INSTITUTO ETHOS

# POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS

## MISSÃO

A missão do Instituto Ethos é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

O Instituto Ethos propõe-se a disseminar a prática da responsabilidade social empresarial, ajudando as instituições a:

1. compreender e incorporar de forma progressiva o conceito do comportamento empresarial socialmente responsável;
2. implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável em longo prazo;
3. assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
4. demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno em longo prazo sobre seus investimentos;
5. identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
6. prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômica e ambientalmente sustentável.

## VISÃO

As empresas são importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico e possuem importante influência nas transformações do planeta e, por isso, a sua participação e engajamento são cruciais para a construção de um mundo melhor, ao lado dos esforços do Estado e da sociedade civil.

As ações cooperativas – tanto no âmbito local, regional, nacional ou internacional – são cada vez mais necessárias para a manutenção do bem-estar da humanidade. A consciência global é fundamental no processo de preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural, na promoção dos direitos humanos e na construção de uma sociedade economicamente próspera e socialmente justa. As empresas, adotando um comportamento socialmente responsável, são poderosas agentes de mudança para, juntamente com os Estados e a sociedade civil, construir um mundo melhor.

Ao adicionar às suas competências o comportamento ético e socialmente responsável, a iniciativa privada conquista o respeito das pessoas e das comunidades que são impactadas por suas atividades, e o resultado é o reconhecimento da sociedade às suas atitudes.

A responsabilidade social está se tornando cada vez mais fator de sucesso empresarial, o que cria novas perspectivas para a construção de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo.

# SUMÁRIO


POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS
›10 recrutamento e seleção
›14 da jornada de trabalho

›18 CÓDIGO DE CONDUTA SOBRE A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

›22 POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

›32 POLÍTICA DE COMPRAS

›38 POLÍTICA DE COMPRAS PARA ENVIO AO FORNACEDOR

›40 PROCEDIMENTOS DE CONTAS A PAGAR

›46 PROCEDIMENTO DE UTILIZAÇÃO DA SALA DE REUNIÕES

# CARTA DE PRINCÍPIOS
## para empresas associadas ao Instituto Ethos

Considerando que nossa empresa é associada ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e que compartilhamos a visão de que cabe às empresas o desafio de aperfeiçoar suas práticas de gestão, de modo a gerar impactos sociais e ambientais positivos e a reduzir e minimizar eventuais impactos negativos, resolvemos adotar os seguintes princípios:

**Primazia da ética**

O princípio ético do recíproco respeito aos direitos de cidadania e à integridade física e moral das pessoas constitui a base que orienta e fundamenta nossas relações com toda e qualquer pessoa envolvida e/ou afetada por nossas ações.

**Responsabilidade social**

Reconhecemos a responsabilidade pelos resultados e impactos das ações de nossa empresa no meio natural e social afetados por nossas atividades empresariais e envidaremos todos os esforços no sentido de conhecer e cumprir a legislação e de, voluntariamente, exceder nossas obrigações naquilo que seja relevante para o bem-estar da coletividade. Procuraremos desenvolver e divulgar a todas as partes interessadas um programa ativo e contínuo de aperfeiçoamento ético de nossas relações com as pessoas e entidades públicas ou privadas envolvidas em nossas ações.

**Confiança**

A confiança recíproca entre as partes envolvidas é um valor básico e fundamental sobre o qual se assentam todas as nossas relações. A observância aos compromissos assumidos e a sinceridade em assumir apenas aqueles compromissos que somos capazes de cumprir são condições que sempre podem ser cobradas de nós e que cobraremos dos demais. Procuraremos identificar, discutir e agir em situações, atuais ou potenciais, que ponham em risco a coerência e a consistência de nossos princípios e valores.

**Integridade**

Procuraremos conduzir todas as nossas atividades com integridade, combatendo a utilização do tráfico de influência e o oferecimento ou o recebimento de suborno ou propina por parte de qualquer pessoa ou entidade pública ou privada; buscaremos influenciar nossos fornecedores e parceiros para que também combatam práticas de corrupção, nas esferas pública e privada.

**Valorização da diversidade e combate à discriminação**

Respeitamos e valorizamos as diferenças como condição fundamental para a existência de uma relação ética e de desenvolvimento da humanidade. Procuraremos estimular a promoção da diversidade cultural, social e étnica como um diferencial positivo de desenvolvimento da nossa missão. Não toleraremos a discriminação sob nenhum pretexto.

**Diálogo com as partes interessadas**

Acreditamos que o diálogo é o único meio legítimo de realização da persuasão, superação de divergências e resolução de conflitos. Buscaremos identificar e atender aos legítimos interesses das várias partes interessadas – pessoas ou grupos de pessoas e organizações afetadas pela nossa atuação – de maneira equânime, transparente e sem subterfúgios, garantindo-lhes veracidade e objetividade nas informações.

**Transparência**

Consideramos indispensável que a sociedade tenha acesso às informações sobre o comportamento ético e responsável das empresas. Buscaremos disponibilizar, de forma satisfatória e acessível, os dados e informações que permitam a avaliação das contribuições e impactos sociais e ambientais de nossas atividades, ressalvadas as informações confidenciais.

**Marketing responsável**

Buscaremos orientar nossa política de marketing e comunicação pelo respeito à veracidade, consistência e integridade das afirmações, refletindo nossos valores e estimulando o comportamento ético e responsável do público.

**Interdependência**

Consideramos que o sucesso do nosso empreendimento é interdependente com o bem-estar da sociedade. A saudável disputa nos negócios deve promover a sustentabilidade social, econômica e ambiental.

**Comunidade de aprendizagem**

Somos parte de uma comunidade em processo de aprendizagem e evolução baseadas no contínuo aperfeiçoamento das práticas e processos de gestão das empresas. Participar do Instituto Ethos é participar dessa comunidade.

# POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS - RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

atualizado em novembro de 2012

**1.1. Descrição**
Aplica-se a todas as vagas efetivas: CLT, estágio e funcionário com contrato pré- determinado (temporário).

**1.2. Princípios**
- Esta política não contempla a contratação de serviços terceirizados ou de outros profissionais que não sejam efetivos na organização. Contudo, o núcleo de Gestão de Pessoas pode ser um recurso auxiliar nesses processos.
- Não será permitida a contratação de parentes em nenhum grau, inclusive cônjuge, ascendentes e dependentes diretos.
- O processo de seleção do Instituto Ethos requer do candidato interesse pelos temas da responsabilidade social empresarial (RSE) e da sustentabilidade, além dos princípios que norteiam esta organização: coerência ética, cooperação, comunicação, flexibilidade, iniciativa e transparência.
- Toda e qualquer decisão do gestor deve estar de acordo com o orçamento de custo de pessoal da área.
- Todas as informações referentes ao processo de seleção (candidatura, currículo, negociação de salário etc.), serão tratadas com total sigilo.
- Todos os processos serão imbuídos de um esforço para a promoção da diversidade na organização.

**1.3. Objetivo**
Identificar o candidato mais adequado e que atenda as exigências necessárias para ocupar um cargo na organização

**1.4. Procedimentos**

**1.4.1. Abertura de posição**
A abertura de posição pode dar-se por meio de:
- Aumento de quadro; ou
- Substituição

**1.4.2. Aprovação da vaga**
Todas as posições deverão ser validadas pelo gerente executivo da área e pelo presidente, após consulta ao núcleo de Gestão de Pessoas e ao núcleo de Orçamento, com o intuito de respeitar os recursos disponíveis, a grade salarial e a estrutura organizacional.

O gerente executivo deverá buscar autorização da Presidência para a criação de novos cargos, por meio da assinatura do Formulário de Solicitação de Vaga, que também será assinado pela Coordenação de Gestão de Pessoas

O gerente executivo deverá atualizar e/ou elaborar a descrição de cargo para as posições abertas, respeitando os impactos dessas alterações nas demais posições da organização

No caso de o profissional ter saído da organização, o núcleo de Gestão de Pessoas deve ser informado pelo gerente executivo sobre a necessidade de reposição da vaga (a abertura da vaga não é automática).



**1.4.3. Preenchimento da vaga**
As possíveis alternativas para reposição são, em ordem de prioridade, sucessão natural, recrutamento interno e recrutamento externo.

Excepcionalmente, poderá haver situações em que o processo de recrutamento interno ocorrerá em paralelo com o de recrutamento externo. Quando ocorrer a necessidade de trabalhar o processo simultaneamente, os funcionários deverão ser informados, para que prevaleça a transparência.

A definição de qual processo será utilizado é de responsabilidade do núcleo de Gestão de Pessoas e do gerente executivo.

Para posições gerenciais, os candidatos (internos ou externos) serão entrevistados obrigatoriamente pelo presidente do Instituto Ethos.

**1.4.3.1. Sucessão natural**
Ocorre quando um profissional alocado imediatamente abaixo da posição em aberto assume a vaga, baseando-se na avaliação de desempenho e nas competências requeridas pelo cargo.

Caso a sucessão natural não seja possível, ocorrerá a divulgação interna para identificar possíveis interessados. Gestão de Pessoas comunicará a movimentação a todos tão logo ela ocorra, mencionando a área e a posição ocupada.

**1.4.3.2. Processo de seleção interna (Processo de Vagas Internas do Ethos - Provie)**
Após receber a demanda do gestor requisitante, o núcleo de Gestão de Pessoas enviará uma mensagem a todos os funcionários comunicando a abertura da vaga.

Os candidatos que manifestarem o interesse pela vaga passarão por entrevista com o núcleo de Gestão de Pessoas e com o gestor direto da área requisitante.

Qualquer funcionário que atenda os requisitos e competências estabelecidas, seja efetivo ou não (com exceção dos terceiros), poderá se candidatar, desde que esteja trabalhando na mesma posição há mais de 12 meses na organização. É recomendável, porém não imprescindível, que seu gestor esteja ciente dessa intenção, para que valide e acompanhe a evolução de sua participação no processo.

Para que possam assumir a posição, tais candidatos devem atender os requisitos e competências definidos. Caso o processo interno não encontre o candidato para preencher a vaga, esta será aberta externamente.

- Prazo de candidatura: três dias, a partir da data de divulgação.
- Em casos de empate, verificar a avaliação de desempenho.

**1.4.3.3. Processo de seleção externa**

**1.4.3.3.1. Metodologia**
A metodologia mais adequada será definida de acordo com o nível da posição e o número de candidatos participantes.

**1.4.3.3.2. Divulgação**
A vaga será divulgada nos seguintes espaços, até que a posição tenha sido fechada:
- No *link* "Trabalhe Conosco", no site do Instituto Ethos.
- Na página personalizada do Instituto Ethos no site do VAGAS.
- Em sites do terceiro setor.
- Em outros canais disponíveis e adequados que favoreçam e valorizem a diversidade.

