

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**BALANÇO SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA
EVIDENCIAÇÃO DO PERFIL DE ATUAÇÃO SOCIAL:
UM ESTUDO COM BASE EM EMPRESAS DO SETOR
DE TRANSPORTE URBANO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Fabiane Villvock Weber

**Santa Maria, RS, Brasil
2010**

**BALANÇO SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA
EVIDENCIAÇÃO DO PERFIL DE ATUAÇÃO SOCIAL: UM
ESTUDO COM BASE EM EMPRESAS DO SETOR DE
TRANSPORTE URBANO**

por

Fabiane Villvock Weber

Trabalho de conclusão apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, do Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Bacharel em Ciências Contábeis**.

Orientador: Prof. Ms. Joaquim Luiz Rodrigues Dorneles

**Santa Maria, RS, Brasil
2010**

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Contábeis**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão

**BALANÇO SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA EVIDENCIAÇÃO
DO PERFIL DE ATUAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO COM BASE EM
EMPRESAS DO SETOR DE TRANSPORTE URBANO**

elaborada por
Fabiane Villvock Weber

como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

Comissão Examinadora:

Joaquim Luiz Rodrigues Dorneles, Ms.
(Presidente/Orientador)

Tânia Moura da Silva, Ms. (UFSM)

Sidenei Caldeira, Ms. (UFSM)

Santa Maria, 25 de junho de 2010

AGRADECIMENTOS

A Deus,

Ao professor Joakim pela orientação e paciência,

Aos meus pais, Rudmar e Erci,

Ao meu irmão, Alexandre

Por respeitar, acompanhar e apoiar as minhas escolhas.

E as empresas que gentilmente contribuíram, por meio da disponibilização dos
Balanços Sociais, para realização desta pesquisa.

RESUMO

Trabalho de Graduação em
Ciências Contábeis
Universidade Federal de Santa Maria

O BALANÇO SOCIAL COMO INSTRUMENTO PARA EVIDENCIAÇÃO DO PERFIL A ATUAÇÃO SOCIAL: UM ESTUDO COM BASE EM EMPRESAS DO SETOR DE TRANSPORTE URBANO

Autora: Fabiane Villvock Weber

Orientador: Joaquim Luiz Rodrigues Dorneles

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 25 de junho de 2010.

Este trabalho busca conhecer o perfil de atuação social das empresas do setor de transporte coletivo urbano de médio porte certificadas pela Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul. Considerando que a prestação dos serviços de transporte coletivo urbano impacta diretamente a sociedade por meio do deslocamento diário da população. Metodologicamente optou-se pelo multicaso com cunho descritivo e abordagem quali-quantitativa, onde o Balanço Social serve como instrumento de evidenciação e mensuração da responsabilidade socioambiental por meio dos indicadores do corpo funcional, investimentos em cidadania e em meio ambiente. Esse demonstrativo não tem obrigação legal de ser elaborado, tornando-se complementar às demonstrações contábeis e enfatizando as ações econômicas e posturas sociais e ambientais adotadas. As análises das práticas adotadas compreendem, num primeiro momento, os indicadores do corpo funcional evidenciando o quanto a empresa vem destinando de recursos monetários e quais os principais benefícios destinados aos seus funcionários. Num segundo momento analisa-se a destinação dos investimentos ao adotar uma postura de empresa cidadã colaborando com o compromisso de desenvolver programas de valorização nas comunidades. E por último, as ações desenvolvidas no âmbito do meio ambiente de forma a promover o desenvolvimento sustentável e a mitigar os impactos ocasionados pelo desempenho de suas atividades. Os achados permitiram concluir que há a adoção de postura socialmente responsável por parte das empresas objeto desse estudo. Desta forma, quem deseja longevidade em seus negócios deve adotar o desenvolvimento sustentável baseado na união das preocupações econômicas, sociais e ambientais.

Palavras-chave: balanço social, responsabilidade socioambiental, transporte coletivo urbano, desenvolvimento sustentável, perfil de atuação social

ABSTRACT

Work Completion

Course of Science Accounting

Center for Social and Human Sciences

Universidade Federal de Santa Maria

THE SOCIAL REPORT AS A TOOL OF DISCLOSURE AND MEASUREMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY: A STUDY BASED BUSINESSES IN THE URBAN TRANSPORT SECTOR

AUTHOR: FABIANE VILLVOCK WEBER

ADVISOR: JOAQUIM RODRIGUES LUIZ DORNELES

Date and Location of Defense: Santa Maria, June 25, 2010.

This paper seeks to know the profile of social performance of companies in the urban transportation midsize certified by the Legislative Assembly of Rio Grande do Sul. Since the provision of services of urban public transportation directly impacts society through the daily movement of population. These are case studies with a descriptive and qualitative-quantitative approach, where the Social serves as an instrument of disclosure and measurement of environmental responsibility through the indicators of the workforce, investment in citizenship and the environment. This statement has no legal obligation to be established, making it complementary to the financial statements and emphasizing the economic actions and postures adopted social and environmental. The analysis of practices adopted include, first, the indicators of the staff showing how the company has been allocating monetary resources and what the main benefits for its employees, second analyzes the allocation of investments by adopting a stance a corporate citizen working with the commitment to develop recovery programs in communities. Finally, the actions developed under the environment in order to promote sustainable development and mitigate the impacts caused by the performance of their activities. These findings revealed that there is the adoption of socially responsible attitude by business object of this study. Thus, those who want longevity in your business should adopt sustainable development based on union concerns economic, social and environmental.

Keywords: social reporting, environmental responsibility, urban transportation, sustainable development

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| FIGURA 4.1 – Representa a relação entre a idade e o número de funcionários..... | 43 |
| FIGURA 4.2 – Representa os benefícios sociais compulsórios e não obrigatórios.. | 44 |
| FIGURA 4.3 – Representa o perfil de atuação Social | 51 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| TABELA 1 – Enfoque nos stakeholders..... | 18 |
| TABELA 2 – Indicadores do corpo funcional evidenciando dados não- monetários..... | 35 |
| TABELA 3 – Indicadores do corpo funcional evidenciando dados monetários | 36 |
| TABELA 4 – Indicadores dos Investimentos em cidadania | 36 |
| TABELA 5 – Indicadores de ações ambientais..... | 36 |
| TABELA 6 – Base de cálculo..... | 37 |
| TABELA 7 – Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas | 41 |
| TABELA 8 – Demonstrativo da receita líquida anual..... | 41 |
| TABELA 9 – Dados não-monetários do corpo funcional..... | 42 |
| TABELA 10 – Percentuais comprometidos com investimentos em cidadania | 46 |
| TABELA 11 – Percentuais comprometidos com questões ambientais | 48 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BS – Balanço Social

CFC – Conselho Federal de Contabilidade

CRCRS – Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

Ethos – Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

PNQ – Programa Nacional da Qualidade

RAIS – Relatório Anual de Informações Sociais

RRS – Relatório de Responsabilidade Social

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SOGIL – Sociedade de Ônibus Gigante Ltda

SOUL – Sociedade de Ônibus União Ltda

TREVO – Transportes Coletivos Trevo S.A.

VTN – Viação Belém Novo S.A.

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| ANEXO A – Comprometimento de recursos financeiros com ações socioambientais | 63 |
| ANEXO B – Principais tópicos do Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009 – Modelo 1 - Para empresas e sociedades cooperativas..... | 65 |
| ANEXO C – Norma Regulamentar nº5 da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes..... | 73 |
| ANEXO D – Decreto nº 5 - Programa de Alimentação do Trabalhador..... | 78 |
| ANEXO E – Principais tópicos do Balanço Social empresa SOGIL – Sociedade de Ônibus Gigante Ltda | 80 |
| ANEXO F – Principais tópicos do Balanço Social empresa SOUL – Sociedade de Ônibus União Ltda..... | 94 |
| ANEXO G – Principais tópicos do Balanço Social empresa TREVO – Transportes Coletivos Trevo S.A..... | 108 |
| ANEXO H – Principais tópicos do Balanço Social empresa Viação Belém Novo S.A. | 113 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 | Problema | 12 |
| 1.2 | Objetivo geral | 12 |
| 1.2.1 | Objetivos específicos | 13 |
| 1.3 | Justificativa da pesquisa | 13 |
| 1.4 | Organização do estudo | 14 |
| 2 | REVISÃO BIBLIOGRÁFICA | 16 |
| 2.1 | Transportes coletivos urbanos de passageiros | 16 |
| 2.2 | Responsabilidade social corporativa | 17 |
| 2.2.1 | A influência do neoliberalismo nas ações socioambientais | 20 |
| 2.3 | O Balanço Social | 21 |
| 2.3.1 | Balanço Social em diversos países | 25 |
| 2.3.2 | Balanço Social no Brasil | 27 |
| 2.4 | Estrutura do Balanço Social: visão geral | 28 |
| 2.4.1 | Indicadores do corpo funcional | 29 |
| 2.4.2 | Indicadores sociais externos/Investimentos em cidadania | 31 |
| 2.4.3 | Ações ambientais | 32 |
| 2.5 | Certificado de Responsabilidade Social | 33 |
| 3 | METODOLOGIA | 38 |
| 4 | APRESENTAÇÃO, TRATAMENTO E DISCUSSÕES DOS DADOS | 40 |
| 4.1 | Apresentação e caracterização das empresas participantes da pesquisa .. | 40 |
| 4.2 | Exposição e discussão dos dados | 41 |
| 4.2.1 | Dados Monetários | 44 |
| 4.3 | Conteúdo informacional e o perfil de atuação social | 49 |
| 5 | CONCLUSÃO | 52 |
| 6 | REFERÊNCIAS | 56 |
| | ANEXOS | 60 |

1 INTRODUÇÃO

A atuação socialmente responsável das empresas merece destaque no atual mercado competitivo onde se tornou de fundamental importância a mensuração e evidenciação das ações socioambientais desenvolvidas aos diversos públicos de interesse.

Para tanto foi desenvolvida a pesquisa no setor de transporte coletivo urbano por apresentar grande influência na sociedade pelo fato de promover a locomoção de milhares de pessoas diariamente. Mais especificadamente empresas da categoria de médio porte, com receita bruta anual compreendida na faixa de R\$ 10.000.000,01 até R\$ 100.000.000,00.

Destaca-se ainda, que atualmente as empresas têm assumido uma posição de tratamento e de cuidados com as questões socioambientais, o que tem sido revelado através de diversas práticas e recursos de divulgação. Dentre essas práticas destaca-se o Balanço Social.

Através do Balanço Social que essas empresas divulgam os investimentos e benefícios gerados aos colaboradores, ao governo, às comunidades e ao meio ambiente, contribuindo com as gerações presente e futura, incorporando ainda o conceito de sustentabilidade e responsabilidade socioambiental em seu processo de gestão organizacional.

A análise dos dados corresponde às empresas situadas no estado do Rio Grande do Sul. Estado no qual se percebe que a questão socioambiental vem recebendo atenção especial e ênfase do Poder Público, ao ponto da Assembléia Legislativa ter instituído um programa de certificação dirigido às organizações, que desejam destacar suas práticas, ações e benefícios.

Tal programa foi instituído por meio da Lei nº 11.440, de 18 de janeiro de 2000, que cria o Certificado de Responsabilidade Social, tendo por objetivo incentivar as organizações à elaboração e evidenciação de seus demonstrativos sociais e ambientais.

1.1 Problema

A prestação dos serviços de transporte coletivo urbano impacta diretamente a sociedade, seja pela promoção do desenvolvimento econômico por meio do deslocamento das pessoas para as práticas comerciais, seja para o acesso à saúde, à educação e ao lazer. Por outro lado, os transportes por ônibus produzem impactos no meio ambiente, visto que esses veículos utilizam como fontes de energia os combustíveis não-renováveis como óleo diesel e gasolina.

Dessa forma, o problema desta pesquisa consiste em verificar o BALANÇO SOCIAL como instrumento de evidenciação e mensuração da responsabilidade social através de um estudo com base em empresas do setor de transporte urbano de médio porte.

Assim, busca-se conhecer o perfil de atuação social das empresas relevado pelas informações financeiras e não-financeiras expostas nos Balanços Sociais das que participaram da certificação de responsabilidade social instituída pela Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul, nos termos da Lei nº11.440, de 18 de janeiro de 2000.

O estudo limita-se a um grupo de quatro empresas do setor de transporte coletivo urbano de passageiros – Sociedade de Ônibus Gigante Ltda (Sogil), Sociedade de Ônibus União Ltda (Soul), Transporte Coletivo Trevo S.A. e Viação Belém Novo (VBN) – que operam no estado do Rio Grande do Sul, especificamente na região metropolitana, agraciadas com o Prêmio de Responsabilidade Social referente à atuação durante o ano de 2008.

1.2 Objetivo geral

Avaliar a composição e destinação dos recursos financeiros e não-financeiros que as empresas de transporte coletivo revelam nos Balanços Sociais apresentados ao programa de Certificação de Responsabilidade Social instituído pela Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul.

1.2.1 Objetivos específicos

- a) Analisar o conteúdo das informações socioambientais contidas nos Balanços Sociais das empresas;
- b) Classificar os recursos financeiros e não-financeiros para facilitar a revelação do perfil social das empresas e a análise da destinação dos recursos entre as diferentes áreas contempladas pelo Balanço Social, buscando avaliar o direcionamento que lhes foram dados;
- c) Verificar se o Balanço Social adaptado às normas do prêmio de Certificação de Responsabilidade Social atende aos requisitos estabelecidos pela Lei nº 11.440/2000 em seus aspectos estrutural e informacional;
- d) Revelar o perfil de atuação social expostos nos Balanços Sociais apresentados no processo de Certificação de Responsabilidade Social e demais propósitos da Lei nº 11.440/2000.

1.3 Justificativa da pesquisa

Durante toda a trajetória acadêmica, um dos principais assuntos que despertou interesse foi a responsabilidade social, visto que esta influencia diretamente sobre os níveis de qualidade de vida da população. Na perspectiva de contribuir para as reflexões no campo da pesquisa, considerou-se importante saber como as empresas evidenciam suas ações no que se refere à responsabilidade socioambiental.

A escolha por empresas de transportes urbanos se justifica por este setor estar intimamente ligado ao cotidiano da população, visto que a maioria das pessoas depende diretamente da prestação desse serviço. Como este setor é extremamente amplo, e o transporte urbano está presente em todas as localidades do estado, optou-se em pesquisar as empresas de médio porte, com receita bruta anual de 10.000.000,01 até 100.000.000,00, sendo que estas empresas despertam grande interesse pelo fato de já terem maior experiência e estrutura para assumir ações de cunho socioambiental.

Ao tratar da responsabilidade social, percebe-se que nas últimas décadas, diversas organizações, meios acadêmicos, a mídia e empresários têm discutido e

promovido debates sobre o assunto, bem como, manifestado maior engajamento para a promoção de ações sustentáveis.

Desse modo, a responsabilidade socioambiental baseada na união de preocupações econômicas, sociais e ambientais passou a receber maior ênfase do meio empresarial brasileiro a partir do início da década de 90. Houve um aumento significativo da cobrança pelos diversos públicos de interesse para que as empresas passassem, além de produzirem seus produtos e serviços, a introduzir em suas gestões questões voltadas ao social e ao ambiental.

Ressalta-se que no Brasil, ainda não há uma única definição de responsabilidade socioambiental e nem legislação a nível nacional obrigando a evidenciação desses dados, diferentemente do que ocorre com alguns demonstrativos contábeis. Mesmo assim, diversas organizações optaram voluntariamente pela elaboração do Balanço Social como instrumento de transparência e prestação de contas à sociedade. Compreendendo assim, que setor de transportes coletivos urbanos ao prestar o serviço público para o atendimento da locomoção da população apresenta relevância em níveis sociais, econômicos e ambientais.

Em função deste contexto surgem iniciativas que extrapolam os limites das empresas e buscam ampliar a transparência de suas ações, através da criação de estímulos à apresentação e difusão do Balanço Social em todas as representações da sociedade, destacando-se o programa de Certificação da Responsabilidade Social criado pela Lei nº 11.440 de 2000.

Nesse sentido, o presente estudo decorre da necessidade de uma análise crítica das implicações que procedem daquela certificação procurando-se entender a amplitude e relevância das informações reveladas pelas empresas participantes, como previsto na exposição do problema da pesquisa.

1.4 Organização do estudo

O presente trabalho apresenta em seu primeiro capítulo a introdução, a problemática, o objetivo geral e a justificativa da pesquisa.

No segundo capítulo consta a revisão bibliográfica abrangendo os transportes coletivos urbanos de passageiros, conceitos de responsabilidade social corporativa,

o Balanço Social como instrumento da evidenciação e mensuração da responsabilidade socioambiental e seus diversos indicadores.

Já em seu terceiro capítulo apresenta a metodologia adotada para a coleta e análise dos dados. Em seu quarto capítulo encontra-se a apresentação, tratamento e discussões dos dados. E por último, o capítulo 5 apresenta as conclusões e recomendações acerca do trabalho realizado.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Transportes coletivos urbanos de passageiros

A prestação dos serviços de transporte coletivo urbano impacta diretamente a sociedade, seja pela promoção do desenvolvimento econômico por meio do deslocamento das pessoas para o trabalho, seja para o acesso à saúde, à educação e ao lazer.

Quanto à obrigatoriedade de prestação desse serviço, a Constituição Federal de 1988 em seu art. 22, inciso XI estabelece que cabe à União a competência privativa para legislar sobre trânsito e transporte. O mesmo texto constitucional trata em seu art. 30, inciso V de atribuir competência aos Municípios de: “organizar e prestar, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, os serviços públicos de interesse local, incluído o de transporte coletivo, que tem caráter essencial”. Sendo assim, a prestação dos serviços de utilidade pública deve atender às necessidades essenciais do cidadão, podendo ser prestados diretamente pelo Estado, ou por terceiros, mediante remuneração paga pelos usuários e sob constante fiscalização do poder concedente.

O sistema de transporte coletivo urbano influencia a vida das pessoas de diversas formas,

[...] na medida em que é essencial para a população de baixa renda e, ao mesmo tempo, uma importante alternativa a ser utilizada como estratégia para redução das viagens por automóvel, contribuindo para a redução dos congestionamentos, da poluição ambiental, dos acidentes de trânsito e do consumo de combustível (RODRIGUES, 2006, p.1).

Dessa forma, nos dias atuais, a presença de empresas de transportes urbanos é imprescindível para o atendimento às diferentes necessidades de mobilidade das pessoas.

Ainda pode-se citar que o transporte coletivo urbano caracteriza-se, segundo Rodrigues (2006, p. 13-14), por especificidades próprias, a saber:

- Intangibilidade – o bem adquirido não pode ser previamente visto, sentido, tocado ou provado.
- Inseparabilidade – a produção e o consumo ocorrem simultaneamente.
- Variabilidade – é uma atividade de difícil padronização, pois cada viagem ocorre em circunstâncias singulares, quer pelas condições do tráfego, do

clima, do horário, do dia, da quantidade e do tipo de usuários transportados, ou seja, cada viagem é um produto único e diferenciado.

- Perecibilidade – o serviço não pode ser estocado; uma vez oferecido e não consumido, perde-se.
- Consumo intensivo – trata-se de um bem consumido diariamente, pelo menos duas vezes ao dia.
- Consumo coletivo – ao contrário de outros serviços, em que o consumo se dá individualmente com tratamento personalizado, no transporte o consumo ocorre de forma massificada e em grupos nem sempre homogêneos.
- Pagamento antecipado – na maioria das vezes implica pagamento antes da prestação do serviço.
- Interação com o meio ambiente – o serviço é realizado em ambientes não controlados, ao contrário da manufatura, por exemplo.
- Atuação dispersa espacialmente – a operação é bastante dispersa, o que dificulta significativamente a supervisão do serviço e o controle do pessoal.
- Mercados fortemente regulamentados – a rigidez das regulamentações praticadas inibe que o serviço seja prestado em condições mais adequadas às necessidades dos clientes.
- Satisfação com o resultado e com o processo – neste serviço o cliente deseja também além da satisfação com o resultado, a satisfação na participação do processo, ou seja, ele quer chegar ao local e no horário programado e que isso ocorra com segurança e razoável conforto.

Atualmente, o transporte coletivo urbano vem sofrendo influências das abordagens integradas pelas dimensões sociais, econômicas e ambientais no âmbito do desenvolvimento sustentável, o qual se põe como um caminho progressivo em direção ao crescimento econômico mais equilibrado, à equidade social e à proteção mais eficaz ao meio ambiente.

2.2 Responsabilidade social corporativa

Nos últimos anos, diversas entidades empresariais brasileiras estão introduzindo em seus planejamentos estratégicos e em suas gestões organizacionais as preocupações com a responsabilidade social e a compensação dos danos ambientais causados, visando à sustentabilidade do planeta a longo prazo.

Conforme Parente (2004), todas as empresas devem ter definidos quais são os seus valores, seus princípios, sua missão e sua visão. Assim, devem modificar o seu modo de agir e de conduzir os negócios e permear a sua gestão empresarial com o desenvolvimento da responsabilidade socioambiental em todos os níveis hierárquicos da empresa, tornando-se co-responsável pelo desenvolvimento social.

Ressalta-se que é a partir da criação de uma cultura organizacional sustentável e de acordo com os fundamentos da sociedade que a empresa passa a

construir relações de qualidade com os seus diversos *stakeholders*¹. Assim, as ações desenvolvidas, as quais buscam o desenvolvimento de programas e projetos sociais, agregam valor à imagem da empresa, trazendo reconhecimento da comunidade onde atua e torna-se um diferencial competitivo em determinado setor da economia.

Na Tabela 1, estão descritas as principais partes interessadas, seus objetivos e de que forma visualizam as empresas.

Tabela 1 – Enfoque nos stakeholders

| ORIENTAÇÃO | OBJETIVO | VISÃO |
|--|---|------------------------------|
| Acionistas | Maximização dos lucros | Econômica |
| Estado/governo | Cumprimento das obrigações legais | Jurídica |
| Empregados | Reter e atrair funcionários qualificados | Da área de Recursos Humanos |
| Comunidade | Relacionamento socialmente responsável com a comunidade na qual se insere | Assistencialista |
| Fornecedores e compradores | Relações comerciais éticas | Cadeia de produção e consumo |
| Publicação de relatórios e promoção da marca | Balanço social | Marketing social |
| Ambiente natural | Desenvolvimento sustentável | Ambiental |

Fonte: Ashley (2003, p. 37)

Todos esses grupos de interesse devem ser considerados para que a RSC passe “a ser sustentável e a agregar valor quando alinhada à estratégia empresarial, refletindo os valores da empresa e permeando sua missão, objetivos estratégicos” (Fedato, 2005, p. 30).

Segundo Ashley (2003, p. 73), o conceito de responsabilidade social no Brasil é considerado recente, já que em suas palavras “as primeiras discussões remontam a meados da década de 1970, tendo como protagonista a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE) Brasil, cujo objetivo inicial era promover o debate sobre o balanço social”. Essa entidade é constituída por empresários cristãos que apresentam suas práticas e princípios baseados na doutrina social da igreja.

Porém, foi na década de 90 que a economia brasileira passou por diversas mudanças na estrutura produtiva e no emprego, devido ao plano de estabilização do nível de preços e valorização cambial. Expondo assim, a economia dos setores produtivos nacionais e causando impactos no mercado de trabalho.

¹ O termo Stakeholder, de acordo com BARBIERI & CAJAZEIRA (2009) apud FREEMAN (1994), consiste na pessoa ou grupo com interesse na empresa ou que afeta ou é afetado por ela.

Considerando que toda empresa desempenha a responsabilidade social perante a sociedade promovendo a elaboração de bens, a prestação de serviços, a geração de empregos, pagamento dos tributos e a maximização dos lucros gerando riquezas, é importante considerar aspectos que vão além das obrigações legais. Isso ocorre pelo fato de que, com passar dos tempos, esses aspectos passaram a ser vistos como obrigações mínimas necessárias para sobrevivência da entidade no mercado. Isso porque a sociedade passou a exigir outras atitudes, além daquelas que já vinham sendo praticadas pelo meio empresarial. Assim também entende o Instituto Ethos, ao considerar que a empresa é socialmente responsável quando

[...] vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2009).

Assim, aspectos ambientais e de desenvolvimento sustentável são considerados integrantes das ações de responsabilidade social, isto é,

[...] a atuação das empresas orientada para a Responsabilidade Social Empresarial não implica que a gestão abandone os seus objetivos econômicos e deixe de atender aos interesses de seus proprietários e acionistas; pelo contrário, uma empresa é socialmente responsável se desempenha seu papel econômico na sociedade produzindo bens e serviços, gerando empregos, retorno para os seus acionistas dentro das normas legais e éticas da sociedade (BORGES, 2001, p. 9).

Com base neste autor, pode-se evidenciar que outras questões também passaram a ser abordadas, como a preocupação com o meio ambiente, questões trabalhistas e desigualdade social, fazendo com que os empresários passassem a conceder diversos benefícios para a melhoria da qualidade de vida dos colaboradores e de seus familiares como apoio a projetos educacionais locais e outros aspectos voltados à cidadania.

Dentro da responsabilidade social, assume grande destaque as ações de práticas de responsabilidade socioambiental, que Ashley (2003, p.6 e 7) define como sendo:

O compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e sua prestação de contas para com ela.

De acordo com Neto e Froes (1999), a empresa deverá atuar eficazmente nas dimensões da gestão de responsabilidade social interna e na externa para que seja considerada uma empresa-cidadã.

No Brasil, diferentes instituições passaram a dirigir o seu foco para o estudo da responsabilidade social apresentando como algumas das principais entidades, como FIDES (Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social), Instituto Ethos, GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas), IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), dentre outras. Essas têm como foco uma nova forma de agir no âmbito empresarial, o que propicia uma conotação cidadã às atividades realizadas pelas instituições.

Com relação ao âmbito internacional, a *Global Reporting Initiative* (GRI) é quem merece destaque quanto à elaboração de modelo para relatórios de sustentabilidade aplicáveis globalmente, promovendo a melhoria contínua na elaboração e divulgação desse modelo. Segundo a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, “O conjunto de princípios, protocolos e indicadores desenvolvidos pela GRI torna possível gerir, comparar e comunicar o desempenho das organizações nas dimensões social, ambiental e econômica”.

2.2.1 A influência do neoliberalismo nas ações socioambientais

Em virtude das iniciativas socioambientais, Montaño (2005) afirma que as mudanças causadas pelo neoliberalismo, em diversos países latino-americanos, acabaram por eliminar direitos sociais conquistados no passado. No Brasil, país que possuía uma rede estruturada de proteção social, gerou discrepâncias quanto ao desemprego e a precarização do trabalho, aumentando o número de excluídos das condições mínimas de dignidade da pessoa humana.

Essas ideias neoliberais mudaram a relação entre Estado e entidades da sociedade civil, ocorrendo a redefinição do papel Estatal na economia, passando a apresentar como objetivo a regulação e fiscalização das ações públicas ao invés do papel do Estado provedor do bem-estar social que vinha até então desempenhando. Pode-se dizer que o neoliberalismo é uma tentativa de reestruturar a economia defendendo a delimitação interventiva do Estado, principalmente na esfera produtiva realizando a privatização de órgãos governamentais. Essas mudanças ocorridas na sociedade exigem mudanças no modo com que os empresários gerenciam seus

negócios, fazendo uso do desenvolvimento tecnológico e aproveitando as oportunidades do mundo globalizado, como menciona Ashley (2003, p. 3):

O crescente aumento da complexidade dos negócios, principalmente em decorrência do processo de globalização e da velocidade das inovações tecnológicas e da informação, impõe ao empresariado nacional uma nova maneira de realizar suas transações. Além disso, as crescentes disparidades e desigualdades de nossa sociedade obrigam a repensar o desenvolvimento econômico, social e ambiental.

