

Guia sobre Conduta Empresarial Responsável

para empreendimentos, micro, pequenas e médias empresas



 **escolhi**
CER responsável
Conduta Empresarial Responsável

Com o apoio de



As publicações do Escritório Internacional do Trabalho possuem proteção dos direitos de propriedade intelectual em virtude do protocolo 2 anexo da Convenção Universal sobre Direito de Autor. Não obstante, alguns pequenos extratos dessas publicações podem ser reproduzidos sem autorização, com a condição de que a fonte seja mencionada. Para obter os direitos de reprodução ou de tradução, devem ser formuladas as correspondentes solicitações para Publicações da OIT (Direitos autorais e licenças), Escritório Internacional do Trabalho, CH-1211 Genebra 22, Suíça, ou por e-mail para rights@ilo.org, solicitações que serão bem-vindas.

As bibliotecas, instituições e outros usuários registrados perante uma organização de direitos de reprodução podem fazer cópias de acordo com as licenças que tenham sido expedidas com esse fim. Em www.ifrro.org você pode encontrar a organização de direitos de reprodução de seu país.

Organização Internacional do Trabalho (OIT)

Fazer a diferença é um bom negócio. Crônicas periodísticas sobre empresas y derechos humanos. Lima: OIT, Escritório Regional para a América Latina e para o Caribe. 188 páginas.

Desenvolvimento sustentável, empresas, direitos humanos, conduta empresarial responsável, trabalho decente.

As denominações empregadas, em concordância com a prática que é seguida pelas Nações Unidas, e a forma na qual os dados nas publicações da OIT aparecem apresentados não implicam nenhuma crítica por parte da Organização Internacional do trabalho sobre a condição jurídica de nenhum dos países, zonas ou territórios citados ou de suas autoridades, nem em relação à delimitação de suas fronteiras.

A responsabilidade sobre as opiniões expressas nos artigos, estudos e outras colaborações assinados cabe exclusivamente a seus autores, e sua publicação não significa que a OIT esteja de acordo com elas.

As referências a empresas, a processos ou produtos comerciais não implicam nenhuma aprovação pela Organização Internacional do Trabalho, e o fato de que não sejam mencionadas empresas, processos ou produtos comerciais não implica em nenhuma desaprovação.

As publicações e os produtos digitais da OIT podem ser obtidos nas principais livrarias e redes de distribuição digital ou podem ser solicitadas por meio de: ilo@turpin-distribution.com. Para mais informação, visite nosso site: ilo.org/publns ou escreva para: biblioteca_regional@ilo.org.



Financiado pela
União Europeia

A produção deste guia foi financiada pela União Europeia por meio do Projeto Conduta Empresarial Responsável na América Latina e no Caribe (CERALC). Seu conteúdo é responsabilidade exclusiva da Organização Internacional do Trabajo (OIT) e não reflete, necessariamente, os pontos de vista da União Europeia nem de seus parceiros implementadores, o Escritório do Alto Comissariado para os Direitos Humanos das Nações Unidas (ACNUDH) e a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Equipe da OIT responsável por esta publicação:

Olga Orozco, Chefe do Projeto CERALC-OIT. Jorge Rodríguez Vives, Coordenador do Projeto CERALC-OIT para o México, a Costa Rica e o Panamá. Carlos Rivera, Oficial Regional de Informação Pública do Projeto CERALC-OIT. María José Nuñez, Assistente de Informação Pública do Escritório da OIT para América Central, Haiti, Panamá e República Dominicana

Textos: Emilio Zevallos

Fotografias: Arquivo Cosmovisiones e Anna Svets, Helena Lopes, Mali Maeder, Sora Shimazaki, Livier García, Chevanon Christina Morillo.

Ilustrações: Ara Francia

Realização gráfica: Cosmovisiones (Costa Rica)

Índice

Apresentação

CER

PMES e empreendimentos: um setor com muitas oportunidades ao aplicar a abordagem de Conduta Empresarial Responsável.

O projeto CERALC (Conduta Empresarial Responsável na América Latina e no Caribe) é uma iniciativa financiada pela União Europeia e que articula a atuação de três organismos internacionais: a Organização Internacional do Trabalho (OIT), o Escritório do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH) e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), com a intenção de promover e fomentar um crescimento econômico inteligente, sustentável e inclusivo, no amparo da abordagem de empresas e direitos humanos bem como da devida diligência.

Na OIT nossa abordagem na matéria está dada pela Declaração Tripartite sobre Empresas Multinacionais e a Política Social, único instrumento que se refere à conduta empresarial responsável com abordagem tripartite. A Declaração busca a promoção do progresso social e do trabalho decente, apelando para que as empresas “evitem que suas próprias atividades provoquem ou contribuam para provocar consequências negativas e lidem com essas consequências quando elas forem produzidas”.

Durante os últimos anos os setores produtivos enfrentaram a pandemia o que obrigou a repensar as formas de produzir. Aí está a oportunidade para as PMEs e para os empreendimentos, já que este tempo pode ser valioso para gerar novos modelos de negócio que lhes permita gerar valor, com impactos positivos econômicos, sociais e ambientais.

O guia que a CERALC foi preparado por iniciativa do Ministério da Economia, Indústria e Comércio é uma ferramenta para que as PMEs e os empreendimentos possam começar a encontrar essas oportunidades no mercado já que, além disso, devem se preparar diante das novas legislações nacionais e internacionais que vão obrigar que estejam de acordo com os processos de devida diligência no futuro próximo. Dessa forma, como o guia é um primeiro passo para que possa ser utilizado pelas empresas e empreendimentos para entender que sua contribuição vai além da geração de emprego, e mais bem fortalecer seu papel como agentes de mudança social, liderando então a criação de emprego decente centrado nas pessoas.

O futuro que temos pela frente é promissor. O setor PME e de empreendimento é a base da economia do país, de forma que seu papel ativo na reconstrução econômica é uma oportunidade que está à frente e não podemos omitir. Cada vez mais as pessoas consumidoras fazem seu consumo a partir de critérios de sustentabilidade, de forma que, é necessário que cada vez mais empresas possam incluir em sua proposta de valor essas novas abordagens de produção.

Este instrumento é uma boa prática já que permite para as empresas PME e empreendimentos ver exemplos de ações que se vinculam com a Conduta Empresarial Responsável, e lhes permite por meio do autodiagnóstico encontrar os espaços para melhorar sua visão de futuro. Agradecemos o Ministério da Economia, Indústria e Comércio sua abertura e compromisso com este tema, bem como a União Europeia por seu apoio para construir este instrumento.



Olga Orozco

Diretora do projeto Conduta Empresarial Responsável para América Latina e o Caribe, Organização Internacional do Trabalho

CER Presentación



Victoria Hernández
Ministra da Economia, Indústria e Comércio

Com frequência nos referimos à responsabilidade como um valor que devemos cultivar, desenvolver e fomentar em todo momento. Tomara que assim seja, ao tratar-se de um valor que nos lembra nosso dever de responder por nossas ações, de cuidar dos demais, de fazer o melhor trabalho em tudo o que fazemos, de honrar a palavra dada.

Como indivíduos entendemos a responsabilidade como um valor indispensável para sermos melhores pessoas e para conviver em sociedade. Sabemos que a partir de nosso comportamento e atitudes, de nossa conduta, podemos melhorar nossa sociedade.

A responsabilidade transcende essa dimensão individual, para transformar-se em um valor que deve impregnar o negócio empresarial, de maneira que se traduza no bem-estar da população e de seu entorno. A atividade econômica, comercial e industrial além de nos permitir satisfazer nossas necessidades, é parte essencial do que somos e fazemos em sociedade, de nosso comportamento. Reflete em nós e ao mesmo tempo é reflexo de nossos valores e princípios.

Para as empresas, desde os menores empreendimentos até as grandes companhias, a responsabilidade deve ser um código de conduta ético intrínseco a seu modelo de negócios. Entender assim, permite às empresas e empreendimentos ir além da responsabilidade social para assumir uma conduta empresarial responsável, sob uma abordagem de direitos humanos. Isso implica reconhecer que o sucesso de uma empresa não depende apenas de seu fim lucrativo, mas também de incorporar a responsabilidade da coluna vertebral do modelo de negócios, cumprindo as regras e colaborando para criar um ambiente que favoreça seu crescimento e o de sua comunidade.

Em tempos de crise, como os que vivemos no contexto da pandemia pela COVID19, inédita em nosso tempo, o impacto na economia, nas entidades públicas e no setor privado, nos demonstrou com crueza que, para seguir em frente, a única opção que temos é fazer isso em conjunto, não deixando ninguém para trás.

Os empreendimentos, as micro, pequenas e médias empresas desempenham um papel fundamental na economia, ao mesmo tempo que são cada vez mais importantes em entornos de crise para a manutenção do tecido social, o emprego e a criatividade. De acordo com o Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF), as micro, pequenas e médias empresas representam mais de 99% do tecido empresarial na América Latina e geram ao redor de 30% do PIB.

Por isso, a abordagem de conduta empresarial responsável deve incorporar não somente as grandes empresas, mas também, fornece ferramentas e informação clara para as micro, pequenas e médias empresas e empreendimentos para que seus modelos de negócio incorporem essa abordagem desde suas primeiras etapas. A conduta responsável faz que cada organização produtiva seja cocriadora de sociedades sustentáveis e mais comprometidas com toda a cidadania.

A abordagem de empresas e direitos humanos, mais que um dever, é uma grande oportunidade neste contexto de reativação econômica. A incorporação de uma conduta empresarial responsável gera melhores empresas, e com isso melhores sociedades, lhes fornece valor agregado ao serem reconhecidas como tais em sua atividade, em seus produtos, permitindo-lhes contar com maiores elementos para preservar o próprio mercado no qual se desenvolvem. Além disso, em tempos de uma cidadania consciente, também gera uma diferença que potencia seu próprio modelo de negócios.

Essa é a motivação que hoje nos permite colocar a sua disposição o Guia sobre Conduta Empresarial Responsável, ferramenta que busca facilitar para os empreendimentos, micros, pequenos e médio seus conhecimentos sobre conduta empresarial responsável. Além disso, incorpora um autodiagnóstico que vai ajudá-los a identificar as fortalezas e fragilidades nessa matéria esse autodiagnóstico é fundamental para ter uma fotografia do estado da situação, e poder incorporar também medições de impacto das estratégias que são implementadas.

Sempre podemos ser melhores e agir com maior responsabilidade, é o eixo central de um modelo empresarial que, cada vez mais, se estende no mundo nos distintos campos de negócio humano.

Introdução

CER

Nunque já se passou do século XXI, a forma de executar a atividade empresarial mudou consideravelmente devido à evolução tecnológica, à difusão da Internet, às mudanças nas estruturas empresariais, à deterioração do meio-ambiente, bem como por eventos globais (como a pandemia da COVID-19, as crises financeiras, entre outros.). Por isso, surge a necessidade de estabelecer novas regulamentações para este mundo mais complexo, e ao mesmo tempo, ver o impacto delas no entorno dos negócios e da economia em geral. Esse é um processo contínuo, como o é a mudança. Diante deste novo e desafiante cenário global, as atividades empresariais (de todos os tamanhos e condições) devem contribuir com o uso sustentável e eficiente dos recursos naturais, do capital, da tecnologia, dos recursos humanos etc.

Sobre o anterior, muitas empresas (principalmente as multinacionais, mas não somente), demonstraram seu respeito a rigorosas normas de conduta empresarial, o qual não somente incide positivamente no crescimento da empresa, mas também na melhora da relação entre ela, seus trabalhadores e o entorno. Essas ações devem permear também nas empresas locais (grandes e pequenas) e no Estado.

Lamentavelmente, assim como exis-

Este Guia parte de que as empresas devem observar as leis e os regulamentos nacionais, bem como as normas internacionais pertinentes, entre as quais se destacam: a) a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito de negociação coletiva; b) a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou obrigatório; c) a abolição efetiva do trabalho infantil, e d) a eliminação da discriminação em matéria de emprego e ocupação). Também deveriam cumprir os compromissos livremente contraídos em conformidade com a legislação nacional e com as obrigações internacionais aceitas. Além disso, deveriam respeitar a Declaração Universal de Direitos Humanos (1948) e os Pactos internacionais correspondentes (1966) adotados pela Assembleia Geral das Nações Unidas, bem como a Constituição da Organização Internacional do Trabalho e seus princípios.

CER

tem boas práticas, se observa também que as crises econômicas, o incremento da concorrência, ou um afã desmedido de lucro podem fazer que as empresas caiam na tentação de desatender normas e princípios de conduta empresarial responsável para perseguir vantagens que, podem inclusive resultar indevidas, às vezes, violentando a lei, em outros casos, utilizando as lacunas presentes nelas. Ao mesmo tempo, as empresas de menor tamanho muitas vezes não contam com os recursos ou com o acesso à informação requerida para adaptar-se a normas que - em geral - foram feitas pensando em empresas grandes. Daí a importância de contar com um conjunto de critérios que marquem um caminho para o desenvolvimento sustentável, mas que por sua vez possa - de maneira realista - começar a ser implementado por empresas de qualquer tamanho e condição (especialmente as pequenas e os novos empreendimentos).

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) por sua parte promove permanentemente o diálogo social (que vai desde a negociação, consulta e/ou intercâmbio de informação e opinião) e o tripartismo (cooperação entre governos, organizações de empregadores e trabalhadores), como parte da busca de consensos para o desenvolvimento sustentável e para as melhorias na qualidade de vida das pessoas. Por isso, participa ativamente na busca de mecanismos que promovam a responsabilidade empresarial em suas relações com o entorno.

É importante reconhecer que as empresas diferem consideravelmente em suas condutas e capacidade de ação de acordo com seu tamanho, nível de experiência empresarial, a concorrência, o marco normativo e outras considerações. Dessa forma, embora aqui seja apresentado um **Guia de conduta empresarial res-**

ponsável no âmbito geral, é necessário ter consciência que as empresas de menor tamanho estão em desvantagem em relação as maiores e/ou consolidadas; de forma que ao utilizar o Guia como uma ferramenta para transitar em direção a uma conduta empresarial responsável, deve se levar em conta essa situação.

Devemos ser conscientes que tanto as empresas, como os consumidores, o Governo e os demais atores do processo econômico, têm uma responsabilidade não apenas com elas mesmas mas também com a sociedade na qual estão inseridos. Essa responsabilidade está associada tanto com o impacto que a atividade produtiva gera no meio ambiente, como com a forma de agir da empresa, seja em suas relações com o Estado, outras empresas, os consumidores, ou bem com a sociedade em geral.

Por isso, é necessário uma proposta que envolva o trabalho conjunto entre empresas (de todo tamanho e nível de desenvolvimento), Governo, trabalhadores e consumidores (sociedade civil), para a construção de um conjunto de diretrizes que coloquem as empresas no rumo em direção a uma conduta especificamente responsável com os consumidores, seus parceiros, o entorno e a sociedade.

No caso das micro e pequenas empresas, daqui por diante e para efeitos práticos do Guia referidas de maneira conjunta como “pequenas empresas”, bem como os empreendedores, a mudança para uma **conduta empresarial responsável** pode ser percebida como complexa e cara, proporcionalmente às grandes empresas ou transnacionais. Por exemplo, as micro e pequenas empresas se relacionam entre si e com empresas de maior tamanho. No entanto, o poder de decisão está nas empresas maiores, já que muitas vezes as micro e pequenas empresas estão subor-

dinadas aos requerimentos das grandes empresas com as quais estão vinculadas.

O presente Guia é consciente da situação particular das pequenas empresas e dos empreendimentos, e propõe pautas gerais e linhas de ação que lhes permitam funcionar de acordo com os mais altos padrões internacionais, considerando seu contexto particular.

Devido ao anterior, é colocado à disposição dessas empresas um guia de **conduta empresarial responsável** no qual encontrarão um conjunto de recomendações que vão permitir que as empresas e empreendimentos consigam melhores relações entre eles, com o governo e seu entorno, e cujo acompanhamento vai permitir que as empresas obtenham importantes benefícios econômicos e sociais.

O Guia está dividido em **cinco grandes temas** que envolvem o relacionamento das empresas com o entorno trabalhista, o meio ambiente, o Estado, outras empresas e os consumidores. Desenvolver condutas amigáveis nesses temas, não somente facilita o cumprimento das normas vigentes, mas tem um impacto positivo no desempenho da empresa tanto interno como externo.

Sabemos que as empresas contribuem com o **crescimento econômico** por meio da criação de bens e serviços, da geração de emprego, do pagamento de impostos, da inovação e do encadeamento com outras empresas e fornecedores. Mas para que sua contribuição seja superior e para que tome o rumo decididamente em direção ao **desenvolvimento sustentável**, aos bens e serviços que elas acreditam que devem contar com atributos reconhecidos e aceitos que melhorem a qualidade de vida dos **consumidores**, ao emprego gerado deve fornecer as condições para uma vida digna dos **trabalhadores**, o pagamento de **impostos** deve

ser calculado de acordo com os autênticos resultados econômicos das empresas, a **inovação** deve colocar sua atenção em melhorar as condições de vida e bem-estar dos consumidores e a **articulação com outras empresas** deve ocorrer em condições de equidade e justiça.

O objetivo deste Guia é o de estabelecer os parâmetros para que a contribuição das empresas vá além do crescimento econômico, que promova o desenvolvimento sustentável. Somente dessa forma, a contribuição das empresas vai se transformar em uma real melhora na qualidade de vida das pessoas, em melhores empresas e um ambiente produtivo saudável, sustentável e transparente.



Marco conceitual

Todas as ações humanas têm impacto no entorno; sejam as das empresas, dos consumidores ou do Estado. Por isso, todos temos responsabilidade em melhorar nossa interação com o entorno, para torná-lo sustentável, promovendo um crescimento balanceado e equitativo. As atividades das empresas causam impactos direta ou indiretamente no meio ambiente. Atualmente, é cada vez mais claro que o modelo de desenvolvimento (de produção massiva e consumo indiscriminado) incidiu na deterioração ambiental. Por isso, é necessário mudar o estilo de desenvolvimento predominante, dado que as pessoas - embora tenham aumentado sua renda em média -, trabalham mais tempo, demoram mais em chegar em casa e descansam menos. Ao mesmo tempo, consomem uma crescente variedade de bens que têm um ciclo de vida cada vez mais curto e, portanto, é necessário renová-los com uma frequência cada vez maior. Isso leva às empresas a produzir novos bens para substituir os que já não servem, gerando um maior desperdício. Ainda que isso permita para as empresas produzir mais, faz que os consumidores descartem mais. A sustentabilidade de um padrão de produção como o mencionado obriga a usar cada vez mais recursos, reduzindo a capaci-

dade de regeneração do meio ambiente, com consequências irreversíveis para o mesmo. Por isso é necessário o desenvolvimento de **sistemas de produção sustentáveis**, que consigam fazer mais e melhor com menos. Isso implica em minimizar a relação entre a deterioração ambiental e o crescimento econômico, aumentando a eficiência dos recursos e modificando nosso estilo de vida por um sustentável. O anterior é plenamente consistente com a Agenda 2030 e os **objetivos do desenvolvimento sustentável** (ODS¹). Eles procuram melhorar a qualidade de vida das pessoas, promovendo o trabalho decente, o uso de energia não poluente, o desenvolvimento de cidades e comunidades sustentáveis, entre outros. Essas ações acarretam desde a simples prática individual de não jogar lixo na rua, nas praias ou nas florestas, até produzir usando menos recursos, reduzindo a poluição, reciclando, entre outras; todas boas-práticas que devem ser valorizadas e estimuladas.

Da mesma forma, uma conduta ética por parte das empresas, tanto com seus pares, com os consumidores e com o Estado, pode contribuir decididamente na

1. Para saber mais sobre os ODS, clique no seguinte link: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>





sustentabilidade do desempenho econômico.

No entanto, bem como existem boas ações das empresas que devem ser visibilizadas e valorizadas, também prevalecem ações que geram impactos negativos na sociedade e são executadas de forma premeditada, sob um formato de legalidade, buscando um benefício econômico que em algumas ocasiões pode inclusive resultar indevido em benefício de determinadas pessoas e/ou empresas. Essas ações também devem ser visibilizadas e sancionadas para evitar que se repitam.