**1.4.3.3.3. Triagem**
Os currículos recebidos serão triados e analisados pelo núcleo de Gestão de Pessoas.

Após a triagem, será feito contato telefônico com os candidatos e aqueles que se aproximarem do perfil desejado serão convidados para o processo seletivo com um representante do núcleo de Gestão de Pessoas.

Quando o coordenador de Gestão de Pessoas não for o selecionador, ele supervisionará o analista que assumir o processo.

**1.4.3.3.4. Finalização do processo**
Os candidatos que forem considerados finalistas irão para entrevista com o gestor da vaga.

Após discussão com o núcleo de Gestão de Pessoas, responsável pelo processo, o gestor direto da posição, junto com o gestor da área, definirá aquele que melhor atende as exigências do cargo.

Dependendo do nível hierárquico do cargo, o finalista também será avaliado pelo presidente (vagas gerenciais e assessorias).

Antes da realização da proposta ao candidato finalista, o representante do núcleo de Gestão de Pessoas responsável pelo processo verifica as referências externas fornecidas, de forma a garantir que não haja nenhum impedimento para a contratação. Esse procedimento poderá ser adotado apenas na contratação de coordenadores e gerentes ou em cargos em que o profissional terá acesso a informações confidenciais do Instituto Ethos.

Caso a referência profissional não seja satisfatória, o gestor da vaga e o representante do núcleo de Gestão de Pessoas deverão discutir sobre outras possíveis alternativas, como, por exemplo, considerar o segundo colocado, reiniciar o processo ou assumir a contratação com ressalvas, mediante acordo formal.

Se o candidato não aceitar a proposta, novamente o gestor da vaga e o representante de Gestão de Pessoas deverão discutir outras possíveis alternativas. Se o candidato aceitar a proposta, o núcleo de Gestão de Pessoas deverá fornecer as informações necessárias ao responsável pelas demandas de Departamento Pessoal para encaminhamento da contratação.

Caso o candidato selecionado esteja empregado em outra empresa, determina-se que ele/ela formalize sua demissão somente após a aprovação de toda a documentação e a definição da data de seu ingresso no Instituto Ethos.

# POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS - JORNADA DE TRABALHO

**atualizado em outubro de 2014**

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, no conjunto de suas ações, que visam mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável, compreende que a qualidade e a oferta de trabalho são assuntos estratégicos na agenda de transição para uma nova economia.

As quatro dimensões do trabalho decente – garantia dos direitos do trabalho; promoção de emprego produtivo e de qualidade; ampliação do direito social; e fortalecimento do diálogo social – estão presentes em suas iniciativas, como o Pacto Empresarial pelo Trabalho Decente, o Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo e os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, entre outras.

Sendo assim, desde o início de suas atividades, graças ao compromisso assumido por sua missão, a entidade respeita, monitora e incentiva o cumprimento dos direitos trabalhistas e os adota integralmente na relação com seus empregados.

Dessa forma, visando preservar a integridade física e psicológica, promover a saúde e a segurança no trabalho, a qualidade de vida e o bem-estar e atender as necessidades pessoais de seus colaboradores e colaboradoras, o Instituto Ethos apresenta sua Política de Gestão da Jornada de Trabalho. A medida se orienta pelo cumprimento da legislação trabalhista em vigor e tem como base o princípio ético do recíproco respeito aos direitos de cidadania e à integridade física e moral das pessoas, a confiança como um valor básico fundamental, a valorização da diversidade e o combate à discriminação, bem como o diálogo entre as partes interessadas, estabelecendo a flexibilidade como conduta norteadora.

## PÚBLICO A QUE SE DESTINA:

Empregados abrangidos pelo Contrato de Trabalho Individual, por prazo determinado ou indeterminado, conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), leis e decretos complementares, e a Convenção Coletiva do Trabalho firmada entre o Senalba (Sindicato dos Empregados em Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional do Estado de São Paulo) e o Sindelivre (Sindicado das Entidades Culturais, Recreativas, de Assistência Social, de Orientação e Formação Profissional do Estado de São Paulo), levando-se também em consideração a proteção do trabalho da mulher e do trabalho do menor.

## NÃO SÃO ABRANGIDOS POR ESTA POLÍTICA:

**a.** Os empregados contratados sob as condições estabelecidas pelo Artigo 62 da CLT;
**b.** Os prestadores de serviços (autônomos ou pessoas jurídicas) – regulados pela Política de Contratação de Fornecedores;
**c.** Os estagiários – regulados pela Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008;
**d.** Os voluntários – regulados pela Lei 9.608, de 18 de fevereiro de 1998;
**e.** Qualquer outra relação de parceria entre o Instituto Ethos e pessoa física ou jurídica não caracterizada pela relação de Contrato de Trabalho Individual.



## ORIENTAÇÕES E PROCEDIMENTOS

### DO HORÁRIO DE TRABALHO

O horário de início e de término da jornada de trabalho de cada colaborador abrangido por esta política pode variar de acordo com as necessidades e compromissos assumidos pela organização ou pela área de atuação, projeto ou função desempenhada por ele.

Em atenção a essa diretriz, o Instituto Ethos admite a prática de horário móvel, desde que sua adoção seja previamente acordada com o gestor da área e que os seguintes parâmetros temporais sejam observados:

- Limite do horário para o início da jornada de trabalho: 08h00 (oito horas);
- Limite do horário para o término da jornada de trabalho: 20h00 (vinte horas).

Em situações comprovadamente extraordinárias, o início ou o término da jornada pode ser antecipado ou postergado, desde que a medida seja prévia e formalmente autorizada pelo gestor da área, por intermédio de formulário próprio (anexo V do documento Registro do Horário de Trabalho), com ciência do diretor da respectiva área e da área de Gestão de Pessoas.

Em nenhuma hipótese será admitida a prestação de serviços além das 21h59 (vinte e uma horas e cinquenta e nove minutos).

### DA JORNADA DE TRABALHO

No Instituto Ethos, a jornada semanal de trabalho é de 40 (quarenta) horas semanais, medida que visa proporcionar aos seus colaboradores e colaboradoras maior equilíbrio entre vida profissional e pessoal.

A jornada diária de trabalho é de 08 (oito) horas diárias, sendo obrigatória a observância dos períodos de repouso abaixo assinalados:

- Intrajornada, com duração mínima de 01 (uma) hora para refeição e descanso, que deve ser fruída obrigatoriamente no intervalo da jornada. A fruição do retroassinalado período de repouso intervalar não pode ser transferida para as extremidades da jornada (início ou término), pois tal atitude desvirtua sua finalidade, que é a de resguardar a saúde do trabalhador, protegendo-o da fadiga nervosa e muscular comumente associada ao cumprimento de jornadas extensas e ininterruptas.
- Repouso intervalar de no mínimo 11 (onze) horas consecutivas de duração entre o término de uma jornada e o início da seguinte.
- Repouso semanal, com duração mínima de 24 (vinte e quatro) horas ininterruptas.

Ao horário normal de trabalho diário, serão acrescidos 30 (trinta) minutos diários, por conta da concessão de folgas nos dias que intercalam feriados, ou pontes (emendas), e no período de recesso de final de ano, conforme calendário previamente estabelecido.

### DA COMPENSAÇÃO DE HORAS

Desde que previamente autorizado pelo gestor imediato, a jornada de trabalho pode ser prorrogada em situações excepcionais, visando o atendimento a demandas prioritárias da organização que comprovadamente não possam ser executadas dentro da jornada normal de trabalho, situação que enseja a geração de horas-crédito.

As horas-crédito deverão ser integralmente compensadas, sem qualquer acréscimo, dentro do prazo máximo de um ano, contado a partir da data de sua ocorrência, conforme Procedimento de Compensação de Horas.

O Instituto Ethos admite a ausência integral ou parcial de seus colaboradores durante a jornada normal de trabalho para a satisfação de interesses pessoais, desde que tal ocorrência seja prévia e formalmente autorizada pelo gestor da área, circunstância geradora de horas-débito.

Também para a contabilização e consequente compensação das horas-débito deverão ser observadas as diretrizes estabelecidas no Procedimento de Compensação de Horas.

### VIAGENS NACIONAIS OU INTERNACIONAIS

Uma parcela significativa das atividades do Instituto Ethos vai além da sua sede administrativa, como participação e representação institucional em fóruns, seminários, debates e mesas-redondas, nacionais ou mesmo internacionais, e atividades externas similares.

Nessas hipóteses, os colaboradores abrangidos por esta política atuam circunstancialmente fora do alcance do sistema de controle de jornada adotado pelo Instituto Ethos.

Por conta da impossibilidade de medir efetivamente a duração do período em que o colaborador permanece à disposição do Instituto Ethos nessas circunstâncias, durante tais ocorrências serão observadas as diretrizes fixadas no Procedimento de Viagens.

### CONTROLE DA JORNADA DE TRABALHO

Cabe a cada colaborador assinalar pessoalmente seu horário de trabalho no sistema de registro eletrônico de horas (relógio de ponto), de acordo com as diretrizes encartadas em procedimento específico entregue no ato da admissão.

O registro do ponto é ato pessoal, de responsabilidade única e exclusiva do empregado, que deve realizá-lo de acordo com as orientações constantes naquele procedimento, sendo obrigatório nas seguintes situações:

- No início da jornada;
- No término da jornada;
- Na saída e/ou retorno, durante o expediente, por conta da realização de consultas médicas, odontológicas, realização de exames ou para atividade externa não prevista no formulário de faltas legais;
- Na saída e/ou retorno, durante o expediente, para a realização de curso de formação, capacitação ou atividade similar não realizada pelo próprio Instituto Ethos, ainda que a atividade ocorra nas dependências do instituto.



## RESPONSABILIDADES

### GESTORES DE ÁREA

É de responsabilidade dos diretores, gerentes e coordenadores a gestão do horário de trabalho de suas equipes diretas, cabendo-lhes:

- Acompanhar a jornada de trabalho dos colaboradores que integram suas equipes;
- Autorizar a geração de horas-crédito e horas-débito, conforme diretrizes definidas pelo Instituto Ethos;
- Autorizar a realização de atividades externas;
- Planejar a compensação das horas superavitárias ou a quitação das horas deficitárias acumuladas pelos integrantes de suas equipes diretas, zelando para que o sistema de compensação se mantenha em permanente equilíbrio;
- Abonar faltas, ausências ou atrasos, conforme diretrizes definidas pelo Instituto Ethos.

### GESTÃO DE PESSOAS

Cabe à área de Gestão de Pessoas, disseminar e esclarecer colaboradores e colaboradoras sobre o teor desta política e dos procedimentos a ela vinculados, por intermédio das seguintes ações:

- Entrega de uma cópia aos colaboradores e colaboradoras ativos no ato de sua publicação, promovendo uma ação informativa (oficinas disseminadoras por área);
- Entregar uma cópia aos colaboradores e colaboradoras a serem admitidos após sua publicação e incluir a ação informativa da política no Programa de Integração;
- Zelar por sua efetiva aplicação, prestando os esclarecimentos necessários a todos os profissionais envolvidos.