Diante disso, foi a partir das mudanças ocorridas que surgiram os três setores sociais, em que o primeiro setor corresponde ao Estado representado pelo governo e seus recursos e fins públicos. O segundo setor é o privado com seus recursos e fins privados e o terceiro setor, o qual é constituído pelas organizações da sociedade civil (ETHOS, 2005).

Nesse sentido, as desigualdades sociais vêm acentuando as discussões acerca da necessidade de um maior envolvimento das empresas nas questões socioambientais. Propondo uma maior transparência dos reflexos das suas ações, revelando à comunidade o perfil de atuação quanto às atividades sociais desempenhadas. Destaca-se que as organizações privadas concentram poder econômico e possuem capacidade de estimular o seu público interno para contribuir na melhoria da sociedade.

No que refere a estas organizações, evidenciou-se uma evolução na atuação social, pois, em um primeiro momento, as práticas eram de cunho assistencialista baseadas em doações eventuais de recursos financeiros ou materiais, ou seja, práticas de caridade sem dar sequência ao comprometimento assumido. O discurso de Machado Filho (2002, p. 87) corrobora essa teoria ao afirmar que “quando uma organização se engaja na filantropia, está confrontando-se com a necessidade de alocar recursos para atividades que não estão diretamente relacionadas com os objetivos de negócios imediatos”.

2.3 O Balanço Social

É a partir do trabalho das organizações já citadas anteriormente, que foram promovidos debates sobre os objetivos e finalidades dos relatórios de responsabilidade social. Nesse sentido, tem crescido a cada ano a divulgação

informacional da responsabilidade social corporativa por meio da elaboração dos Balanços Sociais. Esse demonstrativo é complementar às demonstrações contábeis, não tem obrigação legal de ser elaborado no Brasil e apresenta como finalidade precípua a satisfação de necessidades de seus diversos usuários quanto às informações econômicas e socioambientais oriundas da atuação social em termos de evidenciação, como bem define Reis e Medeiros (2007, p. 75):

O Balanço Social divulgado como um demonstrativo técnico-gerencial pelas empresas é um conjunto de informações sobre a atuação social das mesmas em relação aos programas sociais para empregados (benefícios), entidades de classe (associações, sindicatos, etc.), governo (impostos) e cidadania (meio ambiente, parques, praças, dentre outros), bem como permite aos agentes econômicos visualizarem essas ações sociais e relacionarem o desempenho econômico-financeiro ao desempenho operacional, ao desenvolvimento econômico e ao crescimento.

Dessa forma, o BS serve como instrumento de transparência das ações das empresas na gestão corporativa e diálogo com a sociedade, evidenciando as ações econômicas, sociais, ambientais e outros benefícios que são realizados em prol da sociedade a fim de minimizar a disparidade brasileira entre o social e o econômico, promovendo, assim, o desenvolvimento social.

Conforme Pertile (2009), as ações que possuem obrigatoriedade legal não deveriam ser incluídas nos relatórios de sustentabilidade das empresas por constituírem obrigação condicional e não uma opção de caráter social condicionada apenas aos interesses da empresa.

Até o momento, não há um modelo e nem indicadores oficiais para divulgação da responsabilidade social corporativa, embora sejam utilizados diversos modelos de Balanço Social criados por legislações estaduais, municipais, bem como por entidades privadas e órgãos de classe. O que os distingue entre si são as nomenclaturas e as pequenas diferenças nos enfoques adotados dependendo das instituições que desempenham o debate quanto à evidenciação dessas informações.

Nessa perspectiva, o Conselho Federal de Contabilidade criou a Norma Brasileira Contábil Técnica 15 – Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental – que ao ser elaborada deverá evidenciar os seguintes dados e informações de natureza social e ambiental:

- a) a geração e a distribuição de riqueza;
- b) os recursos humanos;
- c) a interação da entidade com o ambiente externo;

d) a interação com o meio ambiente.

Essa norma também orienta quanto à publicação do demonstrativo sendo obrigatória a sua apresentação comparativa ao exercício imediatamente anterior, além de ser divulgada como informação complementar às demonstrações contábeis.

Nesta perspectiva, Ludícibus *et al.* (2003, p. 33) citam as quatro vertentes que compõem o Balanço Social: “o Balanço Ambiental, o Balanço de Recursos Humanos, Demonstração do Valor Adicionado e Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral”.

A demonstração do valor adicionado contém as mesmas informações dispostas na Demonstração do Resultado do Exercício e revela a capacidade de geração e distribuição da riqueza entre os diversos públicos que contribuíram direta ou indiretamente para sua geração. Isso pode ser constatado na Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 3.7 em que “a Demonstração do Valor Adicionado é a demonstração contábil destinada a evidenciar, de forma concisa, os dados e as informações do valor da riqueza gerada pela entidade em determinado período e sua distribuição” (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2008, p. 147).

Outra definição de Balanço Social conforme Tinoco (2006, p. 14) “é um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários”.

O Balanço Social é um instrumento de transparência das ações de responsabilidade socioambientais da entidade contribuindo para a melhoria da imagem, da produtividade de seus colaboradores e da fidelidade de seus clientes, demonstrando seu grau de comprometimento com os diversos públicos, os *stakeholders*.

Muitos dos dados utilizados para elaboração do Balanço Social são extraídos do setor de contabilidade como, por exemplo, número de funcionários, gastos com os encargos trabalhistas e recursos financeiros direcionados aos programas de preservação do meio ambiente. Para Tinoco (2006, p. 14), “é por meio da contabilidade que as entidades divulgam aos seus diferenciados usuários seu desempenho econômico, financeiro, social e de responsabilidade corporativa e pública”.

Para a elaboração desse demonstrativo, busca-se no banco de dados da contabilidade uma série de dados capazes de gerar informações úteis aos diversos públicos interessados e se forem de responsabilidade do profissional contábil faz-se necessária a indicação quanto às informações prestadas como faz referência a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15:

As informações contábeis, contidas na Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, são de responsabilidade técnica de contabilista registrado em Conselho Regional de Contabilidade, devendo ser indicadas aquelas cujos dados foram extraídos de fontes não-contábeis, evidenciando o critério e o controle utilizados para garantir a integridade da informação. A responsabilidade por informações não-contábeis pode ser compartilhada com especialistas (CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE, 2004).

Dessa forma, a elaboração do balanço social conta com além do profissional de contabilidade, com profissionais do setor de qualidade e comunicação.

Segundo CARVALHO (*apud* KROETZ, 2000, p. 78 e 79), o processo de implementação do Balanço Social é composto por quatro fases:

1. *Fase política* – traduzida na tomada de consciência, por parte do corpo diretivo da entidade, da necessidade do Balanço Social como um instrumento gerencial e de relações públicas; tomada de consciência da responsabilidade social da entidade. Também inclui-se nesse estágio a “venda” da proposta para todo o quadro funcional, pois a construção de um bom Balanço Social depende do engajamento da totalidade do grupo organizacional;
2. *Fase operacional* – etapa em que se busca implantar de forma operacional a demonstração do Balanço Social, exigindo, muitas vezes, o aperfeiçoamento da estrutura sistêmica organizacional e de seus vários subsistemas, viabilizando a coleta, o tratamento e a geração de informações;
3. *Fase de gestão* – mediante a integração dos novos objetivos sociais no negócio, durante o qual o Balanço Social passa de simples instrumento de informação para instrumento de apoio à gestão. Nessa fase, adicionam-se os objetivos sociais e ecológicos aos objetivos econômicos, afetando o processo da tomada de decisão nos diversos níveis da entidade, transformando-se em subsídio para o planejamento estratégico;
4. *Fase de avaliação* – etapa em que são avaliados os procedimentos utilizados na preparação e comunicação das informações, bem como a influência que as novas posturas administrativas, identificadas com a responsabilidade social e ecologicamente correta. É a fase da retroalimentação do sistema, reavaliando todos os procedimentos, informações, implementações e resultados, oriundos da análise do Balanço Social.

Assim, o Balanço Social é construído a partir da integração entre os diversos setores da empresa e da conscientização das práticas sociais a fim de promover ações relacionadas à cidadania e ao meio ambiente.

Para finalizar, Tinoco (2006) considera o Balanço Social como sendo uma necessidade de gestão e de resposta a uma demanda de informações tendo como objetivos o fornecimento de um quadro de indicadores a um determinado grupo social.

2.3.1 Balanço Social em diversos países

Com o intuito de dar transparência às ações de responsabilidade socioambientais desenvolvidas, as empresas têm elaborado o Balanço Social. Tinoco (2006) relata como sendo a década de 60 o período inicial na elaboração desse demonstrativo nos EUA e na Europa, principalmente na França, na Alemanha e na Inglaterra.

Para Reis e Medeiros (2007, p. 38), a elaboração e o desenvolvimento dos Balanços Sociais “começaram a ser efetuados no início dos anos 70, na América do Norte e na Europa, desenvolvendo-se principalmente nos EUA, na França, na Bélgica, em Portugal e na Inglaterra”.

Dentre os diversos países que possuem legislações para elaboração e divulgação do Balanço Social, a França merece destaque por ter sido o primeiro país a criar uma lei tornando obrigatória a elaboração do instrumento de evidenciação das informações sociais, mas foram as organizações norte-americanas as primeiras a efetuarem a prestação de contas ao público devido às pressões sociais sofridas, conforme relatam Reis e Medeiros (2007, p. 39):

A guerra do Vietnã, com a utilização de armamentos sofisticados, que prejudicou o homem e o meio ambiente, e a discriminação de raça e sexo no emprego, fizeram com que a população debatesse mais abertamente a questão da posição das empresas perante a sociedade e exigisse uma posição mais ética.

Por consequência disso, a elaboração e publicação dos demonstrativos de responsabilidade social norte-americanos estão voltados principalmente aos usuários externos e apresentam informações socioeconômicas vinculadas “ao comportamento a respeito da população, participação em obras culturais, à contribuição da empresa aos transportes coletivos na cidade e a outros benefícios à coletividade” (Tinoco, 2006, p.126).

Diferentemente do enfoque norte-americano, os Balanços Sociais dos países europeus enfatizam as causas ambientais e os indicadores sociais internos. Em 1972, a empresa francesa Singer foi a primeira empresa a elaborar o Balanço Social “como forma de evidenciar suas atuações no campo social” (Reis e Medeiros, 2007, p. 42). Nesse mesmo país, surgiu a primeira lei que impunha às empresas que tivessem mais de 300 funcionários a elaborar e publicar periodicamente o Balanço Social, submetendo-o aos respectivos comitês das empresas e aos delegados sindicais, a qual ficou conhecida como *Rapport Sudreau* (TINOCO, 2006).

Em 1982, ocorreu a reforma do Plano Contábil francês e, a partir do ano seguinte, as organizações foram obrigadas a elaborar a Demonstração do Valor Adicionado segregada do Balanço Social.

Em Portugal, foi em 1974 com a Revolução dos Cravos que “[...] houve uma completa abertura em todos os campos – político, social, comunitário e também na divulgação de informação contábil, econômica e social” (TINOCO, 2006, p. 131).

Os primeiros BS portugueses foram elaborados espontaneamente em 1977, pois a primeira lei surge em meados de 1985, aprovando a implantação do Balanço Social “para as empresas públicas, as empresas participadas e as empresas que tenham 500 ou mais trabalhadores a seu serviço no termo de cada ano civil, qualquer que seja seu regime contratual” (Ibid., p. 132).

Hoje em dia, vigora o Decreto-lei nº 9, de 22 de janeiro de 1992, o qual alterou o número mínimo de funcionários na entidade, para ser obrigatória a elaboração do demonstrativo sobre os aspectos sociais, de 200 para 100 colaboradores. Após ser elaborado, esse documento deve ser enviado ao Departamento de Estatística do Ministério do Emprego e da Segurança Social.

O Balanço Social português foi espelhado no modelo francês, embora esse apresente um número bem inferior de indicadores e subindicadores em relação àquele de acordo com Medeiros e Reis (2007).

Na Alemanha, há ausência de legislação específica sobre o assunto, conquanto diversos professores universitários, banqueiros e institutos estejam estimulando as diversas organizações empresariais à divulgação dos BS com enfoque nos aspectos ambientais e nas condições do trabalho.

Já o enfoque holandês está direcionado ao uso de dados sobre as condições do funcionário e às diversas estatísticas sobre o ambiente de trabalho, embora não deixe de lado as considerações econômicas. Segundo Tinoco:

A Holanda foi o primeiro país do mundo a ter publicado os *Social Jarverslag* (Relatórios Sociais), seja sob a forma de jornal interno, seja no corpo do relatório anual dos acionistas, seja sob a forma de um relatório separado, publicado ao mesmo tempo que o relatório anual (TINOCO, 2006, p. 127).

Já na Bélgica, quanto à divulgação das informações socioeconômicas é semelhante ao caso da Holanda. A regulamentação criadora do Balanço Social foi instituída por Decreto Real em 1973 e reúne informações sociais e empresariais, diferentemente do que ocorre na França.

Em 1996, através do Decreto Real Moniteur Belga, foi instituído o Balanço Social belga, tornando obrigatória a elaboração e publicação anual para todas as empresas.

Destacando-se pela [...] função decisória para o governo, objetivando a tomada de decisões no campo da política e do emprego [...] (MEDEIROS; REIS, 2007, p. 49).

Nos anos 90, o Sindicato do Comércio e Indústria da Suécia recomenda a elaboração do Balanço Social com ênfase nas informações para os funcionários da empresa. Também na Inglaterra há diversas entidades de classes exercendo pressões para a divulgação de informações socioeconômicas de um modo mais amplo do que aquelas presentes nos demonstrativos contábeis e foram atendidos. Atualmente não há obrigatoriedade legal para fins de publicação do Balanço Social.

2.3.2 Balanço Social no Brasil

Com o passar dos anos, as empresas brasileiras também passaram a ampliar o seu papel na sociedade por meio da inserção da responsabilidade social e ambiental em suas atividades, além da geração de lucros e aperfeiçoamento dos processos produtivos.

As primeiras repercussões do assunto, dentre o meio empresarial, ocorreram na década de 60 quando houve a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Posteriormente, em 1977, ocorreu o 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas, cujo objetivo principal foi o debate sobre o Balanço Social e, dois anos depois, passaram a organizar congressos anuais sobre o tema.

A primeira espécie de relatório tratando sobre recursos humanos e sociais foi criada por meio do Decreto-Lei nº 76.900, de 24 de dezembro de 1975, o qual

instituiu a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), destinada ao Ministério do Trabalho, conforme art. 1º “[...] a ser preenchida pelas empresas, contendo elementos destinados a suprir as necessidades de controle, estatística e informações das entidades governamentais da área social”.

Porém, o primeiro Balanço Social a ser elaborado e publicado no Brasil foi da empresa petroquímica estatal: Nitrofértil. Era um relatório de cunho social e buscava mostrar o processo participativo desenvolvido, e sua evidenciação ocorreu de forma voluntária. Logo em seguida, no ano de 1985, o sistema Telebrás realizou a publicação de seu relatório de projetos, benefícios e ações desenvolvidas na área social.

No entanto, a partir da década de 90, houve maior interesse dos empresários brasileiros na responsabilidade social, desenvolvendo ações sociais concretas inseridas nas estratégias empresariais. Destaca-se que, em 1997, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, por intermédio do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), iniciou uma campanha em nível nacional pela conscientização e publicação voluntária do Balanço Social, tornando essas empresas verdadeiras empresas-cidadãs.

Quanto à previsão legal, houve diversas iniciativas para elaboração de legislações e regulamentações nas diferentes esferas federal, estadual e municipal. Sendo que duas iniciativas municipais merecem destaque por estimularem a elaboração e apresentação dos Balanços Sociais para difundir as práticas de responsabilidade socioambiental no meio empresarial.

Em São Paulo, através da Resolução nº 5/98, foi instituído o *Dia da Empresa Cidadã* e o *Selo Empresa Cidadã* a fim de estimular a divulgação e reconhecimento das empresas que apresentarem qualidade em seu Balanço Social, servindo como estímulo à divulgação. Já na capital do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, foi criado o *Selo da Cidadania* tornando obrigatória a publicação do BS para as empresas com sede na capital e com número superior a 20 funcionários.

2.4 Estrutura do Balanço Social: visão geral

Ao elaborar o Balanço Social, as empresas estão prestando contas dos resultados quanto à sua postura em relação às ações de responsabilidade

socioambientais por meio de indicadores qualitativos e quantitativos que abrangem principalmente as questões sociais internas, externas (comunidade) e ambientais.

Nessa visão, Tinoco (2006, p. 40) menciona a necessidade do Balanço Social em “utilizar ao máximo os indicadores disponíveis, nos diversos departamentos funcionais das organizações, e sua função básica é reunir esses indicadores e dar-lhes um tratamento adequado em termos de *disclosure* para os agentes sociais”.

Nesse sentido, percebe-se a importância da política de divulgação e transparência de informações das empresas, em que a divulgação deve ser feita com qualidade, oportunidade e clareza para possibilitar, aos diversos usuários, uma compreensão do envolvimento da empresa com questões sociais e ambientais, além da preocupação com os indicadores econômicos nas demonstrações contábeis tradicionais.

Dentre os diversos indicadores de RSC, destacam-se aqueles voltados às questões sociais internas, os sociais externos voltados à comunidade e as ações ambientais.

2.4.1 Indicadores do corpo funcional

Em relação aos indicadores do corpo funcional, as empresas vêm se adaptando às mudanças significativas no mercado de trabalho pelo fato de que:

[...] os objetivos organizacionais são atingidos por meio da administração com as pessoas, como consequência deve-se ter uma preocupação estratégica com o recrutar, selecionar, acompanhar, orientar e desenvolver seus colaboradores, sempre contando com uma gestão transparente, coerente e pró-ativa (ORLICKAS, 2001, p. 35).

Ainda sobre o relacionamento das empresas com o seu quadro funcional, Reis e Medeiros (2007, p. 106) relatam que:

os indicadores de Desempenho Social relativos aos funcionários da empresa demonstram que organizações socialmente responsáveis não se limitam a respeitar direitos consolidados na legislação trabalhista e nos padrões da Organização Internacional do Trabalho (OIT), mas além desse pressuposto indispensável, investem também no desenvolvimento profissional e pessoal de seus empregados, na melhoria das condições de trabalho e de suas relações com todos os seus colaboradores.

Quanto às obrigações dispostas nas legislações trabalhistas e previdenciárias, encontram-se principalmente o pagamento de salários, décimo terceiro salário, adicional de 1/3 de férias, parcelas de contribuição para o Instituto

Nacional de Previdência Social, recolhimento do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS). Além disso, as atuais políticas empresariais vêm concedendo inúmeros benefícios para o atendimento das necessidades de seus colaboradores, dentre elas encontram-se: capacitação profissional, bolsas de estudo, plano de saúde para si e para os seus dependentes, participação nos lucros e auxílio-creche, entre outros.

Em virtude disso, Chiavenato (2004, p. 314) afirma que “uma das maneiras de facilitar a vida dos funcionários é oferecer-lhes benefícios e serviços que, se a organização não o fizesse, teriam de ser comprados no mercado com o salário recebido”. Isso porque, muitas vezes, o empregado não apresentaria condições de pagar um plano de saúde para si e para sua família, caso não houvesse o convênio proporcionado pelo empregador.

Alguns fatores responsáveis pela origem e crescimento dos benefícios compreendem as exigências dos sindicatos, legislação trabalhista e previdenciária imposta pelo governo, atitude do funcionário quanto aos benefícios, competição entre empresas para reter e atrair talentos, controle salarial exercido pelo mercado indiretamente e procura, pelas empresas. Além disso, alguns benefícios opcionais podem se tornar obrigatórios devido a acordos ou a convenções coletivas.

Ainda, a capacitação profissional e o treinamento dos funcionários devem ser realizados por meio de processos contínuos, constantes e ininterruptos para que sejam formas eficazes de agregar valor às pessoas, às empresas e às inter-relações entre empresa e clientes. Para Chiavenato (2004, p. 339), o treinamento é: “considerado um meio de desenvolver competências nas pessoas para que se tornem mais produtivas, criativas e inovadoras, a fim de contribuir melhor para os objetivos organizacionais e se tornarem cada vez mais valiosas”.

Quanto aos benefícios segurança e higiene no trabalho, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) dispõe sobre a constituição de Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) através da Norma Regulamentar nº-5 do Ministério do Trabalho e Emprego para as empresas privadas com empregados regidos pela CLT contendo mais de 20 empregados para assegurar o pleno emprego de mão-de-obra e diminuir o número de jornadas de trabalho perdidas por doença ou acidente.

De acordo com a Norma Regulamentar nº-5 (1978, p.1), essa comissão tem como objetivo “a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar compatível, permanentemente, o trabalho com a preservação da vida

e a promoção da saúde do trabalhador” e está composta por representantes do empregador e dos empregados.

O Ministério do Trabalho e Emprego também regulamentou, por meio da Norma Regulamentar nº4, os serviços especializados em engenharia de segurança e em medicina do trabalho (SESMT) para promoção da saúde e da proteção da integridade do trabalhador em seu ambiente de trabalho.

De acordo com o art. 93 da Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, cabe à empresa o preenchimento de, no mínimo, 2 a 5% de seus cargos com beneficiários reabilitados da Previdência Social ou com pessoa portadora de deficiência nos casos em que a empresa apresentar em seu quadro funcional 100 ou mais funcionários.

Outro benefício que pode ser disponibilizado pelas empresas está relacionado à participação dos empregados nos lucros ou resultados, conforme previsão no texto constitucional de 1988, art. 7º, inciso XI “participação nos lucros, ou resultados, desvinculada da remuneração [...]”.

Na visão de Froes e Melo Neto (1999, p. 89), para que a empresa receba a denominação de empresa-cidadã não basta que atue com eficácia em relação ao público interno, faz-se necessária também a interação com a comunidade mais próxima “através de ações sociais voltadas principalmente para as áreas de educação, saúde, assistência social e ecologia”.

2.4.2 Indicadores sociais externos/Investimentos em cidadania

A nova postura das empresas em se tornarem parceiras da sociedade na realização de ações sociais compartilhando valores e maneiras responsáveis de gerir seus negócios vem apresentando bons resultados tanto para as empresas quanto para a sociedade. Aquelas ao desenvolverem tais projetos e ações voltados à sociedade estão, de acordo com Froes e Melo Neto (1999, p. 101), realizando a cidadania empresarial que

[...] corresponde ao exercício pleno da responsabilidade social pela empresa. Esta se torna cidadã quando contribui para o desenvolvimento da sociedade através de ações sociais direcionadas para suprimir ou atenuar as principais carências dela em termos de serviços e intra-estrutura de caráter social.

Os principais programas direcionados para cidadania são constituídos por investimentos em educação, cultura, saúde, saneamento, habilitação, esporte e lazer, creches, alimentação e outros dados.

De acordo com o Programa Nacional de Qualidade - PQN (2009, p.8), “o exercício da cidadania pressupõe o apoio a ações de interesse social e pode incluir: a educação e a assistência comunitária; a promoção da cultura, do esporte e do lazer, e a participação no desenvolvimento nacional, regional ou setorial”, conceito que amplia o significado dos investimentos em cidadania.

2.4.3 Ações ambientais

As causas abordando desenvolvimento sustentável e preservação do meio ambiente vêm recebendo maior enfoque das empresas brasileiras desde a década de 90.

É por meio do estabelecimento de indicadores ambientais dentro do Balanço Social que a empresa revela seus impactos ambientais por meio de investimentos em programas, como por exemplo: a conscientização ambiental na separação do lixo, a redução de emissão de poluentes e outros meios de reduzirem os impactos negativos causados. Esses indicadores devem ser mensurados tanto em recursos financeiros comprometidos, quanto em número de ações desenvolvidas para a melhoria dos aspectos ambientais.

Na visão de Tinoco e Kraemer (2006, p. 112), “O impacto ambiental é a alteração no meio ou em algum de seus componentes por determinada ação ou atividade”. Dessa forma, segundo os autores, o impacto ambiental pode ser tanto positivo quanto negativo, dependendo da forma com que afetam o ambiente.

De acordo com pesquisas realizadas, foi na década de 70 que surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável, como sendo aquele “que admite a utilização dos recursos naturais de que temos necessidade hoje para permitir boa qualidade de vida, porém sem comprometermos a utilização desses mesmos recursos pelas gerações futuras” (Tinoco e Kraemer, 2006, p.30).

O conceito de desenvolvimento sustentável passou por diversas modificações e compreensões nas últimas décadas, o que propôs um novo olhar sobre o meio ambiente. Dessa forma, foram criados e implementados sistemas de gestão ambiental para monitoramento dos impactos da atividade desenvolvidos pelas

empresas, na perspectiva de minimizar os impactos causados a partir da sua atuação na sociedade. Segundo Barbieri e Cajazeira (2009, p.73),

a gestão ambiental alinhada com as estratégias empresariais tem sido estimulada pelo crescimento da preocupação ambiental, por amplos setores da sociedade, que têm pressionado as autoridades para tornar as leis mais rigorosas e a fiscalização mais efetiva.

Assim, a gestão ambiental ganha espaço no Balanço Social, tornando a preocupação com o meio ambiente uma prática cotidiana de responsabilidade social.

Outra prática evidenciada no Balanço Social é a educação e conscientização ambiental que representa importante forma de atuação no desempenho socioambiental por meio da conscientização dos funcionários para reduzir os impactos ambientais e programas de monitoramento ambiental. De acordo com Kroetz (2000, p. 116):

os investimentos sociais e ecológicos devem ser entendidos não somente como geradores de custos, mas como diferenciais estratégicos capazes de despertar maior mobilização e participação dos funcionários, a fim de criar vantagens competitivas em relação à concorrência, além de qualificar todo o processo, identificando a entidade como cumpridora de suas responsabilidades.

Dessa forma, é possível perceber que, nas últimas décadas, as ações em prol do meio ambiente têm ocupado maior espaço nas discussões socioambientais e econômicas, visto que pensar no futuro é garantir qualidade de vida para a população.

2.5 Certificado de Responsabilidade Social

O Estado do Rio Grande do Sul, foco desta pesquisa, em relação aos demais Estados da Federação, é considerado um dos precursores em relação ao tema, tendo criado a Lei nº-11.440, de 18 de janeiro de 2000, que instituiu o Certificado Responsabilidade Social conforme o seu art. 1º:

Art. 1º - Fica instituído o Certificado Responsabilidade Social - RS - a ser conferido, anualmente pela Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, às empresas e demais entidades, com sede no Rio Grande do Sul que apresentarem o seu Balanço Social do exercício imediatamente anterior (RIO GRANDE DO SUL, 2000).

Tal certificação vem na direção de estimular as empresas ao debate público sobre a responsabilidade social e estimular a publicação de seus Balanços Sociais. Por meio da elaboração e divulgação do Balanço Social as empresas prestam contas à sociedade dos seus investimentos em responsabilidade socioambiental, fornecendo dados qualitativos e quantitativos sobre a utilização de recursos humanos, do meio ambiente, financeiros, investimentos em novas tecnologias menos poluentes no caso do setor de transportes e no atendimento aos consumidores de seus serviços de transporte, ligando diversos pontos das cidades promovendo a mobilidade urbana. Essa mesma Lei, em seu art. 2º assim define o Balanço Social como sendo:

Art 2º: [...] o documento pelo qual as empresas e demais entidades apresentam dados que permitam identificar o perfil da sua atuação social durante o exercício, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de interação das empresas e de mais entidades com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Em razão disso, o Balanço Social coloca-se como um instrumento que privilegia o compromisso e a transparência das ações sociais desenvolvidas no campo da responsabilidade socioambiental para com os diversos públicos de interesse constituídos principalmente por: funcionários, clientes, comunidade, governo, fornecedores, acionistas e comunidade quanto às ações sociais desenvolvidas.