Quando as condutas irresponsáveis se transformam em uma prática comum nas empresas, as consequências econômicas deterioram as bases da sociedade. **Funds Society** (2021²), mostra pelo menos 10 fraudes corporativas que sacudiram o mundo. Se isso é algo que se observa nas grandes empresas (que são as que contam com os recursos para melhorar seu desempenho, formar suas equipes, pagar os impostos corretamente), o que pode acontecer com as pequenas ou microempresas que muitas vezes devem decidir entre pagar impostos ou salários? Daí, a

2. Funds Society (2021). Los 10 fraudes corporativos que sacudieron el mundo financiero. En <https://www.fundsociety.com/es/noticias/mercados/los-10-fraudes-corporativos-que-sacudieron-el-mundo-financiero>

A contabilidade criativa: o caso ENRON

O caso da empresa ENRON nos Estados Unidos é um bom exemplo do que Ian Griffiths chamaria “contabilidade criativa” (Monge: 2015), que se visibiliza da seguinte maneira: “Todas as companhias do país estão ocultando seus benefícios. Todos os conjuntos de contas estão baseados em livros que foram “cozinhados” cuidadosamente ou completamente “assados”. As figuras, que são mostradas para o público investidor duas vezes por ano, foram mudadas para proteger os culpados. É o maior engano desde o cavalo de Troia. Qualquer contador que se preza confirmará que esta não é uma suposição infundada. Não existe nenhuma dúvida sobre a existência e extensão desse contorcionismo corporativo, a única dúvida é a forma na qual é descrito. Frases como “cozinhar os livros”, “jogar com as contas” ou “truque corporativo” causam assombro já que pode levar a que a pessoa deduza que existe algo ilegal nesse assunto. No entanto, esse engano é de bom gosto. É totalmente legítimo: é contabilidade criativa”.

Monge, Rodrigo (2015). CONTABILIDAD CREATIVA Y ESTAFA: Análisis del Caso ENRON. Universidade Pontificia Comillas, Madrid, Faculdade de Ciências Econômicas e Empresariais, Madri. Em <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/7343/retrieve>
Mais informação sobre Enron: El País (2006). El Caso ENRON, 5 de julho, Espanha. Em https://elpais.com/economia/2006/07/05/actualidad/1152084782_850215.html

CER

importância de contar com arranjos institucionais que fomentem as regras claras de um lado, e informação transparente e pública, do outro.

É pelo anterior que as ações positivas que são realizadas pelas empresas de forma voluntária e a conduta empresarial responsável (CER) são importantes passos a favor de uma sociedade melhor, no entanto, são apenas uma parte da responsabilidade das empresas com o entorno.

Daí a necessidade de estabelecer um conjunto mínimo de preceitos ou critérios que guiem a ação dos participantes da economia com o propósito de criar um entorno propício para o desenvolvimento da atividade empreendedora, o cumprimento escrupuloso da lei, a criação e o fortalecimento de empregos dignos, o consumo responsável, e o respeito pelo meio ambiente. A conduta empresarial responsável é o conceito que engloba esses critérios.

A conduta empresarial responsável (CER) significa que todas as empresas, independentemente de sua forma jurídica, tamanho, estrutura de propriedade ou setor, evitem e lidem com as consequências negativas de suas operações, ao mesmo tempo que contribuam com o desenvolvimento sustentável dos países nos quais operam. CER significa integrar e considerar os problemas ambientais e sociais dentro das atividades comerciais centrais, inclusive por meio das cadeias de fornecimento e das relações comerciais. Embora a CER, às vezes, seja usada indistintamente, com a responsabili-

de social corporativa (RSC), se entende que é uma aproximação mais completa e integral para o eixo do negócio no qual tradicionalmente se considera RSC (principalmente, filantropia). Um elemento fundamental da CER é a devida diligência³ um processo por meio do qual as empresas identificam, previnem e mitigam seus impactos negativos atuais e potenciais e explicam como lidam com eles”.⁴

ENesse sentido, o presente documento contém princípios e normas (padrões) baseados em boas práticas e que pretendem ser um guia para uma conduta empresarial responsável no contexto global. Esses princípios são consistentes com os ODS e, portanto, deveriam ser seguidos por parte das empresas de todos os tamanhos e condições, independentemente se o país no qual desenvolvem suas atividades é respeitoso ou não dos direitos e princípios que este Guia assinala.

Este documento foi construído do geral ao particular. Ou seja, no início é apresentado um conjunto de princípios básicos de cumprimento obrigatório para todos os tipos de empresa, bem como condições desejáveis de conduta por parte do Estado, e posteriormente entramos em aspectos e casos específicos. Idealmente, esses princípios se centram no respeito dos direitos humanos por parte dos Estados, e implicam no reconhecimento dos três pilares que seguem:

1. A obrigação do Estado de respeitar, proteger e cumprir os direitos humanos e as liberdades fundamentais dos cidadãos;
2. O papel das empresas como entidades que desempenham funções especializadas e que de-

³O escritório do Alto Comissariado para os direitos humanos (DH) define a devida diligência como: “a medida de prudência, atividade ou assiduidade que cabe razoavelmente esperar, e com a qual normalmente age, uma [pessoa] prudente e razoável em determinadas circunstâncias; não pode ser medida por uma norma absoluta, mas sim dependendo dos fatos relativos do caso em questão”. “No contexto dos Princípios Orientadores, a devida diligência em matéria de Direitos

Humanos constitui um processo contínuo de gestão que uma empresa prudente e razoável deve executar, em função de suas circunstâncias (como o setor no qual opera, o contexto em que realiza sua atividade, seu tamanho e outros fatores) para enfrentar sua responsabilidade de respeitar os Direitos Humanos.” Tirado de: <https://observatoriorsc.org/debida-diligencia-de-que-hablamos/>

⁴Tirado de OCDE (S/F). Conducta empresarial responsable en América Latina y el Caribe. Em <https://mneguidelines.oecd.org/RBC-LAC-scope-and-activities-Spanish.pdf>

vem cumprir e promover o cumprimento de todas as leis aplicáveis e respeitar os direitos humanos; e

3. A necessidade de que os direitos e as obrigações estejam acompanhados de ações adequadas e efetivas no caso de descumprimento. Esses princípios são aplicados para todas as empresas sem distinção. Lo anterior constituye el escenario idóneo en el que deben desarrollarse las relaciones económicas y sociales.

O parágrafo anterior constitui o cenário idóneo no qual devem se desenvolver as relações econômicas e sociais.

Además de lo previamente señalado, se incluyen un conjunto de **principios generales que deberían ser considerados por todas las empresas sin distinción**, e que são extraídos do que a OCDE (2013) propõe (o que não está em cursiva é do texto original):

1. “Contribuir com o progresso econômico, social e meio ambiental para alcançar um desenvolvimento sustentável.
2. Respeitar os direitos humanos internacionalmente reconhecidos das pessoas afetadas por suas atividades (isso deve vir desde o nível mais alto da empresa, estabelecendo as diretrizes e o que se espera do pessoal, traduzi-lo em ações concretas e mecanismos para evitá-los e/ou repará-los, bem como uma ampla difusão dessas ações e mecanismos)
3. Estimular a geração de capacidades locais por meio de uma estrita cooperação com a comunidade local, incluindo os interesses dos empresários e desenvolvendo, ao mesmo tempo, as atividades da empresa nos mercados interno e externo de uma maneira compatível com a necessidade de práticas comerciais saudáveis.
4. Fomentar a formação do capital humano, especialmente criando oportunidades de emprego e oferecendo capacitação para os empregados (essa capacitação pode ser desenvolvida por uma pessoa externa ou pelos próprios membros da empresa).
5. Abster-se de buscar ou de aceitar privilégios não contemplados no marco legal ou regulatório (por ex. relacionados com o sistema tributário, os contratos, a saúde e segurança no trabalho, os direi-

tos humanos, o meio-ambiente etc.).

6. Apoiar e defender os princípios de bom governo corporativo e desenvolver e implementar boas práticas de governo corporativo, inclusive por meio de grupos de empresas (bem como ir formando a os empreendimentos e pequenas empresas sobre como construí-las e/ou desenvolvê-las).

7. Desenvolver e implementar práticas auto-disciplinares e sistemas de gestão eficazes que promovam uma relação de confiança recíproca entre as empresas e as sociedades nas quais exercem sua atividade (bem como contribuir para construir relações positivas e transparentes entre empresas de distintos tamanhos).

8. Promover o conhecimento e o cumprimento, por parte dos empregados de qualquer tipo de empresa, de suas políticas por meio de sua difusão adequada, inclusive por meio de programas de capacitação.

9. Abster-se de tomar medidas discriminatórias ou disciplinares contra os trabalhadores que elaborem, de boa-fé, relatórios para a direção ou, se for o caso, para as autoridades públicas competentes sobre práticas contrárias à lei, ou às políticas da empresa.

10. Implementar a devida diligência baseada nos riscos incorporando-a, por exemplo, a seus sistemas de gestão de riscos, com o fim de identificar, prevenir, atenuar os impactos negativos, reais ou potenciais (propondo ações tanto para as empresas grandes como para as pequenas).

11. Evitar que as atividades próprias gerem ou contribuam para gerar impactos negativos e tomar as medidas necessárias para tratá-las quando esses impactos forem produzidos.

12. Esforçar-se para impedir ou atenuar os impactos negativos, mesmo nos casos em que as empresas não tiverem contribuído com eles, se estão diretamente relacionados com suas atividades, produtos ou serviços em virtude de uma relação comercial. Isso não deve ser interpretado como uma transferência da responsabilidade da entidade que causa o impacto negativo para a empresa com a qual mantém uma relação comercial (mas sim como a responsabilidade das empresas que mantêm relações comerciais com as que causam o impacto negativo

de exercer influência nelas para que detenham sua ação inclusive negando-se a continuar mantendo relações comerciais).

13. Além de responder aos impactos negativos em distintos âmbitos, fomentar, na medida do possível, que seus parceiros comerciais, incluindo seus fornecedores e contratistas, apliquem os princípios de conduta empresarial responsável.

14. Comprometer-se perante as partes interessadas facilitando-lhes possibilidades reais de participação na hora de planejar e tomar decisões relativas a projetos ou outras atividades suscetíveis de influenciar de forma significativa as populações locais.

15. Abster-se de qualquer ingerência indevida nas atividades políticas locais”⁵.

O objetivo desses princípios é fixar a orientação geral do documento baseada nas melhores práticas da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), bem como oferecer recomendações pontuais para as empresas (principalmente para as de menor tamanho), que provavelmente no curto prazo não podem se adaptar a essas práticas. Para isso, elas são estimuladas a trabalhar conjuntamente tanto com suas empresas aliadas, como com o Estado e os consumidores para des-

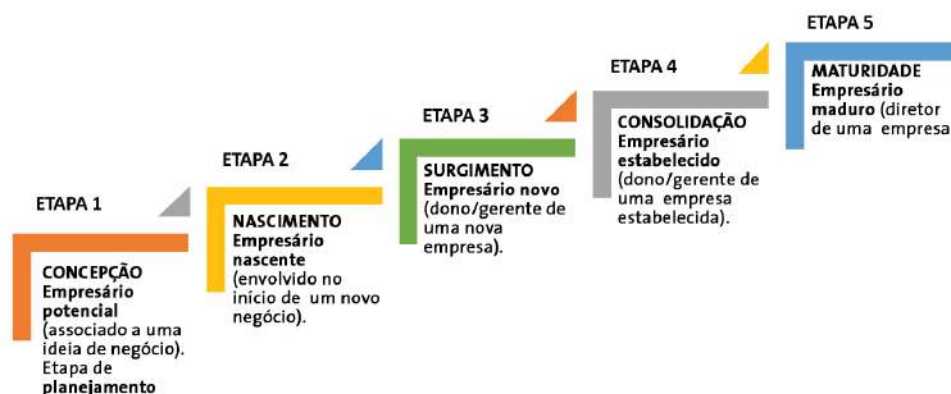
envolver estratégias em relação a suas ações com impacto no entorno. Procura-se, além disso, que os objetivos das empresas não entrem em contradição com o desenvolvimento sustentável.

A evidência local nos mostra que muitas pequenas empresas e quase todos os empreendimentos ainda não alcançaram um nível de maturidade que lhes permita uma interação regular (permanente, ou no longo prazo) com empresas de maior tamanho, Governo ou consumidores com um nível de formalidade como o que podemos encontrar nos países desenvolvidos. O anterior implica que muitos conceitos do Guia ainda não formam parte da cotidianidade dessas empresas. Por isso a importância de prepará-las para seu processo de crescimento, não apenas nos conceitos mas também em relação ao desenvolvimento de práticas e recomendações a respeito do relacionamento das PME's e dos empreendimentos com outras empresas semelhantes e de maior tamanho.

Os empreendimentos passam por um processo de desenvolvimento (Zevallos:2017) que lhes permite chegar a ser empresas e consolidarem-se no mercado, se é

⁵OCDE (2013) Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales. Pág. 22-23

Gráfico 1: O modelo de desenvolvimento empresarial



Fonte: Zevallos (2017)

que conseguem sobreviver aos avatares do entorno, aos clientes, à concorrência e inclusive ao Estado.

Nesse processo de desenvolvimento dos empreendimentos, muitos se encontram em uma etapa inicial que requer acompanhamento para ajudá-los a amadurecer, e ao mesmo tempo ir introduzindo-os nos conceitos, competências e temas que serão necessários desenvolver durante seu processo de crescimento. Essas etapas estão vinculadas com o processo de desenvolvimento empresarial, que se aprecia no gráfico 1 e que identifica a cada uma das etapas com um conjunto de práticas e marcos no desenvolvimento de um empresário. Essas etapas estão associadas tanto ao desenvolvimento de competências, como na aquisição de conhecimentos.

INSEAD (2009) propõe 3 etapas de desenvolvimento de competências: básica, intermediária e avançada. Nelas, o empreendedor vai adquirindo competências funcionais durante o crescimento de seu negócio. Zevallos (2017) propõe um modelo de aprendizagem empreendedor em três etapas: aprendiz, intermediário e avançado, e as combina com o modelo de desenvolvimento empresarial do gráfico 1.

“No caso do **aprendiz**, se supõe que a pessoa empreendedora utiliza a competência de uma forma tímida e limitada, e que será a prática o que vai ajudá-la a melhorar seu desempenho. No caso **intermediário**, o empresário a explorou mais e, portanto, pode tirar mais proveito da competência. Finalmente, no caso **avançado**, supõe que a conhece bem e sabe usar a competência com um nível de domínio em seu negócio⁶” No caso do Guia, somente vamos focar nos conhecimentos, para mais informação sobre as competências, pode-se revisar o artigo de Zevallos (2017) na bibliografia.

Dessa forma, o aprendiz está associado às etapas 1 e 2 do modelo de desenvolvimento empresarial (concepção e nascimento), o

caso intermediário aparece na etapa 3 de surgimento e o caso avançado está presente nas etapas 4 e 5 de consolidação e amadurecimento que são apreciadas no gráfico 1. O presente Guia vincula o empreendedor com o caso do aprendiz (concepção e nascimento), e a PME com o nível intermediário (surgimento). Além do desenvolvimento de certas habilidades, o importante para este Guia é a aquisição de conhecimentos que sejam incorporados no negócio para transformar esses conhecimentos em práticas e finalmente em padrões. Ou seja, uma vez que o conceito foi aprendido, como é implementado na empresa de forma que seja algo que é utilizado cotidianamente. Nesse momento se torna um padrão.

No processo de desenvolvimento empresarial, é necessário que os empreendedores desenvolvam e fortaleçam um conjunto de conhecimentos e competências ao longo do tempo. Eles serão fundamentais para poder desempenhar-se de forma bem-sucedida no mercado e estabelecer relações transparentes e horizontais com seus pares de qualquer tipo e tamanho de empresas, bem como com o Estado e os consumidores. Por isso, o Guia busca apoiar os empreendedores das etapas 1 e 2 e os empresários da etapa 3 no entendimento dos conceitos que são utilizados pelas empresas dos países desenvolvidos atualmente e fortalecer seus conhecimentos para poder incorporar boas práticas empresariais consideradas hoje em dia como padrão no mundo dos negócios. Uma contribuição nesse sentido é o conceito de empreendedor segundo a fase de crescimento do MEIC (2020), que propõe uma variante do desenvolvido pelo GEM com 5 etapas, para entender o empreendedor em sua fase de crescimento. No entanto, os modelos assinalados neste item buscam estender o horizonte do empreendedor para o empresário já estabelecido, e os desafios que ele enfrenta.

⁶Zevallos, Emilio (2017). Pág. 199.

CER

A realidade dos empreendimentos

De acordo com o modelo do gráfico 1, o empreendedor tem uma ideia do negócio que vai desenvolver ao longo do tempo. Este é um processo lento onde, em geral, o empreendedor se

Boas (e não tão boas) práticas

Os empreendedores entrevistados para este Guia, em geral, têm características distintivas importantes, bem como boas práticas ambientais (praticam a reciclagem, compostagem etc.), e a busca permanente de inovação em produtos e/ou serviços (como produtos livres de químicos, ser amigáveis com o ambiente, boa atenção, garantia etc.).

Embora muitos deles administrem sua informação de memória (ou no telefone), também foi encontrado que alguns sistematizam a informação em meios eletrônicos, como planilhas de Excel, onde fazem o registro de suas compras de insumos; tanto para manter os preços dos insumos atualizados, como para manejar mais de um fornecedor que possa supri-los. Nesse sentido, uma boa prática é a de documentar suas relações comerciais.

Adicionalmente, se observa que muitos empreendimentos tratam de ter acesso a capacitações (sobre os mais variados temas), com fins de atualização; embora sejam poucos os que posteriormente implementam o aprendido em seus negócios. Um caso interessante é o de um empreendedor que fez um curso do INA sobre abono orgânico, e que -posteriormente ao curso - todo seu lixo orgânico é usado como abono (tanto na empresa como no seu domicílio); e por isso agora busca relacionar-se com empresas com boas práticas ambientais. Outro utiliza embalagens compostáveis / biodegradáveis / recicláveis.

Essas ações, embora sejam simples, são muito relevantes para o estabelecimento de boas práticas empresariais nos empreendimentos, já que os encaminha para a maturidade empresarial, a formalização de suas ações, e o desenvolvimento de melhores relações com seus fornecedores, clientes etc.

encontra na informalidade, poderia por exemplo ainda não emitir notas fiscais, não contar com um local exclusivo para seu trabalho, nem uma equipe de trabalho contratada formalmente, nem o pagamento ordinário de salários. Do ponto de vista prático, uma realidade de muitos empreendedores locais é que ainda não se encontram registrados perante o Ministério da Fazenda, ou não contam com um seguro de riscos do trabalho do Instituto Nacional de Seguros (INS), muito menos se encontram inscritos na Caixa Costa-riquenha de Seguro Social (CCSS). Isso, dificulta o estabelecimento de relações estáveis (no longo prazo) com empresas de maior tamanho (já formalizadas), devido a que essas empresas se vinculam fundamentalmente com empresas formais que permitem que elas possam deduzir fiscalmente, abastecer-se em volumes significativos, estabelecer créditos etc.

Além disso, muitos empreendimentos -por seus volumes de negócio - compram seus insumos em estabelecimentos formais como qualquer consumidor. Por isso não é frequente o estabelecimento de relações comerciais com esse tipo de fornecedores, independentemente da frequência de compra.

No entanto, quando começam a desenvolver essas relações comerciais (empreendedores e fornecedores pequenos, médios e/ou grandes), em geral, são relações assimétricas onde a empresa maior aproveita seu poder sobre o empreendimento (por exemplo, priorizando os pedidos das empresas que compram grandes volumes). Isso se visibiliza no descumprimento de entregas, volumes, qualidades etc., sem que pareça possível estabelecer um mecanismo de proteção ou de arbitragem.

Isso, apesar de que, na maior parte dos casos, os empreendedores têm que pagar à vista pelos produtos. Por essa razão é que os empreendimentos tendem a deixar de comprar dessas empresas após essas más

experiências. Somente em poucos casos (principalmente quando não existem outros fornecedores locais), os empreendedores mantêm a relação, embora tenha a tendência de reduzir suas compras.

Apesar do anterior, os empreendedores buscam relacionar-se com outros empreendimentos (em geral também pequenos), com os quais compartilham a filosofia de trabalho (por exemplo, no cumprimento dos pedidos, bons padrões de qualidade, amigáveis com o ambiente, bom tratamento do cliente, entre outros aspectos).

No entanto, essas relações tendem a ser complexas pelas limitações próprias do tamanho dos negócios (como volumes de produção, ausência de formalização, pouca estrutura empresarial etc.). Em geral, os empreendimentos vivem na fronteira entre a formalidade e a informalidade, e isso se torna visível em suas práticas (pouca ordem administrativa e financeira, produtos com padrões diferentes, não emissão de nota fiscal a menos que o cliente a solicite etc.).

Outro dos problemas que se observam no mundo dos empreendimentos é a ausência de fornecedores locais, e que além disso vendam em pequenas quantidades; isso fundamentalmente pelo tamanho do mercado, e também porque os fornecedores priorizam seus compradores maiores. A isso se une a ausência de padrões de qualidade e atenção para os empreendimentos que repercutem em queixas e não conformidades por parte dos empreendedores, bem como o tratamento discriminatório que muitas vezes recebem por parte de alguns fornecedores.