O conteúdo desta política está subordinado ao conteúdo da legislação e da Convenção Coletiva de Trabalho da categoria. Logo, qualquer alteração legislativa ou nas cláusulas que tratam deste tema na retroassinalada norma coletiva será automaticamente incorporada por este regulamento, passando a integrá-lo para todos os fins.

## DESCUMPRIMENTO DESTA POLÍTICA

O descumprimento das orientações previstas nesta Política de Gestão de Pessoas – Jornada de Trabalho e em seus documentos orientadores acarretará advertência disciplinar, inicialmente verbal; havendo reincidência, o colaborador será advertido por escrito.

Os seguintes documentos complementam esta política:

1. Procedimento de Compensação de Horas;
2. Procedimento de Viagens;
3. Orientações Complementares à Aplicação da Política de Gestão de Pessoas – Jornada de Trabalho;
4. Procedimento para Registro do Horário de Trabalho.

# CÓDIGO DE CONDUTA SOBRE A PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DE ASSOCIADOS, DIRIGENTES E DEMAIS COLABORADORES

**atualizado em setembro de 2014**

**1. Objetivos**
O presente Código de Conduta tem como objetivo geral estabelecer regras orientadoras da participação dos colaboradores em questões político-partidárias, de forma a garantir a permanência do caráter não-partidário do Instituto Ethos, bem como:

a. servir como orientação aos colaboradores no exercício de suas atribuições, de forma a garantir a lisura e a integridade do objeto social, missão e valores do Instituto Ethos;
b. tornar claras as regras de conduta que o Instituto Ethos espera dos colaboradores;
c. preservar a imagem e a reputação do Instituto Ethos;
d. estabelecer regras básicas sobre conflitos de interesses e limitações à atividade dos colaboradores em função da participação político-partidária;
e. minimizar a possibilidade de conflito entre o interesse dos colaboradores e do Instituto Ethos.

**2. Destinatários**
As normas deste Código de Conduta aplicam-se:

a. aos associados curadores;
b. às pessoas que exercem cargos nos órgãos de administração;
c. aos funcionários e estagiários;
d. aos demais colaboradores, tais como (mas não se limitando a) consultores e prestadores de serviço que atuem em nome do Instituto Ethos, no que se referir a essa atuação.

**3. Princípios**
O presente Código de Conduta baseia-se nos seguintes princípios, os quais devem nortear a atuação dos colaboradores:

a. submissão ao objeto social, missão e valores do Instituto Ethos;
b. respeito ao direito de participação político-partidária e de liberdade de expressão;
c. ética;
d. honestidade;
e. boa-fé;
f. transparência;
g. impessoalidade.

**4. Direitos**
4.1. São direitos de todos os colaboradores:

a. filiar-se a qualquer partido político;
b. candidatar-se a cargos eletivos;
c. envolver-se em assuntos cívicos;
d. participar do processo político;
e. frequentar comitês de atividade política;
f. fazer contribuições e doações a campanhas e partidos políticos, respeitada a legislação;
g. exercer a liberdade de manifestação, observado o respeito à imagem, objeto social e princípios do Instituto Ethos.



4.2. A participação político-partidária dos colaboradores deve ocorrer em seu tempo livre e à sua própria custa.

4.3. No caso das redes sociais, os mesmos direitos se aplicam. Vale enfatizar que o Instituto Ethos não se responsabiliza por nenhuma posição política expressa pelos colaboradores. As postagens são de inteira responsabilidade dos colaboradores. Os posicionamentos institucionais são publicados única e exclusivamente nas redes institucionais do Instituto Ethos.

**5. Deveres**
São deveres de todos os colaboradores:

a. deixar claro, quando se manifestar publicamente por meio de artigos, conferências, palestras, entrevistas ou outros meios, que suas opiniões são pessoais, não exprimindo ou confundindo-se com a posição do Instituto Ethos;
b. informar os órgãos administrativos sobre qualquer atividade particular que possa influenciar ou conflitar com os interesses do Instituto Ethos;
c. comunicar qualquer circunstância ou fato impeditivo de sua participação em processo decisório;
d. declarar-se impedido de tomar decisão ou de participar de atividades quando perceber a existência de conflito de interesse.

**6. Regras de Conduta**

6.1. Na atuação e participação político-partidárias dos colaboradores, é vedado:

a. utilizar-se de cargo, função, posição e influência para obter apoio a determinado candidato e/ou partido;
b. desempenhar atividades incompatíveis com aquelas que lhe foram atribuídas ou conflitantes com os objetivos da entidade;
c. dispor de documentos, dados ou informações a que tem acesso em razão de suas atividades no Instituto Ethos para fins político-partidários;
d. utilizar-se de instalações físicas, equipamentos, bens e materiais de consumo do Instituto Ethos para fins político-partidários;
e. utilizar o endereço físico ou eletrônico do Instituto Ethos para troca de correspondências relacionadas a sua participação político-partidária;
f. solicitar ou ceder os serviços de colaboradores do Instituto Ethos para comitês de campanha eleitoral de candidato, partido político ou coligação, nas dependências da entidade e durante o horário de expediente normal;
g. fazer uso de recursos do Instituto Ethos para custear despesas relacionadas a sua atuação e participação político-partidária ou investir em campanhas ou partidos políticos;
h. realizar qualquer contribuição em valor, bens ou serviços para campanhas ou causas políticas em nome do Instituto Ethos;
i. expressar-se em nome do Instituto Ethos na defesa ou apoio a candidatos ou partidos políticos;
j. incitar verbalmente e/ou por meio de panfletagem o voto em um candidato ou partido político nas dependências do Instituto Ethos ou em locais em que estiverem sendo realizadas suas atividades;
k. fazer propaganda política de qualquer espécie nas dependências do Instituto Ethos ou utilizando-se de seus veículos de comunicação;
l. levar interlocutores a acreditarem na ideia de estar representando

6.2. Na hipótese de candidatura de colaborador, membro do conselho deliberativo, fiscal ou consultivo do Instituto Ethos a cargo eletivo, será avaliada pelo Conselho Deliberativo, que ouvirá a Diretoria e o Comitê de Ética a necessidade de se conceder a este licença, remunerada ou não no caso de colaborador, de seu cargo ou função.

**7. Promoção de atividades de caráter político**

O Instituto Ethos poderá promover atividades que visem a discussão de problemas sociais e a realidade nacional, a busca por soluções, e o debate de questões políticas relacionadas às empresas e ao tema da responsabilidade social empresarial, respeitado o seguinte:

a. o compromisso da manutenção do caráter não-partidário do Instituto Ethos;
b. a proibição de propaganda para quaisquer candidatos ou partidos políticos;
c. a garantia de oportunidade e espaço de manifestação de candidatos e representantes de partido político, quando aplicável;
d. a publicidade das atividades, vedada a realização de eventos ou reuniões confidenciais;
e. a prévia aprovação da Diretoria para participação de candidato a cargo eletivo ou representante de partido político em atividade organizada pelo Instituto Ethos e/ou realizada em suas dependências.

**8. Aplicação do Código de Conduta**

8.1. Caberá à diretoria e ao Comitê de Ética averiguar os casos de desvio de conduta e conflitos de interesse relacionados a este Código de Conduta.

8.2. Qualquer interessado poderá comunicar, no caso de colaboradores, a Diretoria e no caso da Diretoria, o Comitê de Ética sobre condutas que estejam em desacordo com o presente Código de Conduta.

8.3. Recebida a comunicação, será aberto procedimento para apurar o caso.

8.4. Finda a apuração e não sendo constatado desvio de conduta ou existência de conflito de interesse, será providenciado o arquivamento do procedimento, dando ciência de sua decisão ao representado.

8.5. Caso seja constatada a ocorrência de conduta contrária ao disposto no presente Código, os órgãos responsáveis deverão encaminhar suas conclusões e recomendações ao órgão competente para aplicar as medidas ou sanções cabíveis, conforme previsto no estatuto do Instituto Ethos, sendo responsável:

a. a Assembleia Geral, no caso de associados curadores e membros do Conselho Deliberativo;
b. o Conselho Deliberativo, no caso de membros da Diretoria, do Conselho Fiscal e do Conselho Consultivo;
c. a Diretoria, no caso de funcionários, estagiários e demais colaboradores.

8.6. Será garantido e respeitado o direito de ampla defesa dos representados durante todo o procedimento de apuração dos casos.

**9. Publicidade**

O Instituto Ethos dará publicidade a este Código de Ética a todos os colaboradores atuais e que vierem a se integrar à entidade, por qualquer meio eficaz, tais como, mas não se limitando a sua divulgação na página da entidade na Internet, envio por email e distribuição de impressos.

# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

**atualizado em janeiro de 2015**

## I. FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

**1. Missão**

Estabelecer e ampliar canais de comunicação do Instituto Ethos com seus públicos, fortalecendo o diálogo e contribuindo para a realização de sua missão.

**2. Valores**

- Transparência
- Credibilidade
- Visão estratégica
- Proatividade
- Valorização da diversidade

Os valores da Comunicação estão alinhados à *Carta de Princípios* do Instituto Ethos, principalmente no que tange ao princípio do marketing responsável: "Buscaremos orientar nossa política de marketing e comunicação pelo respeito à veracidade, consistência e integridade das afirmações, refletindo nossos valores e estimulando o comportamento ético e responsável do público".

**3. Objetivos**

- Promover e ampliar o diálogo e o relacionamento do Instituto Ethos com seus públicos, fortalecendo o engajamento destes com o instituto e com os temas da sustentabilidade;
- Dar maior visibilidade às metodologias e conteúdos específicos que o Instituto Ethos produz, tornando-os mais acessíveis para um público mais amplo e principalmente para as empresas;
- Aprofundar o conhecimento e ampliar o alcance das informações sobre responsabilidade social empresarial e sustentabilidade;
- Ampliar parcerias com os veículos de comunicação e fortalecer as já existentes;
- Trabalhar de forma integrada para potencializar os resultados da comunicação.

**4. Diretrizes**

### Fortalecimento da marca do Instituto Ethos

É de responsabilidade da Área de Comunicação fortalecer e preservar a credibilidade da marca do Instituto Ethos, garantindo que a organização se apresente ao mercado e à sociedade de maneira não fragmentada e alinhada aos seus valores, o que depende da adoção de uma estratégia de marca e de um consistente programa de identidade visual e verbal.

É fundamental a conscientização da equipe interna a respeito da importância da marca como patrimônio do Instituto Ethos.

### Unidade do discurso

A comunicação do Instituto Ethos deve pautar-se pela busca da unidade, de modo que o discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse.

### Qualificação da informação

A Área de Comunicação deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso se adaptem ao universo do público a ser atingido. Também deverá ser adotado o melhor formato, bem como a linguagem e a abordagem mais adequadas aos conteúdos.