A elaboração do Balanço Social é requisito obrigatório para a concessão de Certificação de Responsabilidade Social conforme Lei nº-11.440/2000. Além disso, deve-se observar que cada categoria adota um modelo próprio, que lhe confere especificidades como o exposto no Anexo A. Tais categorias foram instituídas de acordo com o tipo jurídico das organizações participantes a saber:

- empresas e sociedades cooperativas;
- entidades governamentais, fundações, associações, sindicatos e instituições de ensino;
- entidades sem fins lucrativos; e
- municípios.

O modelo adotado para o certificado de responsabilidade social é composto de cinco seções: identificação, indicadores do corpo funcional, investimentos em cidadania, ações ambientais e base de cálculo.

Seção 1 - identificação: apresenta as principais informações da entidade, como razão social, endereço, número no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, perfil e setor de atuação.

Seção 2 – indicadores do corpo funcional: é subdividida em subseções de dados não-monetários, dados monetários e dados descritivos.

Os dados não-monetários (Tabela 2) referentes aos indicadores do corpo funcional que relacionam, principalmente, o número de admissões e demissões do período, o perfil etário dos colaboradores e os programas desenvolvidos para oportunizar a inclusão de portadores de necessidades especiais ao mercado de trabalho.

Tabela 2 – Indicadores do corpo funcional evidenciando dados não-monetários

| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | 2008 |
|---|------|
| Admissões no período | |
| Demissões no período | |
| Total de funcionários no final do exercício e distribuição por faixa etária | |
| Portadores de necessidades especiais | |
| Aposentados | |
| Estagiários | |
| Acidentes de Trabalho | |
| Multas trabalhistas | |
| Outros dados | |

Fonte: Edital prêmio de responsabilidade social (2009)

Os dados monetários (Tabela 3) compreendem benefícios sociais, ficando a critério da empresa segregar em compulsórios e voluntários, como saúde, segurança e higiene no trabalho, capacitação profissional, participação nos resultados e outros benefícios, e quanto aos dados descritivos cabe a cada organização disponibilizar dados que considera importantes para serem trazidos ao demonstrativo Balanço Social.

Tabela 3 – Indicadores do corpo funcional evidenciando dados monetários

| DADOS MONETÁRIOS | 2008 |
|--|------|
| Benefícios Sociais | R\$ |
| Saúde, Segurança e Higiene no Trabalho | R\$ |
| Capacitação Profissional | R\$ |
| Participação nos Resultados | R\$ |
| Outros Benefícios | R\$ |

Fonte: Edital prêmio de responsabilidade social (2009)

Seção 3 - Investimentos em Cidadania: relaciona os investimentos realizados em prol do público externo, ou seja, comunidades, sociedades em geral e governo representando a alocação de recursos financeiros em entidades privadas e públicas conforme a Tabela 4.

Tabela 4 – Indicadores dos Investimentos em cidadania

| DADOS MONETÁRIOS | 2008 |
|---|------|
| Valor aplicado em ações sociais em entidades privadas | R\$ |
| Valor aplicado em ações sociais em entidades públicas | R\$ |

Fonte: Edital prêmio de responsabilidade social (2009)

Seção 4 - Ações Ambientais: encontra-se subdividida em dados monetários (Tabela 5), dados não-monetários e dados descritivos. Após os dados monetários consta uma subseção descritiva para livre uso por prática das empresas.

Tabela 5 – Indicadores de ações ambientais

| DADOS MONETÁRIOS | 2008 |
|--------------------------------|------|
| Investimentos em meio ambiente | R\$ |
| Multas e indenizações pagas | R\$ |
| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | |
| Multas ambientais (quantidade) | |

Fonte: Edital prêmio de responsabilidade social (2009)

Seção 5 - base de cálculo: contém além de informações financeiras (Tabela 6), a assinatura dos responsáveis legais pelas informações prestadas (dirigentes e contabilista).

Tabela 6 – Base de cálculo

| BASE DE CÁLCULO | 2008 |
|--------------------------------------|------|
| Receita Bruta de Vendas ² | R\$ |
| Receita Líquida de Vendas | R\$ |
| Folha de Pagamento Bruta | R\$ |

Fonte: Edital prêmio de responsabilidade social (2009)

As diversas seções anteriormente vistas são apresentadas em um modelo em formato consolidado no Anexo A, o qual também será usado nas fases de tratamento, apresentação e discussão dos dados.

² Em conformidade com o art. 187, da Lei nº6.404/76 (Lei das Sociedades por Ações), considera-se como receita líquida de vendas e serviços a receita bruta de vendas e serviços deduzidos os abatimentos e os impostos.

3 METODOLOGIA

A metodologia mostra as etapas a transpor num determinado processo, apresentando como finalidades a análise dos diversos métodos, a avaliação de suas potencialidades e até mesmo a realização de críticas.

Na visão de Barros e Lehfeld (2007, p. 16), “os objetivos da metodologia consistem em analisar e avaliar as características dos vários métodos disponíveis, observando suas limitações ou as implicações de sua utilização”.

O presente estudo caracteriza-se como multicaso, com cunho descritivo e abordagem quali-quantitativa.

Em sentido geral, o estudo sustentou-se, num primeiro momento, em investigação bibliográfica, e num segundo, na análise e interpretação dos dados dos Balanços Sociais das empresas integrantes do estudo.

A pesquisa bibliográfica, de acordo com Barros e Lehfeld (2007, p. 85)

[...] é de grande eficácia porque lhe permite obter uma postura científica quanto à elaboração de informações da produção científica já existente, quanto à elaboração de relatórios e quanto à sistematização do conhecimento que lhe é transmitido no dia-a-dia.

Em seu sentido descritivo, Diehl e Tatim (2004, p. 54) sustentam que a pesquisa descritiva “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, destacando, além disso, haver duas formas de abordagem do problema que constitui o objeto de estudo: a quantitativa e a qualitativa. Neste estudo, houve o emprego das duas formas de abordagem, de forma complementar, considerando-se que o método qualitativo busca a descrição de um problema e a compreensão de suas particularidades, enquanto que o quantitativo utiliza-se de técnicas de quantificação dos dados em análise.

Além de permitir a análise cruzada dos dados, o multicaso permite a observação de evidências em diferentes contextos pela análise replicada dos fenômenos, sem necessariamente depender da lógica da amostragem (Yin, 2005), caracterizando-se como um método potencial de pesquisa que permite entender fenômenos sociais complexos.

Seguindo a concepção defendida por Gil (2007) e Yin (2005), tem-se ainda que as evidências resultantes de multicaso são consideradas mais convincentes do que as abordadas em caso único.

Quanto à seleção das empresas integrantes desta investigação, ressalta-se que fazem parte de um universo de 53 entidades organizacionais enquadradas na categoria de médio porte que receberam o Certificado de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul no ano de 2009 com base em Balanços Sociais de 2008. Destas 12, atuam no setor de transporte coletivo urbano, dentre as quais apenas quatro empresas disponibilizaram os Balanços Sociais para comporem o lócus deste estudo em seus respectivos *web sites* e por *e-mail* no caso da empresa Soul.

4 APRESENTAÇÃO, TRATAMENTO E DISCUSSÕES DOS DADOS

4.1 Apresentação e caracterização das empresas participantes da pesquisa

Os Balanços Sociais selecionados para análise são aqueles elaborados pelas empresas prestadoras de serviço de transporte público por ônibus sob regime de concessão ou permissão dos Municípios.

Nesse contexto, é que se torna relevante um estudo mais aprofundado a respeito das publicações dos Balanços Sociais como demonstrativos capazes de revelar as ações socioambientais desenvolvidas pelas empresas integrantes deste estudo.

Quanto às empresas de transporte coletivo urbano por ônibus participantes do programa de Certificação da Responsabilidade Social estão situadas no Estado do Rio Grande do Sul, duas em Porto Alegre – Trevo e Viação Belém Novo –, uma em Gravataí – Sogil – e uma em Alvorada – Soul –, estando todas classificadas na categoria de médio porte segundo os critérios definidos no *Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009*, vinculado ao processo de certificação. As empresas Trevo e VBN fazem parte do Sistema Transportador Sul de Porto Alegre, ao lado de outras três empresas-membro do referido sistema.

No conjunto, as empresas arroladas foram responsáveis pela geração de R\$ 202.486.542,98 de receita líquida, sendo empresas com relevância econômica e que apresentam em sua missão e visão as questões de responsabilidade socioambiental e desenvolvimento sustentável de acordo com a Tabela 7.

Tabela 7 Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

| | Missão | Visão |
|-------|--|---|
| SOGIL | Transportar pessoas com segurança e qualidade, atuando para que seja priorizado o transporte coletivo de passageiros, promovendo a mobilidade urbana, gerando satisfação para acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores e sociedade. | Consolidar posição de respeito, confiabilidade e responsabilidade social perante a comunidade de abrangência em todas as ações praticadas, para viabilizar a continuidade do negócio. |
| SOUL | Promover a satisfação de nossos usuários a partir da qualificação de nossos serviços. | Ser a melhor empresa de transporte coletivo de passageiros da Região Metropolitana de Porto Alegre. |
| TREVO | Transportar pessoas com segurança, | Ser uma empresa de referência |

| | | |
|-----|---|--|
| | conforto, pontualidade, atendimento regional pela qualidade do serviço qualificado e crescimento sustentável, prestado no âmbito do transporte coletivo urbano de passageiros, até das comunidades onde atua. | 2009, por ocasião do seu cinquentenário |
| VBN | Transportar pessoas com a permanente busca da excelência | Destacar-se pela gestão sustentável do negócio |

Fonte: Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

As empresas acabaram por incorporar em seus planejamentos estratégicos e operacionais as ações de responsabilidade social e ambiental, adaptando-se às novas exigências da sociedade em relação à adoção de políticas mais efetivas para a melhoria da qualidade de vida do quadro funcional e promovendo maior interação com as comunidades próximas por meio de investimentos financeiros complementando as políticas públicas governamentais.

Na Tabela 8, está exposta a receita líquida da prestação de serviços no ano de 2008, contabilizada pelas empresas analisadas.

Tabela 8 – Demonstrativo da receita líquida anual

| Empresas | receita líquida em R\$ |
|-----------------|-------------------------------|
| SOGIL | 63.158.003,00 |
| SOUL | 60.151.423,16 |
| TREVO | 54.433.585,28 |
| VBN | 24.743.531,54 |

Fonte: Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

A receita líquida foi utilizada como parâmetro para os vários aspectos das análises que se fizeram necessárias aos fins do estudo.

4.2 Exposição e discussão dos dados

Para melhor organizar o estudo, os dados serão apresentados de acordo com os tópicos de indicadores de desempenho descritos anteriormente, com exceção dos dados relativos à seção identificação que serão omitidas por não ensejarem qualquer análise.

Seção 2 – indicadores do corpo funcional: é subdividida em subseções de dados não-monetários, dados monetários e dados descritivos.

Tabela 9 – Dados não-monetários do corpo funcional

| CORPO FUNCIONAL | SOGIL | SOUL | TREVO | VBN |
|--|--------------|-------------|--------------|------------|
| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | | | | |
| Admissões no período | 184 | 344 | 197 | 84 |
| Demissões no período | 183 | 301 | 200 | 82 |
| Total funcionários faixa etária | 1296 | 1203 | 1066 | 395 |
| Total funcionários até 30 anos | 351 | 408 | 350 | 104 |
| Total funcionários de 31 a 40 anos | 324 | 339 | 327 | 151 |
| Total funcionários de 41 a 50 anos | 361 | 256 | 235 | 84 |
| Total de funcionários acima de 51 anos | 260 | 200 | 154 | 56 |
| Aposentados | 114 | 66 | 58 | 24 |
| Estagiários | 0 | 1 | 3 | 1 |
| Portadores de necessidades especiais | 42 | 51 | 29 | 14 |
| Primeiro emprego | 4 | 39 | 11 | |
| Acidentes de trabalho | 16 | 30 | 11 | 10 |
| Multas trabalhistas | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fonte: Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

Os dados não-monetários correspondem principalmente aos funcionários, admissões e demissões de acordo com a Tabela 9.

Nos dados apresentados pelas empresas no ano de 2008, apontados na tabela acima revelam no que se refere a admissões e demissões no período, que não houve redução, nem aumento significativo no quadro funcional. Ao analisarmos os dados disponíveis no Ministério do Trabalho e Emprego referentes ao ano de 2008 da microrregião de Porto Alegre no setor de serviços, percebe-se que o número de pessoas admitidas durante o período de janeiro a dezembro do referido ano foi de 19.045 e o número de pessoas desligadas foi de 17.448, verificando-se assim que a empregabilidade foi maior do que a quantidade de desligamentos ocorridos e que, na totalidade, as empresas pesquisadas não contrariaram as estatísticas do setor de transportes e comunicações. Outra constatação foi a de que o indicador de rotatividade das empresas em média de 0,2 – ou seja – considerado baixo se comparado com o setor de serviços da região metropolitana de Porto Alegre que no mês de dezembro de 2008 foi de 3,77 de acordo com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.

Com relação ao número de funcionários efetivos, constata-se que com relação à faixa etária há um declínio quantitativo à medida do avanço da idade, como pode ser observado na figura 4.1.

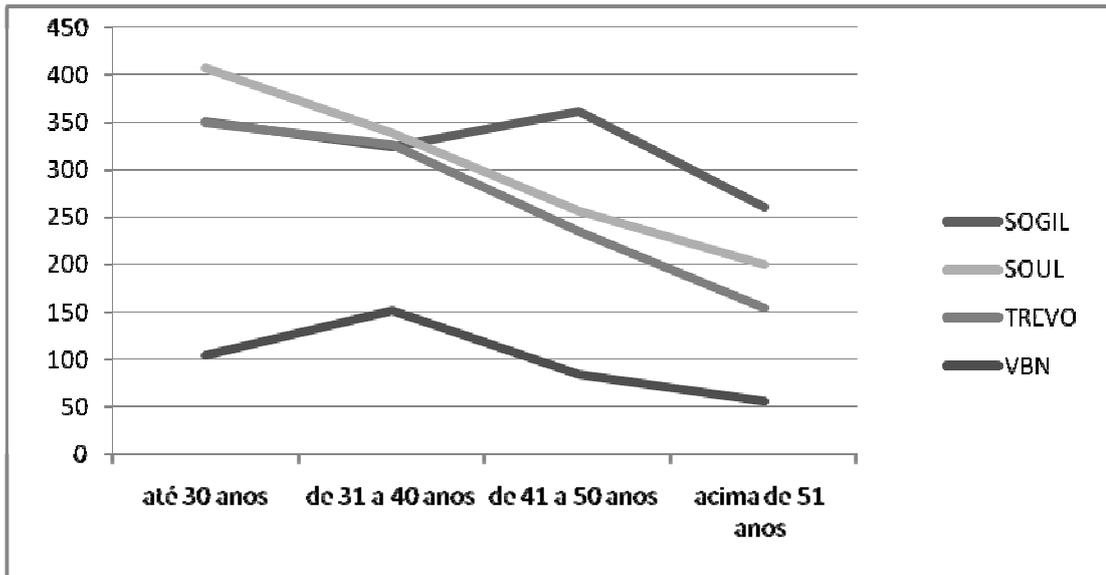


Figura 4.1 – Representa a relação entre a idade e o número de funcionários

Por mais que o número de funcionários reduza de acordo com a idade, os dados demonstram que as empresas valorizam profissionais com idade mais avançada, possibilitando a sua permanência no mercado de trabalho.

Ainda, no que diz respeito ao quadro funcional, todas as empresas apresentam números significativos de funcionários portadores de necessidades especiais, o que coloca em prática as leis para esse público e ainda contribui para o aumento da inserção dessas pessoas na sociedade e no mercado de trabalho.

Outro dado relevante consiste no baixo número de estagiários, porém não foi possível evidenciar a que fatores se devem esse baixo número. Embora os dados de menores aprendizes não sejam de menção obrigatória no Balanço Social, percebe-se uma preocupação por parte das empresas de criar novos postos de trabalho, evidenciar a participação desses jovens no mercado de trabalho competitivo, promovendo a inclusão social, bem como proporcionar a aquisição de experiência profissional de jovens entre 14 e 18 anos nos processos de formação profissional. Além de essa prática atender ao Estatuto da Criança e do Adolescente faz com que esses jovens possam adquirir e desenvolver conhecimentos profissionalizantes por meio do desenvolvimento de novos talentos.

Para finalizar este tópico, todas as empresas fazem menção ao número de acidentes de trabalho ocorridos no período em questão, o que demonstra a preocupação de evidenciar não somente os fatores positivos para a sociedade, mas também fatores que precisam ser melhorados e, além disso, as empresas

evidenciaram o item multas trabalhistas, embora não tenham ocorrido incidentes deste tipo no período estudado.

4.2.1 Dados Monetários

Para uma melhor visualização dos dados monetários constantes nos Balanços Sociais, efetuou-se a separação dos benefícios sociais em compulsórios e não compulsórios conforme a figura 4.2.

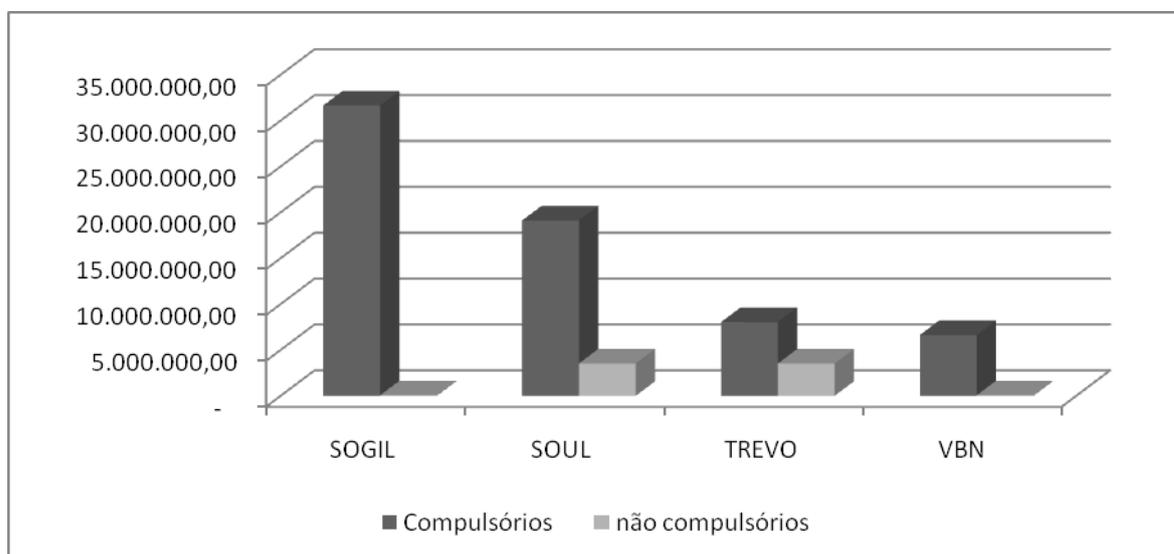


Figura 4.2 – Representa os benefícios sociais compulsórios e não obrigatórios

Os recursos investidos em funcionários compreendem desde obrigações legais (benefícios sociais compulsórios) até alguns benefícios adicionais ofertados voluntariamente pelas empresas com os objetivos de poupar esforços desses funcionários e de elevar a satisfação das necessidades pessoais e conseqüentemente elevando a produtividade.

Dentre os encargos sociais compulsórios demonstrados nos Balanços Sociais, encontram-se as obrigações trabalhistas e previdenciárias as quais englobam o pagamento dos salários, décimo terceiro salário, horas extraordinárias, pagamento de vale-transporte para o deslocamento residência-trabalho do funcionário, além de obedecer às normas de segurança e higiene no trabalho para prevenção e proteção da saúde do trabalhador. Esses encargos envolvem valores bastante significativos ao compará-los com o valor total aplicado nos indicadores do corpo funcional.

É obrigação de o empregador realizar o fornecimento do vale-transporte para os seus funcionários a fim de promover o deslocamento da residência até o local de trabalho e vice-versa, onde até 6% do salário básico ou vencimento do funcionário servirá para custear o vale-transporte. No entanto, observou-se que as quatro empresas estudadas fornecem o vale-transporte de forma gratuita aos seus colaboradores, bem como ocorre o fornecimento de passagens intermunicipais para o exercício de sua atividade laboral quando necessário. Embora somente nos Balanços Sociais das empresas Soul e Trevo tenham sido destacados os valores despendidos com esse benefício em dados monetários.

Os indicadores de saúde, segurança e higiene no trabalho foram abordados pelas empresas tanto na forma de dados monetários quanto na parte descritiva apresentando uma síntese da atuação e do suporte das Comissões Internas de Prevenção de Acidentes (CIPA), do Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT) e do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) articulado com o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO). Quanto aos recursos monetários comprometidos com elaboração, implantação, acompanhamento e controle da ocorrência de riscos ambientais físicos, químicos e biológicos, além de programas de treinamento quanto à segurança no trabalho e promoção da saúde do trabalhador, a empresa Sogil usou 0,75% de sua receita líquida nesses indicadores, a Soul em torno de 0,29%, a Viação Belém Novo 0,11% e a Trevo 0,05%. Percebeu-se que empresas apresentam programas bem estruturados em seus ambientes de trabalho, ou seja, além de cumprirem os requisitos das normas regulamentadoras do Ministério do Trabalho e Emprego, demonstraram comprometimento e envolvimento de seus funcionários e empregadores nos cuidados com a saúde, a segurança e na manutenção de condições adequadas para o desenvolvimento das atividades laborais.

Em relação aos benefícios sociais não compulsórios concedidos, as quatro empresas investiram recursos em treinamento e capacitação do quadro funcional, o que também reflete no atendimento ao público. Além desses indicadores, a empresa Viação Belém Novo estimula a produtividade de seus funcionários por meio do programa de participação nos resultados ou lucros.

O benefício alimentação é adotado pelas quatro empresas, entretanto de maneiras diferentes. A Sogil utilizou-se da parte descritiva para destacar a distribuição de 12.775 cestas de alimentação aos seus colaboradores e 1080 cestas

natalinas durante o ano de 2008, além de oferecer refeitório na empresa. As empresas Soul e Trevo efetuaram a descrição e a quantificação monetária desse benefício, onde a Soul comprometeu 3,77% de sua receita líquida em cartões de alimentação e no programa mensal de distribuição de cesta básica e a Trevo comprometeu 4,10% da receita líquida para auxílio alimentação por meio do tíquete-refeição, além de oferecer refeitório em suas instalações. A Viação Belém Novo fornece vale-refeição e vale-alimentação para seus colaboradores de acordo com a parte descritiva constante no Balanço Social.

No campo outros benefícios a empresa Sogil comprometeu 0,01% de seus recursos e a Trevo 0,65%, sendo que as demais empresas mencionaram somente em dados não-monetários. Sendo que os principais benefícios são: seguro de vida e auxílio funeral, estímulo à participação em eventos culturais, planejamento familiar, atendimento psicológico e fornecimento gratuito de uniformes.

Dentre as quatro empresas, a menor disparidade entre os benefícios sociais compulsórios e não obrigatórios do corpo funcional ocorreu com a empresa Trevo, de acordo com a figura 4.2 abordada anteriormente.

Seção 3 - Investimentos em Cidadania

Tabela 10. Percentuais comprometidos com investimentos em cidadania.

| DADOS MONETÁRIOS R\$ | SOGIL | SOUL | TREVO | VBN |
|-------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ações sociais em entidades privadas | 0,16% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Ações sociais em entidades públicas | 9,09% | 0,00% | 0,00% | 0,03% |
| Comunidade | 0,08% | 0,07% | 0,05% | 0,00% |
| Esporte | 0,06% | 0,02% | 0,00% | 0,00% |
| Educação e cultura | 0,01% | 0,01% | 0,00% | 0,00% |
| Passes livres | 8,51% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Passagens escolares (desconto 50%) | 0,58% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Outros | 0,00% | 0,06% | 0,01% | 0,00% |
| Total | 9,25% | 0,15% | 0,07% | 0,03% |

Fonte: Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

Em relação às ações sociais para a comunidade, observando-se a Tabela 10, a Sogil apresenta em seus dados monetários itens como comunidade, esporte, educação e cultura totalizando o mesmo valor que consta no item valor aplicado em ações sociais em entidades privadas. Situação semelhante ocorre no caso de

somarmos passes livres com passagem escolar (desconto de 50%), totalizando o mesmo valor que consta em valor aplicado em ações sociais em entidades públicas.

Além da prestação de serviço de transporte coletivo urbano com qualidade visando à satisfação dos seus usuários, essas empresas apresentam comprometimento com a responsabilidade social por meio do engajamento em projetos de melhoria de políticas sociais, no incentivo ao quadro funcional para a realização de trabalho voluntário prestando assistência a asilos, hospitais, creches, bem como pela elaboração de projetos e palestras de conscientização de um trânsito mais seguro para a promoção do desenvolvimento educacional de crianças e jovens. Sendo que uma das práticas usuais dessas empresas é a realização de campanhas de recolhimento de doações de agasalhos e alimentos para instituições assistenciais atendendo de forma pontual algumas das demandas das comunidades.

Em relação aos investimentos em cidadania na forma de dados monetários pode ser aplicada a separação entre os valores aplicados em ações sociais em entidades privadas e nas entidades públicas. Os valores aplicados em ações sociais em entidades privadas compreendem as comunidades próximas das sedes e garagens das empresas e no incentivo por parte dos empregadores para a realização de trabalho voluntário. Outro ponto que merece destaque consiste na adaptação das frotas às legislações sobre acessibilidade e mobilidade urbana por meio da implantação de elevadores hidráulicos e de outras formas necessárias para a inclusão social de portadores de necessidades especiais.

A empresa Sogil apresentou R\$ 5.841.157,00 (9,09% de receita líquida) em ações de cidadania sendo que desse valor R\$ 5.372.083,00 foram contabilizados como sendo passes livres, os quais corresponderam ao número de 10.902 passes. Sendo que em sua maioria é reservada, nos Balanços Sociais pesquisados, uma descrição qualitativa dos planos e ações desenvolvidas em prol da comunidade por meio de campanhas arrecadando doações para creches, datas comemorativas e trabalhos voluntários para a melhoria da sociedade.

A empresa Soul não efetuou a segregação sugerida pelo modelo estudado, embora tenha efetuado sua evidenciação de forma bem detalhada, mostrando em quais projetos e ações foram direcionados seus recursos compreendendo o Projeto Pescar, oferecimento de alguns veículos de sua frota de ônibus para educação, cultura e esporte, além de outras aplicações em ações sociais comprometendo num total 0,15% de sua receita líquida com as questões sociais.

A empresa Trevo também não efetuou a segregação sugerida pelo modelo estudado, mesmo assim evidenciou em recursos financeiros 0,07% da receita líquida em ações com transporte para a comunidade, auxílio a entidades assistenciais por meio de doações de alimentos, roupas, produtos de higiene e brinquedos, sempre incentivando o voluntariado dentre seus funcionários, bem como de outras ações relatando com uma riqueza de detalhes o número de ações desenvolvidas.