É por isso que os empreendedores assinalam que quando compram, têm que estar atrás do produto e corroborar se o padrão é o mesmo que foi solicitado ou se mudou, se o produto veio defeituoso, ou

se está completo. Diante das falhas como as assinaladas, a resposta empreendedora é mudar de fornecedor e buscar outras empresas - em geral estrangeiras com representação local -, já que em geral têm melhores práticas que as nacionais.

Como se observa, o caminho dos empreendimentos é difícil, no entanto, existem aspectos que valem a pena ressaltar como ações bem encaminhadas para o desenvolvimento empresarial.

Parte dessa aprendizagem tem relação com conceitos e formas de relacionamento com empresas, clientes e com o próprio Estado. Isso é parte da chamada **conduta empresarial responsável**. Ao longo do Guia será exemplificada tanto a conduta empresarial responsável como outros conceitos tais como devida diligência, relatos de sustentabilidade, governo corporativo, preços de transferência etc. Eles são ainda desconhecidos ou alheios a muitas pessoas empreendedoras, bem como proprietárias de PMEs; devido a que sua operação se faz em pequenas proporções (quase como qualquer consumidor); e ao mesmo tempo, porque as empresas maiores não as vejam como parceiras mas somente como compradoras, e inclusive são tão pequenas que as maiores consideram - em alguns casos - que podem aproveitar com elas de seu poder de mercado.

É por isso que o Guia pretende dar também recomendações em relação a como estabelecer relações comerciais, e torná-las sustentáveis sob princípios de transparência e horizontalidade, ou seja, empresas que tratam em igualdade de condições, independentemente de seu nível de vendas, ativos e inclusive de desenvolvimento.

As pequenas empresas

Do mesmo modo como encontramos as pessoas empreendedoras tratando de incorporar-se ao mundo empresarial, também encontramos as **pequenas empresas**

(PMEs), que têm maiores graus de maturidade e solidez econômica que os empreendedimentos.

Por isso, é importante que elas comecem a construir uma **estrutura de governança** (ou seja, sua forma de administrar a empresa, que inclui sua estrutura e as responsabilidades de cada área do negócio⁷) que lhes permita adaptar-se a uma realidade econômica mutável e que, ao mesmo tempo, lhes facilite o acesso a uma série de recursos econômicos e de formação que são oferecidos pelo Estado, por suas instituições, bem como pela cooperação internacional.

Nesse sentido, um dos princípios básicos da governança é a transparência informativa, e para isso, as empresas devem se acostumar não somente a ter informação disponível, mas também a gerá-la e compilá-la de maneira sistemática e em formatos que sejam de uso simples e fácil compreensão. As empresas socialmente responsáveis visibilizam suas atividades, suas relações e suas ações em relação à sociedade com o propósito de que os consumidores as conheçam não somente no seu âmbito comercial, mas também nas outras dimensões da empresa como suas relações com o entorno.

Para uma pequena empresa, o bom uso da informação pode começar desde a construção de uma base de dados de clientes (que inclua nome, e-mail, telefone, bem como o que comprou, os valores pagos, e sua frequência de compra - muitas vezes associada com a nota fiscal -), e de fornecedores (com os mesmos critérios). Essa informação se torna crucial para identificar, por um lado, quais são seus melhores clientes, quais são seus produtos mais vendidos, quais são os períodos nos quais se vende mais e menos etc. O anterior permite para a empresa desenvolver estratégias de negócios, bem como de compras.

Embora as redes sociais tenham cumprido um papel importante como meio de comunicação entre clientes e empresa, bem como de visibilização do produto / serviço e suas características, também podem cumprir outro papel informativo do que “os clientes querem”. Além delas, existem outros espaços nos quais a empresa pode abastecer-se de informação dos clientes e suas expectativas, e são os espaços de presencialidade. Os empreendedores que contam com um local próprio podem gerar esses espaços de conversação com os clientes; mas os que não contam com isso (os que somente têm loja virtual), também podem construir esses espaços de interação e diálogo com clientes; por exemplo, nas feiras, tais como as que são promovidas pelas instituições do Estado, a própria “feira do agricultor”, ou, em geral, espaços de exposição de produtos.

A informação é importante; tanto a que pode ser obtida pelos consumidores, como a que se extrai dos fornecedores/ distribuidores. E esta última também é importante porque se associa com a origem das matérias primas e bens intermediários, bem como a distribuição dos bens / serviços posteriores à entrega. Ou seja, implica conhecer com o que se faz o bem ou o serviço desenvolvido, e depois o que aconteceu com ele após ser produzido e vendido. Isso é chamado de **traçabilidade**. Conceitualmente é a “possibilidade de identificar a origem e as diferentes etapas de um processo de produção e distribuição de bens de consumo” (RAE; 2021), e permite controlar a qualidade do produto desde os insumos, bem como o final da cadeia de produção.

Nessa construção de práticas, entendemos que uma PME já alcançou a sobrevivência dos primeiros anos e está em melhores condições para implementar boas práticas, principalmente em suas relações com outras empresas e clientes.

⁸Uma aliança comercial, é mais que uma relação comercial que implica somente comprar ou vender um produto. A aliança implica no desenvolvimento de atividades conjuntas, como projetos, onde cada empresa contribui com algo em busca de um objetivo comum.

Neste ponto, é possível observar que elas se relacionam tanto com empresas de seu mesmo tamanho, bem como com outras maiores. No primeiro caso, costumam buscar empresas com as quais compartilhem filosofia, ou seja, que suas práticas sejam coerentes com sua proposta comercial. Neste ponto, vamos percebendo que as empresas, independentemente de seu tamanho ou nível de desenvolvimento, buscam aliar-se com outras que tenham valores semelhantes. Nesses casos, em vez de estabelecer relações comerciais, é possível interagir com elas sob a forma de **alianças comerciais**⁸. Isso é viável não somente com fornecedores, mas também com outras empresas nas quais possam ser desenvolvidas alianças para a comercialização.

Um dos aspectos que delata o nível de maturidade de uma empresa é a forma como se relacionam com outras empresas. Muitas das PMEs entrevistadas assinalaram que, em geral, utilizam poucos fornecedores porque por ser um país pequeno não há muita variedade. Em alguns casos foram construídas relações com eles, principalmente com fornecedores estrangeiros (antes se assinalou que eles têm um melhor tratamento e contam com bons padrões e variedade). Nesses casos as coisas funcionam bem porque eles cumprem os compromissos e não importa se compram muito ou pouco. Outras PMEs também compram na Amazon® ou outras plataformas, já que seus pedidos são pequenos, não se encontram localmente ou são excessivamente caros. Também existem outros fornecedores que são muito bons (nacionais ou estrangeiros), mas que colocam limites mínimos de compra muito altos que são inalcançáveis para as PMEs locais. Todo o anterior visibiliza os desafios por trás do estabelecimento de relações comerciais, associadas a seus baixos volumes de compra. No entanto, isso é algo que poderia mudar se as empresas maiores fornecedo-

ras deixassem de ver as PMEs como “compras pequenas”, e comesçassem a ver como “frequência de compra”, o qual expressa lealdade.

Um dos assuntos mais importantes do Guia se refere também a como poder desligar as empresas das **más práticas**, seja que elas mesmas as executem, ou que seja feito pelas empresas com as quais têm relação. No primeiro caso, o fato que (quase) todas as empresas o façam parece ser a “licença” necessária para fazer também, institucionalizando a má prática (jogar lixo na rua, é algo que - quase - todo mundo faz, embora se reconheça que não é correto).

A traçabilidade

A importância de conhecer a fundo não apenas o processo produtivo da empresa, mas também o processo de seus fornecedores permite garantir um melhor padrão de qualidade de seu produto final. Isso facilita não somente identificar possíveis espaços de melhora no fornecimento de insumos, mas também o associar-se com empresas que compartilhem filosofia e práticas, e inclusive organizar-se com empresas afins para promover boas práticas conjuntas.

Quando o produto final não mantém o mesmo padrão e é sujeito de queixas por parte dos consumidores, a traçabilidade permite identificar o insumo defeituoso do processo. Nesse sentido é útil para identificar as empresas que não cumprem com o que oferecem e, dessa forma, melhorar a seleção de fornecedores.

Várias empresas entrevistadas para o presente Guia assinalaram a importância da traçabilidade. Muitas delas têm arquivos digitais com a informação de fornecedores e distribuidores, e outras que já entendem sua importância, estão no processo de sistematizá-la. O importante é documentar (por escrito) de quem compram, quanto e quando compram, e o que compram. Ao mesmo tempo, a quem vendem, o que vendem, quanto e quando vendem. Com essa informação podem reconstruir a rota de seus produtos.

Más práticas comerciais

No âmbito comercial são observadas más práticas que devem ser evidenciadas para evitar sua repetição. Principalmente, porque elas geram, não somente inconformidades nas empresas de menor tamanho, mas também porque terminam por deteriorar as relações entre empresas e incide na competitividade dos negócios.

Em alguns casos assinalados pelas PMEs entrevistadas, é visível que há tratamento preferencial para umas empresas em relação a outras (por exemplo, na visibilidade de seus produtos nas gôndolas dos comércios). Não se sabe se é porque algumas empresas pagam para que seus produtos sejam mais visíveis ou estejam em uma melhor localização (seja para o dono ou administrador da loja), ou se existe alguma relação que não é conhecida pelo resto dos fornecedores. Nesse caso, o importante é que todos os envolvidos conheçam quais são as regras de jogo - e se for necessário pagar para ter uma melhor posição - que todos saibam.

Associado ao anterior, quando as PMEs buscam o dono do comércio para visibilizar sua inconformidade, ninguém o localiza. E, é finalmente um administrador (encarregado) que toma as decisões. Cabe assinalar que o buscar pelo dono é a opção menos frequente das PMEs, já que em geral optam por deixar de trabalhar com esse comércio.

Os casos documentados têm relação com estabelecimentos comerciais onde uns produtos são muito visíveis e outros são quase invisibilizados. Em alguns casos porque não é o pessoal do negócio que acomoda o produto, mas deixam que as próprias empresas o façam. E quando isso acontece, alguns produtos são desalojados da área onde estão para serem localizados em espaços onde o produto não é visto, inclusive se - em princípio - os produtos não coocorrem entre si. Nesses casos a responsabilidade é do negócio que permite que isso ocorra. Em algumas ocasiões, os estabelecimentos respondem e tomam o controle da situação, enquanto em outras optam que sejam os próprios fornecedores que “entrem em acordo”; coisa que jamais acontece.

Para evitar isso, devem existir acordos (se for possível por escrito), entre as empresas e seus fornecedores e que seja a empresa que acolhe os produtos que faça o monitoramento da situação, ou bem que sejam as próprias PMEs que devam fazer visitas periódicas às empresas para observar o movimento de seus produtos e por sua vez controlar que essas situações não se apresentem. No entanto, isso é caro (em tempo e dinheiro). Outra opção é que cada PME leve o produto com exibidor, de forma que não seja possível removê-lo, não obstante, isso também é caro e, às vezes, não é aceito pela empresa.

Outros casos de más práticas têm relação com os preços sugeridos. Às vezes a grande empresa que vende seus produtos para as PMEs coloca preços sugeridos tão altos que concorrem com produtos de outros segmentos e, portanto, as PMEs não têm oportunidade com seu produto. Em outros casos os preços sugeridos para as PMEs são os mesmos que a própria empresa fornecedora (maior) vende para o público geral e, portanto, as PMEs tampouco têm como concorrer.

Em algumas ocasiões, as empresas (grandes) que vendem produtos de PMEs, pedem para ela um preço de referência, mas depois a empresa grande vende no preço que quer (e não respeita o preço de referência), ou bem solicitam para a PME um desconto no preço que não se traduz em um desconto para o consumidor, o que proporciona para uma grande empresa uma maior margem de lucro sem nenhum esforço de venda.

Como pode ser observado, para uma PME, trabalhar com empresas varejistas é difícil; elas fazem mais que tudo pela comodidade dos clientes, bem como para visibilizar seu produto em vários pontos de venda. Mas muitas vezes prima a lei do mais forte.

Provavelmente os casos mais frequentes são o não oferecer nota fiscal ao vender um produto, a menos que a peçam; ou bem a evasão fiscal (evitar de forma astuta e deliberada uma obrigação tributária). A percepção de que o Estado não usa bem os recursos costuma ser o argumento para a evasão fiscal. Como foi assinalado anteriormente, que alguém não cumpra com sua obrigação não dá carta livre para que todos não cumpram.

No segundo caso, é possível usar os mesmos exemplos em empresas com as quais as PMEs têm relações comerciais, ou bem empresas que dizem atuar de uma forma e na realidade agem de outra muito distinta (como ser “amigáveis com o ambiente”, ou “o melhor lugar para trabalhar”). Empresas que assinalam a si mesmas como “honestas” e “transparentes” e por sua vez tratam de forma discriminatória a alguns de seus clientes (devido a seu tamanho, volumes de compra ou outras razões). Isso sem dúvida se transforma em um elemento que afasta a umas empresas de outras.

É claro que, no primeiro caso, a mudança depende da própria empresa, da influência que o Estado possa exercer (e do marco legal vigente), ou de seus próprios parceiros comerciais (que não querem se envolver com empresas conhecidas por más práticas ou má fama). O mesmo acontece no segundo caso, mas de forma inversa. O problema ocorre quando as más práticas são generalizadas e todos (ou quase todos), são parte dessa engrenagem. Nesse caso, é o público (consumidores), que pode agir deixando de comprar os produtos e induzir, dessa forma, uma mudança de conduta. É frequente reconhecer que os consumidores deixam de comprar das empresas que consideram que têm más práticas, que não são amigáveis com o ambiente ou que não são sustentáveis⁹

⁹La Vanguardia (2020). Economía. El 44% de los consumidores deja de comprar marcas que consideraba no sostenibles. 03 de março. Em <https://www.lavanguardia.com/vida/20200303/473950821372/economia-el-44-de-los-consumidores-deja-de-comprar-marcas-que-considera-no-sostenibles.html>

Embora existam empresas de todos tamanhos que têm uma clara visão de que as boas práticas empresariais geram não somente satisfações para as empresas mas também resultados econômicos importantes, lamentavelmente as más práticas se tornam cada vez mais comuns nas relações empresariais. Isso não é apenas observado pelos empreendedores ou pelas pequenas empresas (PMEs). É algo que os consumidores percebem com maior frequência e que deve ser erradicado do agir empresarial. Os lucros baseados no engano, os tratamentos discriminatórios, a má qualidade dos produtos, ou o mau serviço não são práticas sustentáveis. As pessoas não voltam a um lugar no qual foram mal atendidas, ou onde o produto/serviço não foi da qualidade esperada. As PMEs não compram das empresas que abusam delas. O que ocorria no passado com mercados pequenos e dominados por poucas empresas fornecedoras pode mudar facilmente. O mundo globalizado permite trazer bens de distintas partes do mundo nas quantidades que necessárias e com preços competitivos. As lojas on-line permitem deixar de depender de empresas com más práticas. Isso contribui para tornar transparente os mercados e obrigam que essas empresas de maior tamanho melhorem suas práticas e condições, já que agora concorrem com milhares de empresas que se encontram no exterior.

É por isso que as empresas de todo tamanho e condição devem desenvolver boas práticas para serem competitivas, ganhar seus clientes e fidelizá-los, fortalecendo assim o emprego local e o tecido empresarial. Parte dessas boas práticas implicam garantir **informação significativa**¹⁰ de todos os aspectos relevantes das atividades empre-

¹⁰Considera-se que uma informação é significativa se sua omissão ou falsificação pode influenciar as decisões econômicas das pessoas as quais está destinada. OCDE (2013). Página 32.

CER

processo produtivo, situação financeira, resultados, bem como acionistas e sistema de governo corporativo - se existir -). No caso das empresas de menor tamanho, é possível que a falta de recursos impeça contar com mecanismos para sistematizar sua informação e/ou difundi-la. Mas essa informação existe. Os empreendimentos muitas vezes a tem, mas não a tem de forma ordenada, ou não a tem sistematizada, enquanto cada vez são mais as PMEs que tendem a fazê-lo. Por isso, se recomenda que todas as empresas documentem se for possível:

1. Seus objetivos empresariais (qual é sua razão de existir, além de gerar recursos),
2. A estrutura da empresa (como se encontra organizada, ou será organizada no futuro),
3. Com quem desenvolve relações econômicas, seus volumes e frequência de compra, qualidades etc. (a traçabilidade dos insumos no processo produtivo),
4. As políticas internas (como se estabelece o comportamento dentro da empresa, o que é aceitável e o que não),
5. Resultados financeiros (rendas, gastos e resultados de sua operação),
6. Informação de caráter meio ambiental e social (sobre seu uso de recursos naturais, o nível de dejetos que produz, seu gasto com energia, ou os níveis de poluição que a empresa gera, por exemplo),
7. Seus próprios códigos voluntários de conduta empresarial¹¹(no qual a empresa expressa seu compromisso com certos valores éticos nos âmbitos como o meio ambiente, os direitos trabalhistas, a tributação, os direitos dos consumidores, seu apoio a comunidade, entre outros).

Essa informação deveria ser pública e todas as empresas, sem distinção deveriam visibilizá-la, já que, dessa forma, nenhuma teria uma vantagem de informação sobre as outras. Para isso as empresas devem trabalhar no planejamento / melhoria de seus sistemas de informação, e construir maneiras simples de gerá-la, sistematizá-la e

¹¹Essa é uma prática que deve ser promovida em todas as empresas, incluindo as de menor tamanho.

difundi-la para os consumidores ou outros interessados, seja por meios eletrônicos e usando tecnologias de informação e comunicação. Para isso, as instituições do Estado (como o Ministério de Ciência, Inovação, Tecnologia e Telecomunicações - MICITT, ou o da Economia, Indústria e Comércio -MEIC), podem colaborar com as empresas apoiando-as no planejamento desse tipo de ferramentas. Além disso, essas instituições podem colaborar no planejamento e na implementação de plataformas para que as empresas possam fazer o “upload” de sua informação, bem como “vender e cobrar” nela. A experiência de SINPE Móvel (para pagamentos de valores menores a 100 mil colones, e com um topo mensal de 2 milhões sem cobrança), se transformou em uma ferramenta fundamental para os empreendedores e pequenas empresas; principalmente porque são elas que fundamentalmente a utilizam.

Diferenças de gênero

Não é o mesmo ser empresário do que ser empresária. Sempre existe uma condição de desigualdade entre homens e mulheres que se visibiliza no âmbito empresarial nas relações com os clientes, com o Estado, fornecedores, com o sistema financeiro; ou seja, em todo tipo de relação econômica. A consequência dessa diferença foi que muitas mulheres deixaram seus empreendimentos; devido tanto as maiores dificuldades que enfrentaram para desenvolver seus negócios, como a carga adicional das responsabilidades familiares (que não são compartilhadas de forma equitativa). As pessoas que se mantêm como empresárias, são forçadas pelas circunstâncias a aceitar condições mais desfavoráveis em suas relações econômicas (como trabalhar na informalidade, receber um pagamento menor por mais flexibilidade, tratamento discriminatório etc.), e inclusive serem segregadas pelo sis-

tema financeiro (quando – por exemplo – solicitam que seu marido seja o avalista). No caso das mulheres assalariadas, elas ganhavam 85% do salário médio dos homens no ano 2019 (OIT:2021.1).

Além disso, existem outras dimensões nas quais se visibiliza esta desigualdade. Em geral, essas lacunas são maiores na base da pirâmide, ou seja, nos entornos de menores rendas. Em termos empresariais, por exemplo, as mulheres têm menores facilidades de acesso ao crédito em relação aos homens em condições semelhantes. Mas também, em suas relações comerciais não são vistas da mesma forma que os homens. Por exemplo, às vezes, é mais simples para um empresário homem falar de práticas pouco éticas com outros homens que com mulheres. Por isso, é visível nas entrevistas que as empresárias assinalam não ter recebido esse tipo de proposta, mas sim terem sido vítimas de práticas pouco equitativas.

Existem ferramentas desenvolvidas pela OIT em aliança com outras organizações para promover a cooperação e a igualdade de tratamento entre homens e mulheres, como é o caso do modelo MIG SCORE.

O certo é que as relações empresariais devem estar isentas de todo tipo de tratamento discriminatório, intimidante, degradante e devem buscar a transparência, a colaboração, a aprendizagem mútua e a equidade. Nesse sentido, as empresas de todo tamanho devem construir relações vendo-se como pares sem fazer diferenciação por gênero, tamanho do negócio, volume de vendas etc.

A evidência colhida mostra práticas que deixam de lado as empresas gerenciadas por mulheres de processos econômicos; sendo assinalado o baixo nível de compras dessas empresas como o argumento para isso. Essas práticas são visibilizadas nos prazos de entrega, as cobranças antecipadas, e inclusive a qualidade recebida.

O modelo MIG SCORE¹

CER

O programa SCORE da OIT aumenta a produtividade e melhora as condições trabalhistas em pequenas e médias empresas. O Programa emprega a metodologia SCORE, capacitando e dando assistência técnica para as empresas para promover sua participação nas cadeias globais de fornecimento.