### Clareza e precisão da informação

A comunicação do Instituto Ethos deve estar comprometida em fornecer aos seus públicos informações assertivas e precisas, de forma clara e inspiradora. Os textos devem ter uma linguagem leve, pois, mesmo tratando de temas sérios, precisam ser de fácil entendimento.



### Estímulo à mudança de comportamento

Para poder contribuir com a missão do Instituto Ethos, a comunicação deverá estimular a mudança de comportamento das empresas, divulgando e fomentando a troca de experiências e de práticas empresariais que as ajudem a:

a. Compreender e incorporar de forma progressiva o conceito de comportamento empresarial socialmente responsável;
b. Implementar políticas e práticas que atendam a elevados critérios éticos, contribuindo para o alcance do sucesso econômico sustentável em longo prazo;
c. Assumir suas responsabilidades com todos aqueles que são atingidos por suas atividades;
d. Demonstrar a seus acionistas a relevância de um comportamento socialmente responsável para o retorno em longo prazo sobre seus investimentos;
e. Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
f. Prosperar, contribuindo para um desenvolvimento social, econômica e ambientalmente sustentável.

**5. Públicos**

Funcionários e diretores do Instituto Ethos, empresas, conselhos, fornecedores, organizações da sociedade civil, organizações parceiras, a imprensa, a academia e o governo.

## II. OS PROCEDIMENTOS DA COMUNICAÇÃO

**1. Comportamento dos Empregados**

No seu dia a dia, os funcionários atuam, dentro e fora da organização, como agentes de divulgação. Portanto cabe a eles:

- Conhecer os objetivos e a missão do Instituto Ethos, assim como suas políticas e procedimentos (disponíveis em U:_BiblioEthos\Institucional\Políticas,Procedimentos). Tais informações devem ser fornecidas pela área de Gestão de Pessoas, já no processo de integração que se realiza logo após a admissão;
- Identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Área de Comunicação;
- Participar dos fóruns e reuniões do Instituto Ethos, sempre observando os princípios éticos e de respeito.

**2. Comportamento da liderança**

Cabe ao corpo executivo (presidência, diretoria e gerência):

- Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os funcionários estejam devidamente informados sobre o que ocorre no Instituto Ethos e estimulados a contribuir com a inovação;
- Garantir que os funcionários tenham abertura para trazer suas opiniões em fóruns e reuniões;
- Garantir a confidencialidade das informações exclusivas aos fóruns deliberativos do Instituto Ethos;
- Garantir que as decisões tomadas em reuniões executivas sejam compartilhadas com a equipe;
- Dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.

**3. Plano Estratégico de Comunicação**
O Instituto Ethos desenvolve, periodicamente, seu Plano Estratégico de Comunicação, que deve estar alinhado com a missão, valores e diretrizes da Política de Comunicação. Nele, são traçados as estratégias, os objetivos e as metas da comunicação da organização para um determinado período.

**4. Gestão da marca**
A marca é um dos ativos mais valiosos do Instituto Ethos e é papel da Área de Comunicação trabalhar pela preservação de sua credibilidade. Em junho de 2013, o Conselho Deliberativo aprovou a nova marca do Instituto Ethos e sua identidade visual e verbal. Fruto de um trabalho que envolveu conselheiros do Instituto Ethos e o público interno, a nova identidade se baseia numa estratégia de marca (plataforma e arquitetura) que está alinhada à missão e à estratégia da organização e tem os seguintes pilares:
- **Mobilização:** provocar mudanças;
- **Articulação:** unir mundos diferentes;
- **Paixão pela causa:** acreditar e fazer acreditar.

- Cabe à Área de Comunicação desenvolver uma estratégia para o uso e aplicação da nova marca e de sua identidade visual e verbal em todos os materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos.
- Para que as demais áreas também sejam responsáveis pela aplicação correta da marca do Instituto Ethos, a Área de Comunicação desenvolveu um manual de aplicação da marca: http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Manual_Marca_2013.pdf.
- Cabe à Área de Comunicação orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca do Instituto Ethos em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras.
- Definiu-se uma estratégia de arquitetura de marca monolítica com o objetivo de tornar clara a percepção da atuação do Instituto Ethos por todos os públicos estratégicos, fortalecendo essa marca e aportando sinergias para a organização. Por essa razão, não deverão ser criadas novas marcas ou submarcas para projetos, ferramentas ou eventos da organização.
- Cabe à Área de Comunicação orientar, avaliar e aprovar a criação de novas marcas ou submarcas, quando estritamente necessário, como, por exemplo, no caso de projetos independentes e de gestão compartilhada com outras organizações.
- A empresa associada ao Instituto Ethos só poderá utilizar a marca do Instituto no *banner* "Empresa associada ao Instituto Ethos", em seu *website* ou em página interna do seu relatório de sustentabilidade (nunca na capa ou na contracapa do documento). Para isso, deverá solicitar a aprovação prévia da Área de Comunicação.
- A aplicação da marca em peças de comunicação de eventos apoiados pelo Instituto Ethos deverá ser submetida à aprovação da Área de Comunicação.
- Empresas não associadas não poderão utilizar a marca do Instituto Ethos em seus materiais de comunicação, a menos que se estabeleça uma parceria, como no caso de eventos e publicações, e sempre com aprovação prévia.

**5. Posicionamentos**
Os posicionamentos públicos do Instituto Ethos são uma estratégia da organização para atuar nas conjunturas nacional e internacional. Assim:

- A iniciativa de um posicionamento poderá vir de diferentes áreas do Instituto Ethos, mas sua aprovação deve envolver a Área de Relações Institucionais quanto ao conteúdo e as possíveis implicações institucionais.
- A aprovação e emissão do posicionamento serão feitas somente pela Diretoria.
- Aprovado o posicionamento, caberá à Área de Comunicação divulgá-lo para os públicos relacionados.
- Todos os posicionamentos e declarações oficiais, inclusive aqueles gerados pelos grupos de trabalho e submetidos às presidências das empresas participantes, devem passar pelo processo de aprovação interna do Instituto Ethos.



**6. Participação em eventos**
Anualmente, o Instituto Ethos realiza uma série de eventos em sua sede ou em espaços devidamente alocados. Entre esses eventos estão reuniões de grupos de trabalho, lançamentos de programas e de publicações, fóruns, oficinas e, o maior e mais importante deles, a Conferência Ethos.

- Os eventos realizados na cidade de São Paulo contarão com produção integral do Núcleo de Eventos, desde a fase do planejamento até o pós-evento.
- Os eventos realizados fora de São Paulo terão um apoio a distância. Mas, dependendo do tamanho, da relevância e dos recursos disponíveis, o Núcleo de Eventos irá até os locais para produzi-los.
- A alimentação oferecida durante os eventos, atividades e reuniões do Instituto Ethos deve ser prioritariamente saudável.
- Os eventos do Instituto Ethos são uma oportunidade para a promoção da diversidade. Assim, na sua realização deve-se privilegiar a contratação de profissionais oriundos de grupos excluídos, tais como pessoas com deficiência, afrodescendentes, idosos e egressos do sistema penitenciário, entre outros.
- Os eventos do Instituto Ethos devem ser realizados prioritariamente em locais gratuitos.
- Na realização dos eventos produzidos pelo Instituto Ethos, deve-se dar prioridade ao emprego de materiais recicláveis ou de origem certificada, buscando sua reutilização ou descarte apropriado. Entretanto, deve-se garantir um padrão estético compatível com a marca Ethos e com seu público prioritário, que são as empresas associadas.

**7. Fontes e temas associados**
Fontes são portadores de informação. Podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais. Para serem confiáveis, as fontes precisam ser transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado. O Instituto Ethos é uma fonte de informação para seus públicos de interesse. Por isso, precisa identificar os porta-vozes ou documentos mais adequados a cada tema trabalhado pela entidade.

- São porta-vozes do Instituto Ethos: o presidente e os demais membros da Diretoria, os gerentes e os coordenadores, cada um em sua especialidade.
- Cabe ao presidente e à Diretoria abordar os temas estratégicos, de relevância internacional ou de grande repercussão política;
- Cabe à área de Relações Institucionais identificar a melhor representação para as solicitações direcionadas à Presidência;
- Quem fala em nome do Instituto Ethos não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à entidade;
- Opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições oficiais do Instituto não devem ser divulgados pelo *e-mail* do Instituto Ethos;
- São fontes para o Instituto Ethos: contatos institucionais em empresas e governos, entidades parceiras, universidades, empresas associadas e a imprensa em geral;
- Os funcionários do Instituto Ethos não estão autorizados a representá-lo nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas que não sejam relacionados com o seu trabalho no Instituto Ethos, a menos que previamente autorizados;
- Aos consultores e especialistas convidados a ministrar cursos, proferir palestras, redigir textos ou participar de atividades análogas, não é permitido representar o Instituto Ethos nem emitir opinião em eventos e entrevistas jornalísticas relacionadas ao Instituto, a menos que expressamente autorizados.

**8. *Website***

O principal veículo de comunicação do Ethos na internet é o seu portal. Nele são divulgados os eventos, as ações e o conhecimento gerado pelo Instituto Ethos, por meio de matérias jornalísticas, notas, fotos, apresentações, vídeos e programas radiofônicos.

- Cabe à Área de Comunicação selecionar, produzir ou editar o material que será divulgado no site, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informação.
- O Instituto Ethos abrirá espaço em seu site para pontos de vista contraditórios e para direito de resposta.
- Cabe aos responsáveis pela coordenação dos conteúdos dos eventos realizados pelo Instituto Ethos ou em parceria solicitar a autorização de uso de apresentações, som e imagem dos palestrantes, para que possam ser divulgados no site. O modelo dessa autorização está disponível na rede, em U:__BiblioEthos\Institucional\Eventos\Organização do evento\autorização-uso-imagem-modelo.
- A divulgação das iniciativas do Instituto Ethos será feita, preferencialmente, por meio do seu portal.
- A Área de Comunicação deverá ser consultada caso se julgue necessária a criação de um site para divulgação de uma iniciativa específica. Em princípio, um novo site somente será indicado quando:
  - A iniciativa tenha prazo para terminar, como no caso de campanhas ou eventos;
  - A iniciativa seja realizada em parceria com o poder público, tendo em vista que o Instituto Ethos tem como diretriz não receber recursos governamentais para custeios operacionais;
  - O público-alvo principal seja diferente daquele do site do Instituto Ethos ou esteja restrito a uma região específica;
  - O Instituto Ethos esteja incubando essa iniciativa para que ela se torne uma organização autônoma.
- O Instituto Ethos buscará integrar no seu portal os eventuais sites de projetos já existentes.
- A linguagem do site do Instituto Ethos e dos demais sites de iniciativas do Instituto buscará clareza e completude das informações e seu tom de voz deverá estar alinhado à identidade verbal da organização.
- Na tentativa de facilitar e baratear a manutenção dos sites, eles deverão ser construídos a partir do sistema de gerenciamento de conteúdo Wordpress. Ainda que essa ferramenta não seja a única disponível nem necessariamente a melhor, ela é gratuita e o portal do Instituto Ethos já faz uso dela. As exceções deverão ter o aval das áreas de Comunicação e de Tecnologia da Informação (TI).
- O desenvolvimento de um novo site só poderá ser contratado se a respectiva manutenção estiver prevista no escopo de fornecimento ou garantida em contratos de manutenção já em uso no Instituto Ethos. Deverá fazer parte do escopo de fornecimento de qualquer site novo um manual detalhado de operação e um manual de manutenção.
- O registro de visitações do portal e dos sites das iniciativas do Instituto Ethos será feito via Google Analytics, cada um com seu próprio perfil de identificação no sistema.
- Para manter um padrão de recursos tecnológicos entre os vários sites das iniciativas do Instituto Ethos, serão elencados procedimentos de criação e manutenção, futuramente descritos num manual de criação e manutenção de sites, que será feito em conjunto pelas áreas de Comunicação e de TI.