A empresa Viação Belém Novo destacou apenas em dados monetários aplicados em ações sociais em entidades públicas, totalizando 0,03% da receita líquida nesse indicador, embora tenha apresentado projetos visando à profissionalização de comunidades carentes, bem como recolhimento de donativos para instituições que cuidam de crianças carentes.

As quatro empresas relataram a importância da realização de palestras e campanhas de conscientização para trânsito mais seguro em escolas tornando-se uma forma de promover a cidadania por meio de equipes de voluntários que dedicam algumas horas semanais a fim de realizar ações benéficas às crianças carentes e aos idosos, sendo que a VBN relatou a participação de 20,41% dos colaboradores nessas atividades.

Seção 4 - Ações Ambientais

Tabela 11 – Percentuais comprometidos com questões ambientais

| DADOS MONETÁRIOS | SOGIL | SOUL | TREVO | VBN |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Investimentos em meio ambiente | 0,15% | 0,06% | 0,01% | 0,08% |
| Multas e indenizações pagas | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Total | 0,15% | 0,06% | 0,01% | 0,08% |
| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | | | | |
| Multas ambientais (quantidade) | - | - | - | - |

Fonte: Relatórios de responsabilidade social das respectivas empresas

Tendo-se em vista que o setor de transporte coletivo urbano contribui para a emissão de poluentes e consumo de combustíveis fósseis, as empresas vêm buscando alternativas tecnológicas para mitigar os impactos negativos causados pela prestação dos serviços. Dessa forma, há investimentos significativos na aquisição de novos veículos equipados com motor ecológico, adaptados para utilização do óleo diesel metropolitano, o qual apresenta índice reduzido de enxofre

e, portanto, reduz a emissão de dióxido de carbono além do uso de combustíveis renováveis como o álcool. Embora haja a evidenciação de que os empresários estão conscientes em relação aos impactos causados, as empresas não têm representado em dados monetários esses investimentos incorridos em seus respectivos Balanços Sociais.

Nos indicadores de ações ambientais constatou-se que as quatro empresas estudadas têm como prática usual a coleta seletiva do lixo, a realização de controles rotineiros na emissão de fumaça e nos índices de ruídos, além de realizar a destinação adequada e segura de resíduos para empresas cadastradas junto aos órgãos normativos de preservação ambiental.

Como podem ser constatados na Tabela 11, os investimentos em meio ambiente são bastante modestos e em relação às multas e indenizações pagas nenhuma das empresas sofreu penalizações durante o período de 2008.

4.3 Conteúdo informacional e o perfil de atuação social

Dentre os dados analisados, os indicadores do corpo funcional foram os que receberam maiores quantidades de recursos financeiros por englobarem benefícios sociais obrigatórios, obedecendo às legislações trabalhistas e previdenciárias vigentes, como na Sogil compreendendo 50,11%; Soul 31,78%; VBN 26,80% e na Trevo 14,76% de suas respectivas receitas líquidas. Os demais benefícios oferecidos voluntariamente pelas empresas do setor de transporte coletivo urbano participantes da pesquisa apresentaram percentuais menores do que aqueles revelados num primeiro momento nos Balanços Sociais, recursos direcionados aos programas para promoção da qualidade de vida dos funcionários, sendo que a empresa Trevo destacou-se nesse quesito por comprometer 6,46% principalmente nos itens auxílio-refeição e saúde, a empresa Soul ficou em segundo lugar com a participação de 5,86%, merecendo destaque também os quesitos alimentação e saúde. Já a empresa VBN comprometeu um pouco menos ficando em 0,24% de sua receita líquida e foi a única que deu transparência ao processo de participação nos lucros e resultados e a empresa Sogil foi a que teve o menor direcionamento de recursos para os benefícios sociais não obrigatórios comprometendo 0,09%, embora tenha sido a empresa que apresentou o maior direcionamento de recursos para os benefícios sociais obrigatórios, cumprindo num primeiro momento sua função

econômica e social e não deixando de se preocupar com questões benéficas ao seu quadro funcional.

Em relação aos indicadores de investimentos em cidadania e em ações ambientais, apresentaram-se bastante aquém do evidenciado nos trechos descritivos dos demonstrativos de responsabilidade socioambientais referentes ao período compreendido entre janeiro e dezembro de 2008. Quanto ao indicador cidadania, a empresa Sogil é quem direcionou 9,25%, valor mais significativo dentre as quatro empresas analisadas. Analisando os dados correspondentes aos recursos aplicados em ações para as comunidades, percebe-se que a Sogil introduziu em seus dados os passes livres que se mostraram bastante significativos e que não evidenciados pelas demais empresas resultando em uma expressiva discrepância entre as porcentagens envolvidas. Salieta-se que, no caso da Sogil, é apresentada uma repetição de dados, pois os dados apresentados em ações sociais em entidades públicas correspondem aos valores dos passes livres somados com as passagens escolares. Isso também ocorreu no caso das ações sociais em entidades privadas compreendendo comunidade, esporte, educação e cultura. Ainda, destaca-se que a empresa Sogil efetuou uma maior diversidade na aplicação de seus recursos referentes aos investimentos em cidadania.

O indicador que menos recebeu recursos financeiros foi o de ações ambientais, embora tenha sido bastante trabalhado na parte descritiva dos relatórios das quatro empresas e que as atividades desempenhadas pelo setor de transportes influenciam significativamente na qualidade do meio ambiente, sendo que os recursos financeiros direcionados a esse campo compreenderam em sua totalidade 0,30% da receita líquida total das empresas.

A soma dos recursos monetários direcionados às ações de responsabilidade social corporativa compreende os indicadores do corpo funcional, investimentos em cidadania e ações ambientais percebe-se que a Sogil comprometeu em 59,59% de sua receita líquida com essas ações, a Soul 37,64%, a Trevo 21,30% e a VBN aproximadamente 27,15%.

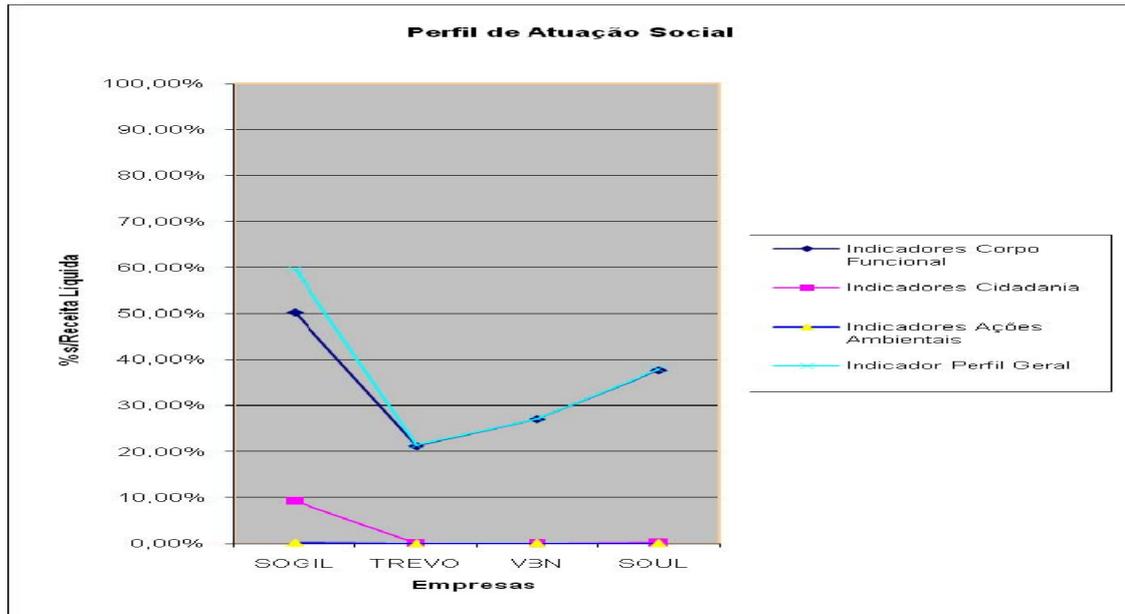


Figura 4.3 – Representa o perfil de atuação Social

A empresa com o melhor perfil de atuação social é a Sogil conforme os dados analisados, pois apresentam elevados valores comprometidos com os benefícios sociais, principalmente aqueles obrigatórios, bem como alto índice no indicador cidadania, compreendendo 9,25% da receita líquida e o mais elevado investimento em ações ambientais destinando 0,15% dos dados monetários como forma de investir em causas ambientais e promover o desenvolvimento sustentável. As empresas Soul e Trevo destacam-se pelos convênios médico e odontológico e pelo auxílio refeição fornecido aos seus quadros funcionais.

Os Balanços Sociais encontram-se de acordo com o edital de Certificação de Responsabilidade Social 2009 e conseqüentemente atendem aos requisitos exigidos pela Lei nº-11.440/2000, sendo que essa lei estadual serve de estímulo para a divulgação de ações socioambientais desenvolvidas pelas empresas com sede no Estado do Rio Grande do Sul e assim, essas práticas também servem para aumentar os debates na sociedade. Há coerência entre os discursos das empresas e as práticas adotadas.

5 CONCLUSÃO

O desenvolvimento desta pesquisa além de proporcionar um maior entendimento acerca do envolvimento de empresas privadas no contexto em que prestam serviços, possibilitou ainda, reflexões no que se refere à responsabilidade social destas empresas, neste caso especificamente empresas de transporte urbano.

Como já apontado anteriormente, os serviços de transporte urbano podem ser compreendidos como prestação de serviço público de caráter essencial, promovendo a mobilidade urbana sustentável por meio de adequação às exigências legais para adaptação dos veículos de transporte às necessidades especiais de diversos públicos para inclusão social de portadores de necessidades especiais e idosos. Outra preocupação está relacionada à mitigação das externalidades negativas causadas pelo desenvolvimento de suas atividades por meio de controles rigorosos quanto à emissão de poluentes na queima de combustíveis fósseis, bem como outras atitudes com a finalidade de promover um ambiente sustentável a longo prazo inserindo em suas atividades ações como a segregação correta do lixo e incentivando seus funcionários à prática de atividades voluntárias como forma colaborar para a melhoria das condições socioeconômicas da sociedade.

Nos beneficiados estão contidos diversos públicos com os quais a organização interage, escolha esta que não é aleatória, mas de acordo com a visão estratégica da empresa. “A diferença entre filantropia corporativa e estratégia é que, possivelmente, esta última obterá uma melhor otimização dos recursos e maior efetividade nas ações, dentre outras.” (Reis e Medeiros, 2007, p. 12)

Quanto aos dados evidenciados em relação aos encargos e benefícios sociais, as empresas demonstram o seu grau de responsabilidade social, ou seja, oferecendo à comunidade em geral, uma série de atividades de apoio e suporte que garantam sua qualidade de vida e bem estar.

Dessa forma, as quatro empresas do setor de transporte coletivo urbano, participantes deste estudo, classificadas na categoria de médio porte conforme Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009, evidenciaram em seus balanços sociais o direcionamento dos recursos financeiros e não financeiros referentes às causas sociais e ambientais. Cabe ressaltar que há limitações em relação aos

resultados deste trabalho, visto que esses não podem ser generalizados por se tratar de multicaso e ter abrangido somente quatro empresas de médio porte do setor de transportes urbanos.

Assim, ao tratar acerca das empresas classificadas no Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009, percebe-se que este edital permite a sociedade conhecer as ações que as empresas, as quais os serviços são utilizados diariamente, estão realizando em prol da comunidade. Além de disso, o prêmio de responsabilidade social pode ser compreendido como uma forma de motivar estas empresas a assumir compromissos diante sociais e também ambientais.

Diante disso, destaca-se a importância da Lei nº 11.440/2000 que regulamenta o Certificado de Responsabilidade Social, sendo esta uma das formas de incentivar e reconhecer as práticas de responsabilidade socioambiental desempenhadas pelas entidades gaúchas divulgadas por meio do Balanço Social. Este por sua vez, é apresentado com dados monetários, não-monetários os recursos comprometidos e em algumas situações fazendo uso de partes descritivas para atendimento da demanda da sociedade que espera por transparência das práticas de responsabilidade social corporativa adotadas.

Embora a elaboração do Balanço Social não seja de cunho obrigatório, as empresas estudadas já vêm utilizando este instrumento de evidenciação e mensuração de ações pró-ativas desenvolvidas nas áreas sociais e ambientais. Seja por meio de mudanças no processo produtivo, visando à redução de gastos e melhorando o desempenho empresarial através da inserção dos processos de qualidade na gestão empresarial, pela obediência às exigências legais e previdenciárias, bem como pelo cumprimento de acordos coletivos.

Tendo-se em vista as práticas adotadas pelas empresas em questão, é possível inferir que suas ações vão além do cumprimento das exigências mínimas, as quais consistem na geração de lucros e o respeito às legislações, tendo adotado posturas pró-ativas quanto à prática de políticas, programas e incentivos ao público interno, além de benefícios direcionados às comunidades próximas de suas sedes.

Os resultados mostram a crescente preocupação das organizações corporativas em tornar públicas as ações desenvolvidas nos âmbitos sociais e ambientais através do Balanço Social. Isso se acontece como forma de mostrar transparência aos diversos públicos de interesse representados pelas comunidades,

acionistas, clientes, governo e as próprias entidades a fim de realizarem comparativos com anos anteriores e com outras empresas do mesmo setor.

No que se refere aos recursos investidos em ações socioambientais, fica nítida a relevância dos recursos direcionados à responsabilidade socioambiental comprometendo desde 21,3% até 59,6% de suas receitas líquidas do ano de 2008. Isso mostra gestões organizacionais comprometidas não somente com a lucratividade, mas também com questões sociais e ambientais, bem como atendendo as novas demandas da sociedade por meio da prestação de informações fidedignas. Em relação aos indicadores sociais internos todas as empresas evidenciaram os dados não monetários sobre admissões, demissões e outros dados referentes aos funcionários e essa divulgação de informações também ocorreu quanto aos recursos financeiros direcionados aos encargos sociais trabalhistas e previdenciários decorrentes de leis, além de apresentarem outros benefícios adicionais para o bem-estar do quadro funcional.

Concluiu-se que as empresas estudadas podem ser consideradas empresariedades, pois apresentam posições consolidadas no mercado competitivo e suas experiências auxiliam na forma de direcionar recursos em prol de projetos em comunidades desenvolvendo atividades desportivas, proporcionando cursos profissionalizantes e outras ações desempenhadas. Em geral as quatro organizações empresariais efetuaram a divulgação de suas ações desenvolvidas em cidadania, onde apenas uma das empresas estudadas mostrou de forma diversa daquela sugerida pelo edital de Certificação da Responsabilidade Social da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul.

Em relação às ações desenvolvidas na área ambiental não houve homogeneidade na apresentação das informações e no caso das quatro entidades, a totalidade de recursos direcionados às questões ambientais receberam mais destaque na parte descritiva, do que o direcionamento dos recursos financeiros.

Contudo, pelo fato de não terem sido evidenciados em seus demonstrativos alguns indicadores nas formas monetária e não monetária, não se pode afirmar que a empresa tenha deixado de direcionar recursos e desenvolver ações benéficas aos seus colaboradores e em relação às preocupações com a sustentabilidade da entidade a longo.

Destaca-se que este estudo foi de grande aprendizado para a pesquisadora, porém se utilizou como base somente os dados demonstrativos informados pela

empresa, constituindo um estudo inicial que deve ser aprofundado na perspectiva de constituir um perfil de atuação socioambiental dentro da classificação em que estas empresas se enquadram. Dessa forma, será possível evidenciar os benefícios que podem ser gerados com a obrigatoriedade de normas para a elaboração do demonstrativo Balanço Social, além da realização de auditorias para verificação da veracidade das informações prestadas.

Espera-se que esse trabalho possa contribuir de forma significativa às discussões e reflexões acerca da responsabilidade socioambiental corporativa praticada em nosso Estado, bem como servir de suporte para a elaboração de futuros trabalhos acadêmicos nesta área.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ASHLEY, P. A.; COUTINHO, R. B. G.; TOMEI, P. A. **Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa**. (IAG/PUC-Rio) Anais do ENANPAD 2000 (Área: Organizações), setembro/2000.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL. **Vantagens e técnicas na elaboração de relatórios de sustentabilidade seguindo o modelo mais utilizado no mundo**. Disponível em: <http://www.aberje.com.br/servicos_cursos_nao_detalhes.asp?id=87>. Acesso em: 30/11/2009.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS TRANSPORTES PÚBLICOS. **Apresentação**. Disponível em: <<http://portal1.antp.net/site/Apoio/apresentacao.aspx>>. Acesso em 07 jun. 2009.

BARBIERI, J.C.; CAJAZEIRA, J.E.R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARROS, A. J. da S.; LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BORBA, P. **Relação entre desempenho social corporativo e desempenho financeiro de empresas no Brasil**. São Paulo, 2005b. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. 127 p.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. 258f. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988: atualizada até a Emenda Constitucional n. 56, de 20-12-2007**. 37. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

_____. Decreto n. 76.900 de 23 de dezembro de 1975. Institui a Relação Anual de Informações Sociais. **Diário Oficial da União**, 24 dez. 1975. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D76900.htm> Acesso em: 28 mar. 2010.

_____. Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. **Diário Oficial da União**, 17 dez. 1976. Disponível em:

<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm>. Acesso em: 25 jan. 2010.

_____. Lei n. 8.213, de 24 de julho de 1991. Dispõe sobre os planos de benefícios da Previdência Social e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 25 jul.1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8213cons.htm>. Acesso em: 6 abri. 2010.

_____. Norma regulamentadora n. 5, de 08 de junho de 1978. Comissão interna de prevenção de acidentes. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 06 jul. 1978. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/legislacao/normas_regulamentadoras/nr_05.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2009.

CABRAL, H. F. **Rumo à empresa cidadã: responsabilidade social empresarial na Cummins-Guarulhos-SP**. 2006. 134f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

CARDOSO, F. **Trabalho acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <fernanda@soul.com.br> em 15 abr. 2010.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Princípios fundamentais e normas brasileiras de contabilidade**. 3 ed. Brasília: CFC, 2008.

_____. Resolução n.1.003, de 19 de agosto de 2004. Dispõe sobre Informações de Natureza Social e Ambiental. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 09 set. 2004. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_1003.doc>. Acesso em: 12 jan. 2010.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. Comissão de estudos de responsabilidade social. **Demonstração da responsabilidade social**. CRCRS, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_resposocial.pdf>. Acesso em: 12 set. 2009.

DIEHL, A. A.; TATIM, D.C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

ELY, L. Responsabilidade Social: o que é possível fazer por um mundo melhor. **Jornal do Comércio**, Porto Alegre, 25 mar. 2009. Caderno JC Contabilidade, p. 4-5.

FEDATO, M.C.L. **Responsabilidade social corporativa: benefício social ou vantagem competitiva**. 2005, 140f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

FROES, C.; MELO NETO, F. P. **Responsabilidade social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KROETZ, Cesar Eduardo S. **Balço Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL (ETHOS). **Responsabilidade social das empresas**, v. 4. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2005.

_____. **Ética e qualidade nas relações**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/responsabilidade/etica.asp> Acesso em: 07 jul. 2009.

IUDICIBUS, S. de **Teoria da Contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, S de, MARTINS, E., GELBECK, E. R.. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações – FIPECAFI**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MACHADO FILHO, C. A. P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicasos**. 2002. 204 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E DO EMPREGO. **NR 5** - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes. Portaria n.º 08, de 23/02/99 (DOU – 24/02/99). Disponível em: < http://www.mte.gov.br/legislacao/normas_regulamentadoras/nr_05.asp> Acesso em: 27 jun. 2009.

_____. **Perfil do município**. Brasília. Disponível em: < <http://perfildomunicipio.caged.gov.br/index.asp?entrada=perfildomunicipio>>. Acesso em 15 de abril de 2010.

MONTAÑO, C. **Terceiro Setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. 3 ed. – São Paulo: Cortez, 2005.

ORLICKAS, E. **Consultoria interna de recursos humanos: Pesquisa e benchmarking em empresas de ponta**. São Paulo: Futura, 2001.

PARENTE, J. **Responsabilidade social no varejo: conceitos, estratégias e casos no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2004.

REIS, C. N. dos; MEDEIROS, L. E. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. São Paulo: Atlas, 2007.

RIO GRANDE DO SUL. **Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009**. Disponível em: <<http://www.al.rs.gov.br/responsabilidadesocial/2009/Edital2009.pdf>>. Acesso em 20 mar. 2010.

_____. Lei n. 11.440, de 18 de janeiro de 2000. Cria o Certificado Responsabilidade Social – RS- para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências. **Diário Oficial do Rio Grande do Sul**, Rio Grande do Sul, 18 jan. 2000. Disponível em: <www.al.rs.gov.br/responsabilidadesocial/2008/lei.asp>. Acesso em: 30/11/2009.

RODRIGUES, Marcos. Antonio. **Análise do transporte coletivo urbano com base em indicadores de qualidade**. Minas Gerais. 2008. 94f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia. 2008.

RODRIGUES, Maurício Olbrick. **Avaliação da qualidade do transporte coletivo da cidade de São Carlos**. São Paulo. 2006. 85f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Transportes) – Escola de Engenharia de São Carlos, São Paulo. 2006.

SOCIEDADE DE ÔNIBUS GIGANTE LTDA. **Empresa**. Disponível em: <http://www.sogil.com.br/site/content/home/Balanco_social_2008.pdf>. Acesso em: 24 mar 2010.

TINOCO, J. E. P. **Balanco social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. 1 ed. 3 reimpr. – São Paulo: Atlas, 2006.

TINOCO, J.E.P.; KRAEMER, M.E.P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2006.

TRANSPORTES COLETIVOS TREVO S. A. **Empresa**. Disponível em: <<http://www.tctrevors.com.br/>>. Acesso em: 24 mar. 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa. **Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses**: MDT. 6. ed. Ver e ampl. – Santa Maria: Ed. da UFSM, 2006.

VIAÇÃO BELÉM NOVO S.A. **Empresa**. Disponível em: <<http://www.viacaobellemnovo.com.br/balanco.htm> >. Acesso em: 24 mar 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXOS

ANEXO A – Comprometimento de recursos financeiros com ações socioambientais

| CORPO FUNCIONAL | SOGIL | SOGIL% | SOUL | SOUL % | TREVO | TREVO % | VBN | VBN % |
|---------------------------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|----------------|---------------------|---------------|
| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | | | | | | | | |
| Admissões no período | 184 | | 344 | | 197 | | 84 | |
| Demissões no período | 183 | | 301 | | 200 | | 82 | |
| Total func. faixa etária | 1296 | | 1203 | | 1066 | | 395 | |
| Total func. até 30 anos | 351 | | 408 | | 350 | | 104 | |
| Total func. de 31 a 40 anos | 324 | | 339 | | 327 | | 151 | |
| Total func. de 41 a 50 anos | 361 | | 256 | | 235 | | 84 | |
| Total func. acima de 51 anos | 260 | | 200 | | 154 | | 56 | |
| Aposentados | 114 | | 66 | | 58 | | 24 | |
| Estagiários | 0 | | 1 | | 3 | | 1 | |
| Portadores de nec. especiais | 42 | | 51 | | 29 | | 14 | |
| Primeiro emprego | 4 | | 39 | | | | | |
| Acidentes de trabalho | 16 | | 30 | | 11 | | 10 | |
| Multas trabalhistas | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |
| DADOS MONETÁRIOS | SOGIL | SOGIL% | SOUL | SOUL % | TREVO | TREVO % | VBN | VBN% |
| Encargos sociais | - | 0,00% | 18.918.055,92 | 31,45% | 7.953.232,00 | 14,61% | 0 | 0,00% |
| Benefícios Sociais | 31.172.215,00 | 49,36% | | 0,00% | | 0,00% | 6.604.797,15 | 26,69% |
| Segurança e Hig. no Trabalho | 474.631,00 | 0,75% | 176.778,26 | 0,29% | 25.000,00 | 0,05% | 26.980,68 | 0,11% |
| Capacitação Profissional | 46.068,00 | 0,07% | 224.380,96 | 0,37% | 85.467,00 | 0,16% | 23.036,99 | 0,09% |
| Participação nos Resultados | - | 0,00% | - | 0,00% | - | 0,00% | 36.729,44 | 0,15% |
| Outros Benefícios | 9.044,00 | 0,01% | | 0,00% | 351.634,00 | 0,65% | - | 0,00% |
| Auxílio-refeição | - | 0,00% | 2.269.406,89 | 3,77% | 2.233.995,00 | 4,10% | - | 0,00% |
| Estagiários | - | 0,00% | 539,28 | 0,00% | 13.576,00 | 0,02% | - | 0,00% |
| Saúde | - | 0,00% | 1.000.907,23 | 1,66% | 888.994,00 | 1,63% | - | 0,00% |
| Seguro de vida/funeral | - | 0,00% | 27.788,64 | 0,05% | 67.739,00 | 0,12% | - | 0,00% |
| Transporte e vale-transporte | - | 0,00% | 20.880,32 | 0,03% | 55.532,00 | 0,10% | - | 0,00% |
| Uniformes | 0 | 0 | | 0,00% | 159.985,00 | 0,29% | | |
| Total | 31.701.958,00 | 50,19% | 22.638.737,50 | 37,64% | 11.551.898,00 | 21,22% | 6.691.544,26 | 27,04% |
| INV. EM CIDADANIA | | | | | | | | |
| DADOS MONETÁRIOS R\$ | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| Ações sociais em ent. privadas | 102.045,00 * | 0,16% | | 0,00% | | 0,00% | - | 0,00% |
| Ações sociais em ent. Públicas | 5.739.112,00 | 9,09% | | 0,00% | | 0,00% | 7.848,32 | 0,03% |
| Comunidade | 53.445,00 | 0,08% | 42.868,14 | 0,07% | 28.575,00 | 0,05% | | 0,00% |
| Esporte | 40.800,00 | 0,06% | 9.509,82 | 0,02% | | 0,00% | | 0,00% |
| Educação e cultura | 7.800,00 | 0,01% | 4.487,58 | 0,01% | | 0,00% | | 0,00% |
| Passes livres | 5.372.083,00 | 8,51% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| Passag. escolares (desc. 50%) | 367.030,00 | 0,58% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| Outros | | 0,00% | 34.072,29 | 0,06% | 7.250,00 | 0,01% | | 0,00% |
| Total | 5.841.157,00 | 9,25% | 90.937,83 | 0,15% | 35.825,00 | 0,07% | 7.848,32 | 0,03% |

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------------|---------------|---------------------|---------------|
| AÇÕES AMBIENTAIS | | | | 0,00% | | 0,00% | | |
| DADOS MONETÁRIOS | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| Inv. em meio ambiente | 97.144,00 | 0,15% | 33.685,30 | 0,06% | 6.000,00 | 0,01% | 19.917,29 | 0,08% |
| Multas e indenizações pagas | - | 0,00% | | 0,00% | - | 0,00% | - | 0,00% |
| Total | 97.144,00 | 0,15% | 33.685,30 | 0,06% | 6.000,00 | 0,01% | 19.917,29 | 0,08% |
| DADOS NÃO-MONETÁRIOS | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% | | 0,00% |
| Multas ambientais (quantidade) | - | 0,00% | | 0,00% | - | 0,00% | - | 0,00% |
| Total R\$ | 37.640.259,00 | 59,60% | 22.763.360,63 | 37,64% | 11.593.723,00 | 21,30% | 6.719.309,87 | 27,16% |
| Receita Bruta de Vendas | 68.638.384,00 | 108,68% | | 0,00% | 58.099.819,00 | 106,74% | 26.939.921,63 | 108,88% |
| Receita Líquida de Vendas | 63.158.003,00 | 100,00% | 60.151.423,16 | 100,00% | 54.433.585,28 | 100,00% | 24.743.531,54 | 100,00% |
| Folha de pagamento bruta | 27.955.523,00 | 44,26% | 18.918.595,20 | | 14.324.572,00 | | 6.811.208,62 | 27,53% |

* Empresa Sogil

Os valores aplicados em ações sociais em entidades privadas totalizam R\$ 102.045,00 compreendendo comunidade, esporte, além de educação e cultura. Já os valores aplicados em ações sociais em entidades públicas R\$ 5.739.112,00 incluindo passagem escolar (desconto de 50%) e passes livres.