O MIG SCORE promove a cooperação entre as partes por meio de práticas simples e efetivas que promovem a igualdade de tratamento e oportunidades para todas as pessoas da empresa, ao mesmo tempo que apoia a mudança organizacional.

É implementado em 4 passos, se concentra em 5 esferas de ação que identificam práticas fundamentais para a gestão eficaz do talento humano, e pode ser implementado em 8 meses.

Para mais informação sobre o programa ver: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_711707.pdf#:~:text=Mode-o%20de%20Igualdad%20de%20G%C3%A9nero%20SCO-RE-28MIG%20SCORE%29.%20Se,condiciones%20de%20trabajo%20de%20mujeres%20y%20hombres%2C%20

Ou diretamente em: <https://www.ilo.org/empent/Projects/score/lang--en/index.htm>



1. OIT (s/f). SCORE Training. Promoviendo empresas competitivas, responsables y sostenibles.

CER

O comentário das empresárias é que os homens as veem em condições de desvantagem e, portanto, como suscetíveis ao abuso econômico. Isso faz que as outras empresas não as vejam como potenciais aliados mas somente como clientes esporádicas.

O papel dos atores (empresas, Estado, consumidores)

Para a implementação deste Guia, é claro que se requer principalmente a cooperação das empresas, suas organizações de representação, o Estado e os consumidores. E dentro desses grupos, as **grandes empresas, bem como as empresas multinacionais desempenham** um papel fundamental tanto para construir um clima empresarial adequado nos negócios, como promovendo relações transparentes e horizontais com todo tipo de empresa, desenvolvendo suas atividades em harmonia com as políticas públicas e por sua vez fomentando a sustentabilidade do desenvolvimento. Essas empresas podem contribuir com benefícios substanciais para o país (além do emprego e dos impostos), por meio de seus investimentos diretos, pela transferência tecnológica e de conhecimento, pelas relações comerciais, entre outros. Este Guia promove que essa contribuição também se visibilize - por exemplo, por meio de suas relações com as pequenas empresas -, e assim possa dinamizar o mercado interno e melhorar a capacidade das PMEs de fornecer e colaborar com as grandes empresas.

Além disso, o **Estado** também pode contribuir com o desenvolvimento das pequenas empresas e dos empreendimentos proporcionando um marco de política apropriado ao desenvolvimento dos negócios (por exemplo, com uma política macroeconômica crível e estável, uma regulação transparente, suficiente e adequada ao contexto empresarial do país, um nível de supervisão apropriado, um sistema judicial imparcial e uma administração pú-

blica honesta, eficiente e eficaz). O próprio Estado pode promover o desenvolvimento empresarial por meio de políticas ativas (de desregulação, simplificação, bem como incentivos às boas práticas trabalhistas, ambientais etc.), e em geral, contribuindo com a construção de um entorno que facilite os negócios, sem afetar outros grupos. Nesse sentido, o Estado deveria sempre estar comprometido com a promoção dos direitos humanos e trabalhistas, com o bem-estar econômico, com a melhoria na qualidade de vida da sociedade e com a criação de oportunidades. No entanto, ainda que esta plataforma de compromissos de política não seja prioritária para o Estado (ou inclusive vá contra esses objetivos), isso não deve ser um obstáculo ou uma desculpa para que as empresas não se comprometam com os princípios orientadores deste Guia.

Finalmente, os consumidores são também um grupo fundamental para uma implementação bem-sucedida do Guia. Eles buscam bens e serviços de boa qualidade a preços acessíveis, e por isso são suas escolhas as que deveriam guiar o comportamento das empresas, e não o contrário. Mas também são quem muitas vezes compram bens e serviços que não necessitam, ou que usarão muito pouco. Por isso é necessário promover políticas de consumo responsável que eduquem o consumidor não apenas em relação a suas compras, mas também sobre o uso de seus recursos econômicos. Isso passa por informar melhor os consumidores em relação às características dos bens e serviços que adquirem, mas também em promover uma cultura financeira entre os consumidores. Ambas ações, não somente vai lhes ajudar a tomar melhores decisões de compra, mas também vai estimulá-los a fazer um uso mais eficiente de seus recursos.

Neste ponto a informação novamente se transforma em um elemento-chave.

Nas etiquetas de muitos produtos aparece informação relevante para o consumidor (como a informação nutricional, e inclusive a forma de conservar melhor seus produtos). O consumidor deve aprender a ler as etiquetas informativas e acostumar-se a consumir bens que sejam úteis, descartando os que não forem.

Se os consumidores desenvolverem padrões de consumo sustentáveis, buscando bens com maior durabilidade, de melhor qualidade, que sejam elaborados cumprindo com a normativa vigente e apoiando causas positivas para a sociedade (como a proteção do meio-ambiente), estão assinando o caminho pelo qual as empresas devem transitar.

No âmbito do Guia, se busca construir relações harmônicas, transparentes e equitativas entre empresas de distintos tamanhos para fortalecer o tecido empresarial do país, contribuir com a inovação, melhorar a qualidade do emprego e promover o desenvolvimento sustentável. O anterior associado com o princípio de igualdade nas relações entre empresas, bem como com o tratamento não discriminatório.

Aspectos específicos do Guia

O Guia aborda, além dos princípios gerais e aspectos conceituais antes assinalados, temas associados à cadeia de valor: as **relações e os padrões trabalhistas** (onde se entrelaçam os direitos humanos, o trabalho decente, e um meio ambiente propício para o emprego, até ações que permitam conciliar o trabalho com a família, a formação dos trabalhadores, o diálogo social, a equidade de gênero, entre outros); o âmbito **ambiental e do entorno** (que envolve a autodisciplina da empresa, a luta por um meio ambiente mais limpo, a diminuição/eliminação de desperdícios, a mudança de padrões produtivos para tecnologias mais limpas); as **relações entre o Estado e as empresas** (e dentro dela, a luta contra a corru-

pção, o cumprimento do marco normativo e o pagamento adequado de impostos, o tratamento igualitário, entre outros); também se refere às **relações entre empresas** (buscando a equidade e a transparência nas relações entre elas, a responsabilidade social etc.), e a **conduta empresarial diante do consumidor** (o oferecer produtos / serviços de qualidade com preços justos, o escutar os clientes, as políticas que estabeleçam as relações entre eles etc.). Todos esses temas são detalhados a seguir.

O que é Conduta Empresarial Responsável (CER)?

CER é mais que o cumprimento da lei

CER é mais que responsabilidade com o entorno ou social

CER não é filantropia

CER é levar em conta as preocupações sociais, trabalhistas e ambientais no coração de seu negócio

CER é agir com ética e com responsabilidade

CER é contribuir com o desenvolvimento sustentável

E para mim para que serve?

- melhorar a qualidade de vida das pessoas
- gerar emprego que permita levar uma vida digna
- fortalecer a inovação empresarial para melhorar as condições de vida e o bem-estar
- ter acesso a mercados que estipulam a responsabilidade como um requisito

Tudo isso enquanto sua empresa se fortalece em seu desempenho no mercado e consolida uma atividade empresarial sustentável

escolhi CER responsável
Conduta Empresarial Responsável

Com o apoio de:



Os temas do Guia **AS RELAÇÕES E OS PADRÕES TRABALHISTAS**

Os temas que o Guia aborda são os cinco que foram assinalados anteriormente que analisam as principais dimensões das empresas em sua relação com a sociedade e seus distintos atores.



Para promover o crescimento econômico e o desenvolvimento sustentável, elevar o nível de vida da população, bem como promover o emprego, reduzindo

O desemprego e o subemprego, os Governos procuram implementar políticas ativas de promoção do trabalho decente. No contexto particular da pandemia, também buscam promover uma recuperação verde. Para isso, é fundamental estabelecer boas relações entre as empresas e o Estado, que permitam a colaboração ao mesmo tempo que o respeito à normativa vigente.

Ao mesmo tempo, as relações entre trabalhadores e empresários são centrais para orientar a empresa para ter um entorno que facilite o trabalho colaborativo e alcance tanto os objetivos da empresa como os dos trabalhadores, mantendo relações harmônicas e produtivas na Organização.

Por isso, é responsabilidade das empresas construir um entorno no qual se respeitem os direitos humanos dos trabalhadores, bem como seus direitos trabalhistas. E isso significa que a empresa

CER

cumpre não apenas com as leis e regulamentações nacionais mas também com as normas trabalhistas da Organização Internacional do Trabalho (OIT¹) ratificadas pelo país, bem como suas recomendações. Seu cumprimento é condição necessária para o estabelecimento de relações harmônicas entre a empresa e os trabalhadores.

Nesse sentido, a OIT identificou dentro de seu marco normativo, oito convenções² classificadas como fundamentais para garantir os direitos das pessoas no trabalho. Elas são condição prévia para o desenvolvimento das demais convenções e são as seguintes:

¹A OIT é a mais antiga agência especializada das Nações Unidas e seu objetivo principal é promover a justiça social e os direitos humanos e trabalhistas reconhecidos no âmbito internacional. Foi criada em 1919 e tem uma estrutura única entre as agências multilaterais já que reúne representantes dos governos, dos empregadores e dos trabalhadores. Esse tripartismo permite que os governos e interlocutores sociais dos 185 estados-membros, confrontem livremente suas ideias e comparem políticas e experiências nacionais e participem em todas as negociações, deliberações e decisões em um plano de igualdade. Tirado de ACT/EMP (2014). Guia de Diagnóstico Empresarial. OIT. Pág., 6.2.

²O conteúdo das 8 convenções pode ser revisado no seguinte link: <https://www.ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>

1. Convenção sobre a liberdade sindical e a proteção do direito de sindicalização, 1948
2. Convenção sobre o direito de sindicalização e de negociação coletiva, 1949
3. Convenção sobre o trabalho forçado, 1930
4. Convenção sobre a abolição do trabalho forçado.
5. Convenção sobre a idade mínima, 1973
6. Convenção sobre as piores formas de trabalho infantil, 1999
7. Convenção sobre a igualdade de remuneração, 1951
8. Convenção 111 sobre a discriminação, 1958.

Seu cumprimento, é garantia de que as empresas estão agindo de maneira responsável com seus trabalhadores sob a perspectiva dos direitos humanos e trabalhistas.

Sobre essa base, as empresas (sem distinção de tamanho ou nível de desenvolvimento), desde o momento da **contratação do trabalhador**, devem estabelecer um conjunto de condições que devem ser cumpridas, tanto por sua parte como pelo próprio trabalhador, as quais devem estar estabelecidas em um contrato escrito e assinado pelo representante habilitado pela empresa (ou dono) e o trabalhador, e do qual cada um deve ter uma cópia devidamente assinada. Nele devem ser estabelecidas as responsabilidades do empregador e do trabalhador, os objetivos e as condições do trabalho, a data na qual começa a ser efetivo o contrato, o salário (e suas especificidades), as deduções, a jornada de trabalho, as férias, eventuais especificidades e outros benefícios trabalhistas. Também deve incluir quais são as faltas e suas consequências (como as repreensões ou a demissão), os mecanismos de conciliação entre trabalhadores e a empresa no caso de ações que qualquer uma das partes considere indevidas por parte da outra, bem como as condições de aposentadoria (se for pertinente). Na

Oportunidades de melhora para as empresas

Observa-se que muitas vezes, as empresas de distintos tipos não cumprem com os horários trabalhistas. Pelas responsabilidades das pessoas na empresa, a jornada de trabalho se estende – às vezes além do razoável - sem que tenham uma compensação econômica por isso.

Essas extensões de jornada podem ser compreensíveis em alguns momentos, mas quando elas se tornam costume (ou se tornam contínuas ou permanentes), devem ser assinaladas claramente e devem ser tomadas as medidas de compensação que forem pertinentes. Ainda que exista entre a empresa e o trabalhador um vínculo que vai sendo consolidado com o tempo, isso não deve ser desculpa para o abuso trabalhista.

medida do possível, também as métricas com as quais se vai avaliar o desempenho trabalhista. E neste mesmo ponto, é indispensável que as empresas busquem manter como um princípio a equidade de gênero tanto na contratação, como nas promoções, remuneração etc.

Este documento constitui o marco legal e estabelece as regras do jogo da relação trabalhista. Evidentemente, ele deve ser consistente com a legislação local vigente e ser respeitoso dos convênios internacionais assinados pelo país no âmbito trabalhista. Quanto mais claro for o contrato, mais transparente será a relação entre o trabalhador e a empresa. Sem ele, é muito difícil para o empregador ou o trabalhador fazerem reclamações de qualquer tipo.

Uma vez definidas as regras do jogo entre trabalhador e empregador, se algum deles considerar ter motivos de **reclamação** em relação a sua contraparte (empresa ou trabalhador), pode exercer seu direito de apresentá-la sem sofrer nenhum prejuízo por isso e também a que essa reclamação seja examinada seguindo um devido processo. Para isso devem ser promovidos (no interior da empresa), mecanismos de conciliação e arbitragem voluntárias (de boa-fé), adequados com a realidade local, e disponíveis para facilitar tanto a prevenção como a solução dos conflitos trabalhistas entre empregadores e trabalhadores. Recomenda-se que o procedimento não tenha custo e seja expedito, provavelmente integrando no mecanismo de arbitragem, um número igual de empregadores e trabalhadores, todos com voz e voto. Se o acordo não for possível, se recomenda a incorporação de um membro do Estado (como um representante do Ministério do Trabalho), que defina em última instância. Nessa linha, devem ser evitados os procedimentos de demissão arbitrária, deve seguir-se um

devido processo, que não deve ser longo, mas sim claro em suas considerações.

Pede-se para as empresas, sem importar seu tamanho, que respeitem o princípio em qualquer forma trabalhista de associação, como sindicatos, associações solidaristas ou qualquer outro tipo de organizações representativas, bem como o de liberdade de afiliação. No caso das pequenas empresas, é imprescindível permitir mecanismos alternativos de afiliação distintos do sindicato (como a associação solidarista ou qualquer outro mecanismo), se pelo tamanho da empresa (devido ao número de trabalhadores), isso não for possível. Além disso, é necessário que a forma de associação escolhida pelos trabalhadores seja respeitada e reconhecida pela empresa, tanto para atender a negociação coletiva, como para outros fins.

Como assegurar os trabalhadores de uma PME?

Há algum tempo, em uma PME da Cidade do México, o empregador, sem os recursos para assegurar seus trabalhadores no sistema público; conseguiu implementar um mecanismo privado de seguro.

Aproveitando sua amizade com um médico, lhe ofereceu que prestasse seus serviços para todos seus trabalhadores (menos de 10), por uma cota mensal. Embora possa ser considerada como uma prática informal (sem documentação), os trabalhadores sentiram que seu empregador se preocupava por eles fortalecendo o sentido de pertinência na PME. Mais adiante esse mecanismo foi ampliado para a família direta dos trabalhadores.

O importante dessa experiência, foi entender a intenção do empregador de estabelecer algum mecanismo que desse alguma segurança para seus trabalhadores, ainda que fosse mínimo. O espírito da experiência é o que deveria ser adaptado para a realidade local.

Para isso, as empresas deveriam proporcionar para os trabalhadores e/ou seus representantes, a informação “relevante” necessária) tanto para que eles saibam sobre o andamento da empresa, para que as negociações com ela sejam o mais eficazes possível, e assim possam fazer acordos construtivos e transparentes sobre as condições de emprego. De acordo com a OCDE (2016)³, “O marco do governo corporativo garantirá a comunicação oportuna e precisa de todas as questões relevantes relativas à empresa, incluindo a situação financeira, os resultados, a propriedade e seus órgãos de governo.” Além disso, não se espera que a informação divulgada vulnere a competitividade das empresas, daí que se considere somente a informação “relevante”. Por «informação relevante» se entende aquela cuja omissão ou tergiversação possa influir nas decisões econômicas das pessoas que têm acesso a ela ou como a que um investidor razoável consideraria importante ao comprometer seu capital ou votar um acordo.⁴

Ainda que a referência esteja focada em grandes empresas, uma boa prática entre empresas de todo tamanho pode ser desenvolver consultas e diálogos periódicos colocando sobre a mesa a informação relevante da empresa mais atualizada. Lembremos que a empresa é o lugar onde trabalhadores e empresários integram durante pelo menos 8 horas por dia. Por isso, deve ser um espaço aberto de diálogo e colaboração, já que pelo menos um terço da vida dessas pessoas se desenvolve nesse espaço.

Com o propósito de manter um clima trabalhista harmônico, as empresas devem evitar toda forma de exploração trabalhista; seja trabalho infantil e/ou trabalho forçado ou outra forma de **exploração trabalhista**. Com essa finali-

dade, os Governos devem proporcionar orientação e apoio para os empregadores e suas empresas, bem como para os trabalhadores para que adotem medidas eficazes para detectar, prevenir e/ou mitigar os riscos do trabalho forçado ou obrigatório em suas operações (ou nas empresas com as que possam ter vínculos comerciais). Se isso ocorrer, essas empresas deverão prestar contas sobre essas ações.

As empresas também não devem **discriminar** no emprego por nenhum motivo (sexo, raça, origem, nacionalidade, preferências políticas, sexuais e/ou religiosas, entre outras). Isso não pode acontecer em nenhum momento da relação trabalhista (nem na concorrência pela contratação, na designação de posto de trabalho, no salário, nos mecanismos de promoção, traslado, demissão, capacitação, aposentadoria etc.). O anterior, também supõe que as normas trabalhistas se baseiam nas melhores práticas, fazendo que elas não sejam menos favoráveis que as que são praticadas em empresas com condições similares. O Ministério do Trabalho deveria colaborar com as empresas estabelecendo padrões de referência das condições trabalhistas por tamanho / tipo de empresa.

As empresas devem contar com medidas adequadas para garantir a **saúde e a segurança no trabalho**, de forma que é importante que a empresa dê aos trabalhadores os elementos de proteção para prevenir riscos na operação da empresa, bem como capacitação em relação ao seu uso. Essas medidas e normas devem contribuir para instaurar uma cultura de prevenção em matéria de saúde e segurança nas empresas, alcançando um entorno de trabalho seguro e saudável.

Nesse sentido, também é possível que as empresas contribuam para gerar mecanismos complementares ao sistema

³. OCDE (2016). Pág. 41 e seguintes.

⁴ OCDE (2016). Pág. 41.

público de seguridade social e estimular seu desenvolvimento, por exemplo, por meio de programas complementares (adicionais) patrocinados pelos empregadores. Ainda que isso seja mais factível nas grandes empresas, as pequenas empresas também podem gerar mecanismos complementares de asseguramento de seus trabalhadores.

As empresas não somente devem promover um entorno trabalhista amigável e seguro, mas devem fazer o possível para **conciliar o trabalho com as outras dimensões da vida** como a família, o estudo, e o descanso. É dessa forma que a empresa, em acordo com seus trabalhadores e/ou representantes, deve buscar mecanismos de apoio para equilibrar o trabalho com os outros aspectos da vida. Nas grandes empresas (multinacionais), em geral são criados clubes entorno das atividades que os trabalhadores desfrutam fora de seu horário de trabalho. Nas empresas de menor tamanho, podem ser desenvolvidas atividades conjuntas - optativas - que fomentem a colaboração na equipe.

As **novas modalidades de trabalho remoto** (como o teletrabalho) mostraram que é possível trabalhar de um lugar que não seja necessariamente um escritório. No entanto, a evidência assinala que é necessário poder contar com um espaço e mobília adequada para poder exercer a atividade com a mesma efetividade que de modo presencial. É por isso que as empresas deveriam contribuir para estabelecer as condições mais próximas da atividade presencial, ou seja, as condições físicas nas quais o teletrabalhador se desenvolve deveriam ser as adequadas em termos de equipamento, iluminação, espaço e ergonomia. O mudança para essa modalidade deveria considerar as condições objetivas dos trabalhadores em suas moradias e oferecer, na medi-

da das possibilidades da empresa, condições comparáveis para o teletrabalho. Além disso, se por condições externas à empresa (como o caso da pandemia da COVID-19), for necessário resguardar a saúde dos trabalhadores, mas o tipo de atividade não possibilite o trabalho remoto; as condições de saúde e a segurança trabalhista da empresa devem a empresa deve considerar a situação no lar (espaço, acesso à internet, ruído, mobiliário etc.), e

Estudo de caso sobre o teletrabalho

Sobre as modalidades de trabalho remoto, um estudo realizado na Costa Rica, México e Peru assinala que, para os trabalhadores pesquisados, a experiência com o teletrabalho foi excelente ou muito boa em 94% para o caso da Costa Rica. As principais razões dessas respostas foram que os custos foram reduzidos, a preferência por trabalhar em casa e o maior tempo disponível

No mesmo estudo se indagou a respeito de como foi feito o teletrabalho durante a pandemia; as respostas na Costa Rica foram positivas em 64%. As razões são que a moradia se presta para o teletrabalho, que lhes deram um computador para levar para a casa, mora com uma pessoa ou só, ou que lhe deram mobiliário para adaptar-se ao teletrabalho.