**9. Redes sociais e demais plataformas de colaboração**

As mídias sociais introduziram mudanças substanciais e permanentes na forma como as organizações, comunidades e indivíduos se comunicam. A produção de conteúdo é descentralizada e sem controle editorial unificado. É a produção de muitos para muitos. Não é apenas um meio de comunicação, mas um meio de interação entre pessoas que criam, compartilham, trocam e comentam informações. O Instituto Ethos está presente em redes sociais porque está disposto a se relacionar.

- A participação do Instituto Ethos nas redes sociais deve estar alinhada à sua missão, que é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parcerias na construção de uma sociedade sustentável e justa.
- O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo diálogo e pela colaboração, e não apenas pela divulgação de conteúdos.



- O Instituto Ethos não tolera nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade, pautando-se por esse critério para sua presença nas redes sociais.
- A gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Área de Comunicação, que deverá indicar quais funcionários terão permissão para administrar os perfis institucionais.
- Os funcionários do Instituto Ethos não estão autorizados a publicar conteúdos, comentários ou informações de que disponham em razão de sua relação de emprego com o Instituto e que sejam confidenciais e não passíveis de divulgação para terceiros.
- O Instituto Ethos não se responsabiliza por nenhuma posição política expressa pelos funcionários em seus perfis pessoais em redes sociais. As postagens são de inteira responsabilidade dos funcionários. Os posicionamentos institucionais são publicados única e exclusivamente nas redes institucionais do Instituto Ethos.
- Para orientar seus funcionários e demais públicos sobre a conduta na participação política, o Instituto Ethos disponibiliza em seu site o Código de Conduta sobre Participação Política do Instituto Ethos, no link: www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/09/Código-de-conduta-político-partidária_v2014.pdf.
- Se um funcionário do Instituto Ethos identificar uma polêmica ou crítica envolvendo as atividades ou o nome do Instituto, deverá informá-la à Área de Comunicação. O funcionário não está autorizado a se envolver em discussões a respeito de temas para os quais não seja o porta-voz da organização.

## III. O RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS

**1. Funcionários**

- A relação com os funcionários deve pautar-se pelo respeito, transparência e estímulo à participação.
- Sempre que possível, os funcionários devem ser informados em primeira mão sobre os atos e decisões da alta administração que serão divulgados aos demais públicos.
- As informações relativas a contratações ou mudanças de atribuições de pessoas ou áreas, bem como as demais alterações de procedimentos internos, deverão ser compartilhadas por meio de informativos vindos da Área de Operações.
- As informações sobre reuniões e participações em eventos da Diretoria, reuniões que tragam notícias dos Grupos de Trabalho, novidades e conquistas dos comitês internos e o reconhecimento de conquistas pessoais dos funcionários deverão ser compartilhadas no boletim interno #EthosTodos.
- O canal de comunicação Ethos-Todos, via Outlook, tem como finalidade informar as questões institucionais que dizem respeito a toda a equipe, não devendo ser usado para endereçar questões pessoais.

**2. Empresas**

**a) Associadas, parceiras institucionais, patrocinadoras e não associadas**

- As empresas e seus *stakeholders* são o principal público do Instituto Ethos, devendo a comunicação garantir que todo material dedicado a eles contenha informações relevantes e com linguagem adequada ao meio empresarial.
- As mensagens dirigidas às empresas devem estar adaptadas aos diferentes níveis hierárquicos e às suas diversas áreas.
- O veículo de comunicação para as empresas associadas é o boletim semanal *Notícias da Semana*, com o resumo das notícias nacionais e internacionais sobre responsabilidade social, casos concretos de empresas, eventos, depoimentos de empresários e outras informações de interesse.
- Mensalmente, as empresas associadas recebem o *Calendário de Eventos*, informando, antecipadamente, os eventos que o Instituto Ethos irá realizar dos quais elas poderão participar.
- Todas as publicações do Instituto Ethos estão à disposição das empresas no site da organização (www.ethos.org.br).

- Cabe à Área de Mobilização assegurar a efetividade das listas de *mailing*. Os *mailings* das empresas deverão ser segmentados por público e pelo tipo de mensagem, sendo atualizados periodicamente.
- O envio de mensagens para o *mailing* das empresas associadas é de responsabilidade das áreas, mas cabe à Área de Comunicação autorizar ou não o envio de qualquer divulgação para esse público, evitando assim a sobrecarga de informação para os mesmos destinatários.
- Toda comunicação de *e-mail marketing* ou *contact call* realizada pelo Instituto Ethos deve cumprir as premissas e determinações dos códigos de ética da Associação Brasileira de Marketing Direto (Abemd);
- Apenas quando for qualificado como apoiador institucional o Instituto Ethos utilizará sua base de *mailing* para enviar um *e-mail marketing* apoiando outras organizações ou eventos e compromissos de terceiros.
- A base de dados do *mailing* do Ethos não pode ser divulgada nem oferecida, doada ou emprestada para fins comerciais ou de interesse privado.
- Os contatos de relacionamento da base de dados do *mailing* do Ethos não deverão ser divulgados, coletiva ou individualmente, sem o seu consentimento.
- O Instituto Ethos disponibiliza canais de atendimento telefônico e *e-mail* para as empresas associadas e tem um funcionário responsável por receber suas solicitações. A partir do primeiro trimestre de 2015, será implementado um sistema de CRM no Instituto Ethos, o que garantirá um acompanhamento mais amplo de todas as demandas das empresas.

**b) Empresas que participam dos grupos de trabalho**

- A relação de comunicação com essas empresas é de responsabilidade de quem coordena o grupo de trabalho;
- Os materiais de divulgação e comunicação dos grupos de trabalho deverão ser planejados, produzidos e difundidos pela Área de Comunicação;
- Posicionamentos de natureza política ou regulatória definidos pelos grupos de trabalho, bem como parcerias, acordos e demais entendimentos com organizações de diversas naturezas, especialmente as instâncias de governo e regulação, deverão ser aprovados pela Diretoria, que será instrumentalizada por parecer da área de Relações Institucionais.

**3. Organizações parceiras**

- Por lidar com temáticas tão abrangentes, como a responsabilidade social empresarial e o desenvolvimento sustentável, o Instituto Ethos enxerga as parcerias e a cooperação como formas de fortalecimento do desenvolvimento do seu trabalho com as empresas.
- O Instituto Ethos busca promover o diálogo intersetorial como forma de incentivar a colaboração entre os diversos atores na construção de alternativas para as temáticas que são ou serão trabalhadas com as empresas.
- Cabe à Área de Relações Institucionais recomendar ou não o apoio institucional solicitado para alguma iniciativa específica de uma entidade parceira, a partir de consulta à área que mais se relaciona com essa entidade. São critérios para recomendação o histórico da instituição com o Instituto Ethos, a afinidade com os temas críticos do desenvolvimento sustentável e possíveis contrapartidas.
- Cabe aos funcionários responsáveis pela iniciativa que envolve entidades parceiras informar a Área de Comunicação sobre a parceria, para que seja feito o reconhecimento público do apoio e da participação dessas organizações nos trabalhos desenvolvidos conjuntamente.
- Cabe à área que se relaciona com determinada entidade parceira e à Área de Comunicação cuidar para que a logomarca desse parceiro seja devidamente inserida, conforme combinado previamente, nos locais de evento, *banners*, documentos, publicações etc.
- A Área de Comunicação será responsável pela autorização de uso da logomarca do Instituto Ethos como forma de apoio institucional à promoção de eventos realizados por grupos editoriais, assim como suas publicações.



**4. Conselhos**

- O Instituto Ethos conta com três conselhos estatutários: o Conselho Deliberativo, responsável por definir as diretrizes estratégicas da atuação do Instituto; o Conselho Consultivo Internacional, responsável por subsidiar o Instituto com conteúdos e orientações sobre as tendências e os cenários do desenvolvimento sustentável no Brasil e no mundo; e o Conselho Fiscal. Conta ainda com o Conselho Orientador, composto pelas empresas parceiras institucionais.
- A comunicação entre o Instituto Ethos e os membros dos conselhos Deliberativo e Fiscal deve ser feita exclusivamente pela Presidência do Instituto Ethos ou por quem ela designar.
- A comunicação entre o Instituto Ethos e o Conselho Consultivo Internacional poderá ser feita pela Presidência ou pela Área de Relações Institucionais, conforme orientação da Diretoria ou do Conselho Deliberativo. Todos os informativos destinados a esse conselho deverão ser produzidos em inglês e/ou espanhol, conforme a natureza e circunstância específica.
- A comunicação entre o Instituto Ethos e o Conselho Orientador poderá ser feita pela Presidência, pela Área de Relações Institucionais ou pelo Núcleo de Planejamento.
- Quando um funcionário necessitar entrar em contato com algum conselheiro, deverá solicitar a orientação da Assessoria da Presidência;
- O veículo de comunicação utilizado para informar os conselheiros sobre as atividades do Instituto Ethos de forma periódica é o informativo bimestral *Boletim da Nova Economia*, cuja produção está sob responsabilidade da Área de Comunicação e poderá receber sugestões de pauta dos diretores e gerentes executivos.

**5. Fornecedores**

- A Área de Comunicação do Instituto Ethos prioriza a realização dos trabalhos por sua equipe interna. No entanto, dependendo da demanda e do grau de complexidade e especificidade do que for exigido, serão contratados fornecedores, de acordo com a Política de Compras, que está disponibilizada na rede, em *EthosDados\Dados\Compartilhamento\Compras.*

**6. Academia**

- Como entidades ou empresas que são, as universidades devem ser alvo da comunicação do Instituto Ethos como potenciais associadas e como fonte de informações.