ANEXO B – Principais tópicos do Edital Prêmio de Responsabilidade Social 2009 – Modelo 1 - Para empresas e sociedades cooperativas

Da instituição

A Comissão Mista de que trata o artigo 5º da Lei nº. 11.440 de 18 de janeiro de 2000 estabelece o regulamento para a concessão do Certificado de Responsabilidade Social, do Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS e do Diploma Mérito Social, aplicáveis aos Balanços Sociais apresentados no corrente exercício, referentes ao ano base de 2008.

Dos objetivos específicos da premiação

A premiação de Responsabilidade Social tem o intuito de:

- Estimular o debate público sobre a Responsabilidade Social, reforçando a importância do tema para todo o Estado do Rio Grande do Sul;
- Estimular a apresentação do Balanço Social pelas empresas, instituições de ensino, entidades governamentais e demais entidades;
- Difundir a Responsabilidade Social no Estado do Rio Grande do Sul, em todas as representações da sociedade;
- Agir como mecanismo de reconhecimento aos esforços conjuntos na busca por uma sociedade melhor;
- Fortalecer, pelo exemplo positivo, o movimento pela Responsabilidade Social empresarial no Brasil, principalmente no Estado do Rio Grande do Sul;
- Fomentar as empresas gaúchas, organizações não governamentais, cidadãos comuns, veículos e profissionais de comunicação, administração pública, entidades de ensino, estudantes e outras entidades, a adotarem posturas cidadãs, participando de programas ligados ao tema da Responsabilidade Social, que não se limitem à realização de doações filantrópicas;
- Construir e manter relacionamentos com instituições e organizações que desenvolvam ações ligadas ao tema;
- Trocar idéias e aprendizagens e disseminar tecnologias sociais com outras empresas e organizações que priorizem o tema;
- Sensibilizar líderes políticos do Estado e do Brasil, a introduzirem práticas de gestão pública alinhadas com os princípios da Responsabilidade Social;
- Identificar formas inovadoras e eficazes de atuar em parceria com as comunidades na construção do bem-estar comum;
- Incentivar os públicos estratégicos a criarem novos programas de voluntariado, adotando uma postura pró-ativa, de modo que seus programas e iniciativas despertem interesse e participação de terceiros;
- Tornar o Rio Grande do Sul fonte de referência, através da participação efetiva de toda a sociedade, em ações e programas relevantes ligados ao tema Responsabilidade Social.

Do Balanço Social

O Balanço Social é o instrumento utilizado pelas empresas e demais entidades para mensurar sua atuação social, a qualidade da relação com os empregados, o cumprimento de cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos, as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de interação com a comunidade e sua relação com o Meio Ambiente. Para fins de concorrerem ao Certificado de Responsabilidade Social, as empresas e demais entidades deverão apresentar o seu Balanço Social nas condições estipuladas no item “Da Inscrição”.

Da Comissão Mista

Caberá à Comissão Mista definida pela Resolução de Mesa nº 578, de 23 de março de 2004, o trabalho executivo de deliberação, coordenação, organização e planejamento de todo o processo de certificação e premiação.

Durante o processo de avaliação, a Comissão pode, para melhor operacionalização de seus trabalhos, ser assessorada por especialistas convidados ou contratados. Esta Comissão e seus colaboradores terão o papel de receber os Balanços Sociais dos participantes, analisar se estão enquadrados para receber o Certificado de Responsabilidade Social, escolher entre aqueles que apresentarem o Relatório de Responsabilidade Social os que mais se destacam e que serão

agraciados com o Troféu Responsabilidade Social e eventualmente, cassar a certificação ou Troféu com base em alguma denúncia grave que altere substancialmente alguns dos indicadores ou pré-requisitos.

A Comissão poderá solicitar às empresas e demais entidades esclarecimentos relativos às informações recebidas, bem como informações complementares além de, a seu critério, realizar visitas às empresas e demais entidades inscritas, para fins de concessão da certificação e do Troféu Destaque – RS.

A Comissão poderá desclassificar da concorrência ao Certificado de Responsabilidade Social, Troféu Responsabilidade Social e Diploma Mérito Social das empresas e demais entidades que apresentarem informações que não configuram a realidade ou falsas.

A decisão da Comissão quanto à certificação e a premiação é soberana e irrecorrível.

Na fase de análise e julgamento para fins de escolha das empresas e demais entidades que receberão, em cada categoria, o Troféu Destaque RS, não poderão fazer parte das reuniões da Comissão Julgadora, sócios, acionistas ou funcionários das candidatas ao recebimento da referida premiação.

Da Inscrição

Para concorrerem ao Certificado de Responsabilidade Social, as empresas e demais entidades deverão entregar seu Balanço Social, até o dia 31 de julho de 2009, mediante o preenchimento eletrônico do formulário constante no “site” da Assembléia Legislativa – www.al.rs.gov.br, adotando um dos modelos ali constantes, conforme o tipo jurídico da entidade:

Modelo 1 - Para empresas e sociedades cooperativas (Anexos 1 e 5, págs. 7 e 26);

Modelo 2 - Para entidades governamentais, fundações, associações, sindicatos e instituições de ensino (Anexos 2 e 5, págs. 11 e 26);

Modelo 3 - Entidades sem fins lucrativos (Anexos 3 e 6, págs. 15 e 30);

Modelo 4 - Municípios (Anexo 4, pág. 20).

As empresas e demais entidades que desejarem concorrer ao Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS, em cada categoria, deverão entregar, juntamente com o Balanço Social, até o dia 31 de julho de 2009, o Relatório de Responsabilidade Social mediante o preenchimento eletrônico do formulário disponível no “site” da Assembléia Legislativa – www.al.rs.gov.br, adotando um dos modelos ali constantes, conforme o tipo jurídico da entidade:

Modelo 1 - Para empresas e sociedades cooperativas (Anexo 7, pág. 33);

Modelo 2 - Para entidades governamentais, fundações, associações, sindicatos e instituições de ensino (Anexo 8, pág. 36);

Modelo 3 - Entidades sem fins lucrativos (Anexo 8, pág. 36);

Modelo 4 – Municípios (Anexo 9, pág. 39).

As empresas e demais entidades poderão, de forma complementar à apresentação por meio eletrônico, remeter à Assembléia Legislativa o Balanço Social, bem como o Relatório de Responsabilidade Social, através do envio eletrônico de arquivos ou, na ausência desta possibilidade, em formulário papel, na forma em que houver sido eventualmente publicado na imprensa ou divulgado por outros meios, diretamente ou através do correio, endereçando ao DRPAC – Departamento de Relações Públicas de Atividades Culturais/Divisão de Prêmios Institucionais, situado na Rua Duque de Caxias, 968 – Porto Alegre – RS - CEP 90010.280. Da mesma forma poderão, também, enviar a Demonstração do Valor Adicionado – DVA, como forma de complementar as informações constantes do Balanço Social e do Relatório de Responsabilidade Social.

Para deixar explícito o compromisso ético da empresa, o Balanço Social e o Relatório de Responsabilidade Social deverão conter o nome do Contabilista responsável pelo elaboração do Balanço, o nome do responsável pelo Relatório, e o nome do Dirigente máximo da empresa/entidade. Findo o prazo de inscrição a Assembléia Legislativa publicará a relação das empresas e demais entidades que apresentaram o Balanço Social e o Relatório de Responsabilidade Social.

Da Premiação

O Prêmio oferecerá três tipos de reconhecimento: o Certificado de Responsabilidade Social, o Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS e o Diploma Mérito Social.

- Certificado de Responsabilidade Social

A partir dos Balanços Sociais apresentados, a Comissão estabelecerá um conjunto de indicadores que expressem a Responsabilidade Social da empresa/entidade, definindo um nível mínimo de pontuação a ser atingido para fins de outorga do Certificado de Responsabilidade Social.

Todas as empresas e demais entidades que apresentarem seu Balanço Social e que atingirem a pontuação mínima estabelecida pela Comissão em relação aos indicadores receberão o Certificado de Responsabilidade Social.

- Troféu Responsabilidade Social - Destaque RS

O Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS, nas categorias a seguir especificadas, será concedido às empresas e demais entidades que apresentarem, em cada categoria, o melhor nível de desempenho em termos de Responsabilidade Social, em avaliação procedida a partir do Balanço Social e do Relatório de Responsabilidade Social apresentados e desde que não tenham sido agraciadas com o referido Troféu nas últimas duas edições desta premiação.

No ano de 2009, as organizações que apresentarem o Relatório de Responsabilidade Social e, separadamente, “cases” comprobatórios da existência de **“Projetos de Sustentabilidade”** e/ou **“Ações de Planejamento Familiar”** desenvolvidos até o ano de 2008, concorrerão à Menção Especial e Troféu Destaque RS. (Anexo 10, pg. 41).

- Diploma Mérito Social

O Diploma Mérito Social será conferido ao colaborador responsável pelo Relatório Social da empresa/entidade certificada, bem como ao profissional da contabilidade responsável pelo seu Balanço Social.

Das Categorias:

1. Empresas Privadas / Sociedades Cooperativas

Poderão participar do Prêmio, nesta categoria, todas as empresas privadas/sociedades cooperativas do Estado do Rio Grande do Sul, sendo que serão premiadas com o Troféu até três empresas/sociedades cooperativas, uma em cada faixa de porte, segundo a seguinte classificação por receita bruta:

1.1 - Micros e Pequenas: receita bruta anual até R\$ 10.000.000,00.

1.2 - Médias: receita bruta anual entre R\$ 10.000.000,01 e R\$ 100.000.000,00.

1.3 - Grandes: receita bruta anual acima de R\$ 100.000.000,00.

Disposições Finais:

Os vencedores dos troféus Responsabilidade Social – Destaque RS, em todas as categorias, comprometem-se a apresentar seus “cases” em Seminário a ser realizado em data a ser definida pela Assembléia Legislativa.

As empresas e demais entidades agraciadas com o Certificado de Responsabilidade Social ou com o Troféu Responsabilidade Social – Destaque – RS poderão, a seu critério, divulgar tal fato em seus produtos, peças de comunicação, publicidade, propaganda, etc., desde que mencionem qual a premiação recebida (Certificado ou Troféu) e o ano da publicação.

Os Balanços Sociais apresentados e certificados nos termos deste edital poderão ser utilizados pelas empresas que pretendam participar com o financiamento de projetos sociais de que trata a Lei Estadual nº. 11. 853, de 29 de novembro de 2002 – Lei da Solidariedade – em atendimento ao disposto no artigo 5º, inciso II, da referida Lei.

As empresas e demais entidades concorrentes aos troféus Responsabilidade Social – RS e ao Certificado de Responsabilidade Social, desde já, concordam que seus Balanços e Relatórios Sociais sejam fonte de consulta disponível ao público.

Para concorrer ao Prêmio, as empresas/entidades participantes devem estar com suas obrigações fiscais e ambientais devidamente regularizadas junto a União, Estado e Município.

Cada organização poderá se inscrever somente na sua respectiva categoria sob pena de anulação da inscrição.

As questões não previstas neste regulamento serão resolvidas pela Comissão.

Modelo 1 – Para empresas e sociedades cooperativas

* Para sanar eventuais dúvidas vide página 8.

1. IDENTIFICAÇÃO

Razão/Denominação Social

Endereço

CNPJ

Contatos da Entidade

Data da fundação

Breve Histórico
Principais Produtos
Área de Atuação
Outros dados

Associações às quais a empresa pertence

2. INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL

2007

2008

2.1 DADOS NÃO-MONETÁRIOS

2.1.1 Admissões no período

2.1.2 Demissões no período

2.1.3 Total de funcionários no final do exercício e distribuição por faixa etária

2.1.4 Portadores de Necessidades Especiais

2.1.5 Aposentados

2.1.6 Estagiários

2.1.7 Acidentes de Trabalho

2.1.8 Multas Trabalhistas

2.1.9 Outros dados

2.2 DADOS MONETÁRIOS (GASTOS) – R\$

2.2.1 Benefícios Sociais

2.2.2 Saúde, Segurança e Higiene no Trabalho

2.2.3 Capacitação Profissional

2.2.4 Participação nos Resultados

2.2.5 Outros Benefícios

2.3 DADOS DESCRITIVOS

3. INVESTIMENTOS EM CIDADANIA

2007

2008

3.1 DADOS MONETÁRIOS – R\$

3.1.1 Valor aplicado em Ações Sociais em entidades privada

3.1.2 Valor aplicado em Ações Sociais em entidades públicas

3.2 DADOS DESCRITIVOS

4. AÇÕES AMBIENTAIS

2007

2008

4.1 DADOS MONETÁRIOS – R\$

4.1.1 Investimentos em Meio Ambiente

4.1.2 Multas e Indenizações pagas por infração à Legislação Ambiental

4.2 DADOS NÃO-MONETÁRIOS

4.2.1 Multas Ambientais (quantidade)

4.3 DADOS DESCRITIVOS

5. BASE DE CÁLCULO

2007

2008

5.1 Receita Bruta de Vendas – R\$

5.2 Receita Líquida de Vendas – R\$

5.3 Folha de Pagamento Bruta – R\$

Contabilista Responsável e CRCRS

Dirigente da Instituição

Notas Explicativas:

1.1. Razão/denominação social – Descrever consoante o contrato social, estatuto, etc.

1.2. Endereço – Mencionar rua, número, bairro, cidade, CEP e telefones para contato.

1.3. CNPJ – Informar o número no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do MF.

2.1 Dados não-monetários

2.1.1 Admissões no Período – Número de funcionários contratados no período.

2.1.2 Demissões no Período – Número de funcionários demitidos no período.

2.1.3 Total de funcionários no final do exercício por faixa etária – número total de funcionários que exerciam suas atividades na empresa no final do período, por faixa etária, como segue: até 30 anos; de 31 a 40 anos; de 41 a 50 anos; de 51 a 60 anos; mais de 60 anos.

2.1.4 Portadores de Necessidades Especiais – Número de funcionários portadores de necessidades especiais que exerciam suas atividades na empresa no final do período.

2.1.5 Aposentados – Número de funcionários aposentados que continuam exercendo suas atividades na empresa.

2.1.6 Primeiro Emprego – Número de funcionários admitidos no período, que estão trabalhando pela primeira vez.

2.1.7 Acidentes de Trabalho – Número de acidentes ocorridos no trabalho e registrados em cada ano.

2.1.8 Multas Trabalhistas – Número de multas trabalhistas aplicadas pelos órgãos competentes, à empresa, em cada ano.

2.2 Dados Monetários

2.2.1 Benefícios Sociais – Valor total investido na comunidade interna (salários, encargos sociais, gastos com saúde, alimentação, transporte, previdência, creches, gastos com educação de familiares e outros) deduzidos os gastos com capacitação, segurança e higiene no trabalho e participação nos resultados, por constituírem itens próprios. A critério da empresa podem ser desdobrados em benefícios sociais obrigatórios e voluntários.

2.2.2 Segurança e Higiene no Trabalho – Total aplicado em segurança e higiene no trabalho.

2.2.3 Capacitação Profissional – Valor total dos gastos realizados pela empresa em treinamento e qualificação de seu quadro funcional, incluindo bolsas de estudo, programa de estágios, assinaturas de periódicos e investimento em biblioteca e outros gastos com educação e treinamento de empregados.

2.2.4 Participação nos Resultados – Valor destinado ao quadro funcional a título de participação nos resultados da empresa.

2.2.5 Outros Benefícios – Informar o montante de outros benefícios conferidos pela entidade ao quadro funcional.

3.1 Dados Monetários

3.1.1 Valor aplicado em ações sociais em entidades privadas – O valor total dos investimentos realizados pela empresa, para entidades privadas, em benefício do público externo, (comunidade), nas áreas de cultura, esportes, habilitação, saúde pública, saneamento, segurança, urbanização, educação, defesa civil, pesquisa, obras públicas, campanhas públicas e outros gastos sociais na comunidade.

3.1.2 Valor aplicado em ações sociais em entidades públicas. O valor total dos investimentos realizados pela empresa, para entidades públicas, em benefício do público externo, (comunidade), nas áreas de cultura, esportes, habilitação, saúde pública, saneamento, segurança, urbanização, educação, defesa civil, pesquisa, obras públicas, campanhas públicas e outros gastos sociais na comunidade.

4.1 Dados Monetários

4.1.1 Investimentos em Meio Ambiente – Valor aplicado em reflorestamento, despoluição, gastos com introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem a conservação e melhoria do Meio Ambiente, inclusive com educação e conscientização ambiental.

4.1.2 Multas e indenizações pagas por infração à Legislação Ambiental – informar o valor das multas e indenizações pagas no período, por infração a normas da Legislação Ambiental.

4.1 Dados Não-Monetários

4.2.1 Multas Ambientais – Relatar o número de multas ambientais aplicadas pelos órgãos competentes, à empresa, no período.

5.1 Receita Bruta de Vendas – Informar o montante da receita bruta de vendas no período.

5.2 Receita Líquida de Vendas – Informar a receita bruta de vendas excluída dos impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais.

5.3 Folha de Pagamento Bruta – Valor total da folha de pagamento, incluindo os encargos sociais.

Observações:

- No caso de a empresa não dispor de dados relativos ao exercício de 2007, para fins comparativos, as informações podem restringir-se ao exercício de 2008.

- Em complemento ao Balanço Social apresentado no formulário eletrônico, podem ser apresentados textos, fotos, publicações e outros itens que a empresa considerar necessários para melhor apreciação de sua atuação social.

Indicadores Qualitativos do Balanço Social para empresas, entidades governamentais, fundações, associações, sindicatos e instituições de ensino.

* Para sanar eventuais dúvidas vide página 29.

DADOS QUALITATIVOS

GERAL

1. Possui código de ética divulgado para três ou mais dos seguintes públicos de interesse: comunidade, público interno, poder público, fornecedores e clientes:

- Sim
 Não

2. Em relação aos canais de relacionamento formais, a organização:

Possui canais de relacionamento formais com menos de três dos seguintes públicos de interesse: comunidade, público interno, poder público, fornecedores e clientes.

Possui canais de relacionamento formais com três ou mais dos seguintes públicos de interesse: comunidade, público interno, poder público, fornecedores e clientes.

Possui canais de comunicação direta (café da manhã com o presidente/gestores, ouvidoria interna, canais de relacionamento com gestores através de internet, seminários com fornecedores e parceiros, 0800, etc.).

3 Em relação a certificações de qualidade, ambiental e social, a organização:

Não possui certificações e não tem nenhum processo em andamento.

Não possui certificação, mas possui processo em andamento.

Possui certificações de qualidade do produto/serviço (ISO 9000, PGQP e similares).

Possui certificações ambientais (ISO 14000 e similares).

Possui certificações sociais (OHSAS 18000, SA8000, BS8800 e similares).

EM RELAÇÃO AO PÚBLICO INTERNO

4. A organização possui programas de participação nos resultados extensivo a todos os colaboradores:

- Sim
 Não

5. Possui práticas de promoção da diversidade para grupos pouco representados na sociedade/organização, como programas de contratação de portadores de deficiência e outros grupos minoritários:

- Sim
 Não

6. Realiza práticas de desenvolvimento e capacitação profissional:

Não realiza tal prática.

Extensivo a todos os funcionários.

Por meio de cursos e treinamentos de curta duração.

Investindo em bolsas para educação formal (ensino fundamental, médio, ensino superior e pós-graduação) e línguas estrangeiras até 50% do valor total.

Investindo em bolsas para educação formal (ensino fundamental, médio, ensino superior e pós-graduação) e línguas estrangeiras até 75% do valor total.

Investindo em bolsas para educação formal (ensino fundamental, médio, ensino superior e pós-graduação) e línguas estrangeiras até 100% do valor total.

7. A organização possui programa de saúde, segurança e condições de trabalho que:

Atende aos programas de saúde e segurança estabelecidas por lei (NRs).

Realiza constantemente campanhas de conscientização e oferece informações relevantes sobre saúde e segurança dos colaboradores.

Promove programas de qualidade de vida dos trabalhadores com ações sistemáticas (ginástica laboral, espaços de convivência, espaços para descanso, estudos ergonômicos, etc).

Realiza pesquisa organizacional visando desenvolver ações de melhoria nas condições de trabalho.

Realiza gestão participativa dos trabalhadores no processo de melhoria das condições de trabalho.

Possui políticas que equilibrem as atividades profissional e familiar.

8. Oferece benefícios que incluem:

Não oferece benefícios.

Planos de saúde ou centros de atendimento de saúde aos colaboradores.

Ações extensivas à família do colaborador: plano de saúde familiar, orientação sobre prevenção de doenças, divulgação de campanhas de vacinação, etc.

Atividades de cultura, esporte e lazer.

Quando precisa realizar demissões, oferece serviços de apoio, como recolocação profissional, recapacitação e extensão de benefícios a todos os trabalhadores demitidos.

Programa de previdência privada, na qual contribui paritariamente com o colaborador.

EM RELAÇÃO À COMUNIDADE

9. Em sua ação voltada à comunidade, a empresa

- Não realiza tal prática.
- Realiza ações sociais pontuais sem foco definido.
- Realiza ações sociais sistemáticas em projetos específicos e com foco.
- Desenvolve novas metodologias e práticas exemplares de intervenção social, tais como, o estabelecimento de alianças estratégicas entre instituições sociais, poder público e iniciativa privada ou o apoio, com recursos financeiros ou humanos, na elaboração, aperfeiçoamento e execução de políticas públicas universais.

10 Quanto à estrutura de suporte à ação social, a empresa:

- Não possui estrutura nem orçamento voltado a este fim.
- Não possui orçamento definido.
- Possui dotação orçamentária anual estável.
- Possui equipe parcialmente alocada de setores da empresa, como RH, Relações Institucionais, Marketing e outros.
- Possui Fundação ou Instituto.

11 A empresa desenvolve ações de estímulo ao voluntariado com as seguintes características:

- Não realiza.
- Permite o uso de recursos da empresa (financeiros, produtos, dependências, etc.) para a realização do trabalho.
- Permite uso do horário de trabalho do colaborador para a realização do trabalho voluntário.

EM RELAÇÃO AO MEIO AMBIENTE

12 A organização:

- Não desenvolve ações de qualquer natureza voltadas ao meio ambiente.
- Realiza coleta seletiva de lixo.
- Desenvolve e aperfeiçoa processos que gerem economia no consumo de papel, energia, combustíveis fósseis e água.
- Realiza ações que visem a educação ambiental, para funcionários e familiares.

13 Possui Sistemas de Gestão Ambiental com as seguintes características:

- Não possui sistema de gestão ambiental.
- Possui identificação de riscos ambientais.
- Possui orçamento definido para ações de minimização de impactos ambientais.
- Possui planos de ação e metas.
- Possui processo de mediação e avaliação do impacto do produto no meio ambiente.
- Possui auditoria externa.

EM RELAÇÃO AOS FORNECEDORES

14 Estabelece critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores que incluem uma ou mais das seguintes questões:

- Não possui critérios desse tipo para a seleção de fornecedores.
- Ambiental
- Mão-de-obra infantil.
- Legislação trabalhista e previdenciária.
- Atuação na comunidade.

15 Estimula fornecedores a desenvolverem ações sociais próprias ou em conjunto com a própria empresa:

- Sim
- Não

EM RELAÇÃO AOS CLIENTES/CONSUMIDORES:

16 Possui política de respeito à privacidade de clientes/consumidores:

- Sim
- Não

17 Utiliza canais de comunicação como ferramenta de aperfeiçoar suas atividades, produtos e serviços:

- Contato direto com vendedor.
- Realiza pesquisas de satisfação.
- Call Center.
- Internet.

18 Adota princípios de respeito à preservação da saúde de seus consumidores, pesquisando e divulgando danos potenciais que seus produtos possam causar e medidas corretivas.

Sim

Não

Contabilista responsável e CRCRS nº:

Dirigente máximo da Empresa/Organização:

Notas Explicativas

Para as questões não-binárias, é permitida a escolha de mais de uma alternativa.

Em caso de dúvida, enviar e-mail para: responsabilidade.social@al.rs.gov.br.

ANEXO C – Norma Regulamentar nº5 da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes

NORMA REGULAMENTADORA 5 - NR 5 COMISSÃO INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES

DO OBJETIVO

5.1 a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes - CIPA - tem como objetivo a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar compatível permanentemente o trabalho com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador.

DA CONSTITUIÇÃO

5.2 Devem constituir CIPA, por estabelecimento, e mantê-la em regular funcionamento as empresas privadas, públicas, sociedades de economia mista, órgãos da administração direta e indireta, instituições beneficentes, associações recreativas, cooperativas, bem como outras instituições que admitam trabalhadores como empregados.

5.3 As disposições contidas nesta NR aplicam-se, no que couber, aos trabalhadores avulsos e às entidades que lhes tomem serviços, observadas as disposições estabelecidas em Normas Regulamentadoras de setores econômicos específicos.

5.4 A empresa que possuir em um mesmo município dois ou mais estabelecimentos, deverá garantir a integração das CIPA e dos designados, conforme o caso, com o objetivo de harmonizar as políticas de segurança e saúde no trabalho.

5.5 As empresas instaladas em centro comercial ou industrial estabelecerão, através de membros de CIPA ou designados, mecanismos de integração com objetivo de promover o desenvolvimento de ações de prevenção de acidentes e doenças decorrentes do ambiente e instalações de uso coletivo, podendo contar com a participação da administração do mesmo.

DA ORGANIZAÇÃO

5.6 A CIPA será composta de representantes do empregador e dos empregados, de acordo com o dimensionamento previsto no Quadro I desta NR, ressalvadas as alterações disciplinadas em atos normativos para setores econômicos específicos.

5.6.1 Os representantes dos empregadores, titulares e suplentes serão por eles designados.

5.6.2 Os representantes dos empregados, titulares e suplentes, serão eleitos em escrutínio secreto, do qual participem, independentemente de filiação sindical, exclusivamente os empregados interessados.

5.6.3 O número de membros titulares e suplentes da CIPA, considerando a ordem decrescente de votos recebidos, observará o dimensionamento previsto no Quadro I desta NR, ressalvadas as alterações disciplinadas em atos normativos de setores econômicos específicos.

5.6.4 Quando o estabelecimento não se enquadrar no Quadro I, a empresa designará um responsável pelo cumprimento dos objetivos desta NR, podendo ser adotados mecanismos de participação dos empregados, através de negociação coletiva.

5.7 O mandato dos membros eleitos da CIPA terá a duração de um ano, permitida uma reeleição.

5.8 É vedada a dispensa arbitrária ou sem justa causa do empregado eleito para cargo de direção de Comissões Internas de Prevenção de Acidentes desde o registro de sua candidatura até um ano após o final de seu mandato.