Embora mais de 73% considere que está trabalhando mais do que as 40 horas, também assinalam 62% que sua produtividade é maior agora que antes da pandemia. E atribuem isso tanto aos menores deslocamentos e economia de tempo, como ao apoio recebido de suas empresas. Esses apoios são classificados em logísticos e de formação. Já foram mencionados os logísticos (usar o computador do escritório, mobiliário e outros apoios financeiros). Os apoios em formação se referem a cursos, palestras e inclusive chats entre trabalhadores. Algumas dessas últimas atividades se relacionaram com o trabalho, mas a maioria foram de motivação, e temas não relacionados com o trabalho (Zevallos:2021).

CER

chegar a acordos com os trabalhadores a respeito dessas condições.

As empresas, com a finalidade de aumentar sua produtividade, promover a inovação e finalmente crescer, devem proporcionar **capacitação** para os trabalhadores para melhorar seus níveis de qualificação, e se possível, comprovar essa formação formalmente. Os trabalhadores qualificados são mais produtivos, eficientes, e, em um bom entorno trabalhista, também são mais inovadores.

É desejável que essa formação, permita a obtenção de competências técnicas e/ou profissionais comprováveis e de utilidade geral e promova oportunidades de carreira e de aprendizagem permanente para os trabalhadores. Ao mesmo tempo, existem muitos trabalhadores que já con-

tam com conhecimentos técnicos e competências que não estão comprovadas formalmente. É importante que elas possam ser comprovadas sob o marco nacional de qualificações⁵, o qual lhes permite certificar formalmente suas competências. O anterior, não somente reconhece e formaliza os conhecimentos dos trabalhadores, mas também eleva seu nível e, portanto, da empresa. É recomendável que as empresas colaborem com os trabalhadores nesse âmbito.

Se as empresas preveem **mudanças que possam afetar o emprego e/ou a renda** de seus trabalhadores (como fechamento, redução de jornadas, demissões coletivas, ou outras ações que causem impactos diretamente em seu nível de vida), elas devem notificar essas mudanças com uma antecipação razoável para os trabalhadores e/ou seus representantes, bem como para as autoridades, de forma que se construa de maneira conjunta um plano de mitigação consensuado. Para evitar uma situação como a assinalada, as empresas devem tratar de gerar um pacote de medidas coerentes para acompanhar os trabalhadores que perdem o emprego, por meio do diálogo social entre empresas, trabalhadores e Governo.

Finalmente, se busca que, dentro do possível, as empresas de maior tamanho que têm vínculos com empresas menores - certamente parte de sua cadeia de valor -, como fornecedores, distribuidores etc., ofereçam conselho, assistência e formação em boas práticas empresariais para as empresas menores. Embora seja

Línea anónima Belcorp¹

Existe uma empresa da indústria cosmética que conta com uma linha anônima que é um sistema de denúncias confidencial e seguro, que comunica para o comitê de ética da empresa sobre situações que podem afetar seus trabalhadores, fornecedores etc.

- As condutas que são sujeitas a denúncia são:
- Assédio / discriminação/ maltrato
- Atos corruptos / fraude
- Conflito de interesses / confidencialidade
- Não cumprimento legal
- Irregularidades contábeis / financeiras
- Roubo / dano e desvio de ativos
- Outros

Nessa linha se registra a denúncia, fornece a evidência e se explicita da melhor forma possível o evento a ser relatado. Coloca-se uma senha e recebe um número de acompanhamento. Todo o procedimento é anônimo.

1. Para saber mais sobre a linha direta anônima da Belcorp, você pode entrar no seguinte link: <https://linea.belcorp.biz/lineaetica/>

⁵. Existe um Catálogo Nacional de Qualificações da Educação e Formação Técnica Profissional (CNC-EFTP), que é o compêndio de Padrões de Qualificação, os quais se organizam mediante uma codificação que responde a campos de estudo, de acordo com o estabelecido pela UNESCO em sua Classificação Internacional Normalizada da Educação (CINE-F-2013) e o estabelecido pelo Marco Nacional de Qualificações da Educação e Formação Técnica Profissional da Costa Rica. Este se encontra disponível- bem como seus requisitos- no seguinte link: <http://www.cualificaciones.cr/index.php>

uma prática de algumas empresas, ela deveria ser generalizada na medida que as PMEs aprendem, amadurecem como empresas e se articulam melhor na cadeia de valor.

Também que, dentro do possível, tanto as empresas grandes como as pequenas desenvolvem uma prática de diálogo permanente para eliminar ou minimizar qualquer má prática ou **relação de trabalho encoberta**⁶. Nesse sentido, as relações entre empresas grandes e pequenas podem acontecer no âmbito de uma cadeia global de valor, de forma que é importante que a grande empresa dê apoio para a pequena e que em nenhum caso sejam ignoradas as práticas abusivas, ilegais ou bem eticamente questionáveis das empresas envolvidas nessa relação. Antes se mencionou que quando as empresas - principalmente PMEs - observam más práticas de suas empresas parceiras, optam por sair da relação comercial, ou bem a esfriam. São muito poucos os casos nos quais as empresas encaram a situação e a denunciam - obviamente por temor a represálias -, o que mantém a situação e tende a perpetuá-la. Uma linha anônima de denúncia é uma boa prática que poderia ser analisada.

Felizmente para as PMEs, agora é possível abastecer-se também nos mercados internacionais graças à globalização. Não é necessário enfrentar abusos, atropelos ou suspeitar de más práticas. Agora as empresas de menor tamanho podem comprar on-line a quantidade de produto que desejam com os padrões que

necessitam. Ao mesmo tempo, é um mecanismo para que as empresas locais que não cumprem ou bem abusam de seu poder, vejam que o custo de suas ações é perder clientes.

É possível estabelecer mecanismos de denúncia como o aqui assinalado, ou bem que sejam instâncias governamentais que contem com um sistema desse tipo.

O Guia promove as boas práticas, e parte disso é tanto reconhecê-las e valorizá-las, como também ter a capacidade de sancionar as más práticas. Isso é parte do que devemos começar a desterrar de nossa sociedade.



⁶. Produz-se uma **relação de trabalho encoberta** quando um empregador trata a quem na realidade é empregado como se não o fosse, de maneira que dissimula seu verdadeiro status jurídico. Tirado de OCDE, pág.42



Os temas do Guia **ENTORNO E MEIO AMBIENTE**



Aqui são combinados dois conceitos, o entorno e o meio ambiente. O **entorno** envolve tudo o que está relacionado com o sistema (ou ecossistema) empresarial, bem como as condições facilitadoras para fazer negócios. Isso significa, um marco macroeconômico estável, um marco legal crível e um sistema de justiça respeitável (ou seja, um país respeitoso da lei e onde os privilégios são a exceção e não a regra), onde todos são iguais perante a lei, existe pouca complexidade nos trâmites e condições necessárias para fazer empresa (como por exemplo para a contratação, os impostos, a abertura de um negócio, abrir contas bancárias etc.). O anterior implica fazer que seja simples fazer negócios no país, sem que isso signifique que se possa fazer qualquer tipo de negócio ou que se descumpra o marco legal vigente. Ou seja, rigoroso mas simples.

Todo o anterior se sintetiza nas condições para fazer negócios no país. E nesse ponto, o Estado e suas instituições desempenham um papel central. Ainda que o objetivo do Guia não esteja relacionado com o agir do Estado, sim é possível assinalar quais são as condições que fazem

CER

que os negócios se multipliquem e quais desestimulam o investimento. E nesse sentido, o assinalado linhas acima é o mínimo que as empresas de todos os tamanhos necessitam para desenvolver-se; políticas econômicas consistentes, um marco legal justo e transparente, e trâmites simples para o desenvolvimento dos negócios.

As políticas públicas podem, além disso, apontar o desenvolvimento empresarial com formação para fortalecer os conhecimentos e as competências dos empresários e trabalhadores, incentivos ao desenvolvimento das atividades econômicas que se buscam promover, assistência técnica para promover determinados setores considerados estratégi-

cos ou com um alto potencial de desenvolvimento, e políticas descentralizadas para atrair as empresas para todo o país e não somente para a zona central. As instituições envolvidas no desenvolvimento empresarial, como o Ministério da Economia, Indústria e Comércio; o Ministério de Ciência, Inovação, Tecnologia e Telecomunicações; o Ministério de Agricultura e Pecuária, o Ministério da Saúde, bem como as instituições envolvidas com a educação e o desenvolvimento local como o Instituto Nacional de Aprendizagem (INA) ou o Instituto de Desenvolvimento Rural (INDER) podem desempenhar um papel combinado de capacitação, assistência, e incentivos ao desenvolvimento empresarial.

Devemos mudar nossa forma de interagir com o mercado

O impacto no ambiente da atividade produtiva se dá de várias formas; (i) pela própria produção que implica o uso de recursos naturais que irremediavelmente estão se esgotando, (ii) pela forma de produzir que pode causar impacto tanto na deterioração dos recursos (poluição) como na saúde dos trabalhadores, (iii) pelo acelerado desejo dos consumidores por comprar (inclusive o que não se necessita), que impulsiona as empresas a produzir mais.

Embora para alguns, talvez, não esteja claro essa forma de produzir e consumir não é sustentável no médio prazo pela provada deterioração dos recursos e o impacto no clima mundial, que é também visível no âmbito nacional (o aumento da temperatura, a maior escassez de recurso hídrico, poluição das terras e fontes de água etc.). Por isso, é necessário repensar a forma de produzir, a velocidade da produção e as características dos produtos. Mas enquanto vai sendo mudado esse paradigma de produção, é necessário agir para tentar reverter ou pelo menos, mitigar o impacto no ambiente.

Dessas três formas assinaladas em que a atividade produtiva causa impacto no ambiente (das muitas outras que existem), provavelmente desacelerar o ritmo de produção é a que maior impacto positivo pode ter no meio ambiente, mas também negativo no crescimento econômico. Mudar a forma de produzir pode ser caro no curto prazo, mas possibilita um crescimento no longo prazo menos intruso com o ambiente. Ao mesmo tempo, é possível trabalhar em produtos de maior vida útil, isso também reduz a necessidade de produzir mais, e se concentra em planejar as peças dos bens (o que cria, além disso, novos mercados), podendo melhorar as características dos bens sem a necessidade de fazer novos, mas renovando-os (como quando se aumenta a velocidade de um computador colocando um cartão de memória adicional). Finalmente, reduzir nosso consumo tem relação com produtos mais duradouros, mas também com sermos mais austeros em nosso estilo de vida. A pandemia mostrou que podemos fazer mais com menos, que podemos consumir menos e melhor.

Finalmente, sobre esse ponto, o mais importante é a consistência das políticas; tanto econômicas como públicas. Ou seja, ambas devem dar a mesma mensagem, não cair em contradições, já que o objetivo das políticas públicas é estabelecer prioridades nacionais e desenvolver estratégias para resolver tais prioridades. Sua consistência dá credibilidade para os atores sobre a seriedade das políticas.

Do outro lado está o conceito de **meio ambiente**. Um meio ambiente saudável não é apenas indispensável para a sobrevivência como sociedade, mas torna viável a atividade econômica no longo prazo. Por isso, é dever de todos os atores envolvidos, mas principalmente das empresas, velar para que o meio ambiente não continue sendo deteriorado.

Um dos aspectos mais importantes do impacto no meio ambiente da atividade produtiva ocorre quando os trabalhadores se veem diretamente prejudicados por uma atividade econômica que mina sua saúde. Isso é muito frequente no caso da pequena mineração, com o uso de químicos sem as condições mínimas de proteção ou na agricultura com o uso de determinados agroquímicos, também sem as medidas adequadas de proteção. Por isso, as empresas de menor tamanho e com menor acesso a recursos financeiros devem facilitar o cumprimento das condições mínimas de segurança para seu pessoal, evitando, dessa forma, que seus trabalhadores se coloquem em risco quando não contam com as medidas básicas de segurança no trabalho ou não têm a capacitação adequada (como os pintores, os trabalhadores da construção, os guardas de segurança, os coletores de lixo, entre outros), o qual gera um grave impacto em suas famílias, empresas e, na economia em seu conjunto.

Nas relações com outras empresas, é possível que um dos insumos oferecidos

seja de duvidosa procedência ou não conte com as certificações ambientais necessárias. A resposta da empresa é, em geral, declinar a oferta, ainda quando o preço do insumo está claramente abaixo da média do mercado (esse é o indicador da duvidosa da operação).

Nas empresas maiores, o problema tende a ser distinto, já que em geral elas contam com uma área de saúde e segurança do trabalho que resolve o anteriormente assinalado, no entanto, nessas empresas é possível observar outro tipo de problema; a produção em excesso. A evidência visível disso é o que ocorre quando há um excesso de oferta de bens no mercado. Os preços tendem a diminuir (ofertas, sejam reais ou fictícias). Quando se observam ofertas é que não se pôde vender tudo o que foi produzido pelo preço esperado. Hoje em dia com o big data é possível fazer boas previsões de vendas baseadas nos dados passados do mercado e da própria empresa ;o qual pode conduzir as empresas a produzir o

Falta de medidas de segurança

Em Lima, Peru, no dia 31 de dezembro de 2021 se desatou um incêndio no terraço de uma galeria comercial por causa de um balão “globo de los deseos” ou “linterna voadora” (artefato voador feito de papel, com uma armação de madeira e uma fonte de fogo em seu interior que gera ar quente o qual permite elevar-se). Nesse terraço tinha um armazém clandestino de plásticos, que aparentemente tinha sido notificado que devia ser demolido por não ter licença de armazém.

Para sufocar o sinistro (no que felizmente não houve vítimas humanas), foram necessários mais de 250 bombeiros e mais de 11 horas de trabalho para apagá-lo.

Tomado de El Comercio, 1 de enero del 2022 (<https://elcomercio.pe/lima/mesa-redonda-en-vivo-sigue-aqui-el-incendio-que-se-registra-en-el-jiron-andahuaylas-galeria-de-plastico-cercado-de-lima-bomberos-heridos-lbposting-noticia/>)

CER

que se necessita, evitando a superprodução, e portanto, reduzindo o uso de recursos.

É por isso que as **(pequenas) empresas** devem aprender a analisar seu impacto no meio ambiente e desenvolver práticas de autodisciplina para mitigá-lo. Para alcançá-lo, é possível contar com o apoio dos órgãos competentes (como o [Ministério de Ciência, Inovação, Tecnologia e Telecomunicações](#), as universidades e inclusive o Programa Bandeira Azul Ecológica⁷), de maneira que possam ajudá-las na identificação de seu impacto ambiental, bem como com a construção de um sistema de informação e acompanhamento de sua pegada ambiental. A informação que se recomenda que as empresas deveriam começar a compilar seria (nessa ordem e em função da disponibilidade de informação):

1. Gerar relatórios (internos) sobre consumo de energia de distintas fontes (desde a energia elétrica, combustíveis etc.), tratando de coletar, dentro do possível, informação anterior e ver como evoluiu seu consumo ao longo do tempo
2. Gerar relatórios (internos) sobre emissões de sólidos / líquidos poluentes (e aspectos como a forma em que eles se eliminam, como em depósitos de lixo, coleta e eliminação de dejetos, tratamento de águas residuais, se a atividade produtiva gerar algum deles),
3. Gerar relatórios (internos) da contabilidade financeira da empresa
4. Na medida das possibilidades da empresa, gerar relatórios sobre a norma ISO⁸ 14001 (sistema de gestão meio-ambiental), se for aplicável
5. Gerar relatórios internos de medição de objetivos e medidas a serem adotadas
6. Desenvolver um relatório interno do impacto das atividades da empresa no meio ambiente, para a saúde e segurança (e se realizar atividades arriscadas para o meio ambiente)

⁷Para mais informação, ver <https://banderaazule-ecologica.org/>

⁸Sabe-se que seu custo e a complexidade dos trâmites o torna pouco viável para uma PME.

Construir uma cultura de melhoria contínua no âmbito ambiental começa por gerar informação e relatórios internos que permitam fazer as mudanças necessárias nas empresas para alcançar melhoras ambientais e benefícios econômicos deles. Por isso, além da geração de relatórios internos de progresso, buscar comprovações é outro mecanismo para melhorar os padrões ambientais das empresas.

No caso das (pequenas) empresas, o Programa Bandeira Azul Ecológica premia o esforço voluntário para melhorar as condições higiênicas e ambientais. O programa conta com 20 categorias, de forma que as empresas devem indagar em qual categoria elas podem participar, e devem formar um comitê e inscreverem-se. Na nota de rodapé se encontra o web site com a informação do programa. As empresas de maior tamanho também podem indagar sobre tecnologias mais amigáveis com o ambiente, que gerem menos uso de recursos, ou o façam de forma mais eficiente.

É responsabilidade das empresas trabalhar no planejamento / melhoria de seus sistemas de informação, e na difusão dessa informação por meios eletrônicos usando tecnologias de informação e comunicação. Em relação a isso, as empresas poderão construir no futuro indicadores e metas em relação a seu impacto ambiental, bem como atualizações periódicas dessas métricas; compartilhando-as com seus trabalhadores para comprometê-los e estabelecer conjuntamente políticas e ações que reduzam o impacto da empresa no meio ambiente. Além disso, vai lhes permitir no futuro desenvolver planos de prevenção/ mitigação dos eventuais danos ambientais gerados.

A prática de desenvolver avaliações meio ambientais no futuro (ainda não

exigidas pela lei), pode ajudar a empresa a identificar (potenciais) problemas ambientais, propor soluções, melhorar práticas e reduzir custos. Principalmente, se essas atividades se encontram relacionadas com a área de compras ou de subcontratação para outras (grandes) empresas. Nesse sentido, se uma pequena empresa colabora com outra de maior tamanho, seria esperado que a segunda apoie a primeira para melhorar seus padrões ambientais. Eventualmente, essas grandes empresas podem ter certo nível de colaboração com as pequenas.

É importante, uma vez obtida a prática de gerar informação meio ambiental, desenvolver o hábito de gerar avaliações meio ambientais, com a finalidade de valorizar possíveis mudanças tecnológicas em termos de custos e benefícios; ou seja, o custo de incorporar nova tecnologia (menos poluente), em relação aos benefícios que vai gerar para a empresa

ao longo do tempo. O desenvolvimento de um sistema de gestão meio ambiental pode trazer **benefícios econômicos para as empresas**, por meio de uma economia de recursos, maior eficiência em seu uso, redução dos custos operativos, e inclusive pelo acesso a certos incentivos associados com o respeito ao meio ambiente que costumam ser acessíveis do setor público e/ou a cooperação internacional. Além disso, outro resultado de sua implementação é uma boa reputação com clientes e a sociedade em seu conjunto.

Finalmente, é possível que seja a própria (pequena) empresa que desempenhe um papel importante na capacitação de seus empregados em temas meio ambientais. Por isso, as empresas são incentivadas a desenvolver essa responsabilidade da maneira mais ampla possível, especialmente nas áreas de saúde e segurança dos trabalhadores.



escolhi CER responsável
Condução Empresarial Responsável

Com o apoio de:





Os temas do Guia **RELAÇÕES COM O ESTADO**



A colaboração entre o Estado e as empresas é crítica, tanto para a sustentabilidade econômica do Estado (que recebe os impostos das empresas), como da viabilidade econômica e social de empresas (que estão obrigadas a cumprir com uma normativa vigente). Além disso, boas relações entre ambas entidades permitem gerar um melhor clima empresarial que promove a certeza no investimento e, portanto, o crescimento econômico.

Uma relação harmônica entre o Estado e as empresas parte de uma premissa; o **cumprimento da** normativa vigente é mandatório. Isso implica não apenas seguir a lei ao pé da letra, mas também seu espírito, o que significa entender e respeitar a intenção do legislador, no entanto, essa interpretação não significa - por exemplo - que uma empresa deva pagar um imposto superior ao valor previsto pela lei, mas simplesmente desenvolver o cálculo correto para o pagamento, bem como facilitar a informação que for pertinente e exigida por lei. No início do Guia assinalamos os casos de Enron e o trabalho de Funds Society (2021) como exemplos da forma como por meio da “contabilidade criativa”, algumas empresas descumprem com o espírito da norma. Procurar lacunas na lei não é uma prática aceitável e deve ser erradicada. As empresas de todos os tamanhos devem contribuir na medida de suas possibilidades com as finanças públicas cumprindo correta e pontualmente com suas obrigações tributárias.