**7. Imprensa**

- O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade do Instituto Ethos, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas;
- Em caso de questões controversas, deve-se produzir um *position paper*, documento orientador para ser distribuído proativamente, com o objetivo de neutralizar possíveis pressões externas;
- O contato com os jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pela Assessoria de Imprensa/Área de Comunicação, que é a responsável pela divulgação das informações que o Instituto Ethos quer publicar;
- A Assessoria de Imprensa também é responsável pela divulgação das informações sobre o Instituto Ethos para esse público. Isso significa que nenhuma informação para os jornalistas poderá ser disseminada sem o aval da Assessoria de Imprensa/Área de Comunicação;
- Todos os porta-vozes do Instituto Ethos, dentro da sua especialidade, devem estar preparados para estabelecer um relacionamento com a mídia, colocando-se como fonte de informação sobre os temas trabalhados pelo instituto;
- Os pedidos de informação da imprensa que chegarem a outras áreas devem ser encaminhados à Assessoria de Imprensa ou à Gerência de Comunicação;
- Para os veículos de projeção nacional, a prioridade de contato é com o presidente do Instituto Ethos, seguido dos diretores. Na impossibilidade de atendimento por uma dessas duas fontes, a solicitação deve ser atendida pela gerência especializada no tema em questão ou, em sua indisponibilidade, pela Área de Relações Institucionais.

**8. Governo**

- A comunicação com os poderes públicos é considerada estratégica para o Instituto Ethos. A tomada de decisão relativa a ações nessa modalidade estará centralizada na Presidência e na Área de Relações Institucionais, que poderão incluir membros da equipe e gerentes no processo.
- Todos os convites e interlocuções envolvendo o alto escalão do Instituto Ethos, bem como a totalidade dos convites provenientes de instâncias governamentais e regulação, independentemente da área ou instância a que foram dirigidas, devem passar pela Área de Relações Institucionais.
- Os informativos, posicionamentos e solicitações de cunho oficial, assinados pelo Instituto Ethos ou pela alta direção, devem ser aprovados pela Diretoria e enviados por meio da Secretaria da Presidência, que irá protocolá-los, numerá-los e arquivá-los de acordo com processo interno.

# POLÍTICA DE COMPRAS*

**atualizado em julho de 2014**

Apresentamos nesta política orientações institucionais para a contratação de serviços de terceiros (Compras), tanto para serviços como para produtos.

Esta política tem por objetivo construir, repactuar e qualificar o conjunto de procedimentos administrativos e financeiros institucionais, bem como ampliar sua transparência e facilitar seu cumprimento.

O cumprimento das orientações a seguir é fundamental a partir desta data, sob risco da não liberação de recursos institucionais para pagamento dos serviços, em caso de descumprimento.

O processo de compras deverá obedecer a princípios rígidos de equidade e transparência, devendo prevalecer valores éticos e de integridade, a garantia dos direitos humanos, inclusive os das crianças e adolescentes, e o cumprimento das obrigações legais.

A relação com os fornecedores, quando estabelecida, será orientada pela Carta de Princípios.

O Instituto Ethos contribuirá com a formação de seus fornecedores no que tange à gestão empresarial socialmente responsável e de atendimento a critérios de sustentabilidade.

## **I.** CONDUTA DO CONTRATANTE

É obrigação do contratante (solicitante da compra):

**a.** Fazer sempre três cotações, exceto nos casos em que a dispensa de cotação se aplicar ( *vide* critérios no item "Dispensa de Cotação"). Os concorrentes devem receber exatamente a mesma solicitação (mesmo e-*mail*);

**b.** Ao final do processo, todos os concorrentes devem receber retorno sobre sua finalização, mesmo quando a resposta for a opção por outro concorrente;

**c.** Os envolvidos direta ou indiretamente no processo de compra ou contratação não podem receber quaisquer vantagens ou benefícios pessoais provenientes de empresas fornecedoras ou participantes de processo de compra ou contratação do Instituto Ethos;

**d.** A confidencialidade das informações técnicas e comerciais dos processos de compra ou contratação deve ser assegurada, restringindo a divulgação de dados dos proprietários apenas para uso interno;

**e.** Não é permitida a contratação de fornecedores que tenham parentesco de primeiro grau com funcionários ou conselheiros.

**f.** Não é permitida a contratação de ex-funcionários até seis meses após o término do Contrato de Trabalho, seja como profissional autônomo, seja como pessoa jurídica. Essa medida visa impedir a configuração de relação trabalhista entre as partes;



**g.** Sempre que possível, privilegiar fornecedores locais, micro e pequenas empresas e empreendimentos da economia solidária como forma de apoio ao desenvolvimento econômico sustentável;

**h.** Sempre que possível, priorizar empresas que possuam certificações socioambientais, tais como FSC, Lide, Seflor etc.

## **II.** CRITÉRIO DE SELEÇÃO DOS FORNECEDORES

O Instituto Ethos definiu como política de contratação a escolha de seus fornecedores por meio de concorrência. Também é nosso compromisso que todas as políticas e normas de procedimentos sejam orientadas pelas seguintes diretrizes:

**a.** É imperativo aos colaboradores envolvidos em processo de compras ou contratação assegurar-se de que os fornecedores ou prestadores de serviço do Instituto Ethos cumpram a legislação, mediante todos os mecanismos de consultas pertinentes. Com relação ao cumprimento das obrigações legais, o Instituto Ethos exige dos seus fornecedores as seguintes certidões, sendo que a responsabilidade por verificá-las é da pessoa que está conduzindo o processo de contratação.

1 - Certidão Negativa de Débitos – CND (*site* da Receita Federal)
2 - Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa (*site* da Receita Federal)
3 - Certidão de Tributos Mobiliários (PMSP)
4 - Certidão de Regularidade FGTS (*site* da CEF)
5 - Caso seja optante pelo Simples Nacional, encaminhar a opção

**b.** Assegurar-se de que os fornecedores ou prestadores não constem no Cadastro de Empregadores Portaria 540, de 15 de outubro de 2004, denominada "Lista Suja" do Trabalho Escravo, nem no Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), da Controladoria-Geral da União. Informar a fornecedores ou prestadores de serviço de que estes deverão assinar contratos, quando aplicável, com cláusulas específicas contra relações de trabalho escravo, infantil e outras formas de trabalho degradante sob sua responsabilidade. É desejável a observação dos critérios relacionados ao trabalho decente também na relação das empresas com sua cadeia de valor.

O critério primordial para escolha do fornecedor será o menor preço. Em casos excepcionais em que um fornecedor mais caro esteja sendo contratado, deverá ser explicitada justificativa com os outros critérios (menor impacto ambiental, prazo, qualidade, prestadores de serviço local ou da economia solidária, conforme item "g" da Conduta do Contratante).

Obs.: O pagamento de profissionais autônomos (RPA) acarreta a incidência de impostos, tanto para o Ethos como para o fornecedor, que terá o valor dos impostos retidos na fonte descontado do pagamento. Além disso, pagamentos frequentes de profissionais autônomos configuram vínculo empregatício. Por essas razões, é imperativo consultar a área financeira para averiguar a possibilidade de fazer o pagamento por meio de RPA e para calcular o custo real do serviço.

## III. DISPENSA DE COTAÇÃO

Não haverá exigência de concorrência com três cotações nos casos de compras e contratações: para valores inferiores a R$ 500,00; quando já houver um contrato guarda-chuva; nos casos de compras e contratações emergenciais; e nos casos de especialidade. Esses casos excepcionais são explicitados a seguir.

**a. Valores inferiores a R$ 500,00**
Compras e contratações de valores inferiores a R$ 500,00 são dispensados de concorrência desde que os pagamentos não se refiram a parcelas de um mesmo serviço.

**b. Contrato guarda-chuva:**
Para prestadores de serviços recorrentes, não será necessário realizar concorrência a cada contratação ou compra. Nesses casos, cada área é responsável pela elaboração do contrato guarda-chuva institucional, a ser renovado a cada 12 meses, com exceção de contratos com prazo pré-definido superior a um ano (ex.: aluguel). O processo para o estabelecimento do contrato guarda-chuva também requer três cotações. Para saber a lista atualizada dos fornecedores que possuem contrato guarda-chuva, entre em contato com a área financeira e/ou a administrativa. Caso não haja contrato guarda-chuva para o serviço procurado, contatar a área financeira e/ou a administrativa para análise da necessidade de elaboração de contrato que será responsabilidade da área demandante.

**c. Especialidade**
Poderão ser contratados fornecedores com a justificativa de especialidade nas seguintes situações:
1) Para aquisição de materiais, equipamentos ou gêneros que só possam ser fornecidos por produtor, empresa ou representante comercial exclusivo, vedada a preferência de marca;
2) Para contratação de profissional ou empresa com notória especialização, ou seja, aqueles cujo conceito no campo de sua especialidade, decorrente de desempenho anterior, estudos, experiências, publicações, organização, aparelhamento, equipe técnica ou de outros requisitos relacionados com suas atividades, permita inferir que o seu trabalho é essencial e indiscutivelmente o mais adequado à plena satisfação do objeto do contrato.
3) Para contratação de profissional de qualquer setor artístico, desde que consagrado pela crítica especializada ou pela opinião pública;

**d. Emergência**
Caracteriza emergência a urgência de atendimento de situação que possa ocasionar prejuízo ou comprometer o trabalho e que não pôde ser prevista antecipadamente. Nos casos de emergência, serão necessárias a explicitação detalhada da razão pela qual a situação está sendo caracterizada como tal, no próprio formulário de contratação, e uma segunda aprovação, da Assessoria da Diretoria.

## IV. CONTRATOS

Se a contratação ou compra for referente a uma prestação de serviços e atender a um ou mais dos seguintes itens, são necessárias a elaboração e a assinatura de contrato em duas vias:

**a. nas situações de risco (imagem, trabalhista, ambiental, risco de não entrega);**
**b. para contratos guarda-chuva;**
**c. para compras e contratações a partir de R$ 5.000,00;**
**Obs.: Contratos com valor acima de R$100.000,00 têm obrigatoriamente que passar pelo Jurídico.**

O pagamento deve ser negociado e as condições de pagamento devem ser explicitadas no contrato, sendo que a última parcela deve ser paga após a realização completa do serviço ou a entrega da compra.
O contrato dependerá sempre de ato assinado conjuntamente pelo presidente e por um diretor.