5.9 Serão garantidas aos membros da CIPA condições que não descaracterizem suas atividades normais na empresa, sendo vedada a transferência para outro estabelecimento sem a sua anuência, ressalvado o disposto nos parágrafos primeiro e segundo do artigo 469, da CLT.

5.10 O empregador deverá garantir que seus indicados tenham a representação necessária para a discussão e encaminhamento das soluções de questões de segurança e saúde no trabalho analisadas na CIPA.

5.11 O empregador designará entre seus representantes o Presidente da CIPA, e os representantes dos empregados escolherão entre os titulares o vice-presidente.

5.12 Os membros da CIPA, eleitos e designados serão empossados no primeiro dia útil após o término do mandato anterior.

5.13 Será indicado, de comum acordo com os membros da CIPA, um secretário e seu substituto, entre os componentes ou não da comissão, sendo neste caso necessária a concordância do empregador.

5.14 Empossados os membros da CIPA, a empresa deverá protocolizar, em até dez dias, na unidade descentralizada do Ministério do Trabalho, cópias das atas de eleição e de posse e o calendário anual das reuniões ordinárias.

5.15 Protocolizada na unidade descentralizada do Ministério do Trabalho e Emprego, a CIPA não poderá ter seu número de representantes reduzido, bem como não poderá ser desativada pelo empregador, antes do término do mandato de seus membros, ainda que haja redução do número de empregados da empresa, exceto no caso de encerramento das atividades do estabelecimento.

DAS ATRIBUIÇÕES

5.16 A CIPA terá por atribuição:

- a) identificar os riscos do processo de trabalho, e elaborar o mapa de riscos, com a participação do maior número de trabalhadores, com assessoria do SESMT, onde houver;
- b) elaborar plano de trabalho que possibilite a ação preventiva na solução de problemas de segurança e saúde no trabalho;
- c) participar da implementação e do controle da qualidade das medidas de prevenção necessárias, bem como da avaliação das prioridades de ação nos locais de trabalho;
- d) realizar, periodicamente, verificações nos ambientes e condições de trabalho visando a identificação de situações que venham a trazer riscos para a segurança e saúde dos trabalhadores;
- e) realizar, a cada reunião, avaliação do cumprimento das metas fixadas em seu plano de trabalho e discutir as situações de risco que foram identificadas;
- f) divulgar aos trabalhadores informações relativas à segurança e saúde no trabalho;
- g) participar, com o SESMT, onde houver, das discussões promovidas pelo empregador, para avaliar os impactos de alterações no ambiente e processo de trabalho relacionados à segurança e saúde dos trabalhadores;
- h) requerer ao SESMT, quando houver, ou ao empregador, a paralisação de máquina ou setor onde considere haver risco grave e iminente à segurança e saúde dos trabalhadores;
- i) colaborar no desenvolvimento e implementação do PCMSO e PPRA e de outros programas relacionados à segurança e saúde no trabalho;
- j) divulgar e promover o cumprimento das Normas Regulamentadoras, bem como cláusulas de acordos e convenções coletivas de trabalho, relativas à segurança e saúde no trabalho;
- l) participar, em conjunto com o SESMT, onde houver, ou com o empregador da análise das causas das doenças e acidentes de trabalho e propor medidas de solução dos problemas identificados;
- m) requisitar ao empregador e analisar as informações sobre questões que tenham interferido na segurança e saúde dos trabalhadores;
- n) requisitar à empresa as cópias das CAT emitidas;
- o) promover, anualmente, em conjunto com o SESMT, onde houver, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho - SIPAT;
- p) participar, anualmente, em conjunto com a empresa, de Campanhas de Prevenção da AIDS.

5.17 Cabe ao empregador proporcionar aos membros da CIPA os meios necessários ao desempenho de suas atribuições, garantindo tempo suficiente para a realização das tarefas constantes do plano de trabalho.

5.18 Cabe aos empregados: participar da eleição de seus representantes;

- a) colaborar com a gestão da CIPA;
- b) indicar à CIPA, ao SESMT e ao empregador situações de riscos e apresentar sugestões para melhoria das condições de trabalho;
- c) observar e aplicar no ambiente de trabalho as recomendações quanto a prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho.

5.19 Cabe ao Presidente da CIPA:

- a) convocar os membros para as reuniões da CIPA;
- b) coordenar as reuniões da CIPA, encaminhando ao empregador e ao SESMT, quando houver, as decisões da comissão;
 - a) manter o empregador informado sobre os trabalhos da CIPA;
 - b) coordenar e supervisionar as atividades de secretaria;
 - c) delegar atribuições ao Vice-Presidente;

5.20 Cabe ao Vice-Presidente:

- a) executar atribuições que lhe forem delegadas;
- b) substituir o Presidente nos seus impedimentos eventuais ou nos seus afastamentos temporários;

5.21 Presidente e o Vice-Presidente da CIPA, em conjunto, terão as seguintes atribuições:

- a) cuidar para que a CIPA disponha de condições necessárias para o desenvolvimento de seus trabalhos;

- b) coordenar e supervisionar as atividades da CIPA, zelando para que os objetivos propostos sejam alcançados;
- c) delegar atribuições aos membros da CIPA;
- d) promover o relacionamento da CIPA com o SESMT, quando houver;
- e) divulgar as decisões da CIPA a todos os trabalhadores do estabelecimento;
- f) encaminhar os pedidos de reconsideração das decisões da CIPA;
- g) constituir a comissão eleitoral.

5.22 Secretário da CIPA terá por atribuição:

- a) acompanhar as reuniões da CIPA, e redigir as atas apresentando-as para aprovação e assinatura dos membros presentes;
- b) preparar as correspondências; e
- c) outras que lhe forem conferidas.

DO FUNCIONAMENTO

5.23 A CIPA terá reuniões ordinárias mensais, de acordo com o calendário preestabelecido.

5.24 As reuniões ordinárias da CIPA serão realizadas durante o expediente normal da empresa e em local apropriado.

5.25 As reuniões da CIPA terão atas assinadas pelos presentes com encaminhamento de cópias para todos os membros.

5.26 As atas ficarão no estabelecimento à disposição dos Agentes da Inspeção do Trabalho - AIT.

5.27 Reuniões extraordinárias deverão ser realizadas quando:

- a) houver denúncia de situação de risco grave e iminente que determine aplicação de medidas corretivas de emergência;
- b) ocorrer acidente do trabalho grave ou fatal;
- c) houver solicitação expressa de uma das representações.

5.28 As decisões da CIPA serão preferencialmente por consenso.

5.28.1 Não havendo consenso, e frustradas as tentativas de negociação direta ou com mediação, será instalado processo de votação, registrando-se a ocorrência na ata da reunião.

5.29 Das decisões da CIPA caberá pedido de reconsideração, mediante requerimento justificado.

5.29.1 O pedido de reconsideração será apresentado à CIPA até a próxima reunião ordinária, quando será analisado, devendo o Presidente e o Vice-Presidente efetivar os encaminhamentos necessários.

5.30 O membro titular perderá o mandato, sendo substituído por suplente, quando faltar a mais de quatro reuniões ordinárias sem justificativa.

5.31 A vacância definitiva de cargo, ocorrida durante o mandato, será suprida por suplente, obedecida à ordem de colocação decrescente registrada na ata de eleição, devendo o empregador comunicar à unidade descentralizada do Ministério do Trabalho e Emprego as alterações e justificar os motivos.

5.31.1 No caso de afastamento definitivo do presidente, o empregador indicará o substituto, em dois dias úteis, preferencialmente entre os membros da CIPA.

5.31.2 No caso de afastamento definitivo do vice-presidente, os membros titulares da representação dos empregados, escolherão o substituto, entre seus titulares, em dois dias úteis.

DO TREINAMENTO

5.32 A empresa deverá promover treinamento para os membros da CIPA, titulares e suplentes, antes da posse.

5.32.1 O treinamento de CIPA em primeiro mandato será realizado no prazo máximo de trinta dias, contados a partir da data da posse.

5.32.2 As empresas que não se enquadrem no Quadro I, promoverão anualmente treinamento para o designado responsável pelo cumprimento do objetivo desta NR.

5.33 treinamento para a CIPA deverá contemplar, no mínimo, os seguintes itens:

- a) estudo do ambiente, das condições de trabalho, bem como dos riscos originados do processo produtivo;
- b) metodologia de investigação e análise de acidentes e doenças do trabalho;
- c) noções sobre acidentes e doenças do trabalho decorrentes de exposição aos riscos existentes na empresa;
- d) noções sobre a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida - AIDS, e medidas de prevenção;
- e) noções sobre as legislações trabalhista e previdenciária relativas à segurança e saúde no trabalho;
- f) princípios gerais de higiene do trabalho e de medidas de controle dos riscos;
- g) organização da CIPA e outros assuntos necessários ao exercício das atribuições da Comissão.

5.34 O treinamento terá carga horária de vinte horas, distribuídas em no máximo oito horas diárias e será realizado durante o expediente normal da empresa.

5.35 O treinamento poderá ser ministrado pelo SESMT da empresa, entidade patronal, entidade de trabalhadores ou por profissional que possua conhecimentos sobre aos temas ministrados.

5.36 A CIPA será ouvida sobre o treinamento a ser realizado, inclusive quanto à entidade ou profissional que o ministrará, constando sua manifestação em ata, cabendo à empresa escolher a entidade ou profissional que ministrará o treinamento.

5.37 Quando comprovada a não observância ao disposto nos itens relacionados ao treinamento, a unidade descentralizada do Ministério do Trabalho e Emprego, determinará a complementação ou a realização de outro, que será efetuado no prazo máximo de trinta dias, contados da data de ciência da empresa sobre a decisão.

DO PROCESSO ELEITORAL

5.38 Compete ao empregador convocar eleições para escolha dos representantes dos empregados na CIPA, no prazo mínimo de 60 (sessenta) dias antes do término do mandato em curso.

5.38.1 A empresa estabelecerá mecanismos para comunicar o início do processo eleitoral ao sindicato da categoria profissional.

5.39 O Presidente e o Vice Presidente da CIPA constituirão dentre seus membros, no prazo mínimo de 55 (cinquenta e cinco) dias antes do término do mandato em curso, a Comissão Eleitoral - CE, que será a responsável pela organização e acompanhamento do processo eleitoral.

5.39.1 Nos estabelecimentos onde não houver CIPA, a Comissão Eleitoral será constituída pela empresa.

5.40 processo eleitoral observará as seguintes condições:

- a) publicação e divulgação de edital, em locais de fácil acesso e visualização, no prazo mínimo de 45 (quarenta e cinco) dias antes do término do mandato em curso;
- b) inscrição e eleição individual, sendo que o período mínimo para inscrição será de quinze dias;
- c) liberdade de inscrição para todos os empregados do estabelecimento, independentemente de setores ou locais de trabalho, com fornecimento de comprovante;
- d) garantia de emprego para todos os inscritos até a eleição;
- e) realização da eleição no prazo mínimo de 30 (trinta) dias antes do término do mandato da CIPA, quando houver;
- f) realização de eleição em dia normal de trabalho, respeitando os horários de turnos e em horário que possibilite a participação da maioria dos empregados.
- g) voto secreto;
- h) apuração dos votos, em horário normal de trabalho, com acompanhamento de representante do empregador e dos empregados, em número a ser definido pela comissão eleitoral;
- i) i) faculdade de eleição por meios eletrônicos;
- j) guarda, pelo empregador, de todos os documentos relativos à eleição, por um período mínimo de cinco anos.

5.41 Havendo participação inferior a cinquenta por cento dos empregados na votação, não haverá a apuração dos votos e a comissão eleitoral deverá organizar outra votação que ocorrerá no prazo máximo de dez dias.

5.42 As denúncias sobre o processo eleitoral deverão ser protocolizadas na unidade descentralizada do MTE, até trinta dias após a data da posse dos novos membros da CIPA.

5.42.1 Compete a unidade descentralizada do Ministério do Trabalho e Emprego, confirmadas irregularidades no processo eleitoral, determinar a sua correção ou proceder a anulação quando for o caso.

5.42.2 Em caso de anulação a empresa convocará nova eleição no prazo de cinco dias, a contar da data de ciência, garantidas as inscrições anteriores.

5.42.3 Quando a anulação se der antes da posse dos membros da CIPA, ficará assegurada a prorrogação do mandato anterior, quando houver, até a complementação do processo eleitoral.

5.43 Assumirão a condição de membros titulares e suplentes, os candidatos mais votados.

5.44 Em caso de empate, assumirá aquele que tiver maior tempo de serviço no estabelecimento.

5.45 Os candidatos votados e não eleitos serão relacionados na ata de eleição e apuração, em ordem decrescente de votos, possibilitando nomeação posterior, em caso de vacância de suplentes.

DAS CONTRATANTES E CONTRATADAS

5.46 Quando se tratar de empreiteiras ou empresas prestadoras de serviços, considera-se estabelecimento, para fins de aplicação desta NR, o local em que seus empregados estiverem exercendo suas atividades.

5.47 Sempre que duas ou mais empresas atuarem em um mesmo estabelecimento, a CIPA ou designado da empresa contratante deverá, em conjunto com as das contratadas ou com os

designados, definir mecanismos de integração e de participação de todos os trabalhadores em relação às decisões das CIPA existentes no estabelecimento.

5.48 A contratante e as contratadas, que atuem num mesmo estabelecimento, deverão implementar, de forma integrada, medidas de prevenção de acidentes e doenças do trabalho, decorrentes da presente NR, de forma a garantir o mesmo nível de proteção em matéria de segurança e saúde a todos os trabalhadores do estabelecimento.

5.49 A empresa contratante adotará medidas necessárias para que as empresas contratadas, suas CIPA, os designados e os demais trabalhadores lotados naquele estabelecimento recebam as informações sobre os riscos presentes nos ambientes de trabalho, bem como sobre as medidas de proteção adequadas.

5.50 A empresa contratante adotará as providências necessárias para acompanhar o cumprimento pelas empresas contratadas que atuam no seu estabelecimento, das medidas de segurança e saúde no trabalho.

DISPOSIÇÕES FINAIS

5.51 Esta norma poderá ser aprimorada mediante negociação, nos termos de portaria específica.

ANEXO D – Decreto nº 5 – Programa de Alimentação do Trabalhador

DECRETO Nº 5, DE 14 DE JANEIRO DE 1991

Regulamentou a Lei nº 6.321, de 14 de abril de 1976, que trata do Programa de Alimentação do Trabalhador, revoga o Decreto nº 78.676, de 8 de novembro de 1976, e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, decreta:

Art. 1º A pessoa jurídica poderá deduzir, do Imposto de Renda devido, valor equivalente à aplicação da alíquota cabível do Imposto de Renda sobre a soma das despesas de custeio realizadas, no período-base, em programas de alimentação do trabalhador, previamente aprovados pelo Ministério do Trabalho e da Previdência Social - MTPS, nos termos deste regulamento.

§1º As despesas realizadas durante o período-base da pessoa jurídica, além de constituírem custo operacional, poderão ser consideradas em igual montante para o fim previsto neste artigo.

§2º A dedução do Imposto de Renda estará limitada a 5% (cinco por cento) do lucro tributável em cada exercício, podendo o eventual excesso ser transferido para dedução nos 2 (dois) exercícios subseqüentes.

§3º As despesas de custeio admitidas na base de cálculo de incentivo são aquelas que vierem a constituir o custo direto e exclusivo do serviço de alimentação, podendo ser considerados, além da matéria-prima, mão-de-obra, encargos decorrentes de salários, asseio e os gastos de energia diretamente relacionados ao preparo e à distribuição das refeições.

§4º Para os efeitos deste Decreto, entende-se como prévia aprovação pelo Ministério do Trabalho e da Previdência Social a apresentação de documento hábil a ser definido em portaria dos ministros do Trabalho e Previdência Social, da Economia, Fazenda e Planejamento e da Saúde.

Art. 2º Para os efeitos do art. 2º da Lei nº 6.321, de 14 de abril de 1976, os trabalhadores de renda mais elevada poderão ser incluídos no programa de alimentação, desde que esteja garantido o atendimento da totalidade dos trabalhadores contratados pela pessoa jurídica beneficiária que percebam até 5 (cinco) salários-mínimos.

Art. 3º Os programas de alimentação do trabalhador deverão propiciar condições de avaliação do teor nutritivo da alimentação.

Art. 4º Para a execução dos programas de alimentação do trabalhador, a pessoa jurídica beneficiária pode manter serviço próprio de refeições, distribuir alimentos e firmar convênio com entidades fornecedoras de alimentação coletiva, sociedades civis e sociedades cooperativas.

Parágrafo único. A pessoa jurídica beneficiária será responsável por quaisquer irregularidades resultantes dos programas executados na forma deste artigo.

Art. 5º A pessoa jurídica que custear em comum as despesas definidas no art. 4º poderá beneficiar-se de dedução prevista na Lei nº 6.321, de 14 de abril de 1976, pelo critério de rateio do custo total de alimentação.

Art. 6º Nos programas de alimentação do trabalhador, previamente aprovados pelo Ministério do Trabalho e da Previdência Social, a parcela paga *in natura* pela empresa não tem natureza salarial, não

se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos, não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e nem se configura como rendimento tributável do trabalhador.

Art. 7º A pessoa jurídica deverá destacar contabilmente, com subtítulos por natureza de gastos, as despesas constantes do Programa de Alimentação do Trabalhador.

Art. 8º A execução inadequada dos programas de alimentação do trabalhador ou o desvio ou desvirtuamento de suas finalidades acarretará a perda do incentivo fiscal e a aplicação das penalidades cabíveis.

Parágrafo único. Na hipótese de infringência de dispositivos deste regulamento, as autoridades incumbidas da fiscalização no âmbito dos Ministérios do Trabalho e da Previdência Social, da Economia, Fazenda e Planejamento e da Saúde aplicarão as penalidades cabíveis no âmbito de suas competências.

Art. 9º O Ministério do Trabalho e da Previdência Social expedirá instruções dispondo sobre a aplicação deste Decreto.

Art. 10. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 11. Revogam-se o Decreto nº 78.676, de 8 de novembro de 1976, e demais disposições em contrário.

Brasília, 14 de janeiro de 1991; 170º da Independência e 103º da República.

FERNANDO COLLOR
Antonio Magri

ANEXO E – Principais tópicos do Balanço Social empresa SOGIL – Sociedade de Ônibus Gigante Ltda

Expediente

Balanço Social SOGIL 2008 e
Relatório de Responsabilidade Social SOGIL 2008
Diretoria: Ana Cristina Pastro Pereira e
Luis Henrique Guerreiro Costa Ventura
Execução: Cândida Gomes - Comunicação
Cristiano Ávila da Silveira - Contabilidade
Ivone Bairros - Bem-estar Social
Fotos: Arquivo SOGIL e Bruna Gandolfo
Projeto Gráfico e Diagramação: Gandolfo Designs

Palavra da Diretoria

Em 2008 a SOGIL executou um processo de mudança em sua gestão que marcou a história da organização. Foi um ano rico em ações e transformações. A empresa marca sua trajetória por meio de uma atuação responsável e comprometida com as expectativas daqueles que a criaram. Entretanto, cada época traz seus próprios desafios e oportunidades.

Como empresa prestadora de serviços, a SOGIL publica seu Balanço Social por acreditar que a transparência das informações é fundamental para o compromisso com a sociedade. Sendo assim, divulga suas ações de responsabilidade social interna e externa desde 2000.

A SOGIL acumula, em seus 55 anos, realizações e iniciativas que comprovam seu compromisso social com aqueles que escrevem essa história com seu próprio suor, talento e dedicação!

Boa leitura!

Ana Cristina Pastro Pereira
Diretora de DRH
Luis Henrique Guerreiro Costa Ventura
Diretor Geral

VALORES ORGANIZACIONAIS

NEGÓCIO

Transporte coletivo de passageiros.

MISSÃO

Transportar pessoas com segurança e qualidade, atuando para que seja priorizado o transporte coletivo de passageiros, promovendo a mobilidade urbana, gerando satisfação para acionistas, clientes, colaboradores, fornecedores e sociedade.

PRINCÍPIOS

Honestidade e ética; Satisfação do cliente; Lucro para desenvolver e prosperar; Valorização do colaborador; Relação de parceria com fornecedores; Respeito ao meio ambiente; Sinergia com a comunidade.

VISÃO

Consolidar posição de respeito, confiabilidade e responsabilidade social perante a comunidade de abrangência em todas as ações praticadas, para viabilizar a continuidade do negócio.

PROPOSTA DE VALOR

Pontualidade no cumprimento dos horários.

POLÍTICA DA QUALIDADE

Transportar pessoas com pontualidade, conforto e segurança, melhorando continuamente os processos do negócio e promovendo a satisfação de todas as partes interessadas.

PERFIL DA EMPRESA

Dedicando-se ao transporte coletivo de passageiros, a SOGIL tem como principal trajeto de atuação o eixo metropolitano que vai de Gravataí a Porto Alegre. Além disso, possui linhas municipais regulares que atendem às populações de Gravataí e Glorinha, assim como linhas especiais com destino às universidades e a municípios vizinhos. Ainda, a SOGIL disponibiliza parte de sua frota para fretamento e realização de viagens nacionais e internacionais de turismo.

Investindo na manutenção e renovação constantes de sua frota, a SOGIL conta com 320 veículos que, ao final de 2008, possuíam idade média de 7.02 anos, responsáveis pelo transporte de 22.381.018 passageiros em 2008. A empresa opera com 38 linhas intermunicipais e mais 210 variantes, além de 17 linhas municipais, as quais são subdivididas em 321 linhas urbanas variantes, perfazendo em torno de 1.800.000 km/mês.

Por meio da operação diária, a empresa se preocupa em garantir segurança, agilidade e conforto a seus clientes. Para isso, a SOGIL investe em valiosas ferramentas e ações de apoio às suas operações. Um desses instrumentos é o investimento em seus mais de 1.200 colaboradores por meio do Desenvolvimento de Recursos Humanos, realizado de forma moderna e focada na qualificação dos processos de Recrutamento e Seleção, Capacitação, Administração de Pessoal e Comunicação.

A preocupação com a qualidade também é marca registrada de tudo o que a SOGIL faz. Em 1998, iniciou-se na empresa a implementação da Gestão da Qualidade Total, por meio da adesão da empresa ao Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade - PGQP.

Em 2002, a qualidade ganhou um reforço na SOGIL, com a conquista da certificação NBR ISO 9001: 2000, sob o escopo "Prestação de Serviços de Transporte Coletivo: municipal, intermunicipal e de fretamento". Desde então, auditorias semestrais do órgão certificador vêm sendo realizadas, para verificar e validar a conformidade do Sistema de Gestão da Qualidade adotado pela empresa. Em 2008, a SOGIL foi recertificada pelo BV na norma NBR ISO 9001:2000, confirmando sua atuação conforme os critérios internacionais desse modelo de gestão.

HISTÓRICO

A história da SOGIL tem início com um desafio. Reunidos em maio de 1954, um grupo de 16 empreendedores decidiu lançar-se à tarefa de desenvolver um serviço eficaz de transporte de passageiros, capaz de ligar Gravataí a Porto Alegre.

Em pouco tempo, a empreitada cresceu e a fusão do patrimônio dos sócios fez com que os veículos passassem a ser registrados em nome de SOGIL - Sociedade de Ônibus Gigante Ltda. Era início dos anos 1960 e, em busca de melhor infraestrutura, a empresa mudou-se do centro de Gravataí para a RS-030, no Parque dos Anjos, uma região, na época, localizada no limite da cidade. No local, foram instalados os primeiros serviços de apoio, como oficina de manutenção veicular, garagem e posto de abastecimento. Ali também foi alojada a área administrativa.

O desenvolvimento da empresa se deu a largos passos, em sintonia com o desenvolvimento da região. Novas linhas surgiram, principalmente no eixo Gravataí Cachoeirinha e englobando municípios como Glorinha, Alvorada, Canoas, Viamão e São Leopoldo. A partir de 1980, por uma decisão estratégica, a empresa decidiu intensificar seu foco no eixo Gravataí - Porto Alegre, abdicando das linhas de Cachoeirinha. A SOGIL já contava, na época, com mais de 200 ônibus.

O passo seguinte foi a construção de uma moderna garagem na RS-030, Parada 96, onde, até hoje, localiza-se a sede da empresa. Novas garagens e bases operacionais foram sendo estruturadas ao longo do tempo, para otimizar cada vez mais a logística de atendimento aos clientes. Hoje, a SOGIL conta com cinco garagens (Garagem 76, Garagem 96, Garagem 107, Garagem Glorinha, Garagem Voluntários e Garagem Osvaldo Aranha), equipadas e preparadas para as principais operações do transporte.

RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA

Entendemos por responsabilidade social o conjunto de ações adotadas pela empresa e embasadas em uma relação ética e transparente com os públicos com os quais a organização se relaciona e pelo estabelecimento de metas compatíveis com o desenvolvimento sustentável da

sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

A responsabilidade social interna se refere ao trabalhador no seu espaço organizacional, às suas condições de trabalho e benefícios.

Apresentamos a seguir as ações realizadas pela SOGIL para garantir tais condições ao seu colaborador orientadas pelo Código de Conduta, que é uma referência formal para a conduta pessoal e profissional de todos os colaboradores da SOGIL. Uma declaração de valores éticos condizentes com as metas e princípios da organização, identificando as responsabilidades no relacionamento com as partes interessadas: clientes internos e externos.

DESENVOLVIMENTO DE PESSOAS

Desenvolver pessoas é um processo contínuo, que inicia no recrutamento e seleção dos colaboradores, onde já são identificados conhecimentos, habilidades e atitudes e avaliados se são adequados ao perfil de cargo. Desenvolver pessoas abrange, também, inclusão e respeito às diferenças, havendo desta forma um crescimento pessoal além do profissional. E, se um adequado recrutamento e seleção faz com que bons colaboradores ingressem na empresa, em contrapartida, a permanência destes vai depender do desenvolvimento e qualificação. A SOGIL faz a sua parte, elaborando e ministrando treinamentos técnicos e comportamentais, assim como estimula e espera do colaborador o interesse em participar e crescer.

Recrutamento e Seleção

A SOGIL adota como valor incorporar à sua política a diversidade, contratando pessoas de formas diversificadas, sem caráter discriminatório. Incentiva a promoção interna, pois acredita que a valorização do colaborador é uma diretriz de motivação e aproveitamento do capital humano. Abre, também, espaço aos novos talentos, sempre respeitando o perfil de cargo, documento que define as competências técnicas e comportamentais importantes para o bom desenvolvimento das responsabilidades do cargo. A empresa busca uma diretriz que unifique qualificação profissional e inclusão social.

Programa Integrar

Desde 2005 a SOGIL se preocupa em incluir e qualificar as Pessoas com Deficiência na organização. Em 2008, apresenta um número de 43 colaboradores dentro deste perfil, em diversas áreas dentro da empresa. A meta para 2009 é 64 PCDs.

Muito mais do que cumprir uma exigência legal, o objetivo da SOGIL é incluir Pessoas com Deficiência para valorizar suas potencialidades e melhorar com isso o clima organizacional, visto que as diferenças trazem aprendizado.

Aprendiz

Desde outubro de 2006 a SOGIL preocupa-se em assegurar ao jovem com idade entre 14 e 24 anos formação técnico- profissional, promovendo mão-de-obra qualificada, cada vez mais necessária em um cenário econômico em permanente evolução tecnológica. Mantém em seu quadro funcional nove aprendizes, oriundos da Fundação Pão dos Pobres de Santo Antônio de Porto Alegre-RS, que tem como desafio oportunizar o desenvolvimento total do jovem, através de atividades que contemplam os seguintes fundamentos: alimentar o corpo, iluminar a mente, educar o coração e treinar as mãos.