Muitas vezes as pressões competitivas ou a escassez de recursos, entre outras razões, podem levar uma empresa a descumprir a normativa em busca de reduzir gastos ou gerar lucros indevidos. Para isso, a autodisciplina empresarial é

CER

crucial para evitar que possam cair em práticas fora da lei e inclusive - sem descumpri-la - que se mantenham no limite da legalidade. Por isso o marco jurídico deve ser simples, transparente e compreensível para todas as empresas e indivíduos, de forma que mais empresas (principalmente as pequenas), possam cumprir com suas obrigações sem incorrer em custos adicionais - como os da contratação de um contador exclusivamente para o pagamento de impostos -. Lamentavelmente, a complexidade também é aproveitada por alguns em busca de benefícios indevidos. Parte de uma cultura de respeito da lei é o não buscar as lacunas legais para favorecer-se, caminhando na fronteira entre a legalidade e a ilegalidade. Além disso, essas ações podem ser contraproducentes para todos na medida em que o Estado, buscando como fechar essas lacunas, modifica a lei tornando-a mais complexa, prejudicando tanto as empresas (principalmente as pequenas), como a si mesmo.

As empresas (de qualquer tamanho) não deverão oferecer, prometer, dar nem solicitar, direta ou indiretamente, pagamentos ilícitos ou outras vantagens indevidas para obter ou conservar um contrato ou outra vantagem ilegítima. Todos temos em mente os casos locais associados com empresas construtoras em relação com o Estado. No âmbito internacional, o caso da Odebrecht⁹, arrastou os governos da Argentina, Brasil, Colômbia, México, Panamá, Peru, República Dominicana, entre outros, em uma trama de corrupção entre empresas e Estado para ganhar licitações de obras públicas. As consequências para a empresa Odebrecht foi uma proibição de concorrer em licitações para obras públicas (sua principal fonte de renda), além da sanção social que associa o nome da empresa com a corrupção. No âmbito do Estado, presi-

dentos e funcionários de primeiro nível dos países em questão caíram ou foram fortemente questionados pelo escândalo. A consequência direta dessas ações indevidas é a perda de reputação dos Estados nacionais como garantidores da legalidade, e a percepção das empresas como corruptoras.

Por isso, a resposta lógica perante um oferecimento ilícito deve ser rejeitar qualquer suborno ou outra forma de extorsão. Uma sociedade na qual a corrupção é rejeitada majoritariamente pelas empresas, ajuda a construir cultura cívica e fortalece os valores sociais. Mas a resposta oposta o que faz é fomentar ainda mais a corrupção até que ela corrói o alicerce do próprio Estado e dos cidadãos, momento no qual a prática ilícita se generaliza e a lei se torna optativa.

No caso das pequenas empresas, é menos factível que estejam em condições de oferecer pagamentos irregulares, justamente por seu caráter de pequenas e sua pouca disponibilidade de recursos, embora elas tampouco deveriam recebê-los ou aceitá-los de funcionários públicos ou empregados de seus parceiros comerciais, nem de seus intermediários. Esse é um assunto de ética e procura-se como sociedade eliminar a corrupção, deve ser erradicada a partir de cada cidadão, e com muita mais razão nas empresas.

É possível que em alguns momentos esses pagamentos sob a perspectiva da empresa sejam percebidos como necessários para poder continuar com uma atividade da empresa (como, por exemplo, quando um pagamento facilita a agiliação de licenças ou trâmites). De Soto e outros (1990), ilustram para o caso do Peru, como o contexto gera situações nas quais as empresas podem ver como necessário “aceitar” o mecanismo burocrático para que os trâmites se movam. Isso acontece quando o pagamento facilita

que o trâmite público possa continuar seu curso e alcançar o resultado esperado, já que, se a propina não fosse paga, o trâmite ficaria estancado indefinidamente ou por um tempo que poderia afetar a empresa.

As políticas internas das empresas devem contemplar mecanismos de controle de probidade em camadas. Por exemplo, além de contar com capacitações permanentes sobre os riscos de se vincular com atos de corrupção, as normas e práticas contábeis devem permitir plena transparência nas finanças, de maneira que, ainda perante a eventualidade de que alguma pessoa tenha cometido uma conduta irregular, esse movimento seja visível nos livros, demonstrações financeiras ou mecanismos de fiscalização para que possa ser identificado em exercícios de controle posterior. Isso permitirá que a própria existência desses mecanismos de controle desincentivem qualquer consideração de incorrer em atos irregulares.

Por isso, parte das ações para evitar a corrupção é uma correta administração da contabilidade da empresa para manter contas exatas e fieis ao que foi executado. Publicar suas demonstrações financeiras deveria ser considerada uma boa prática para as empresas de todos os tamanhos, sendo que, ao publicá-las, nenhuma empresa obteria uma vantagem indevida já que toda a informação de suas concorrentes seria igualmente pública. Nesse sentido, o acesso e a divulgação da informação da empresa que possa ser interessante para seus trabalhadores e/ou consumidores, é importante como uma demonstração de transparência e para construir uma cultura de confiança na empresa.

As empresas também deveriam cooperar com o Estado em pesquisas em matéria de concorrência, bem como executar regularmente ações de sensibilização com seus trabalhadores sobre o

respeito às leis e a concorrência saudável. No entanto, o mais importante é que os trabalhadores vejam que o que se predica é o que se pratica na empresa. Essa é provavelmente a melhor lição para eles. Por essa razão, é possível assinalar que o entorno competitivo recompensa para as empresas que respondem aos consumidores de forma transparente, eficiente, honesta e com um bom serviço.

No caso de empresas relacionadas -desde parceiros comerciais, aliadas estratégicas ou empresas subsidiárias, entre outras -, sempre existem transações entre elas, e muitas vezes é necessário estabelecer os preços para transferir bens e/ou serviços (ou algum tipo de direito); eles são denominados **preços de transferência**¹⁰, e as empresas envolvidas devem tratar de aplicar o princípio de plena concorrência para sua determinação. O anterior ajudará tanto as autoridades tributárias como as empresas associadas, gerando uma solução satisfatória para ambas partes, minimizando, dessa forma, o conflito entre as autoridades tributárias e as empresas envolvidas, evitando assim processos judiciais longos e caros.

¹⁰. O preço de transferência é o valor que duas empresas relacionadas entre si fixam para a transferência de bens, serviços e todo tipo de direitos. Tirado de <https://home.kpmg/cr/es/home/ten-dencias/2021/02/preciostransferenciacr.html>

Empresa-Estado: uma relação ganhar-ganhar

O que acordamos?
A empresa se compromete a cumprir cabalmente com o marco legal e o Estado assume o compromisso de manter um marco regulatório claro e um sistema ágil que permita o desenvolvimento de atividades lucrativas

O que a empresa pode fazer para colaborar?

- Manter livros contábeis claros, completos e transparentes que permitam visibilizar qualquer pagamento indevido
- Colaborar com o Estado em investigações que procurem garantir a livre concorrência
- Capacitar seu pessoal em temas de transparência, do cumprimento da lei (compliance), o respeito a concorrência saudável e livre e a luta contra a corrupção
- Manter relações transparentes com seus parceiros comerciais e estabelecer corretamente os preços de transferência

escolhi CER responsável
Conduta Empresarial Responsável

Com o apoio de:

meic CERALC

Os temas do Guia **RELAÇÕES COM OUTRAS EMPRESAS E OS PROCESSOS DE INOVAÇÃO**





A s empresas se relacionam entre si, seja como fornecedoras de insumos, distribuidoras de seus bens ou serviços ou bem como parte de suas cadeias de valor (como parceiras, aliadas, subsidiárias etc.). A interrelação entre elas promove a aprendizagem, a inovação e o desenvolvimento de melhores produtos / serviços. Por isso, é desejável que as empresas promovam esse tipo de relações, tanto com outras de seu mesmo setor, tamanho etc., bem como com empresas maiores e/ou de outros setores e inclusive países. Essas relações devem ser harmônicas, transparentes e horizontais, baseando-se em princípios éticos e objetivos comuns. Com frequência, as pequenas empresas se vinculam com grandes como parte de uma cadeia global de valor. Esse tipo de vínculo, em geral, traz aprendizagem e inovação para as (pequenas) empresas. No entanto, é possível que, em uma relação entre empresas de distintos tamanhos, existam relações assimétricas de poder em detrimento da

empresa menor.

Devido ao anterior, o objetivo desta seção é visibilizar as possibilidades de gerar relações construtivas e mutuamente benéficas entre empresas baseando-se no que cada uma ganha com esse relacionamento. Espera-se que as empresas de maior tamanho prestem cooperação e assistência técnica para as pequenas, e se são multinacionais, essa colaboração seria esperada também da matriz. Nesse sentido, melhorar a eficiência e a produtividade dos elos de uma cadeia de valor favorece toda a cadeia; gerando uma relação ganhar-ganhar.

Lamentavelmente, também é possível perder oportunidades de negócio por desconfiança entre os aliados em potencial. Para evitar esse tipo de situações e salvaguardar os interesses das empresas, o melhor é documentar os objetivos e mecanismos de relacionamento por meio de um **contrato**. Depois, a interação entre as empresas tenderá a reduzir / eliminar as barreiras de desconfiança. Se as coisas funcionarem, é muito provável que no futuro não haja necessidade de modificar as regras estabelecidas.

Nessas relações comerciais, as empresas conhecem mais a seus aliados no âmbito de trabalho, podendo identificar tanto boas práticas, como ações e/ou comportamentos pouco desejáveis, ou diretamente sujeitos a penalidades. Se essas condutas têm consequências negativas sobre os direitos humanos, é responsabilidade da contraparte que o observa, agir para pôr fim a essa situação. Esse é o fundamento do conceito de devida diligência.

Nesse sentido, “a **devida diligência** em matéria de direitos humanos é uma maneira de que as empresas administrem de forma proativa os riscos reais e potenciais dos efeitos adversos nos direitos humanos nos quais se veem envolvi-

das. Inclui quatro componentes básicos: (a) Identificar e avaliar os efeitos adversos reais ou potenciais sobre os direitos humanos que a empresa tiver causado ou contribuído para causar por meio de suas atividades, ou que guardem relação direta com as operações, os produtos ou os serviços prestados por suas relações comerciais; (b) Integrar os resultados das avaliações de impacto nos processos pertinentes da empresa, e adotar as medidas adequadas conforme a sua participação no impacto; (c) Fazer um acompanhamento da eficácia das medidas e processos adotados para contrapor os efeitos adversos sobre os direitos humanos a fim de saber se estão dando resultado; (d) Comunicar de qual maneira serão encorajados os efeitos adversos e demonstrar para as partes interessadas – em particular as afetadas – que existem políticas e processos adequados”¹¹. Sua importância é maior no caso de relações entre empresas pela presença de um vínculo que as relaciona comercialmente, ainda que não necessariamente quanto suas práticas ou atividades internas.

A devida diligência permite para as empresas de qualquer tamanho, visibilizar más práticas de parceiros ou aliados comerciais e estabelecer ações que permitam a sanção da empresa cujo comportamento é questionável.

Por outro lado, a formalização das condições de relacionamento entre empresas permite visibilizar que alguma delas pertence à economia informal¹², algo que se transformou em um fato frequente nas relações econômicas. O impacto

¹¹No caso das relações entre empresas, a devida diligência se torna mais importante devido a que não, necessariamente, existe uma ação direta, mas que ela pode ser gerada por meio de uma empresa aliada. Tirado de: https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/A_73_163_ExecutiveSummary_SP.pdf

¹²A economia informal se refere às atividades econômicas realizadas tanto por trabalhadores como por unidades econômicas que não estão cobertas (ou não cobertas de forma suficiente) pela legislação ou acordos formais.

disso é observado, fundamentalmente, nos déficits em trabalho decente que gera, e em menor medida, nos recursos econômicos que o Estado deixa de receber por consequência dessa atividade. Por isso, o Governo deveria elaborar e implementar um marco de políticas que facilitassem a transição para a formalidade e, nesse contexto, as empresas (formais)

deveriam contribuir com esse objetivo.

Observa-se em muitos países relações de subcontratação entre empresas da economia formal e informal (devido à qualidade, eficiência, cumprimento ou preços baixos dessas empresas).

Más práticas nas relações com fornecedores

Foxconn, é uma das empresas fornecedoras de gigantes tecnológicos como Apple, Nokia, Dell, HP etc., reconheceu que contratou adolescentes de 14 anos como aprendizes em uma de suas fábricas na China. Fonte: El País, 17/10/2012.

(https://elpais.com/economia/2012/10/17/agencias/1350456905_570815.html). Uma das fábricas de Foxconn suspendeu suas operações de montagem de

Iphone após as auditorias encontrarem péssimas condições de vida dos trabalhadores em uma das fábricas na Índia. Mais de 250 mulheres que viviam em dormitórios foram tratadas por intoxicação, e delas 150 foram hospitalizadas, já que a comida tinha vermes. As trabalhadoras dormiam no chão dos quartos que alojavam entre 6 e 30 mulheres. Fonte: RPP notícias, 30/12/2021.

(<https://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/comida-con-gusanos-y-dur-miendolo-en-el-piso-asi-a-pasaban-ensambladoras-de-iphone-en-india-noticia-1377866?ref=rpp#Echobox=1640877138>)

Várias pequenas empresas entrevistadas para este Guia assinalaram que muitas vezes as empresas que lhes fornecem insumos / matérias primas, não respeitam os acordos, inclusive se o produto é pago de forma adiantada; o mais frequente são demoras na entrega, produtos incompletos, qualidade inferior a combinada etc. Muitas delas suspeitam que é porque elas têm pedidos maiores e preferem cumprir os compromissos com os clientes maiores. Também ocorre nos comércios que as empresas que têm espaços neles, mudam os produtos de lugar com os que concorrem (e inclusive com os que não concorrem diretamente), para visibilizar melhor os deles. Os comércios, em geral, não assumem responsabilidade (resolvam entre vocês!), de maneira que o problema costuma não ser resolvido. Além disso, é impossível falar com o dono da empresa, em geral, essa responsabilidade é delegada para um administrador.

Essas são situações de abuso de poder por parte de empresas maiores em relação às pequenas ou a seus trabalhadores. O mais importante desses casos, é que essas práticas mudam depois que são denunciadas, porque para as empresas, mais que a sanção, o que lhes afeta é o escândalo ao redor desses fatos. Daí a importância de denunciar essas más práticas.

CER

É por isso que as empresas devem buscar desenvolver um conjunto de normas, princípios e procedimentos simples e ágeis que regulem a estrutura e o funcionamento da empresa; o que chamamos de governo corporativo¹³, que facilitem a tomada de decisões e sejam capazes de se adaptar às mudanças na empresa, no entorno etc. Quanto mais simples forem, aumenta a transparência na tomada de decisão, evitando que sua evolução envolva maiores complexidades que as próprias desse contexto. Além disso, estruturas simples minimizam espaços para a corrupção ou o uso de vantagens indevidas, além de fortalecer as condições da empresa para a formalização.

Adicionalmente, as empresas da economia formal podem colaborar com as informais por integrá-las em sua cadeia ao mesmo tempo que as ajuda na formalização. Essa deveria ser uma prática recorrente na qual o Estado deveria desempenhar um papel de facilitação.

Finalmente, neste ponto, uma das características das boas práticas empresariais é a difusão de sua informação (por exemplo, empresas com as que mantêm alianças). Isso, não apenas ajuda a tornar transparentes as relações comerciais das empresas, mas também pode ser parte de uma atividade de marketing e posicionamento das empresas aliadas; tanto das pequenas como das grandes.

¹³O governo corporativo é o conjunto de normas, princípios e procedimentos que regulam a estrutura e o funcionamento dos órgãos de governo de uma empresa. Em concreto, estabelece as relações entre o conselho diretivo, o conselho de administração, os acionistas e o resto de partes interessadas, e estipula as regras pelas quais se rege o processo de tomada de decisões sobre a companhia para a geração de valor. Tirado de: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/governance-risk-and-compliance/articles/que-es-el-gobierno-corporativo.html>. Embora o conceito pareça planejado para grandes empresas, as pequenas também devem planejar os procedimentos que regulam seu funcionamento e estrutura, baseadas nos recursos com os que contam.

Sobre os processos de inovação

Em um mundo globalizado, onde as fronteiras nacionais têm menos importância, as pequenas empresas podem - mais facilmente - ter acesso e utilizar tecnologia e know how para melhorar seu desempenho. Isso aumenta a produtividade, a criação de emprego digno e, além disso, pode contribuir com o desenvolvimento sustentável. Ao mesmo tempo, facilita o desenvolvimento e a incorporação de pequenas inovações (chamadas inovações discretas) nas PMEs, que contribuem para melhorar seu desempenho.

Nesse sentido, a evidência empírica internacional mostra que as inovações discretas, se são desenvolvidas massivamente (principalmente em uma onde abundam as pequenas empresas), podem gerar um aumento na produtividade semelhante ao da inovação disruptiva. Daí a importância de promovê-la em todos os níveis.

Na presença de um sistema nacional de inovação, as pequenas empresas podem tanto contribuir como ser beneficiárias do desenvolvimento de inovações por meio da comercialização de produtos que incorporem novas tecnologias, novos processos produtivos ou melhoras nos modelos de gestão empresarial. Mas as grandes empresas e multinacionais também podem favorecer a inovação por meio da importação de inovações, a concessão de licenças de processos/atividades de inovação, a contratação e capacitação de pessoal especializado em investigação e desenvolvimento, bem como o desenvolvimento de iniciativas de cooperação em matéria de ciência e tecnologia. A inovação reduz custos e incrementa a produtividade, elementos centrais para o crescimento das empresas e para a sustentabilidade do desenvolvimento.

Para as (pequenas) empresas pode ser difícil investir recursos em atividades desse tipo de forma isolada, mas também podem realizar alianças com outras pequenas empresas, ou com grandes empresas que as incluem como parte de sua cadeia de valor, além de universidades, Governo, entre outros. O importante é que as empresas, nos territórios nos quais estejam, tratem de contribuir com o desenvolvimento da capacidade inovadora de sua localidade, adotando práticas que permitam a transferência de conhecimentos, considerando a proteção dos direitos de propriedade intelectual (quando for factível). Isso implica não somente o desenvolvimento de inovações mas também empregar pessoal local e capacitá-lo, fomentando uma cultura de inovação na empresa.



Os temas do Guia

RELAÇÕES COM OS

CONSUMIDORES



Uma boa relação com os consumidores deveria ser o objetivo principal das empresas, já que dela depende sua sustentabilidade. Dessa forma, as empresas devem oferecer para seus clientes produtos que promovam uma melhora em sua qualidade de vida, bem como práticas de marketing leais. Ao mesmo tempo, os consumidores devem retroalimentar as empresas em relação ao que eles necessitam e as melhores formas de fazê-lo.

O anterior implica - inicialmente - garantir para os consumidores que seus produtos contem com as medidas apropriadas em matéria de saúde e segurança, bem como as advertências de saúde e de segurança que forem necessárias, ou seja, devem garantir que o consumo do bem / serviço seja seguro. Mas como no caso do cumprimento da lei, também existe um “espírito” nos produtos / serviços que as empresas oferecem para os consumidores, e isto é, “que lhes façam bem”, que sejam bons para eles. Não é somente uma forma de ganhar dinheiro, é o intercâmbio de um **bem, por outro**

CER

bem. Nesse sentido, as empresas devem proteger a saúde de seus consumidores oferecendo-lhes produtos e serviços que promovam um estilo de vida saudável.

Para isso, inicialmente a empresa deve proporcionar informação clara e exata do produto e de seu conteúdo, para que os consumidores possam tomar suas decisões de compra, principalmente do conteúdo, uso seguro, eventuais efeitos sobre o meio ambiente, manutenção, armazenamento etc. Se além dessa informação, pudesse ser comparável com outros produtos seria o ideal. O anterior implica que a publicidade deve ser informativa. A publicidade enganosa¹⁴ não deve ser uma prática das empresas, pelo contrário, a publicidade deve ser precisa e informativa sobre o produto / serviço e suas características distintivas, ressaltando as qualidades dos produtos / serviços sem exagerar ou mentir.

Nesse sentido, as empresas devem promover a educação dos consumidores a fim de melhorar sua capacidade para tomar decisões de compra; por exemplo, pedindo que eles leiam adequadamente as etiquetas e entendam seu significado (dando informação relevante para uma melhor tomada de decisão, inclusive além do que for legalmente estabelecido), buscar informação de produtos / serviços por meios físicos ou eletrônicos, poder realizar compras seguras on-line, e promover o consumo responsável de produtos amigáveis com o ambiente. Vários países da América Latina criaram uma etiqueta nos alimentos para prevenir sobre o consumo de açúcares, gorduras

saturadas, sódio etc.¹⁵ A etiqueta estabelece que um produto é alto em açúcares, gorduras saturadas, sódio etc. Então, a decisão depende do consumidor.

Mas, bem como a empresa ajuda o consumidor a prevenir sobre sua saúde, também pode advertir os consumidores de outros riscos, como o do comércio eletrônico. Bem como esse se transformou em um mecanismo útil para executar transações e facilitar a vida das pessoas, também é um fator de engano que pode colocar em risco a economia de consumidores vulneráveis / de escassos recursos. Por isso, as empresas têm a responsabilidade de informar para os consumidores sobre o consumo e o uso responsável dos meios eletrônicos.