## V. FLUXO DE OPERAÇÃO

Este deve ser o fluxo a ser seguido para compras e contratações não dispensados de concorrência:

**a.** Obter o número mínimo de três cotações (exceções contrato guarda-chuva, especialidade, emergência e valores menores de R$ 500,00);
**b.** Solicitar certidões para o escolhido;
**c.** Preencher e imprimir a solicitação de pagamentos com as três cotações anexadas;
**d.** Obter aprovação da solicitação de pagamento, conforme alçada e cumulativamente:

| AUTORIZANTE | VALORES |
|---|---|
| Coordenador | até R$ 5.000,00 |
| 1 Gerente / Diretor | de R$ 5.000,01 a R$ 10,000,00 |
| 2 Diretores | de R$ 10.000,01 a R$ 50.000,00 |
| Presidente | a partir de R$ 50.000,01 |

**e.** Fazer o contrato, caso necessário, e obter as assinaturas;
**f.** Enviar para o Contas a Pagar a solicitação de pagamentos aprovada, as três cotações, o contrato original (se houver), a nota fiscal e o boleto e preencher o formulário de entrega do documento. No caso de pagamentos parcelados, entregar a solicitação de compras original, o contrato original (se houver) e a nota fiscal com a indicação da data de pagamento de cada parcela. Tirar cópias da solicitação de pagamento original em número equivalente ao número de parcelas e entregar, para cada parcela a ser paga ao fornecedor, a cópia da primeira solicitação de pagamento e uma nova solicitação de pagamento para a parcela a ser paga;
**g.** Salvar na rede (Institucional\Financeiro\Contas a Pagar\Certidões Fornecedores) as certidões dos fornecedores. Verificar se o fornecedor já tem uma pasta e somente atualizar as certidões – assim, não serão criadas várias pastas de um mesmo fornecedor;
**h.** Na finalização dos pagamentos parcelados, o funcionário responsável por Contas a Pagar deve verificar com o coordenador do projeto se o serviço foi finalizado ou se o produto foi entregue.

## FORMULÁRIO

**PEDIDO DE COMPRAS E PAGAMENTOS**
**v20150107**

INSTITUTO ETHOS

**Solicitante (nome completo)*:** _____ **Data:** 30/01/2015

*Declaro que o serviço/produto a que se refere o pagamento foi entregue em conformidade com as especificações contratadas.

**1. Descrição do** serviço ☑ **ou** produto ☐

**Fornecedor:** 0 **Valor do Pgto:** R$ 0,00 **Data de Vcto:** **Nº Nota Fiscal:**

**Valor Total Contrato:** **Parcela nº. :** **No. Total de Parc:**

**2. Tipo de pedido**

○ Por concorrência ◉ contrato guarda chuva ○ Folha de pagamento (salário, encargos e benefícios)

**Processo de concorrência**

| Propostas | Fornecedor | Valor | Prazo de entrega | Condições de pagamento |
|---|---|---|---|---|
| **Proposta 1 - escolhida** | | | | |
| Proposta 2 - concorrente | | | | |
| Proposta 3 - concorrente | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

**Justificativa de contratação para especialidade, emergência e quando não for pelo critério de menor preço**

**3. Rateio de valores por centro de custo**

| Centro de custo | Código Administrativo | Rateio - Valores (R$) | Saldo Disponível no Projeto | Data de Atualiz. do Saldo | Visto do coord. financ. do centro de custo |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | **Total:** | **R$ 0,00** | | | |

**4. Aprovação (as alçadas de aprovação são cumulativas)**

| | NOME | ASSINATURA | DATA |
|---|---|---|---|
| **Todos os pagamentos de projetos** | | | |
| SOLICITANTE | | | ___/___/_____ |
| **Até R$ 5 mil - coordenador** | | | |
| COORDENADOR | | | ___/___/_____ |
| **De R$ 5.000,01 a R$ 10 mil - coordenador e gerente/diretor** | | | |
| GERENTE / DIRETOR | | | ___/___/_____ |
| **De R$ 10.000,01 a R$ 50 mil - coordenador, gerente/diretor, 2 diretores** | | | |
| 2 DIRETORES | | | ___/___/_____ |
| **Acima de R$ 50.000,01 - coordenador, gerente/diretor, 2 diretores, diretor-presidente** | | | |
| DIRETOR - PRESIDENTE | | | ___/___/_____ |

**5. Cadastro do Fornecedor contratado**

| | | | | Certidões (informar data de validade) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **CNPJ** | **Inscrição Municipal** | **Optante pelo SIMPLES?** | **Tem cadastro para Isenção do ISS na prefeitura de SP?** | **FGTS** | **INSS** | **Trib. Mobililiários** | **Divida Ativa** |
| | | | | | | | |

**6. Forma de Pagamento**

☐ Portador ☑ Boleto ☐ Depósito (Se depósito bancário informar os dados bancários do fornecedor ao lado)

| Banco | Agência | Conta corrente* |
|---|---|---|
| | | |

*A conta corrente deve ser em nome do fornecedor , vinculado ao CNPJ

**7. Para preenchimento do Financeiro**

Retenção de impostos

IR _____ Pis _____ Valor liquido a pagar _____

ISS _____ Cofins _____

INSS _____ CSLL _____ Aprovação Coord. Financeiro Ethos _____

# POLÍTICA DE COMPRAS PARA ENVIO AO FORNECEDOR

**atualizado em julho 2014**

**Diretrizes gerais**

O Instituto Ethos segue as seguintes diretrizes gerais para contratação de fornecedores:

1. Fazer no mínimo três cotações;
2. Não receber quaisquer vantagens ou benefícios pessoais provenientes de empresas fornecedoras ou participantes de processo de compra ou contratação;
3. Não contratar fornecedores que tenham parentesco de primeiro grau com funcionários ou conselheiros;
4. Não contratar ex-funcionários até seis meses após o término do Contrato de Trabalho, seja como profissional autônomo, seja como pessoa jurídica;
5. O critério primordial de escolha do fornecedor será o de menor preço. Se na contratação for utilizado outro critério, as escolhas deverão ser justificadas. Entre as justificativas possíveis, os seguintes critérios são considerados:

a. Sempre que possível, privilegiar fornecedores locais, micro e pequenas empresas e empreendimentos da economia solidária, como forma de apoio ao desenvolvimento econômico sustentável.
b. Sempre que possível, priorizar empresas que possuam certificações socioambientais, como FSC, Lide, Seflor etc.

**Obrigações do fornecedor**

Os fornecedores deverão estar em dia com o cumprimento da legislação. O Instituto Ethos exige dos seus fornecedores a cópia das seguintes certidões:

1. Certidão Negativa de Débitos – CND (*site* da Receita Federal)
2. Certidão Conjunta de Tributos Federais e Dívida Ativa (*site* da Receita Federal)
3. Certidão de Tributos Mobiliários (PMSP)
4. Certidão de Regularidade FGTS (*site* da CEF)
5. Caso seja optante pelo Simples Nacional, encaminhar a opção

Além disso, os fornecedores não podem constar no Cadastro de Empregadores Portaria 540, de 15 de outubro de 2004, denominada "Lista Suja" do Trabalho Escravo (*http://www.reporterbrasil.org.br/pacto/listasuja/info/pt*). É desejável a observação dos critérios relacionados ao trabalho decente também na relação dos fornecedores com sua cadeia de valor.

O Ethos também consultará o Cadastro de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), da Controladoria-Geral da União.

# PROCEDIMENTOS DE CONTAS A PAGAR*

**atualizado em julho 2014**

Este procedimento visa estabelecer o processo, prazos e orientações aos colaboradores do Instituto Ethos para recebimento de notas fiscais e documentos para pagamentos de compromissos assumidos pela organização com seus fornecedores a partir de um processo de compras realizado pela área contratante.

A área contratante é responsável pelo processo de compra, pela regularidade das documentações e notas fiscais enviadas para pagamento e pelo cumprimento dos prazos aqui estabelecidos.

A área financeira é responsável pelo recebimento dos documentos e notas fiscais para o pagamento, conferência das informações e processamento do pagamento, seguindo o processo aqui estabelecido, conferência das alçadas de aprovações e da conformidade, transparência e confiabilidade das informações.

## **I.** DATAS DE PAGAMENTO E ENVIO DE DOCUMENTOS

Os pagamentos devem ser concentrados nos seguintes dias do mês: 10, 20 e 30. Ao contratar serviços ou fazer uma compra, o vencimento deve estar programado para uma dessas três datas.

As notas devem ser entregues ao departamento financeiro, no escaninho de contas a pagar, até 10 dias antes do vencimento (por exemplo: se a nota vence no dia 20 de dezembro, o prazo de envio é até 10 de dezembro).

Lembramos que os pedidos de contratação de serviços/produtos deverão estar devidamente preenchidos (projeto, código administrativo, forma de pagamento e dados bancários), respeitando a Política de Compras.

Solicitações de pagamento enviadas fora do prazo não serão processadas.

As notas fiscais devem ser entregues no mesmo mês em que foram emitidas, por conta dos impostos, que têm recolhimento no início do mês seguinte à emissão da nota.

Todos os pedidos de pagamento devem passar pelo gestor financeiro do centro de custo antes de seguirem para sua conclusão.

Para pagamentos parcelados, a nota fiscal deverá ser emitida no valor total do serviço e ter discriminadas em seu corpo as datas de pagamento de cada uma das parcelas. Caso os pagamentos sejam com boletos, todos os boletos referentes a cada parcela devem ser entregues ao financeiro, juntamente com a nota fiscal e o pedido de compras aprovado. Deve-se pagar a última parcela sempre depois de o serviço ser finalizado ou de a compra ser entregue.

Todos os pagamentos entregues no escaninho devem ser registrados num formulário específico simples por aquele que estiver entregando o pagamento. O formulário estará na mesa do responsável por Contas a Pagar, em local de fácil acesso. Este procedimento será adotado para evitar perdas de documentos.



## **II.** REEMBOLSOS

Todo gasto deverá estar estritamente relacionado com a realização de transações ou operações exigidas pela atividade do Instituto Ethos. Formulário anexo: *U:__BiblioEthos\Institucional\Políticas,Procedimentos\Formulários e referências\Formulário de reembolso de despesas.xls*

Os reembolsos devidamente aprovados serão efetuados nas mesmas datas dos pagamentos (10, 20 e 30), sendo que a documentação deverá ser entregue com no máximo 10 dias corridos de antecedência. Os relatórios de reembolsos deverão ser entregues até, no máximo, dois meses após a despesa mais antiga constante no relatório. Despesas com data superior a este prazo não serão reembolsadas.

Somente serão aceitos e reembolsados os gastos comprovados por documentos originais e com validade fiscal (notas fiscais, cupons fiscais, recibos de táxi e declarações de uso de transporte público, bilhetes de ônibus intermunicipais), devidamente quitados, sem rasuras ou adulterações, no período compreendido pela viagem e/ou serviço externo, emitidos preferencialmente em nome da empresa e, quando não for possível, em nome do viajante ou "Ao Consumidor".

No caso de despesas realizadas para mais de uma pessoa (ex: almoço), explicitar o número de pessoas na descrição da despesa.

Os gastos sem comprovantes fiscais válidos não serão reembolsados.

Especialmente para os casos de gastos em que não haja possibilidade de comprovação documental (ex.: ônibus urbano), sempre observando-se os costumes e normas legais da região/país visitado, o Ethos acatará e fará o reembolso, desde que exista descrição dos gastos, as circunstâncias em que foram realizados e dentro de limites plausíveis (preencher declaração específica para esse fim).

