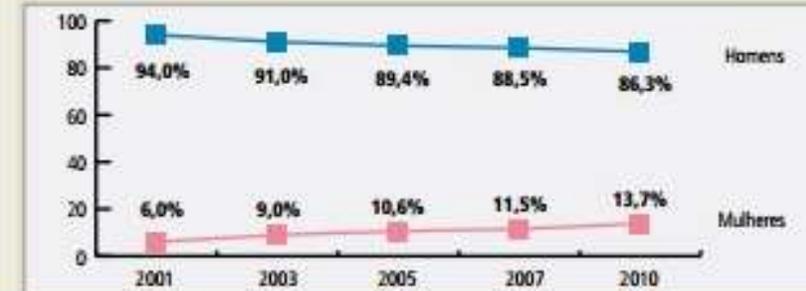


Composição por Sexo

PESQUISA 2010



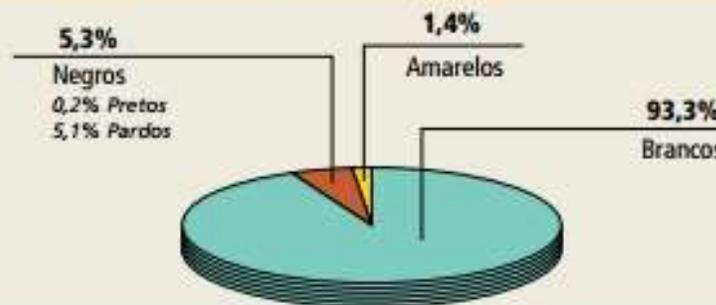
COMPARAÇÃO 2001/2003/2005/2007/2010



Executivo

Composição por Cor ou Raça

PESQUISA 2010



COMPARAÇÃO 2001/2003/2005/2007/2010

	2001	2003	2005	2007	2010
Brancos	95,2%	96,5%	94,4%	94,0%	93,3%
Negros*	2,6%	1,8%	3,4%	3,5%	5,3%
Amarelos	2,0%	1,7%	2,2%	2,1%	1,4%
Indígenas	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%

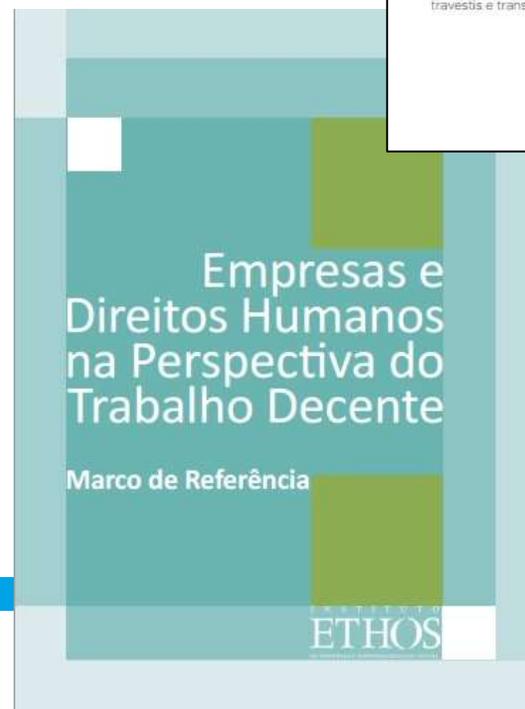
* A classificação "negros" reúne "pretos" e "pardos"

Executivo

Oportunidade para as empresas: GT Direitos Humanos

Objetivo: Contribuir para a construção de uma agenda positiva de garantia dos direitos humanos e da promoção do trabalho decente, liderada pelas empresas que assumiram um compromisso com a responsabilidade social nos temas:

- Equidade de gênero no local de trabalho;
- Equidade de raça no local de trabalho;
- Inclusão de pessoas com deficiência;
- Erradicação do trabalho escravo nas cadeias de valor;
- Apoio para a promoção dos direitos da criança e do adolescente;
- Garantia da liberdade de organização.



Dimensão Econômica



Desafio global: Desenvolvimento sustentável



**CRIAR ORIENTAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE
PARA OS MERCADOS DE MODO A RECONHECER
AS EMPRESAS QUE INVESTEM NESTA AGENDA**