Capacitação

A SOGIL acredita que o colaborador qualificado, motivado e com autoestima traz retorno positivo para sua vida pessoal, para a organização e para a comunidade. A empresa acredita na educação e no desenvolvimento pleno das pessoas, por isso investe em cursos e treinamentos que visam ao crescimento de cada colaborador. Para incentivá-los, juntamente com seus familiares, a seguirem seus estudos, a SOGIL firmou parcerias com instituições educacionais, tais como: Colégio Rio Branco, QI, Facensa, ABRH-RS, Rohden, Amcham e Universitário. Com base no calendário mensal de treinamentos, a SOGIL disponibiliza aos colaboradores diversas formas de qualificação e busca pelo aperfeiçoamento profissional. No ano de 2008 ocorreram treinamentos que marcaram pelo espírito inovador e pela aceitação entre os colaboradores. A seguir as atividades de capacitação que mais se destacaram ao longo do ano:

Zero Acidente

Em parceria com o Projeto Transitando pela Vida, tem o propósito de diminuir o indicador de quilometragem média entre acidentes. Em 2008 apresentou grande tendência positiva, fechando o ano com desempenho médio superior ao estabelecido.

No Giro Certo

Treinamento com foco teórico, com o objetivo de reduzir o consumo de diesel.

Motorista de Elite

Neste treinamento foram selecionados condutores interessados em ampliar seus conhecimentos teóricos e práticos, no intuito de se tornarem multiplicadores.

Feedback

Treinamento focado no desenvolvimento dos líderes, com o objetivo de ampliar os conhecimentos para facilitar a gestão de pessoas.

Multitarifa Já

Treinamento realizado principalmente com os colaboradores das linhas intermunicipais, visando a instruí-los sobre a utilização do validador, equipamento usado para o Sistema de Bilhetagem Eletrônica.

Dirigindo em Casa

Treinamento voltado à qualificação do público interno que dirige e manobra os veículos nas dependências da organização.

Liderança e Acompanhamento

Treinamento com foco nas lideranças intermediárias (supervisores) com o objetivo de auxiliá-los no desenvolvimento de suas equipes.

Veículo O-500-R

Com foco prático e teórico, este treinamento objetiva desenvolver os colaboradores de forma global, habilitando-os a operar esta modalidade de veículo.

A SOGIL se preocupa em formar profissionais capacitados, dispensando-os do seu horário de trabalho para que participem de palestras, cursos, oficinas, ou seja, de atividades ligadas à aprendizagem e ao desenvolvimento. Entre os benefícios, estão: descontos e bolsas parciais de estudo, bem como o custeio do transporte para os acadêmicos.

Estas ações trouxeram para a SOGIL melhorias e resultados concretos sobre a aprendizagem dos colaboradores. No ano de 2008 foram realizadas 12.467 horas de treinamento, para um público total de 4.019 pessoas treinadas em mais de 350 turmas de treinamentos oferecidas.

BEM-ESTAR E QUALIDADE DE VIDA

A preocupação com o bem-estar e a qualidade de vida dos colaboradores e familiares faz parte do compromisso da SOGIL em ser uma empresa socialmente responsável. Essa busca demonstra a correta prática da responsabilidade social voltada ao público interno, contribuindo para melhorar o desempenho e a sustentabilidade da empresa a médio e longo prazos. Proporcionar motivação e melhorar o clima organizacional torna-se fator de atração e retenção de talentos.

Qualidade de Vida

O Programa de Qualidade de Vida desenvolvido pela SOGIL é uma importante ferramenta para a promoção da satisfação e motivação dos colaboradores. As atividades abrangem a todos, e são divulgadas pelos processos e meios de comunicação interna. As ações desenvolvidas são construídas e avaliadas através de pesquisa, com a participação direta dos colaboradores no fornecimento de sugestões. Este programa foi reestruturado em 2007, organizando várias ações em 2008 para atender a um maior número de colaboradores e está estruturado em três pilares.

1) Bem-estar

Foco em apoio social, orçamento doméstico, planejamento familiar, dentre outras ações.

2) Promoção da Saúde

Foco em ações que beneficiem a saúde dos colaboradores, como ginástica laboral, massoterapia, medições, acompanhamentos e orientações, etc.

3) Cultura e Lazer

Foco no estímulo à participação em eventos culturais e realização de atividades de lazer e integração entre empresa, colaboradores e familiares.

Apoio Social e Benefícios

Pensando no bem-estar de seus colaboradores e familiares, a SOGIL desenvolve ações que aprimoram a prática da responsabilidade social interna, visando a qualidade de vida dos mesmos, ampliando os benefícios oferecidos, através de ações e programas extensivos aos familiares e dependentes.

Benefícios Oferecidos

- Planos de assistência médica, odontológica e psicológica;
- Seguro de vida e auxílio funeral;
- Cesta alimentação e cartão alimentação;
- Parcerias com creches;
- Empréstimo consignado;
- Transporte gratuito nos veículos da SOGIL e das empresas de transporte metropolitano para o acesso ao trabalho e lazer nos dias de folga;
- Uniforme sem custo para o colaborador;
- Atendimento psicológico.

No ano de 2008, foram distribuídas 12.775 cestas de alimentação aos colaboradores, e 1.080 cestas natalinas no final do ano. A SOGIL oferece refeitório na empresa, propiciando ao colaborador espaço adequado para suas refeições. Há também uma lancheria em suas dependências, além de posto bancário - ações que objetivam o bem-estar e a comodidade dos colaboradores.

Orçamento Doméstico

Visando a oferecer apoio e um melhor equilíbrio financeiro dos colaboradores, são realizadas avaliações socioeconômicas e orientações através de atendimento individual social. Além disso, o tema é comentado e orientado no treinamento de integração e matérias relacionadas ao assunto são publicadas no informativo Isto é SOGIL, com o objetivo de motivar a organização das despesas da família. Entre os temas abordados, podemos citar a orientação de como organizar as despesas familiares, além de como fazer compras econômicas e reduzir despesas.

Planejamento Familiar

O planejamento familiar na SOGIL é oriundo da necessidade de orientar e conscientizar os colaboradores e familiares sobre o tema e também sobre a paternidade e maternidade responsável. Visando a atender as prioridades da família e o compromisso social com uma sociedade responsável e auto-sustentável, o projeto é desenvolvido com orientações e encaminhamentos a recursos de saúde. As ações são realizadas por meio de atendimento social individual, palestras, textos de orientação divulgados no informativo e encaminhamentos para serviços que disponibilizam métodos contraceptivos, como laqueadura e vasectomia. O planejamento familiar faz parte do Programa Qualidade de Vida e visa ao fortalecimento do papel da família. Como parte do projeto e para expressar a importância do nascimento dos filhos, a empresa desenvolve desde 2007 o projeto Xodó Bebê.

Xodó Bebê

Ação com o objetivo de desenvolver o sentimento de valorização e motivação nas colaboradoras da SOGIL, em um momento muito significativo: o nascimento de um filho. A empresa homenageia a colaboradora mãe através de uma visita na qual realiza a entrega de uma cesta de café da manhã com um cartão da empresa assinado pelos colegas, além de sapatinhos, que simbolizam os primeiros passos do bebê. Após, é realizada divulgação com foto no informativo interno da empresa, para que todos possam compartilhar desse momento especial da colaboradora. Além disso, o Xodó Bebê visa a conscientizar sobre a importância da maternidade e da paternidade e do planejamento familiar. A partir de 2009, o Xodó Bebê atenderá os colaboradores homens e os homenageará juntamente com suas esposas.

Ginástica Laboral

Visando a prevenção de moléstias e investindo no bem-estar social e qualidade de vida dos colaboradores, a SOGIL oferece aulas de ginástica laboral com duração de 10 a 15 minutos dentro do local de trabalho. As aulas seguem uma programação que contém os temas das aulas a serem

ministradas pelos educadores físicos, bem como a realização de aulas especiais. Nela constam as datas de atividades comemorativas em que estas aulas são diferenciadas, proporcionando variadas vivências no tempo da ginástica. Para a programação da ginástica laboral, são levados em consideração os resultados das pesquisas de campo assim como as características de trabalho de cada grupo.

Quick Massage

Este tipo de massagem é oferecido para colaboradores que têm boa frequência na ginástica laboral, para propiciar maior relaxamento e disposição no trabalho.

Massoterapia

É realizada através de uma parceria com a Escola Sinfonia Humana, que desenvolve a prática de seus alunos trazendo bem-estar aos colaboradores.

Desafio Gigante

Programa que visa a identificar como está a saúde dos colaboradores, através de um dia de realização de exames e aferição da pressão arterial peso corporal. Estas ações possibilitam realizar um diagnóstico e acompanhamento da saúde do colaborador, facilitando medidas de conscientização e prevenção direcionadas, como palestras sobre temas de saúde, drogas lícitas e ilícitas, nutrição, etc, além das atividades da SIPAT.

Dia do Desafio

A SOGIL participa anualmente desta ação mundial vinculada ao SESC. Em 2008, estimulou seus colaboradores a encarar o desafio de realizar atividades físicas, promovendo a sua qualidade de vida, e arrecadar agasalhos para doar a instituições carentes da comunidade, exercitando a cidadania e a solidariedade.

Incentivo à Cultura e ao Lazer

A SOGIL realiza parcerias com teatros e instituições ligadas à cultura para disponibilizar aos colaboradores a programação dos eventos, bem como ingressos que são sorteados entre os interessados. Também realiza eventos e atividades de integração entre empresa, colaboradores e familiares, proporcionando momentos de lazer e promovendo a amizade e o bom relacionamento.

Contribuindo para o bem-estar dos colaboradores, a SOGIL disponibiliza uma área de jardim com quiosques cobertos junto ao pomar com árvores frutíferas para momentos de descanso. Também oferece espaços com TV para lazer, que podem ser utilizados durante os intervalos de trabalho.

SAÚDE E SEGURANÇA DO COLABORADOR

A SOGIL, preocupada em cumprir todos os requisitos legais e regulamentares relacionados à legislação trabalhista, tem a responsabilidade e o objetivo de trabalhar de forma preventiva e corretiva nos fatores que possam afetar a saúde e integridade física dos colaboradores.

O SESMT (Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho) atua a partir das inspeções, dos levantamentos ambientais e dos relatórios que identificam as áreas, as funções e riscos encontrados onde são desenvolvidas as atividades laborais.

A equipe técnica do SESMT é composta por um Engenheiro de Segurança do Trabalho, um Médico do Trabalho, quatro Técnicos de Segurança do Trabalho e um Técnico em Enfermagem do Trabalho, atendendo ao dimensionamento da Norma Regulamentadora 4, Portaria 3.214/78.

Essa equipe de profissionais realiza o registro em fichas de inspeções e laudos técnicos, que servem de base para o planejamento de ações preventivas, corretivas e o monitoramento das condições de trabalho, da segurança e saúde ocupacional, inclusive de trabalho terceirizado.

Segurança no Trabalho

A SOGIL, por meio do SESMT, gerencia e desenvolve procedimentos de trabalho, treinamentos, palestras e campanhas com objetivo de controlar, minimizar e eliminar os riscos dos ambientes, garantindo e promovendo a segurança e saúde do trabalhador. São destaques as orientações realizadas como DSS (Diálogos Semanais de Segurança) e as Campanhas Mensais de Segurança (realizadas durante a entrega da cesta básica), focando a sensibilização e a conscientização de todos os colaboradores sobre assuntos relacionados ao meio ambiente, saúde e segurança no trabalho.

Para preservar a segurança dos colaboradores, os visitantes, fornecedores e prestadores de serviços, ao acessarem as dependências da empresa, são identificados através da permissão de trabalho. A realização deste procedimento proporciona ações preventivas de segurança para todos.

CIPA

Comissão Interna de Prevenção de Acidentes: anualmente é realizada a eleição da CIPA, parte dos membros são eleitos pelos empregados e outra parte indicados pelo empregador. O processo eleitoral, o dimensionamento, a constituição, o treinamento e o funcionamento, são regidos pela norma regulamentadora NR 5 da portaria 3.214/78. Tem como objetivo contribuir com ações para prevenção de acidentes e doenças relacionadas ao trabalho, e mantém contato permanente com a Segurança do Trabalho no intuito de identificar os riscos existentes nas áreas, sendo um multiplicador na promoção da saúde e segurança dos colaboradores.

SIPAT

Anualmente, uma das ações de prevenção e conscientização que a SOGIL realiza é a SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho. O objetivo é promover continuamente a educação, integração e divulgação de temas sobre saúde, meio ambiente, qualidade e segurança no trabalho. Em 2008, no mês de agosto, através de parceria entre a empresa e a comunidade, foram realizadas ações de ginástica laboral e teatro. A abordagem lúdica e bem humorada, por meio de peça teatral, afetou de forma positiva a rotina dos colaboradores. Dessa forma eles puderam ver a importância da prevenção, evidenciando as consequências de um acidente no trabalho.

Foram realizadas as seguintes palestras na SIPAT:

- Direção Defensiva;
- Prevenção de acidentes no trabalho;
- Hábitos saudáveis;
- Vida e Saúde;
- Procedimentos em casos de assalto

Brigada Contra Incêndio

A SOGIL possui uma Brigada Contra Incêndio que dispõe de colaboradores treinados e aptos a atuar em casos de incêndio ou emergências na empresa e de apoio em casos de acionamento. Em 2008, a Brigada Contra Incêndio SOGIL mostrou estar muito bem preparada ao disputar a Gincana do PAM (Plano de Auxílio Mútuo) com equipes de Brigadistas de outras empresas, conquistando o terceiro lugar.

Atendimento Médico e Odontológico

A SOGIL possui em suas dependências um ambulatório médico, onde é oferecida medicina do trabalho e acompanhamento psicológico aos seus colaboradores. No ano de 2008, foram realizados 3.618 atendimentos médicos e 672 atendimentos psicológicos clínicos na empresa. Ainda, os colaboradores contam com plano de saúde e odontológico, que realiza uma média mensal de 1.511 atendimentos. Esse benefício conta com a adesão e complementação dos colaboradores e é extensivo aos familiares.

Bem Viver

O projeto contempla as ações de apoio aos afastados, que ocorrem através de atendimentos individuais, entrevistas e visitas domiciliares com acompanhamento e assistência aos colaboradores com necessidades sociais e de saúde que se encontram em benefício por auxílio doença junto à Previdência Social. Visa a agilizar atendimentos e exames médicos, prevenindo ou reduzindo o período de afastamento, ao possibilitar a rápida recuperação e retorno ao trabalho. Além do acompanhamento multidisciplinar psicossocial e da Medicina do Trabalho, há uma parceria com a Previdência Social para agilizar documentações e acompanhamentos dos colaboradores.

RECONHECIMENTO E VALORIZAÇÃO

A SOGIL entende que valorizar o seu colaborador é uma das molas propulsoras para a prestação de um serviço de qualidade aos clientes. Colaborador valorizado é colaborador satisfeito, que, bem capacitado, terá todas as condições de prestar um bom atendimento. Para tanto, realiza ações de reconhecimento e valorização através de programas e eventos internos que geram grandes impactos motivacionais, elevando continuamente a satisfação do colaborador SOGIL.

Reconhecimento aos Elogiados

Mensalmente, a SOGIL reconhece os seus colaboradores elogiados através do SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente, ou do Papo Aberto, canal de comunicação interna, por meio do Mural da Fama, espaço especial de reconhecimento, onde consta a foto do colaborador e texto do elogio. Além disso, no informativo mensal da empresa - o Isto é SOGIL - há um espaço destinado à publicação dos elogios e dos nomes dos colaboradores elogiados, para reconhecimento dos colegas. Trimestralmente, é realizado um evento de entrega de certificados de reconhecimento aos elogiados do período. A entrega é feita sempre pelo líder dos colaboradores, valorizando ainda mais a ação.

Programa de Avaliação da Frota

Programa contínuo desenvolvido desde 2001, ocorre ao longo do ano em dois ciclos. É direcionado a todos os motoristas e cobradores da empresa e tem como principais objetivos: verificar a prática das ações pelas tripulações de bordo; estabelecer o comprometimento de todos; promover os conceitos dos 5Ss na execução diária das diversas atividades, além de promover o espírito de equipe e a melhoria contínua na qualidade dos serviços.

Como forma de reconhecimento, são entregues certificados de excelência na Avaliação da Frota para os colaboradores que alcançarem média acima de 99 pontos em cada um dos ciclos do ano. Aqueles que conquistarem 100 pontos recebem também um bôton de destaque na avaliação. No final de cada ano, todos aqueles colaboradores que atingiram a média nos veículos em que trabalharam e foram pontuados entre 99 e 100 pontos, recebem ainda um presente especial da empresa, como forma de valorização pela dedicação e comprometimento com o programa e com o seu trabalho.

Programa 5S

Realizado desde o ano de 2000, trata-se de um programa direcionado aos processos administrativos da empresa. Seus principais objetivos são: melhoria no ambiente de trabalho; incentivo ao trabalho em equipe; melhoria na qualidade dos processos; identificação de oportunidades de melhorias; aprimoramento da qualidade de vida; mudança de comportamento.

Como reconhecimento aos esforços pela busca da qualidade nos ambientes de trabalho, no ano de 2008, a SOGIL ofereceu um presente especial para todos os colaboradores da equipe campeã (Manutenção), além de um bôton de reconhecimento destacando o 1º lugar conquistado.

Timão

Grupo de melhorias da empresa, criado em 2005, formado por representantes de todos os processos. Tem como principais objetivos: sugerir métodos para a melhoria da qualidade; aumentar a motivação e auto-realização dos colaboradores por meio da oportunidade de participação na solução dos problemas da empresa; integração entre os processos e valorização do trabalho em equipe. Os encontros ocorrem mensalmente, onde as melhorias sugeridas são levadas diretamente para Diretoria e Gestores, sendo registradas e controladas pelo software de gestão estratégica.

COMUNICAÇÃO, INTEGRAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

Comunicação e participação são fatores fundamentais para o desenvolvimento da empresa e das pessoas que a constituem. Por este motivo, a SOGIL realiza diversas ações para manter sempre colaborador, cliente e empresa em sintonia, integrados, através do compartilhamento de informações. Além disso, o relacionamento e a troca entre organização e seus públicos também é priorizada, visando à participação e à satisfação de todas as partes envolvidas.

Gimmick

A SOGIL possui, desde 2004, um “mascote”, agente facilitador da comunicação entre a empresa e os seus públicos. O Sogilinho é o porta-voz da empresa e está presente em diversas peças de comunicação da corporação. Criado a partir da idéia de tornar a linguagem das peças de comunicação interna e externa mais simples e ilustrativa, esse mascote facilita a compreensão das mensagens. Com o passar do tempo, o Sogilinho foi ganhando variações, tornando-o ainda mais próximo dos públicos de interesse da SOGIL.

Isto é SOGIL

Informativo interno mensal da empresa, que atinge a todos os colaboradores. Publicado há nove anos, iniciou modesto, em formato de folder. Desde 2005 possui formato tablóide, adotado para proporcionar ao colaborador maior familiaridade com este que é um dos principais canais de

comunicação da empresa. Anualmente o Isto é SOGIL passa por melhorias. Nos últimos dois anos, ganhou novo papel de impressão, que proporciona mais conforto para a leitura, e um novo projeto gráfico, tornando-o mais atrativo ao colaborador.

No Isto é SOGIL são destacadas, mensalmente, matérias que permitem ao colaborador estar em sintonia com os acontecimentos da organização, além de conhecer mais e melhor seus colegas. O colaborador SOGIL é sempre destaque no informativo, que possui sessões especiais para sua valorização, destacando seus talentos, sua história de vida, seu tempo de empresa e sua família. O Isto é SOGIL é construído com a participação de todas as áreas da empresa.

Murais

Os 14 murais da empresa, presentes em todas as garagens, são canais fundamentais para a comunicação formal entre a empresa e seus colaboradores. Atualizados diariamente com informações operacionais e notícias sobre as ações que estão ocorrendo na SOGIL, os murais possibilitam ao colaborador e à organização estarem em sintonia, o que se reflete na prestação dos serviços aos clientes. Além disso, os murais também possuem espaço especial para as informações relacionadas ao Desenvolvimento de Recursos Humanos, como eventos e atividades de integração, treinamentos, ações de responsabilidade social e qualidade de vida.

Eventos e Atividades de Integração

A SOGIL utiliza como base de seus eventos o calendário das principais datas comemorativas da nossa cultura, tais como o Dia Internacional da Mulher, a Semana Farroupilha, etc, sempre realizando ações relacionadas. Em 2008, os colaboradores receberam homenagem especial nas datas comemorativas de suas profissões, com destaque o dia do motorista e do cobrador, em 25 de julho, onde as lideranças da SOGIL se reuniram desde o início das operações na empresa, às 4h, para parabenizar cada colaborador e entregar uma lembrança da data. Também neste dia, um padre da comunidade abençoou cada ônibus que saiu da empresa, ofertando as bênçãos de São Cristóvão, padroeiro dos motoristas. No aniversário de 54 anos da SOGIL, em maio, houve confraternização e comemoração com bolo e parabéns no pátio, reunindo os colaboradores da empresa. Na Semana Farroupilha, um galpão especial foi montado nas dependências da SOGIL, e uma rica programação cultural foi realizada ao longo do período.

Em 2008, a SOGIL também realizou ações com o objetivo de integrar colaboradores, familiares e empresa. Como exemplo, o evento “A SOGIL no McDia Feliz”, onde os filhos dos colaboradores passearam pela cidade animados por palhaços e personagens infantis, e lancharam Big Macs, colaborando com a meta de arrecadação de fundos para o Instituto do Câncer Infantil. Os familiares participaram de ações de promoção da saúde e palestras de conscientização sobre o câncer. Outra atividade especial de integração ocorreu em comemoração ao Dia das Crianças, com passeio, lanche, brinquedos e sessão especial de cinema voltada para os pequenos.

Café da Manhã com a Diretoria

Evento mensal que visa a promover a integração entre colaboradores de diferentes áreas e os diretores. É um espaço de aproximação, troca de ideias e bate-papo informal sobre as rotinas da SOGIL. O Café da Manhã com a Diretoria também se constitui em um valioso instrumento de identificação de oportunidades de melhorias, através das observações e comentários feitos pelos colaboradores. Após, as sugestões oriundas do evento são levadas adiante, transformando-se em ações de melhoria para a SOGIL.

Papo Aberto

Importante canal de comunicação e participação dos colaboradores. Por meio dele, podem ser feitas sugestões, críticas e elogios sobre a empresa. As ocorrências são cuidadosamente analisadas pelos gestores dos processos e pela Diretoria. Posteriormente, são retornadas aos colaboradores através de cartazes afixados nos murais. É um canal de participação direta na construção de melhorias.

Pesquisa de Clima Organizacional

Importante ferramenta de participação dos colaboradores, tem por objetivo identificar os pontos que mais impactam na satisfação e motivação das pessoas, para que sejam trabalhadas melhorias. É realizada anualmente com todos os processos. A partir dos resultados, são elaborados planos de ação para que as melhorias necessárias sejam implementadas.

A pesquisa ocorreu em outubro de 2008 e apresentou resultado de 70,4% de satisfação, sendo a meta 75%. O resultado foi superior à pesquisa anterior, que obteve índice 66,9%. Essa melhoria possui reflexos de mudanças na gestão da empresa, ocorridas em 2008, quando os

processos foram reorganizados, o sistema de lideranças modificado, inclusive com a criação de novos postos.

Concursos Internos

A SOGIL mantém a prática de realizar concursos internos para a escolha de nomes, criação de marcas, selos, entre outros, com o objetivo de mobilizar, sensibilizar e, principalmente, contar com a participação de colaboradores e familiares. Os vencedores são premiados e reconhecidos pela empresa através de certificados e ampla divulgação nos canais internos de comunicação.

Concursos realizados: Logotipo e slogan da Qualidade (1999); Bandeira da SOGIL (2000); Selo comemorativo aos 50 anos da empresa (2004); Selo ISO 9001:2000 (2006); Nome do Galpão SOGIL (Semana Farroupilha - 2008).

RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA

Atuar como empresa cidadã é assumir compromisso com o desenvolvimento da sociedade e de seus envolvidos. Com isso em mente, a SOGIL realiza ações sociais e adota valores éticos que caracterizam uma postura organizacional comprometida em agregar ações voltadas à cidadania e ao exercício do compromisso social à cultura empresarial. Como forma

de expressão dessa visão, incentiva os colaboradores para o voluntariado, o que se traduz em resultados positivos para a comunidade.

A SOGIL mantém um compromisso social com a comunidade em que está inserida que se fortalece a cada ano. A empresa participa ativamente da comunidade local, desenvolvendo projetos com o foco na educação, cultura, esporte e assistência social, sendo parceira de várias Instituições Sociais. Também atua de forma intensa como parceira em ações promovidas pelos Governos Estadual e Municipal, bem como de instituições sociais e associações comunitárias, em programas e campanhas de interesse público.

Além disso, a SOGIL, desde 2007, investe a cada ano em um número crescente de ônibus adaptados para o transporte de PCDs (Pessoas com Deficiência), possuindo atualmente mais de 40% da frota municipal equipada com elevador especial. Assim, cumpre seu objetivo de colaborar com a igualdade e a acessibilidade, proporcionando condições adequadas de mobilidade a todos os seus clientes.

CIDADANIA

A cidadania é desenvolvida na SOGIL por meio de ações e programas sendo um dos principais o Solidarietà Gigante. Eles representam o compromisso social da empresa em desenvolver ações solidárias que apoiam tanto os colaboradores quanto a comunidade, através de ações e projetos sociais. São realizadas campanhas de interesse social que visam a atender as necessidades e carências das pessoas. As campanhas são de captação de doadores de sangue, arrecadação de agasalhos, alimentos materiais escolares, entre outras necessidades. O Solidarietà Gigante tem o propósito, também, de desenvolver o capital social na organização, estimulando os colaboradores para a realização de ações de cidadania, solidarietà e responsabilidade social em prol da comunidade.

GASS – Grupo de Ação Social SOGIL

A SOGIL possui a cultura de incentivar o seu colaborador para o exercício do voluntariado, buscando a participação de todos e liberando-os durante o horário de trabalho para desenvolverem ações voltadas para a comunidade. Em 2007 foi formado o GASS, grupo interno que apoia, incentiva e participa do desenvolvimento de ações e projetos sociais na organização. Participaram dos projetos e ações sociais da empresa em 2008, um total de 103 colaboradores, somando 503 horas de voluntariado que beneficiaram 11.331 pessoas, entre membros da comunidade, colaboradores e familiares.

Parceria com a Comunidade

A SOGIL apoia instituições da comunidade que desenvolvem atividades voltadas a pessoas carentes: crianças, adolescentes, famílias e idosos. Realiza doações de agasalhos, alimentos, brinquedos, materiais escolares e outros recursos, além de cedência de transporte. A SOGIL também auxilia sistematicamente a Casa Asilar Nossa Sra. Medianeira, a Creche Padre Aníbal, a comunidade da Pastoral da Criança e a Associação de Recicladores Santa Tecla.

Arrecadação de Agasalhos

A Campanha do Agasalho ocorreu entre os meses de junho a agosto de 2008. Foram arrecadadas doações feitas pelos clientes e colaboradores nos ônibus da empresa e nos postos de

coleta espalhados pelas garagens da SOGIL e parceiros. Em novembro, a empresa também mobilizou seus colaboradores e a comunidade para arrecadar agasalhos em prol das vítimas da enchente de Santa Catarina. Foi arrecadado, nas duas campanhas, o total de 4.247 peças destinadas à comunidade.