Nos casos de reembolsos de gastos em moeda estrangeira, será utilizada a taxa de conversão do cartão de crédito utilizado para os pagamentos.

O solicitante deve colar todos os comprovantes de gastos em papéis sulfite (somente de um lado), na ordem em que aparecem no relatório, e anexá-los ao formulário de reembolso, que deve ser impresso em papel limpo (não rascunho), pois este é um documento contábil e fiscal. Seguir as instruções da alçada de aprovação e entregar à recepcionista.

Todos os reembolsos devem passar pelo gestor financeiro do centro de custo antes de seguir para pagamento.

Serão utilizados os seguintes parâmetros para os reembolsos de alimentação e quilometragem em território nacional:

| DESPESAS | REFERÊNCIA (R$) |
|---|---|
| café da manhã | 15,00 |
| almoço | 25,00 |
| jantar | 35,00 |
| TOTAL ALIMENTAÇÃO / DIA | 75,00 |
| quilometragem | 0,80 km |

Serão utilizados os seguintes parâmetros para os reembolsos de alimentação fora do Brasil:

| DESPESAS | REFERÊNCIA (US$/€) |
|---|---|
| café da manhã | 15,00 |
| almoço | 25,00 |
| jantar | 35,00 |
| TOTAL ALIMENTAÇÃO / DIA | 75,00 |

Dentro da referência do valor de $ 75,00 ao dia para refeições, é possível compensar o valor de uma das refeições com o de outra (ex.: café da manhã mais caro, a $ 20,00, com almoço mais barato, a $ 20,00).

**São despesas não reembolsáveis:**

- Bebidas alcoólicas;
- Itens de farmácia: produtos de higiene pessoal e medicamentos;
- Móveis e utensílios (ativo);
- Compras a prazo;
- Compras de material existente em estoque;
- Aquisição de produtos e serviços para os quais já existe contrato guarda-chuva;
- Despesas de terceiros (familiares, amigos e convidados) não relacionados ao trabalho;
- Viagens/passeios de turismo que ocorram antes, durante ou depois da viagem (despesas de transporte, hospedagem, alimentação etc.);
- Lavanderia (salvo caso em que a viagem ultrapasse cinco dias).

**Reembolso pelo Caixinha**

O valor a ser reembolsado pelo Caixinha, por pessoa, por mês, é de R$ 100,00. Este valor não é cumulativo e é necessária a apresentação do mesmo relatório de reembolso e aprovação conforme alçada. No caso de haver adiantamento do Caixinha, a prestação de contas deve ser feita em 24 horas.

## **III.** ADIANTAMENTOS

Os adiantamentos de viagens e eventos devem ser solicitados à Tesouraria com no mínimo cinco dias úteis de antecedência da data de embarque ou do evento.

Os adiantamentos em moeda estrangeira só poderão ser feitos em dólar ou euro e a devolução deve ser feita na mesma moeda do adiantamento.

A prestação de contas deve acontecer em até dois meses depois da volta da viagem ou do encerramento do evento. Caso contrário, o valor deve ser devolvido integralmente. Enquanto não ocorre o acerto, não é possível fazer um próximo adiantamento.

Para adiantamentos em moeda estrangeira, será necessário fazer um relatório para cada tipo de moeda. A taxa de conversão para prestação de contas de adiantamentos em moeda estrangeira será a taxa pela qual o Instituto Ethos comprou a moeda para o adiantamento. Esta será a mesma taxa utilizada para a conversão dos gastos. Consulte a área financeira para obter a taxa.



No fim do ano (viagens em novembro e dezembro), as prestações de contas devem ser entregues até 20/12, por razão de encerramento contábil.

O adiantamento é fornecido apenas aos funcionários do Instituto Ethos.

É importante que o solicitante indique, a cada requisição, a conta corrente na qual deve ser feito o depósito. Atenção: contas-salário (que só recebem o depósito do salário e não permitem movimentação) não devem ser indicadas para adiantamento, pois transferem automaticamente para outro banco apenas os depósitos referentes a salário (outros tipos de depósito ficam retidos na conta).

Os valores de adiantamento serão feitos com base na tabela abaixo (para eventos com presidentes ou vice-presidentes de parceiros estratégicos, os valores podem ser revistos ).

| DESPESAS | REFERÊNCIA (R$) |
|---|---|
| café da manhã | 15,00 |
| almoço | 25,00 |
| jantar | 35,00 |
| TOTAL ALIMENTAÇÃO / DIA | 75,00 |
| imprevistos | 25,00 |
| TOTAL / DIA | 100,00 |

Para as despesas de táxi, devem ser utilizadas as empresas conveniadas e/ou empresas sugeridas pelo Instituto Ethos em determinadas capitais.

| DESPESAS | REFERÊNCIA (US$/€) |
|---|---|
| café da manhã | 15,00 |
| almoço | 25,00 |
| jantar | 35,00 |
| TOTAL ALIMENTAÇÃO / DIA | 75,00 |
| imprevistos | 25,00 |
| táxi | 50,00 |
| TOTAL / DIA | 150,00 |

## **IV.** ALÇADAS DE APROVAÇÃO

É permitida a aprovação de contratação de serviço/produto de acordo com as alçadas de aprovação cumulativas previstas a seguir:

| AUTORIZANTE | VALORES |
|---|---|
| Coordenador | até R$ 5.000,00 |
| 1 Gerente / Diretor | de R$ 5.000,01 até R$ 10,000,00 |
| 2 Diretores | de R$ 10.000,01 até R$ 50.000,00 |
| Presidente | a partir de R$ 50.000,01 |

As assinaturas devem contar com o carimbo ou nome legível do solicitante, bem como do responsável pela aprovação.

No caso de reembolsos, estes devem ser aprovados pelo gerente ou pelo coordenador responsável pelo centro de custo, de acordo com a alçada de aprovação.

Se o reembolso ou pagamento contiver mais de um centro de custo (rateio), é necessária a aprovação do gerente ou do coordenador de cada centro de custo.

Todos os pagamentos e reembolsos devem passar pelo gestor financeiro do centro de custo antes de seguir para o Contas a Pagar.

É vedado ao solicitante a aprovação de seu próprio reembolso.  No caso dos diretores, a aprovação deve ser feita por outro diretor.

Os reembolsos da presidência serão validados por dois diretores.

A emissão dos pagamentos e movimentação financeira de cunho bancário poderão ser efetuadas com as assinaturas dos diretores e/ou procuradores com poderes específicos, sempre em conjunto de dois, sendo obrigatoriamente um deles diretor.

## **V.** REMESSAS INTERNACIONAIS

Todos as remessas internacionais devem ser encaminhadas primeiramente ao setor financeiro, para se fazer uma simulação dos impostos a serem pagos, que variam dependendo do tipo de operação.

O setor financeiro faz uma recomendação à Diretoria para fazer ou não a remessa.

# PROCEDIMENTOS DE UTILIZAÇÃO DA SALA DE REUNIÕES

**atualizado em março de 2013**

O objetivo deste comunicado é apresentar algumas orientações sobre a realização de reuniões no Ethos. Devido à grande frequência de atividades, é importante contarmos com a colaboração de toda a equipe.

Para marcar uma reunião, é necessário observar os seguintes passos:

**Antes da Reunião**

- Mandar um *e-mail* para a Recepção (recepcao@ethos.org.br) pedindo reserva de sala, com antecedência de pelo menos um dia (é possível verificar no Outlook, na agenda de salas, se há sala disponível no horário pretendido). A Sala 1 deve ser usada preferencialmente para videoconferências. Procure deixá-la livre, se não for fazer uso desse recurso.
- O *e-mail* com a solicitação deve conter as seguintes informações:
  - Horário;
  - Quantidade de participantes internos e externos;
  - Quantidade de salas;
  - Necessidade de copa (café, água, copos, xícaras, pratos, tigelas). Obs.: Caso sejam necessárias outras opções, como itens de padaria, o responsável pela reunião fará as solicitações diretamente ao fornecedor;
  - Necessidade de equipamento de vídeo-conferência
- Aguardar a confirmação de reserva pela Recepção.
- A Recepção irá solicitar à equipe de Serviços de Copa para abrir ou fechar as divisórias.
- Em caso de reuniões com mais de cinco pessoas externas, a Recepção irá cobrar lista dos participantes um dia antes e passar para a recepção do prédio, a fim de agilizar a entrada dessas pessoas.
- Em caso de reuniões que envolvam serviço de *buffet*, é necessário avisar, com no mínimo duas semanas de antecedência, tanto o núcleo de Eventos quanto o núcleo Administrativo (enviar *e-mail* para Ethos – Eventos e Ethos – Administrativo), para que o bloqueio da copa possa ser feito. O núcleo Administrativo enviará um aviso para todos sobre o bloqueio da copa, com, no mínimo, um dia de antecedência.

**No dia da reunião**

- O coordenador da reunião será responsável pelos equipamentos a serem usados durante o encontro, como projetores, telefone estrela etc. Eles devem ser retirados do armário de equipamentos (ao final do corredor principal, à esquerda) antes da reunião e guardados no mesmo armário após a reunião. A Sala 1 tem equipamentos para videoconferência instalados permanentemente. Nela, será responsabilidade do coordenador checar os equipamentos um pouco antes da reunião, ligá-los para o uso e desligá-los e guardá-los após o uso. Caso haja dúvidas ou dificuldades na instalação/uso dos mesmos, a equipe de TI poderá ser acionada para orientação, com antecedência, pelo *e-mail* ethos-ti@ethos.org.br. Lembre-se que, no momento da reunião, poderá não haver ninguém de TI no Ethos;
- O coordenador da reunião é responsável pela arrumação das salas (mesas e cadeiras), para garantir que ela esteja conforme suas necessidades. Para isso, ele pode contar com o apoio de pessoas da equipe do Instituto Ethos. Como a equipe de Serviços de Copa é composta somente por duas pessoas, a responsabilidade delas é apenas de abrir e fechar as divisórias das salas;
- Solicitar café e água à equipe da copa, caso seja necessário;
- Ao término da reunião, o responsável deve colocar mesas e cadeiras em suas posições originais.

**Atenção!**

- Se o funcionário não tiver feito reserva, não será permitida a entrada nas salas de reunião sem consulta prévia à Recepção, mesmo que estejam vazias no momento.
- Caso não haja disponibilidade de sala para a realização de uma reunião, o funcionário pode negociar diretamente com as pessoas que fizeram reserva de sala. A Recepção não está autorizada a ceder salas previamente reservadas. Caso a sala seja cedida, aquele que tinha feito a reserva deve autorizar a Recepção a fazer a cessão.
- Em caso de desistência, é necessário que a pessoa avise a Recepção do cancelamento, com a maior antecedência possível