Desafio do Brasil: Produto sustentável



TER UM PRODUTO BRASILEIRO SUSTENTÁVEL,
RECONHECIDO PELO MERCADO INTERNACIONAL

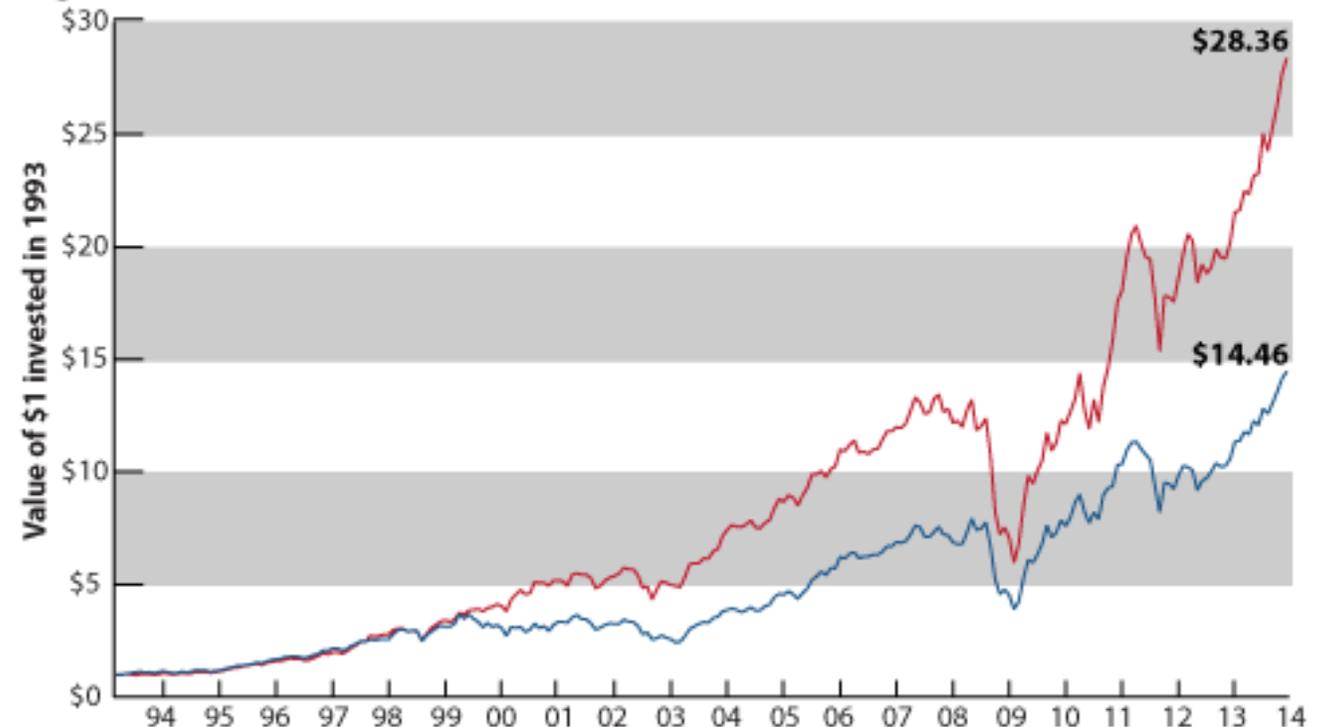


1. Política fiscal e tributária para a sustentabilidade
2. Incentivo à economia sustentável, e desincentivo para as atividades insustentáveis
3. Compras públicas sustentáveis

Oportunidade para as empresas

GERAR RESULTADO ECONÔMICO A PARTIR DE AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE

Figure VI: Investment Performance



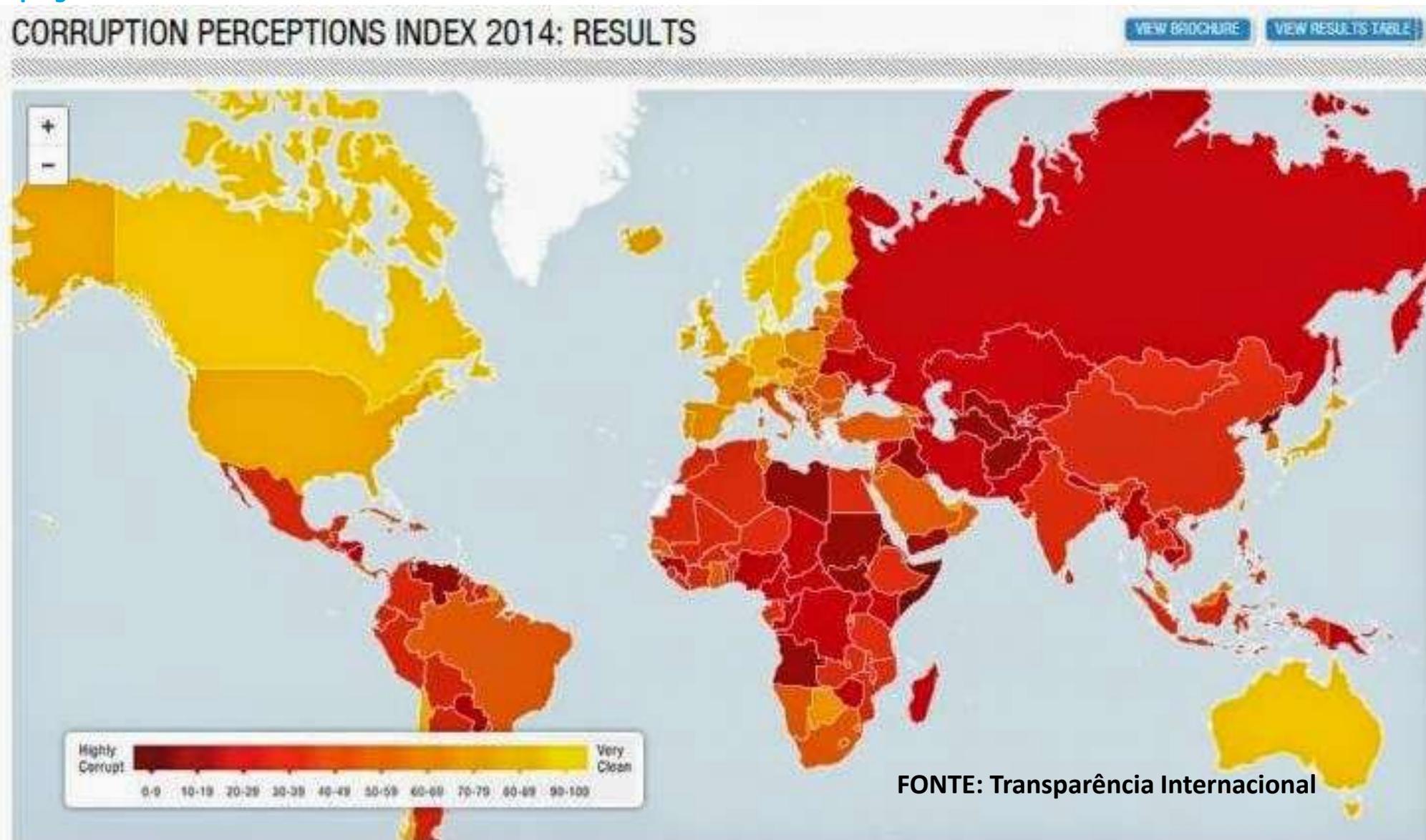
The figure shows the evolution of \$1 invested in a portfolio of firms with high performance on the material sustainability issues versus competitor firms with low performance on material sustainability issues. Materiality of sustainability issues is industry-specific and it is defined by the Sustainability Accounting Standards Board. Source: Mo Khan, George Serafeim and Aaron Yoon. Corporate Sustainability: First Evidence on Materiality. HBS working paper, 2014.

Fonte: Harvard Business School

Dimensão Ética



Desafio Global – Transparência, Integridade e Combate à Corrupção



Desafios do Brasil

INTEGRIDADE NAS RELAÇÕES
PÚBLICO-PRIVADAS



COMBATER A
CORRUPÇÃO



ESTIMULAR O CONTROLE
SOCIAL



AUMENTAR A TRANSPARÊNCIA
PÚBLICA E PRIVADA



Oportunidade para as empresas: Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção

Publicações



Mobilização



Advocacy



Monitoramento dos compromissos



Melhoria do compliance



Oportunidade para as empresas: Cadastro Pró Ética

Áreas avaliadas:

- Ética e conduta
- Controle interno
- Relacionamento com setor público
- Capacitação e treinamento
- Transparência
- Ações coletivas

Parceria CGU & Instituto Ethos

Empresa PRÓ-ÉTICA

Cadastro Empresa Pró-Ética | Parceira CGU & Ethos | Conversa com Empresas | Integridade no Setor Privado | Documentos e Publicações | Convenções Internacionais

O Cadastro Empresa Pró-Ética

O Cadastro Nacional de Empresas Comprometidas com a Ética e a Integridade - Cadastro Empresa Pró-Ética, é uma iniciativa da Controladoria-Geral da União e do Instituto Ethos que avalia e divulga as empresas voluntariamente engajadas na construção de um ambiente de integridade e confiança nas relações comerciais, inclusive naquelas que envolvem o setor público.

O Cadastro Empresa Pró-Ética dará visibilidade às empresas que compartilham a idéia de que a corrupção é um problema que deve ser prevenido e combatido não só pelo governo, mas também pelo setor privado e pela sociedade. Ao aderir ao Cadastro Empresa Pró-Ética, a organização assume o compromisso público e voluntário, perante o governo e a sociedade, de que adota medidas para prevenir e combater a corrupção dentro de sua instituição, em favor da ética nos negócios. [Saiba mais](#)

COMO ADERIR AO CADASTRO EMPRESA PRÓ-ÉTICA

- 1º Preencha e faça o envio online do [Formulário Eletrônico de Solicitação de Adesão](#)
- 2º Após recebimento de login e senha, entre no site do Cadastro e clique em [Acessar Plataforma](#)
- 3º Na plataforma, responda o [Questionário Avaliativo](#)
- 4º Após o preenchimento total, submeta seu questionário
- 5º Aguarde aprovação do [Comitê Gestor](#)
- 6º Assine o [Termo de Compromisso com a Ética e a Integridade](#) e passe a ser integrante do Cadastro Empresa Pró-Ética

[DETALHES DO PROCESSO DE ADESÃO](#)



Obrigado!

INSTITUTO
ETHOS