No caso de controvérsias ou reclamações por parte dos consumidores, devem existir mecanismos extrajudiciais “de boa-fé” entre a empresa e o consumidor que sejam simples, e eficazes, sem custos ou cargas desnecessárias. Dessa forma, as reclamações podem ser resolvidas de uma maneira amigável, fortalecendo a reputação da empresa como uma empresa que responde rápido e eficientemente às queixas de seus consumidores. Somente se essa instância não funcionar se pode ter acesso ao mecanismo de denúncias do MEIC, e analisar como agir no caso de querer denunciar uma organização que “não pode ser denunciada” perante a comissão nacional do consumidor.

É por isso que a conduta das empresas, tanto com os consumidores como com a sociedade em seu conjunto, é cada

¹⁴O governo corporativo é o conjunto de normas pr14. A publicidade enganosa é aquela que costuma incluir informação equivocada ou claramente falsa sobre um bem ou serviço em particular, com intenção de gerar confusão no público e alterar seu comportamento como consumidor. Tirado de <https://economipedia.com/definiciones/publicidad-enganosa.html>

¹⁵BBC (2020). Etiquetado de alimentos: qué cambia con la nueva normativa de México inspirada en Chile (y qué resultados dio en el país sudamericano). 10 de outubro. Tirado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54367118>

vez mais importante. De fato, em muitos casos define a decisão de compra. Por isso, é substancial não somente que as empresas tenham uma conduta impecável com os consumidores, mas que elas também devem manter os consumidores informados das iniciativas nas quais estão envolvidas, principalmente em aspectos sociais e meio ambientais. É parte do “marketing” da empresa, e permite conhecer outros aspectos dela em princípio, desconhecidos.

Além disso, é possível que seus consumidores estejam interessados nessas iniciativas, participar nelas e inclusive contribuir economicamente com elas. Por isso, seria aconselhável gerar mecanismos de diálogo social permanente entre empresas, trabalhadores e consumidores; principalmente quando se trata de iniciativas / projetos / atividades com impacto nas populações locais.

Finalmente, é importante que a empresa respeite a privacidade dos consumidores, evitando o mal uso da informação que a empresa obtiver com fins fiscais (nas notas fiscais).



CER Conclusões



Ao analisar o Guia, é possível estabelecer uma recomendação geral para que as (pequenas) empresas possam desenvolver a prática de colocar em branco e negro suas conquistas e tropeços em seus próprios processos de desenvolvimento. Este pode ser um documento interno sobre alguns dos temas tratados:

1. Padrões trabalhistas – As relações trabalhistas na empresa melhoraram? Em quê? Como nossa equipe de trabalho se sente em ser parte dela?
2. Entorno e meio ambiente - O que fizemos para reduzir nossa pegada ambiental?
3. Relações com o Estado – Temos uma melhor relação com o Estado, o município, e os outros âmbitos da administração pública?
4. Relações com outras empresas e os processos de inovação - o fato de nos relacionarmos com outras empresas nos favoreceu de alguma forma? Desenvolvemos inovações durante o ano?
5. Relações com os consumidores, o que fizemos durante o ano para fidelizar nossos clientes e/ou a trazer novos? Teve resultados?
6. Outros aspectos gerais a serem destacados - Realizamos mudanças na empresa, em nossa forma de gerenciar, em nossas relações com nossa equipe, com o exterior da empresa? Quais foram os resultados delas?

Vários desses pontos podem ser medidos fazendo uso do autodiagnóstico que está na próxima seção. Nesse sentido, é importante que as empresas possam fazer o acompanhamento dessas atividades e de outras que possam ser de seu interesse. Seria também muito positivo que o Estado, a cooperação internacional e inclusive as grandes empresas, possam apoiar o desenvolvimento de várias das práticas propostas no Guia por parte das empresas de menor tamanho, talvez propondo algum mecanismo de incentivo para realizá-lo (por exemplo, bolsas para capacitações para empresários e/ou trabalhadores com o Estado, a cooperação internacional ou outras empresas, apoios técnicos / econômicos para o design de web sites ou criação e manutenção de redes sociais, entre outras) . Isso poderia transformar esses relatórios em prática permanente (mais adiante, fazendo-os públicos nas redes sociais ou no web site da empresa, se ela tiver). Também funcionaria como um mecanismo para monitorar até onde avançaram nas diferentes matérias do Guia, quais foram os obstáculos mais importantes e de que tipo. Além de ser retroalimentação para a própria empresa, essa in-



formação também seria relevante para o Estado e suas instituições, já que é possível que eles mesmos possam fazer mudanças para facilitar algumas ações de melhora nas empresas

Este documento, além disso também poderia ser compartilhado entre empresas e outras partes interessadas para gerar:

1. Uma agenda de ações comuns
2. Um mecanismo de aprendizagem / assistência entre pares
3. Uma guia para a implementação de ações
4. Um mecanismo de avaliação e monitoramento

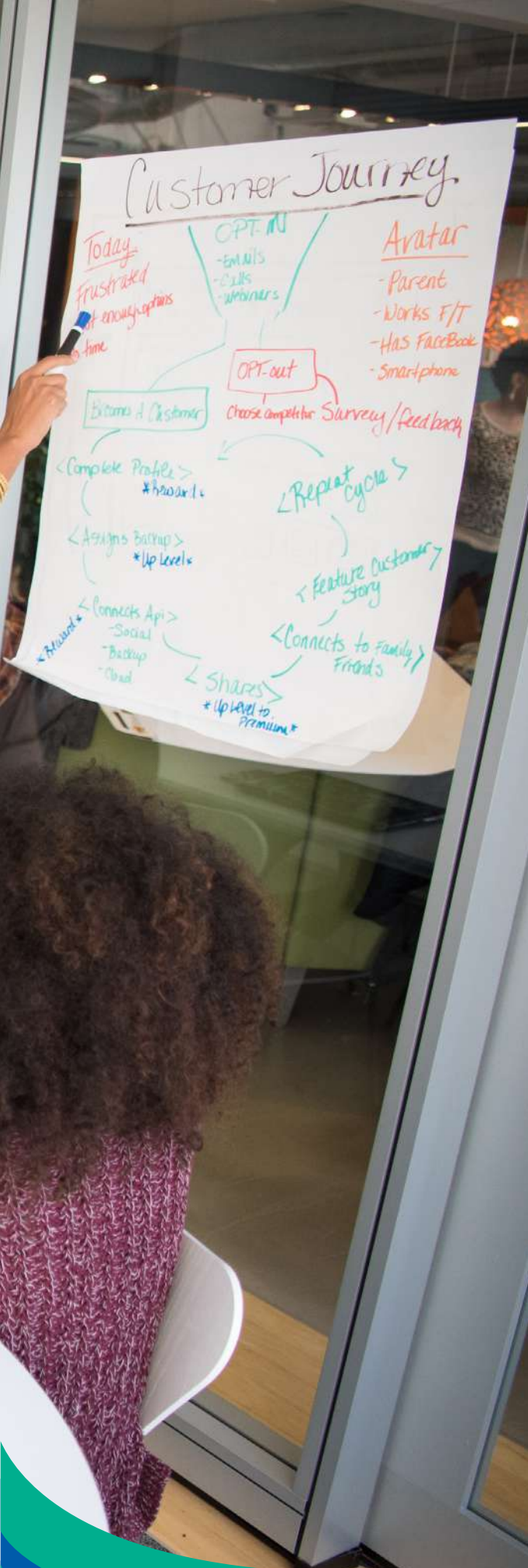
Tornar públicos esses relatórios não-buscam nenhuma vantagem indevida, pelo contrário, se todas as empresas os tornam públicos, empresas e consumidores saberiam como está cada empresa e isso permitiria conhecer melhor a empresa na qual são comprados os produtos que nós e nossas famílias usamos.

Lembremos que essa informação nas mãos dos consumidores e outras partes interessadas é importante para fortalecer a relação entre consumidores e empresas, bem como melhorar sua reputação como empresas responsáveis.



Autodiagnóstico

O objetivo de desenvolver uma ferramenta de autodiagnóstico para as pequenas PMEs e empreendedores é analisar sua capacidade de desenvolver ações que sigam os critérios da a conduta empresarial responsável.



A avaliação parte do tamanho do negócio. A primeira parte é respondida pelo proprietário do negócio/administrador ou gerente geral, a segunda parte é respondida pelo trabalhador ou representante.

O tema 1 é de caráter informativo serve para classificar a empresa. Mas também é sujeito de avaliação se for preenchido integralmente. Os demais temas sim são sujeitos de avaliação.

Toda a pesquisa é avaliada em 100 pontos que representam a maior pontuação e, portanto, o pleno cumprimento da normativa e das boas práticas. No entanto, não se pondera do mesmo modo uma grande empresa e uma pequena. É claro que uma pequena, em muitos casos, não conta com as condições

PARTE I – para empresários / empreendedores

TEMA 1 (informação): Condições gerais e empresariais

1. Em qual setor econômico a empresa se localiza?
 - ☐ Agricultura
 - ☐ Manufatura
 - ☐ Comércio
 - ☐ Serviços
 - ☐ Outro
 (assinale) _____
2. Há quantos anos a empresa opera no mercado?
 - ☐ Assinale o tempo em anos: _____
3. Quantos trabalhadores a empresa tem? _____
4. Desses trabalhadores, quantos têm um contrato de trabalho com relação de dependência? _____
5. Com quantas empresas a sua tem relações comerciais ou estratégicas? Essa pergunta se refere às empresas com as quais regularmente compra/vende ou com as quais desenvolveu alianças ou projetos conjuntos, _____
6. Durante o tempo que sua empresa tem no mercado, o número de empresas com as quais tem relações comerciais ou estratégicas aumentou ou diminuiu?
 - ☐ Aumentou _____
 - ☐ Diminuiu _____
7. ¿Sua empresa se encontra registrada perante...? (marque todas as que forem aplicáveis)
 - ☐ Ministério da Fazenda
 - ☐ Caixa Costa-riquense do Seguro Social ou Municipalidade
 - ☐ Nenhum

Nota: Esse tema tem 7 perguntas e ao completar integralmente a informação serão obtidos 4 pontos.

TEMA 2: Entorno e Meio Ambiente

8. ¿Em sua empresa, se mede de alguma forma o impacto dela no meio ambiente?
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
9. Sua empresa controla quanto gasta em consumo de energia elétrica poluentes (e aspectos como controle de depósitos de lixo, coleta e eliminação de dejetos, tratamento de águas residuais)
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
10. Sua empresa controla quanto gasta em consumo de combustíveis
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
11. Sua empresa desenvolve ações específicas de cuidado do meio ambiente que não mede (como reciclagem, limpeza dos exteriores da empresa, compra de produtos amigáveis com o ambiente, entre outras)
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
12. Sua empresa desenvolve ou desenvolveu um relatório do impacto das atividades da empresa no meio ambiente, na saúde e na segurança
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
13. Sua empresa desenvolve ou desenvolveu relatórios de medição de objetivo y medidas a serem adotadas no âmbito ambiental
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
14. Sua empresa desenvolve ou desenvolveu relatórios sobre emissões de sólidos/ líquidos poluentes (e aspectos como controle de depósitos de lixo, coleta e eliminação de dejetos, tratamento de águas residuais)
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI
15. Sua empresa desenvolve ou desenvolveu relatórios sobre a norma ISO 14001 (sistema de gestão meio ambiental)
 - ☐ SIM/ NÃO / NÃO SEI

Nota: Este item tem 8 perguntas. As respostas SIM, valem dois pontos, as NÃO SEI, valem 0,5 e as NÃO valem zero.

TEMA 3: Relações com o Estado

16. O(a) senhor(a) considera que conhece adequadamente o marco legal associado a sua atividade econômica
 - SIM/ NÃO / NÃO SEI
17. Quem faz a contabilidade de seu negócio
 - a. Um contador externo
 - b. Contador interno
 - c. Gerente
 - d. Dono
 - e. Outra pessoa dentro da empresa
 - f. Não temos uma contabilidade formal
18. Para que o senhor/ a senhora utiliza a contabilidade de seu negócio (marque todas as que forem aplicáveis a seu caso)
 - a. Para o pagamento de impostos
 - b. Com fins de análise financeira
 - c. Para fazer projeções para o futuro
 - d. Outra
 - e. Não temos uma contabilidade formal
19. Sua empresa recebeu uma multa/ infração de qualquer tipo
 - SIM/ NÃO
20. Se o senhor/ a senhora tiver respondido SIM à pergunta anterior, a causa foi:
 - a. Não pagou /Atraso no pagamento
 - b. Não apresentação de declaração/ Não apresentação de documento
 - c. Inconsistência na declaração
 - d. Outra
21. O (a) senhor (a) conhece o conceito de estrutura de governo corporativo? É o conjunto de normas, princípios e procedimentos que regulam a estrutura e o funcionamento dos órgãos de governo de uma empresa.
 - SIM/ NÃO
22. Conta com uma estrutura de governo corporativo
 - SIM/ NÃO

23. O senhor / a senhora conhece o conceito de preços de transferência? É o valor que fixam duas empresas relacionadas entre si para a transferência de bens, serviços e todo tipo de direitos
 - SIM/ NÃO
24. Alguma vez lhe solicitaram desenvolver uma atividade indevida / quiseram lhe dar um pagamento indevido por fazer ou deixar de fazer algo
 - SIM/ NÃO
25. Alguma vez o senhor/ a senhora teve que fazer algum pagamento indevido, por exemplo, para que um trâmite seguisse seu curso?
 - SIM/ NÃO

Nota: Este item tem 10 perguntas. As respostas SIM, valem um ponto, as NÃO SEI, valem 0,5 e as NÃO valem zero. A pergunta 17 vale zero somente se for marcada a opção f, qualquer outra é vale um. Na pergunta 18, a opção e vale zero, qualquer outra vale um. Na pergunta 20, qualquer opção vale zero.

TEMA 4: Relações com outras empresas e os processos de inovação

26. Alguma vez o senhor/ a senhora recebeu capacitação/ assistência técnica de uma empresa com a que tem uma relação comercial?
 - SIM/ NÃO
27. O senhor / a senhora conhece o conceito da devida diligência? Essa é a medida de prudência, atividade ou assiduidade que cabe razoavelmente esperar, e com a que normalmente age, uma [pessoa] prudente e razoável em uma determinada circunstância; não se mede por uma norma absoluta, mas sim dependendo dos fatos relativos ao caso em questão
 - SIM/ NÃO
28. Em suas relações comerciais o senhor / a senhora presenciou algum evento relacionado com a outra empresa (com a que tem / teve relações comerciais) que o (a) senhor (a) tenha considerado irregular, ou pelo menos inconveniente para seus interesses ou os de sua empresa?
 - SIM / NÃO

CER

29. Se na pergunta anterior, sua resposta foi SIM, qual foi sua reação?
 - a. Não fiz nada
 - b. Comentei com minha contraparte de maneira informal
 - c. Deixei de ter relações com essa
 - d. Outra
30. Alguma vez o senhor/ a senhora teve relações comerciais com empresas não totalmente formais?
 - o SIM/ NÃO
31. Sua empresa desenvolveu alguma inovação no passado?
 - o SIM/ NÃO
32. Se sua resposta anterior foi SIM, em qual âmbito da empresa
 - a. Produto / serviço
 - b. Processo
 - c. Modelo de gestão
 - d. Outro
33. Essa inovação a qual o(a) senhor(a) faz referência na pergunta anterior, foi parte de suas relações comerciais com outras empresas?
 - o SIM / NÃO / Não desenvolvemos inovações
34. O (a) senhor (a) realizou alianças com empresas /Estado / universidades / outros com fins de inovação?
 - o SIM / NÃO
35. Se a resposta anterior foi SIM, quais foram resultados delas?
 - a. Novos produtos
 - b. Novos processos
 - c. Nada ainda
 - d. Outro
36. Alguma vez algum parceiro comercial lhe solicitou desenvolver uma atividade indevida? Quiseram lhe dar um pagamento indevido em troca de alguma ação/ omissão?
 - o SIM / NÃO

Nota: Este item tem 11 perguntas. As respostas SIM valem um ponto, e as NÃO valem zero. A pergunta 29 vale um somente nas opções b, c, ou d e zero para qualquer outra. Na pergunta 32, qualquer opção vale um. Na pergunta 35, a opção a, b ou d vale um, qualquer outra vale zero.

TEMA 5: Relações com os consumidores

37. Como sua empresa se relaciona com seus clientes? (marque todas as respostas que forem aplicáveis)
 - a. Por meio de pesquisas
 - a. Redes sociais
 - b. Falamos com eles quando vêm ao negócio
 - c. Outro meio
 - d. Não nos relacionamos com os clientes
38. A empresa envia pesquisas para clientes
 - o SIM / NÃO
39. Se a resposta anterior foi SIM, essas pesquisas tratam sobre (marque todas as opções que forem aplicáveis). Se foi NÃO passe para a próxima pergunta:
 - a. Serviços da empresa
 - b. Atendimento
 - c. Políticas e reclamações
 - d. Fornecimento de bens e serviços
 - e. Qualidade e garantia
 - f. Outros temas
40. Se a resposta à pergunta 38 tiver sido SIM, o que é feito com a informação das pesquisas
 - a. Tomam-se decisões de compras
 - b. Modificam-se políticas de atendimento/ serviços / garantia
 - c. Outras ações
41. Fazem outro uso dos dados que os clientes entregam para a elaboração das notas fiscais
 - o SIM / NÃO
42. Se a resposta anterior foi SIM, qual é o uso?
 - a. Para atualizar o banco de dados de clientes
 - b. Para enviar informação
 - c. Para análise / segmentação de clientes
 - d. Outro

Nota: Este item tem 6 perguntas. As respostas SIM, valem dois pontos, e as NÃO valem zero. A pergunta 37 vale dois se tiver mais de duas marcações, se tem uma única vale um, e se marcou e vale zero. Na 39, 40 ou 42 se marcar qualquer opção tem dois pontos, caso contrário vale zero

PARTE II – para trabalhadores (esta parte deve ser respondida por um representante dos trabalhadores)

TEMA 6: Padrões trabalhistas

43. O senhor/ a senhora tem contrato de trabalho por escrito
 - SIM / NÃO
44. Com qual frequência pagam
 - a. Semanal
 - b. quinzenal
 - c. mensal
 - d. outro
45. Como o senhor / a senhora recebe o salário
 - a. Dinheiro vivo
 - b. transferência
 - c. cheque
46. Alguma vez foi ameaçado por parte da empresa / seus representantes (por ex. estrangeiros em deportá-lo, denunciá-lo, não lhe dar cartas para migração, demiti-lo do trabalho etc.)
 - SIM / NÃO
47. O salário é recebido de forma completa
 - SIM / NÃO
48. O senhor / a senhora recebe o salário combinado
 - SIM / NÃO
49. Recebe uma parte de seu salário em espécie
 - SIM / NÃO
50. As deduções de seu salário são somente as da lei?
 - SIM / NÃO
51. A empresa faz antecipações de salário?
 - SIM / NÃO
52. Se respondeu SIM para a pergunta anterior, esses salários estão claramente documentados?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
53. No momento do pedido de demissão / demissão, o CER empregador cumpriu com a indenização correspondente nos prazos estabelecidos pela lei?
 - SIM / NÃO
54. Recebe o salário-mínimo?
 - SIM / NÃO
55. Se respondeu que NÃO na pergunta anterior, recebe mais ou menos que o mínimo?
 - a. Mais que o mínimo
 - b. Menos que o mínimo
56. Se o senhor / a senhora trabalhar em seu dia de descanso, recebe compensação adicional por isso?
 - SIM / NÃO
57. O senhor / a senhora tem férias remuneradas?
 - SIM / NÃO
58. A empresa cumpre com o limite legal da jornada de trabalho?
 - SIM / NÃO
59. Se o senhor / a senhora trabalha em horário integral, conta com um horário de almoço?
 - SIM / NÃO
60. O senhor / a senhora já foi obrigado a ficar trabalhando depois das horas regulares?
 - SIM / NÃO
61. Se a resposta anterior foi SIM, isso acontece com frequência?
 - SIM / NÃO
62. Alguma vez o seu salário foi retido?
 - SIM / NÃO

63. Se a resposta anterior foi SIM, assinale as razões da retenção
 - a. Dívida com a empresa
 - b. Dívida com o empregador
 - c. Sem explicação
 - d. Outra
64. As horas extras de trabalho são obrigatórias?
 - SIM / NÃO
65. Na empresa, existem trabalhadores menores de 18 anos?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
66. Se a resposta anterior foi SIM, trabalham em atividades perigosas / insalubres / noturnas / jornadas adicionais?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
67. Na empresa, existem trabalhadores menores de 15 anos?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
68. Se a resposta anterior foi SIM, eles têm permissão dos pais?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
69. Existe alguma política por escrito que proíba a discriminação?
 - SIM / NÃO / NÃO SEI
70. É possível denunciar (confidencialmente ou não) atos discriminatórios (de caráter trabalhista / assédio sexual) sem temor de represálias?
 - SIM / NÃO
71. Se a resposta anterior foi SIM, foi feito o acompanhamento do caso?
 - SIM / NÃO / NÃO SEI
72. ¿Los mecanismos de contratación de la empresa son transparentes y excluyen cualquier preferencia como: raza, origen, religión, opinión política, sexo, orientación sexual, edad, apariencia, estado civil, discapacidad, condiciones de salud?
 - SI / NO / NO LO SE
73. Os mecanismos de contratação d empresa são transparentes e excluem alguma preferência como: raça, origem, religião, opinião política, sexo, orientação sexual, idade, aparência, estado civil, deficiência, condições de saúde?
 - SIM / NÃO/ NÃO SEI
74. A empresa conta com planos de ação, estratégias etc., para evitar os atos de discriminação/ assédio associado às razões expostas na pergunta anterior?
 - SIM / NÃO
75. A empresa permite o direito de associar-se livremente sem problemas?
 - SIM / NÃO
76. A empresa permite uma seleção de seus dirigentes trabalhistas/ sindicais de forma democrática e transparente?
 - SIM / NÃO
77. A empresa é aberta, democrática e não limita alguma das faculdades de suas organizações trabalhistas/ sindicais?
 - SIM / NÃO
78. Se a resposta anterior foi NÃO, em quais limita as faculdades das organizações trabalhistas?
 - a. Eleição
 - b. Unir-se a uma confederação
 - c. Espaços para reunião
 - d. Tempo para o exercício de seus direitos sindicais
 - e. Não intervenção da gerência nas reuniões
 - f. Direito de afiliação
 - g. Outro
79. A empresa é acessível/ atende as demandas dos trabalhadores?
 - SIM / NÃO
80. A empresa despediu pessoal sindicalizado ou não sem justificativa?
 - SIM / NÃO
81. A empresa conta com espaços para a amamentação / permite a redução da jornada de trabalho?
 - SIM / NÃO

82. A empresa se rege pela legislação para a contratação de trabalhadores migrantes?
☐ SIM / NÃO

A 63 somente a d vale um, as demais valem zero

A 78 qualquer opção vale zero

83. A atividade econômica de sua empresa torna possível o teletrabalho?
☐ SIM / NÃO

A 86 qualquer opção vale um, se foram marcadas mais de duas opções a pontuação da pergunta é dois

84. Durante a pandemia, o teletrabalho foi permitido?
☐ SIM / NÃO

85. Se a resposta anterior foi SIM, a empresa deu algumas facilidades para o teletrabalho?
☐ SIM / NÃO

86. Se a resposta anterior foi SIM, quais facilidades a empresa deu?
 a. Permitiu que o computador fosse levado para casa
 b. Permitiu levar mesa / cadeira / monitor para casa
 c. Fez o pagamento da internet
 d. Fizeram palestras sobre distintos temas
 e. Chats com os companheiros
 f. Cursos sobre uso de tecnologia
 g. Outros

87. Existe uma política de saúde e segurança no trabalho por escrito?
☐ SIM / NÃO/ NÃO SEI

88. A empresa realizou um diagnóstico para avaliar os riscos trabalhistas?
☐ SIM / NÃO/ NÃO SEI

89. A empresa executa avaliações periódicas para verificar o cumprimento das medidas de saúde e segurança ocupacional?
☐ SIM / NÃO/ NÃO SEI

NOTA: Este item tem 47 perguntas. Em geral, as respostas SIM valem um ponto, as NÃO SEI valem

0,5 e as NÃO valem zero. Somente nas perguntas 46, 49,

60, 61, 62, 64, 65, 66, 67 e 80, as respostas SIM valem zero e as NÃO valem um.

A 44 somente a d vale zero, as demais opções valem um

CER Avaliação do autodiagnóstico

O autodiagnóstico consta de 6 temas; o tema 6 (aspectos trabalhistas) é o de maior peso relativo, seguido pelo tema 2 (entorno) e pelo tema 5 (consumidores). Considera-se que esses são os temas que, particularmente para as pequenas empresas, mostram uma orientação para uma conduta empresarial responsável.

TEMA 1: INFORMAÇÃO GERAL

1	2	3	4	5	6	7

Nota: Este tema tem 7 perguntas e ao completar integralmente a informação serão obtidos 4 pontos.

TEMA 2: ENTORNO E MEIO AMBIENTE

8	9	10	11	12	13	14	15

Nota: Este item tem 8 perguntas. As respostas SIM, valem dois pontos, as NÃO SEI, valem 0,5 e as NÃO valem zero. A pontuação máxima é 16 PONTOS.

TEMA 3: RELAÇÕES COM O ESTADO

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25

Nota: Este item tem 10 perguntas. As respostas SIM, valem um ponto, as NÃO SEI, valem 0,5 e as NÃO valem zero. A pergunta 17 vale zero somente se a resposta for a opção f, qualquer outra vale um. Na pergunta 18, a opção e vale zero, qualquer outra vale um. Na pergunta 20, qualquer opção vale zero. A pontuação máxima é 10 PONTOS.

TEMA 4: RELAÇÕES COM OUTRAS EMPRESAS E OS PROCESSOS DE INOVAÇÃO

26	27	28	29	30	31	32	33
34	35	36					

Nota: Este item tem 11 perguntas. As respostas SIM, valem dois pontos, e as NÃO valem zero. A pergunta 29 vale um somente nas opções b, c, ou d e zero para qualquer outra opção. Na pergunta 32, qualquer opção vale um. Na pergunta 35, as opções a, b ou d valem um, qualquer outra vale zero. A pontuação máxima é 11 PONTOS.

TEMA 5: RELAÇÕES COM OS CONSUMIDORES

37	38	39	40	41	42

Nota: Este item tem 6 perguntas. As respostas SIM, valem dois pontos, e as NÃO valem zero. A pergunta 37 vale dois se tem mais de duas marcações, se tem uma única vale um, e se marcou e vale zero. Na 39, 40 ou 42 se marcar qualquer opção tem dois pontos, caso contrário vale zero. A pontuação máxima é 12 PONTOS.

TEMA 6: PADRÕES TRABALHISTAS

43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58
59	60	61	62	63	64	65	66
67	68	69	70	71	72	73	74
75	76	77	78	79	80	81	82
83	84	85	86	87	88	89	

Nota: Este item tem 47 perguntas. Em geral, as respostas SIM valem um ponto, as NÃO SEI, valem 0,5 e as NÃO valem zero. Somente nas perguntas 46, 49, 60, 61, 62, 64, 65, 66, 67 e 80, as respostas SIM valem zero e as NÃO valem um.

Na 44 somente a d vale zero, as demais opções valem um

Na 63 somente a d vale um, as demais valem zero

Na 78 qualquer opção vale zero

Na 86 qualquer opção vale um, se forem marcadas mais de duas opções a pontuação da pergunta é dois.

A pontuação máxima é 47 PONTOS. Na seguinte tabela aparecem as pontuações de cada tema. O máximo alcançável é 100. O tema 6 tem mais peso pela maior quantidade de perguntas e pela importância (principalmente para as PMEs) dos aspectos trabalhistas.

TEMA 1	TEMA 2	TEMA 3	TEMA 4	TEMA 5	TEMA 6	TOTAL
4 pontos total	16 pontos total	10 pontos total	11 pontos total	12 pontos total	47 pontos total	100 pontos total

CER Bibliografía e recursos adicionais

Bibliografía

ACT/EMP (2014). Guía de Diagnóstico Empresarial: conozca y mejore su cumplimiento laboral. OIT. Em https://www.ilo.org/actemp/publications/WCMS_622651/lang-es/index.htm

CEJIL (2010). DEBIDA DILIGENCIA en la investigación de graves violaciones a los derechos humanos. Argentina.

De Soto, Hernando e outros (1990). El Otro Sendero: la revolución informal. Instituto Libertad y Democracia, Lima.

El País (2006). El Caso ENRON, 5 de julho, Espanha Em https://elpais.com/economia/2006/07/05/actualidad/1152084782_850215.html

Funds Society (2021). Los 10 fraudes corporativos que sacudieron el mundo financiero. Em <https://www.fundssociety.com/es/noticias/mercados/los-10-fraudes-corporativos-que-sacudieron-el-mundo-financiero>

GOVERNO DA COSTA RICA (2017). Política de responsabilidad social 2017-2030. Cooperação Espanhola.

IOE (2021). Nota orientativa da OIE. ¿Cómo pueden las organizaciones empresariales fomentar el respeto a los derechos humanos entre las empresas? Maio

IOE (2021). Key developments in mandatory human rights due diligence and supply chains law. Considerations for employers. September

ILO (2021.2). Briefing Note. The linkages between inter-national labor standards, the United Nations Guiding principles on business and human rights, and nation-ao action plans on business and human rights. June.

La Vanguardia (2020). Economía. - El 44% de los consumidores deja de comprar marcas que considera no sostenibles. 03 de marzo. Em <https://www.lavanguardia.com/vida/20200303/473950821372/economia--el-44-de-los-consumidores-deja-de-comprar-marcas-que-considera-no-sostenibles.html>

MEIC (2020). Política Nacional de Empresariedad 2030. Administración Alvarado Quesada 2018-2022. Janeiro. Governo da Costa Rica.

Monge, Rodrigo (2015). CONTABILIDAD CREATIVA Y ES-TAFA: Análisis del Caso ENRON. Universidad Pontificia Comillas, Madrid, Facultad de Ciencias Económicas e Empresariales, Madrid. Em <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/7343/retrieve>

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (2018). ¿De qué hablamos quando hablamos de debida diligência? Em <https://observatoriosc.org/debida-diligencia-de-que-hablamos/>

OCDE – CERALC (s/f). Conducta empresarial responsable em América Latina y el Caribe. Folleto

OCDE (2018). Guía de la OCDE de debida diligencia para una conducta empresarial responsable. Paris.

OCDE (2016). Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20. Éditions OCDE, Paris.

OCDE (2013). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, Revisión 2011.

OCDE (S/F). Conducta empresarial responsable en América Latina y el Caribe. Em <https://mneguide-lines.oecd.org/RBC-LAC-scope-and-activities-Spanish.pdf>

OIT (2021.1). Clase maestra: igualdad de género empresarial / brechas de participación y violencia contra la mujer. OIT. MIG, SCORE Colombia. Vídeo presentado por María Arteta. Em https://www.youtube.com/watch?v=L_Ozq-Nmhkw&list=PLQzXgHKyHAIXc-JABLCZqStypABf1WH1b

OIT (2021). Conciliación personal, familiar y laboral durante COVID 19. CERALC

OIT (2020). Promoción del uso estratégico de los instrumentos internacionales para la acción sindical. Dialogo social, negociación colectiva y conducta empresarial responsable. Ginebra.

OIT (2017). Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social. Ginebra, quinta edição.

OIT (2016). Formalización de las PYME en las cadenas de valor en América Latina: ¿Cuál es la función de las empresas multinacionales? Suíça.

OIT (2016). Informe IV. El trabajo decente en las cadenas mundiales de suministro. Conferência internacional do trabalho. Genebra.

OIT (2014). Guía de diagnóstico empresarial Conozca y mejore su cumplimiento laboral. CEGESTI

OIT (s/f). Conducta empresarial responsable frente al trabajo infantil y adolescente. Guía para orientar la acción – Costa Rica. Ministerio do Trabalho

OIT (s/f.1). Conducta empresarial responsable en América Latina y el Caribe.

OIT (s/f.2). SCORE Training. Promoviendo empresas competitivas, responsables y sostenibles.

UE-OCDE (2021). Resultados de la encuesta de la OCDE a empresas sobre la conducta empresarial responsable en América Latina y el Caribe.

Zevallos, Emilio. (2021). Estudio de Caso sobre el Tele-trabajo y el Mercado Laboral en Costa Rica, México y Perú. Estudo financiado pela Fundação Carolina, em edição (não publicado).

Zevallos, Emilio (2017). El proceso de desarrollo emprendedor: el paso de la informalidad a la formalidad. Un enfoque desde las competencias. Em CASTILLO, VENEGAS, LÓPEZ (2017). Modelado de Fenómenos Económicos e Financieros: uma visão contemporânea. UDLAP-IPN-UNAM. Editorial Castdel S.A. de C.V.

Web sites

AED: <https://www.aedcr.com/recurso/publicaciones/guia-de-la-ocde-de-debida-diligencia-para-una-conducta-empresarial-responsable>

CENTRO DE INFORMAÇÃO SOBRE EMPRESAS E DIREITOS HUMANOS: <https://www.business-humanrights.org/es/%C3%BAltimas-noticias/gu%C3%ADa-de-la-ocde-sobre-conducta-empresarial-responsable/>

CERLC: <https://guiacerempleadores.org/>

GOVERNO DA ARGENTINA: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/120por1.pdf>

GOVERNO DO CHILE: <https://www.subrei.gob.cl/ejes-de-trabajo/cer/herramienta-de-autoevaluaci%C3%B3n-de-conducta-empresarial-responsable-ha-cer>

IOE : <https://www.ioe-emp.org/es/prioridades-politicas/derechos-humanos-y-conducta-empresarial-responsable>

MINISTÉRIO DO TRABALHO DA COSTA RICA: https://www.mtss.go.cr/seguridad-social/trabajo-infantil/trabajo-infantil/guia_trabajo_infantil_cr.pdf

OCDE: <http://mneguidelines.OCDE.org/RBC-LAC-scope-and-activities-Spanish.pdf>

OHCHR: <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/FolletoalineacionCER.pdf>

OIT: https://www.ilo.org/americas/programas-y-proyectos/WCMS_800325/lang-es/index.htm

OIT-CERLC : https://www.ilo.org/americas/programas-y-proyectos/WCMS_734404/lang-es/index.htm

OIT-CIT, Normas Internacionales del Trabajo: <https://www.itcilo.org/es/topics/normas-internacionales-del-trabajo>

OIT - Convenios Fundamentales: <https://www.ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>

PACTO GLOBAL: https://www.pactoglobal-colombia.org/booklibrary/63_ocde/140_guia-de-la-ocde-de-debida-diligencia-para-una-conducta-empresarial-responsable.html

P&G: <https://es.pg.com/politicas-y-practicas/manual-de-conducta-empresarial-mundial/>

PYMES DE COSTA RICA: <https://www.pyme.go.cr/pymecr6.php?id=3>

TRADE: https://legacy.trade.gov/goodgovernance/adobe/Bus_Ethics_sp/Chapter%20II/II_Chapter_3.pdf

UE-PYMES: <http://www.ipyme.org/es-ES/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Paginas/sub-home.aspx>

Recursos adicionais

Para saber mais sobre os OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, revise o seguinte link: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Para conhecer o Modelo DE IGUALDADE DE GÊNERO “MIG SCORE”, revise o seguinte vínculo: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_711707.pdf#:~:text=Modelo%20de%20igualdad%20de%20G%C3%A9nero%20SCORE%28MIG%20SCORE%29.%20Se,condiciones%20de%20trabajo%20de%20mujeres%20y%20hombres%2C%20

diretamente em: <https://www.ilo.org/empent/Projects/score/lang-en/index.htm>

Para conhecer o conteúdo das 8 CONVENÇÕES FUNDAMENTAIS DA OIT para garantir os direitos das pessoas no trabalho pode-se revisar o seguinte link: <https://www.ilo.org/global/standards/introduction-to-international-labour-standards/conventions-and-recommendations/lang-es/index.htm>

Para saber sobre o MARCO NACIONAL DE QUALIFICAÇÕES para a educação e formação técnica profissional, pode-se revisar o seguinte link: <http://www.cualificaciones.cr/index.php>

Para saber mais sobre a LINHA ANÔNIMA BELCORP pode entrar no seguinte link: <https://linea.belcorp.biz/lineaetica/>

CER Glossário

AGENDA 2030. Refere-se aos 17 objetivos do desenvolvimento sustentável das Nações Unidas

CCSS. Caixa Costa-riquenha do Seguro Social

CER. Conduta empresarial responsável

CIDADES / COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS. São aquelas que integram o cuidado do meio ambiente dentro de seu desenvolvimento

COVID-19. É uma doença infecciosa provocada pelo vírus SARS-CoV-2

QUALIFICAÇÕES. Conjunto de competências que se adquirem ou bem por meio de todo tipo de formação (específica para o emprego), ou bem por meio da experiência trabalhista

DEVIDA DILIGÊNCIA . É a medida de prudência, atividade ou assiduidade que cabe razoavelmente esperar, e com a que normalmente age, uma [pessoa] prudente e razoável em uma determinada circunstância; não se mede por uma norma absoluta, mas depende dos fatos relativos do caso em questão

DH. Direitos humanos

GOVERNANÇA. Designa a eficácia, qualidade e boa orientação da intervenção do Estado, e que proporciona boa parte de sua legitimidade

GOVERNO CORPORATIVO. Conjunto de normas, princípios e procedimentos que regulam a estrutura e o funcionamento dos órgãos de governo de uma empresa

INA. Instituto Nacional de Aprendizagem

INDER. Instituto de Desenvolvimento Rural

INS. Instituto Nacional de Seguros

MIPYMES. Micro, pequenas e médias empresas

MAG. Ministério de Agricultura e Pecuária

MICITT. Ministério de Ciência, Inovação, Tecnologia e Telecomunicações

MEIC. Ministério de Economia, Indústria e Comércio

MS. Ministério da Saúde

OCDE. Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômicos

ODS. Objetivos do desenvolvimento sustentável

OIT. Organização Internacional do Trabalho

ONU. Organização das Nações Unidas

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

PREÇOS DE TRANSFERÊNCIA. Valor que é fixado por duas empresas relacionadas entre si para a transferência de bens, serviços e todo tipo de direitos

PROGRAMA BANDERA AZUL ECOLÓGICA. É um prêmio que é dado anualmente, o qual exalta o esforço e o trabalho voluntário dos diferentes comitês locais que buscam melhorar as condições higiênicas, ambientais

PMES. Pequenas e médias empresas, embora se use aqui indistintamente para micro, pequenas e médias empresas, como MIPMES

RAE. Real Academia Espanhola

RECUPERAÇÃO VERDE. Reformas ambientais, regulatórias e fiscais propostas para recuperar a prosperidade após a pandemia da COVID-19.

RELAÇÃO DE TRABALHO ENCOBERTA. O trabalho encoberto apresenta uma aparência distinta da realidade subjacente, com a intenção de anular ou atenuar a proteção que a lei dá para os trabalhadores.

RSE / RSC. Responsabilidade social empresarial / Responsabilidade social corporativa

SIMPE MÓVIL. Mecanismo de pagamentos (de baixo valor), para que os usuários do Sistema Financeiro Nacional possam realizar transferências eletrônicas de dinheiro para contas vinculadas com números de telefones celulares, de qualquer canal do sistema bancário eletrônico.

SISTEMAS DE GESTÃO. Conjunto de elementos de uma organização que estão interrelacionados ou que interagem para estabelecer políticas, objetivos e processos para alcançar esses objetivos

SISTEMAS DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEIS. Significa ter mais e melhores coisas com menos recursos, desvinculando o crescimento econômico da utilização crescente dos recursos e da degradação do meio ambiente

TRABALHO DECENTE. Refere-se às características que deve reunir uma relação trabalhista de acordo com os padrões internacionais, de maneira que o trabalho é realizado em condições de liberdade, igualdade, segurança e dignidade humana

TRAÇABILIDADE. Conjunto de procedimentos que permitem registrar e identificar a localização e a trajetória do produto ao longo de toda a cadeia de fornecimento. Com seu uso é possível conhecer qual é a procedência da mercadoria, ou como é seu processamento e sua distribuição



Este Guia

contém informação simples sobre qual é a **Conduta Empresarial Responsável**, porque é importante e quais são os princípios que devemos considerar.

Além disso, apresenta os cinco âmbitos nos quais uma empresa pode implementar condutas responsáveis e, além de explicar cada um deles, apresenta exemplos concretos de boas práticas que seu empreendimento ou empresa poderia considerar.

Os cinco temas que o Guia abrange são as relações e os padrões trabalhistas; entorno e meio ambiente; relações com o Estado; relações com outras empresas e os processos de inovação; relações com os consumidores.

Conduta Empresarial Responsável implica olharmos no espelho primeiro e pensar em como agimos como empresas.

O Guia sobre Conduta Empresarial Responsável nos ajuda a fazer esse exercício de conhecimento para sermos melhores, e suas recomendações podem ser incorporadas tanto nas empresas como nos empreendimentos, independentemente de seu tamanho.

Não é necessário esperar que nosso negócio cresça para que seja responsável, pode crescer ainda mais rápido se o é desde um início.



CER

Conduta Empresarial Responsável

A Conduta Empresarial Responsável é levar em conta as preocupações sociais, trabalhistas e ambientais no coração de seu negócio.