Arrecadação de Alimentos

A SOGIL incentiva os seus colaboradores a, mensalmente, doar e arrecadar com colegas alimentos a serem entregues para instituições que atendem famílias, idosos, crianças e adolescentes. Sempre no dia de entrega da cesta básica na SOGIL, colaboradores voluntários se revezam no posto de arrecadação, recebendo e organizando as doações. Em 2008, foi arrecadado entre doações da SOGIL e dos colaboradores, um montante de 8.091 kg de alimentos, beneficiando um total de 20 instituições.

Arrecadação de Brinquedos

A empresa realiza uma campanha especial de Natal junto aos colaboradores, incentivando a doação de brinquedos a serem destinados para as crianças carentes da comunidade. Em 2008, foram 95 brinquedos doados, além de doces para as crianças. Os colaboradores e seus filhos também participaram da entrega das doações, percebendo de perto a importância do exercício da solidariedade.

Viagens Especiais

Como forma de incentivar e apoiar a realização de eventos culturais, educativos e de saúde, a SOGIL cede gratuitamente ônibus para o transporte de membros da comunidade. Escolas, associações, Instituições Sociais, Hospital Dom João Becker (transporte de doadores de sangue ao Hemocentro de Porto Alegre) e o Coral Carlos Bina SOGIL são alguns dos beneficiados. Em 2008, foram realizadas 108 viagens especiais como cortesia de transporte, beneficiando 5.300 pessoas.

PAM - Plano de Auxílio Mútuo

Trata-se de um acordo formal entre forças públicas e privadas do município de Gravataí, com objetivo comum de se auxiliarem em situações de sinistros, no combate a incêndios e atendimento a vítimas de emergência.

A SOGIL participa ativamente das reuniões mensais do PAM, através de representantes da área de Segurança do Trabalho. Em 2008, o grupo desenvolveu uma gincana envolvendo todas as empresas conveniadas. Nesse mesmo ano, a SOGIL assumiu a Diretoria Administrativa do PAM, presidindo até dezembro de 2009, juntamente com a Diretoria Operacional do Corpo de Bombeiros. Atualmente, o PAM conta com as seguintes empresas: General Motors, Pirelli Pneus, Dana Indústria, Jones Lang, Globo Inox, EPCOS, Johnson Controls, SOGIL, PPG (Tintas Renner), FEMSA (Kaiser), CVSRS (Corpo Voluntário de Socorro e Resgate do Sul), Corpo de Bombeiros de Gravataí, Sílex, Defesa Civil de Gravataí e Hospital Dom João Becker.

EDUCAÇÃO, CULTURA E ESPORTE

A SOGIL acredita que a inclusão social por meio da arte, da cultura e do esporte são caminhos para uma sociedade mais justa e igualitária. Por esse motivo, desenvolve e apoia projetos e ações na comunidade com estes focos.

SOGIL nas Escolas

Consciente do seu papel de auxílio na educação e desenvolvimento da cidadania relacionada ao trânsito e ao transporte, a SOGIL desenvolve, desde 2001, o projeto SOGIL nas Escolas. O projeto percorre escolas de Gravataí e Glorinha, levando palestras de educação, conscientização e sensibilização quanto à importância de atitudes seguras e corretas no trânsito e no transporte a crianças e pré-adolescentes. As atividades são realizadas dentro do Ônibus Escola, veículo especial adaptado internamente para se transformar em uma sala de aula. As palestras são ministradas por profissionais da SOGIL das áreas Operacional e de Desenvolvimento de Recursos Humanos. O foco é conscientizar quanto às condutas adequadas do cidadão enquanto motorista, pedestre e usuário do transporte coletivo. No ano de 2008, 13 escolas e instituições foram atendidas pelo projeto, de março a novembro, abrangendo 865 alunos. Em 2008, o projeto foi intensificado, passando a ser mensal, atingindo cada vez mais crianças e pré-adolescentes com a atividade.

2007: 574 crianças e pré-adolescentes atendidos

2008: 865 crianças e pré-adolescentes atendidos

Ônibus Arte

A SOGIL desenvolve desde 2001, anualmente, no mês da criança, o Projeto Ônibus Arte junto a escolas de Gravataí e Glorinha. Tendo como público-alvo as crianças e pré-adolescentes da comunidade, o projeto visa a valorizar a criatividade e a expressão dos participantes por meio das pinturas feitas na carroceria dos ônibus sobre o tema "Paz no Trânsito", além de homenagear as crianças pelo seu dia. Os ônibus pintados circulam durante o mês de outubro dentro de Gravataí de Glorinha, nas linhas municipais. Em 2008, o projeto atendeu cinco escolas, contemplando 552 crianças.

Apoio à Cultura

A SOGIL apoia a arte e a cultura patrocinando, desde 1999, o Coral Carlos Bina SOGIL. Cerca de 80 crianças da comunidade compõem este coral. O projeto tem por objetivo oportunizar que crianças e adolescentes possam se expressar através da música, desenvolvendo a arte, a auto estima e a cidadania. Reconhecido e valorizado pela comunidade, o Coral Carlos Bina SOGIL é bastante requisitado para apresentações em eventos no município e em cidades vizinhas, também tendo participado de apresentações em outros estados. Em 2008, 23 apresentações foram realizadas pelo Coral.

A SOGIL também apoia a cultura por meio de patrocínio ao Piquete Estudantil Laço Mirim – Boa Nota no Boletim, desde 2008. O Piquete desenvolve ações culturais relacionadas à música e às tradições campeiras na cidade de Glorinha. Abrange 18 crianças e adolescentes, que têm a sua participação no projeto vinculada ao bom desempenho escolar.

Além disso, a SOGIL promove anualmente em parceria com a FUNDARC - Fundação de Arte e Cultura de Gravataí o Projeto Poema no Ônibus, iniciativa que consiste em um concurso de poemas e poesias realizado na cidade, cujos vencedores têm os seus trabalhos divulgados nos vidros dos veículos das linhas municipais. É um projeto que visa a democratizar o acesso à cultura, atingindo pessoas de todas as comunidades.

Apoio ao Esporte

A SOGIL apoia o esporte em Gravataí através de parceria e patrocínio ao Cerâmica Atlético Clube e à Escolinha de Futebol da Vila Elisa, destinando uma verba mensal para estes projetos. Atendendo crianças e adolescentes carentes da comunidade, o objetivo das iniciativas é desenvolver e promover, através do esporte, o exercício da cidadania e a inclusão social de crianças e adolescentes da comunidade.

RELAÇÕES COM CLIENTES E FORNECEDORES

Manter um bom relacionamento com os públicos de interesse é princípio básico para o desenvolvimento de uma organização. Mas, para que este objetivo seja cumprido, as relações devem ser pautadas por princípios de transparência, ética e parceria. A SOGIL acredita que é em conjunto com seus clientes e fornecedores que estará aprimorando, cada vez mais, a qualidade de seus serviços, proporcionando satisfação para todos os envolvidos.

Relacionamento com Clientes

O principal canal de relacionamento entre a SOGIL e seus clientes é o SAC - Serviço de Atendimento ao Cliente. Ele pode ser contatado via telefone gratuito (0800 510 7080), telefone celular (3484 8080), e-mail (sac@sogil.com.br) ou através do site da empresa na Internet, no endereço www.sogil.com.br. Para atendimento telefônico, o cliente conta com três atendentes capacitados para esclarecer dúvidas e realizar os registros das ocorrências de reclamação, sugestão e elogio. O atendimento personalizado está disponível de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h20min; e, nos sábados, das 8h às 13h.

É através do SAC que os clientes da empresa podem obter informações sobre os horários e itinerários das linhas, além de manifestar suas sugestões, reclamações e elogios relacionados aos serviços prestados. Esse retorno dos clientes é fundamental para a otimização dos processos da SOGIL, pois, a partir das informações obtidas, a empresa é capaz de identificar oportunidades e implementar melhorias.

Periodicamente, também são realizadas pesquisas com os clientes, a fim de verificar o nível de satisfação dos mesmos em relação aos serviços prestados. Os problemas detectados na satisfação dos clientes são tratados pelas lideranças através de uma sistemática de reuniões mensais

onde os indicadores são analisados e as ações corretivas estabelecidas. Em 2008, o SAC registrou uma melhora no índice de reclamações sobre o total de atendimentos realizados, passando de 3,49% em 2007 para 3,07% em 2008.

Além do SAC, a SOGIL também possui outros canais de comunicação com seus clientes. São desenvolvidos instrumentos de comunicação como anúncios nos principais jornais e revistas locais, cartazes afixados nos coletivos para informar aos passageiros sobre alterações de horários e itinerários, além de campanhas de conscientização e relacionamento. Um exemplo é a campanha Coletivo Legal, lançada em 2008, a qual trabalha mensagens de conscientização sobre normas e regras do transporte coletivo, explorando a linguagem visual por meio de desenhos que ilustram as situações do dia-a-dia do transporte. No site da SOGIL na Internet são constantemente atualizadas notícias referentes à empresa e aos serviços prestados, as quais também são encaminhadas à imprensa para divulgação nos veículos de comunicação.

A SOGIL possui, ainda, uma Central de Atendimento direcionada aos clientes, responsável pela venda de passagens normais e escolares e confecção de cartões de isenção do transporte municipal. Em 2007, a Central de Atendimento SOGIL, passou por uma significativa qualificação em sua estrutura, com mudança de endereço, ampliação de espaço físico, modernização de equipamentos e aumento do número de atendentes. Essa mudança ocorreu em paralelo com a implantação do Sistema de Bilhetagem Eletrônica nas linhas da empresa, para que os clientes fossem atendidos com mais qualidade e conforto na migração do sistema antigo para o novo, na troca das fichas e carteiras de isenção pelos cartões eletrônicos do Sistema de Bilhetagem – cartões TEU!.

Relacionamento com Fornecedores

Todos os fornecedores da SOGIL possuem uma relação de parceria com a empresa, o que exige deles o conhecimento, entendimento e cumprimento de todos os requisitos de qualidade constantes no Manual de Desenvolvimento de Fornecedores. Os critérios básicos estabelecidos para um eficaz Sistema de Gerenciamento da Qualidade estão contidos nesse manual. Através das políticas da qualidade, os fornecedores são avaliados periodicamente quanto aos prazos de pagamento, quantidades, preços, qualidade intrínseca, entrega e validade do produto. A negociação é sempre transparente e as relações contratuais são estabelecidas com base em critérios comerciais.

MEIO AMBIENTE E AUTOSUSTENTABILIDADE

O respeito ao meio ambiente e aos recursos naturais é uma prática nos processos operacionais da SOGIL. Baseado nestes conceitos, a preocupação da empresa é constante, procurando minimizar os efeitos causados pela operação, adotando diversas medidas de caráter preventivo. O compromisso com o futuro e o desenvolvimento sustentável tem sido uma das metas da SOGIL, que desde 2007, possui o Programa Consciência Limpa, um programa de coleta seletiva desenvolvido internamente com o intuito de colaborar na preservação do meio ambiente, sensibilizando os colaboradores quanto ao descarte adequado dos resíduos.

Um exemplo da coleta seletiva é a destinação do lixo seco, onde se firmou uma parceria com cooperativas recicladoras de lixo do aterro sanitário Santa Tecla. A reciclagem deste tipo de resíduo serve de subsídio para famílias de baixa renda, proporcionando a essas famílias uma opção de emprego e sustentabilidade.

Outras ações referentes ao meio ambiente

- Utilização de óleo diesel especial, com características anticorrosivas e detergentes, que proporcionam redução da emissão de gases em até 14% e de fumaça negra de até 37%;
- Periodicamente o óleo lubrificante usado, retirado durante a troca efetuada nos veículos é armazenado em tanque específico. Esse material tem sua destinação efetuada por empresas especializadas e cadastradas junto à ANP – Agência Nacional do Petróleo, na qual este resíduo é refinado;
- Periodicamente, é solicitado a uma empresa especializada, a retirada das lâmpadas fluorescentes, a vapor de sódio, a vapor de mercúrio e HO;
- Lixo Orgânico: Destinado para Aterro Sanitário;
- Lixo Contaminado: Destinado para Pró Ambiente, empresa licenciada por órgão competente e especializada para receber este tipo de resíduo;
- Lonas de Freio: Enviado ao fornecedor para reaproveitamento da matéria-prima;
- Embalagens de Lubrificantes: MB Engenharia, convênio entre empresas do ramo de fabricação de lubrificantes, realiza o recolhimento das embalagens para reciclagem especial;
- Pára-brisas e vidros: Multi Serviços recolhe onde é destinado para aterro industrial licenciado;

- Pneus: enviados a Ecoponto, parceria entre a Prefeitura Municipal de Gravataí e a ANIP Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos, para destinação correta;
- Manutenção, limpeza, pulverização e adubação das árvores frutíferas da garagem sede;
- A SOGIL possui Licença de Operação junto ao órgão licenciador e fiscalizador, Fundação Estadual de Proteção Ambiental Henrique Luís Roessler / RS, FEPAM.

COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

O compromisso da SOGIL com a sustentabilidade começa com o investimento em ações de preservação do meio ambiente e de cunho social. É crença da organização que contribuir para o planeta é uma forma de manter o futuro da sociedade onde está inserida. Por esta razão, orienta suas ações ambientais com respeito à natureza.

As ações sociais da empresa visam à inclusão social e a qualidade de vida, buscando conhecer as necessidades e contribuir para a edificação de uma sociedade melhor. Incentivando a cultura, a educação e o esporte, ajuda a combater a desigualdade e contribui para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa. Os compromissos ambientais e sociais assumidos geram sustentabilidade por meio da criação e da manutenção de um ambiente favorável ao desenvolvimento de mercados potenciais.

Para satisfazer as necessidades de seu mercado de atuação, monitora cuidadosamente seus principais indicadores operacionais e de desempenho. São realizadas sistematicamente reuniões de análise crítica, com fins de acompanhamento e tomada de decisões para o alcance das metas.

Sustentabilidade Econômico-financeira

A performance econômico-financeira é monitorada de forma constante, tanto no âmbito do Programa de Qualidade, quanto dos processos internos. A captação de recursos é realizada levando em conta a melhor relação com o custo do capital. Antes de qualquer decisão pela captação de recursos no mercado, a instituição financeira que opere com a menor taxa de juros para a operação é procurada. Além disso, a empresa não descuida do impacto provocado pelas diferentes modalidades de crédito disponíveis para a aquisição de veículos em seus indicadores e resultados financeiros.

COMPROMISSO COM O FUTURO

Para a SOGIL, ser uma empresa socialmente responsável significa assumir os desafios de nosso tempo, consolidando posição de respeito e confiabilidade perante a comunidade de abrangência em todas as ações praticadas, compartilhando seu presente e seus projetos para o futuro.

Nossos esforços estão intensificados na busca pela redução das desigualdades sociais que estiverem ao nosso alcance, possibilitando a inclusão social através da geração de emprego e renda, promoção da saúde, educação e cidadania. Nosso compromisso para a construção desse futuro é reafirmado através das ações sociais que realizamos na busca constante pela mobilidade urbana.

É com orgulho que a SOGIL divulga suas ações na certeza de que, em 2009, teremos ainda mais para contar...

ANEXO F – Principais tópicos do Balanço Social empresa SOUL – Sociedade de Ônibus União Ltda

RECONHECER PARA CRESCER

ÍNDICE

Palavra da Diretoria

Perfil da Organização

Responsabilidade Social Interna

Responsabilidade Social Externa

Dados Contábeis

PALAVRA DA DIRETORIA

O tema do Balanço Social da SOUL referente às ações de 2008 é o reconhecimento. Essa palavra tem muita força em nossa empresa, e marca o posicionamento que temos frente aos diversos públicos com os quais nos relacionamos.

Em 2008, a SOUL lançou a Gestão do Reconhecimento, conjunto de ações que a empresa desenvolve como forma de valorização dos colaboradores. Acreditamos que é internamente que o investimento das pessoas deve começar, e é por isso que nossos profissionais são prioridade.

O reconhecimento está presente, também, em nossa relação com a comunidade. Para que uma empresa tenha um Programa de Responsabilidade Social eficiente e atuante, precisa reconhecer seu papel na sociedade e conhecer as necessidades das pessoas de sua localidade. Somente assim pode atuar para transformar a realidade que a rodeia.

Reconhecer a importância da parceria com fornecedores também é fundamental para nosso crescimento. Por isso esse relacionamento, na SOUL, é tratado com seriedade e compromisso.

E, finalmente, o reconhecimento de que nossos clientes são nossa razão de ser. Com esse pensamento em mente, trabalhamos dia-a-dia para transportar Alvorada com qualidade, segurança e responsabilidade.

José Antônio Ohlweiler

Diretor Executivo

PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

PARCERIA COM ALVORADA

Fundada em nove de julho de 1951, a Sociedade de Ônibus União Ltda. Começou sua história quando Alvorada ainda chamava-se Passo do Feijó, e era distrito de Viamão. Empresa e cidade cresceram juntas, parceria que dura até hoje.

Lado a lado com órgãos públicos, a SOUL apoiou movimentos pela emancipação e pela industrialização da cidade, na busca de melhor infra-estrutura, educação e qualidade de vida. Ao garantir a mobilidade das pessoas por meio de seu serviço, a empresa foi fundamental para a urbanização de Alvorada.

O crescimento dos colaboradores e o investimento em tecnologia sempre foram prioridades. Isso tem caracterizado a SOUL como uma organização referencial em seu segmento de atuação -

inovadora e alinhada com princípios de valorização de seus profissionais, clientes, parceiros e comunidade onde atua.

A SOUL SERVE ALVORADA COM

* 179 linhas que passam por todos os bairros da cidade, fazendo trajetos entre Alvorada, Porto Alegre, Viamão, Gravataí, Cachoeirinha, Eldorado do Sul e Guaíba.

* 261 veículos, em uma frota renovada anualmente. A idade média da frota da empresa é de 5,34 anos.

* 43.582 viagens por mês, rodando, mensalmente, mais de 1,1 milhão de quilômetros.

VISÃO

Ser a melhor empresa de transporte coletivo de passageiros da Região Metropolitana de Porto Alegre.

MISSÃO

Promover a satisfação de nossos usuários a partir da qualificação de nossos serviços.

PRINCÍPIOS

Usuários - Orientar nossas ações pelo profissionalismo e pela cordialidade, gerando a satisfação dos usuários.

Colaboradores - Respeitar, comprometer e valorizar para assegurar nosso sucesso.

Ambiente - Propiciar um ambiente organizado, limpo, saudável, seguro e agradável, preservando recursos naturais.

Veículos - Oferecer conforto, segurança, limpeza e modernidade.

Poder Público e Comunidade - Modernizar e desenvolver relações, buscando solidez e compromisso com a qualidade.

Resultados - Buscar resultados para o desenvolvimento das Empresas.

Mercados - Crescer permanentemente de maneira sustentável.

O foco na melhoria contínua faz com que a SOUL invista em seu capital humano, em tecnologia e em sua frota, na comunicação e no atendimento ao cliente.

GESTÃO DE PESSOAS MODERNA E ATUANTE

A Gestão de Pessoas da SOUL foi reformulada em 2007, quando a Empresa implantou a Gestão por Competências. O Sistema Integrado de Gestão e Auto-desenvolvimento (SIGA) tem como objetivo investir em uma gestão que valorize as pessoas.

A partir de uma avaliação individual de cada colaborador, são identificados pontos fortes e oportunidades de melhorias. Com essas informações, a Empresa investe em treinamentos adequados, remuneração compatível e um plano de carreira no qual cada profissional visualiza suas oportunidades de crescimento mais claramente.

Com o SIGA, a SOUL também conquistou mais eficiência em seu processo de recrutamento e seleção. O perfil desejado para cada cargo é melhor definido, facilitando a seleção de novos profissionais.

COMPETÊNCIAS ESSENCIAIS

O conceito de competências está relacionado às características individuais – aos conhecimentos que possuímos, às habilidades para colocar em prática esses conhecimentos e às atitudes de transformar os conhecimentos em ações que tragam melhores resultados.

Competências Essenciais

É esperado de todos os profissionais da SOUL o desenvolvimento das Competências Essenciais.

Competências Essenciais Comportamentais

Cultura do Servir: Prestar serviços de forma cordial, com iniciativa e presteza, atuando de forma empática, primando pelo conforto.

Confiabilidade: Prestar serviços com responsabilidade, pontualidade, assiduidade e segurança, proporcionando informações com transparência e credibilidade.

Busca da Excelência: Desenvolver suas ações com base no trabalho em equipe, mantendo atitude e postura comprometidas com resultados de qualidade.

Relacionamento: Fomentar uma relação de parceria entre as pessoas, baseada no respeito, na valorização e no saber ouvir, mantendo postura colaborativa, reconhecendo e dividindo os sucessos e insucessos.

Competência Essencial Técnica

Sistema de Transporte de Pessoas: Conhecimentos gerais sobre o Sistema de Transporte Coletivo.

PADRÃO NO ATENDIMENTO AOS CLIENTES

O manual “Padrão de Atendimento SOUL” foi desenvolvido com a participação de colaboradores das áreas de Operação, Manutenção e Administração da Empresa. Ele traz o padrão de postura que o colaborador deve adotar nas situações possíveis de ocorrer durante uma viagem, desde o momento em que o cliente entra no veículo até o desembarque.

O objetivo é criar uniformidade no atendimento aos clientes e investir em um melhor relacionamento entre tripulação e usuários. O Padrão de Atendimento SOUL é baseado nas **10 Atitudes com o Cliente:**

1. Tratar igualmente os clientes, sem distinção de raça, cor, sexo, religião. Tratar o cliente como gostaria de ser tratado.
2. Compreender e atender as necessidades do cliente: Entender o seu verdadeiro papel.
3. Ser simpático, ser cordial. Entender a necessidade de manter um estado de espírito positivo.
4. Gostar de lidar com pessoas. Entender o lado humano.
5. A pessoa mais importante é aquela que está à sua frente e depende de sua atenção: O Cliente.
6. Saber escutar é captar o verdadeiro sentido da comunicação. Permita que o cliente expresse suas necessidades, valorizando o que ele tem a dizer.
7. Atender com agilidade sem perder a qualidade dos serviços prestados.
8. Manter o padrão de apresentação pessoal e o uso adequado do uniforme e crachá de identificação.
9. Evitar comentários que não agreguem à satisfação dos clientes ou que venham denegrir a imagem da empresa. Zelar pela imagem da empresa.
10. O Cliente nem sempre tem razão, mas tem que estar ou ficar satisfeito com as nossas atitudes.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

Ouvir as necessidades, opiniões e sugestões dos clientes é uma postura da SOUL na busca da excelência na prestação de seus serviços. Para isso, a Empresa investe em uma série de ferramentas de comunicação permanente.

Serviço de Atendimento ao Usuário – SAU

Pioneira em seu segmento de atuação ao implantar e manter um serviço de atendimento ao cliente por meio de ligação gratuita, a SOUL disponibiliza o telefone 0800 510 2877 para os clientes fazerem suas manifestações para profissionais treinados especificamente para esse serviço. Essas manifestações são encaminhadas aos setores responsáveis, para que as providências necessárias sejam tomadas. Ao final desse processo, é dado retorno ao cliente. O índice de retorno dado aos clientes em 2008 foi de 98% das manifestações.

O SAU também recebe elogios aos colaboradores da SOUL. Em 2008, foi recebido um total de 365 elogios.

Avisos sobre os serviços

Eventuais mudanças de horários, itinerários e outras informações sobre os serviços da Empresa são divulgados por meio do site da SOUL, de cartazes nos ônibus e em estabelecimentos comerciais de Alvorada. Também são enviados press releases para os jornais da cidade. Outra forma de comunicação direta com a comunidade é a participação em reuniões de associações de moradores.

O Condutor

Entregue para clientes e para a comunidade em geral, o jornal de bordo da SOUL tem periodicidade quadrimestral e tiragem de 20 mil exemplares. Além de informações sobre os serviços da Empresa, traz matérias sobre educação para o trânsito, eventos culturais e sociais de Alvorada e ações do Programa de Responsabilidade Social da SOUL.

Pesquisa de satisfação

Anualmente a SOUL contrata uma empresa para realizar a pesquisa de satisfação dos usuários para avaliar o serviço que a Empresa presta. Em 2008, o índice geral de satisfação dos clientes foi de 64,27%.

Site na Internet

Na página da SOUL na Internet são disponibilizados: notícias, contato, Serviço de Atendimento ao Usuário e informações de horários e itinerários.

FROTA MODERNA

Renovação da Frota

A SOUL tem um Programa de Renovação de Frota que prevê aquisições anuais de veículos novos. Em 2008, foram 26 novos veículos: um microônibus, sete veículos convencionais, oito articulados, oito veículos quatro portas e dois executivos. Com essa renovação, a idade média da frota da Empresa ficou ainda mais nova, passando de 5,36 anos em 2007 para 5,34 anos.

Acessibilidade

Além dos veículos convencionais, a SOUL conta com três ônibus adaptados para portadores de necessidades especiais em sua frota.

GERENCIAMENTO DA QUALIDADE

Clientes e Mercado

Em seu Círculo de Gerenciamento da Qualidade (CGQ) Clientes e Mercado, a SOUL estuda alternativas de projetos que melhorem a sua prestação de serviço.

Gestão por Processos

Desde 1998, a SOUL adotou o modelo de Gestão Organizacional com base nos critérios de excelência do Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade (PGQP). Desde então, as participações nos ciclos de avaliação do Programa tem trazido várias oportunidades de aprimoramento. Uma destas oportunidades é a implantação do Projeto Gestão por Processos.

Para alcançar essa melhoria, a Empresa iniciou o desenvolvimento do projeto em maio de 2008. As lideranças e as equipes estão envolvidas com esta iniciativa cujo sucesso está sendo viabilizado por meio da educação e treinamento e também pelo comprometimento de todos na organização.

RESPONSABILIDADE SOCIAL INTERNA

AS PESSOAS DA SOUL

Dos 1.200 colaboradores da SOUL, 62% residem na cidade de Alvorada, dado que evidencia o investimento da Empresa nos profissionais da cidade. Cerca de 38% dos profissionais da organização têm mais de 40 anos, uma forma de valorizar pessoas que já não têm muitas oportunidades no mercado de trabalho atual.

Aproximadamente 3% do quadro funcional teve na SOUL sua oportunidade de primeiro emprego, e 37% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres.

GESTÃO DO RECONHECIMENTO

Em 2008, a SOUL lançou a Gestão do Reconhecimento. Trata-se da formalização do conjunto de ações que a Empresa desenvolve como forma de valorização de seus profissionais.

Fazem parte da Gestão do Reconhecimento as seguintes ações:

Programa Ideias em Trânsito

O lançamento do programa Ideias em Trânsito ocorreu em março de 2008. A proposta é uma busca de sugestões para o crescimento contínuo da Empresa. Por meio do Programa Ideias, os colaboradores sugerem melhorias relacionadas aos serviços, processos, ambiente de trabalho e meio ambiente. As ideias são analisadas e implantadas de acordo com a viabilidade e, posteriormente, avaliadas e premiadas.

Em 2008, 14 prêmios foram distribuídos entre os colaboradores. Dez deles em cheques-presente e quatro em dinheiro. Foram 31 ideias aprovadas, num total de R\$ 8.222,69 distribuídos.

Programa de Reconhecimento

Também em 2008 entrou em funcionamento o Programa de Reconhecimento: uma iniciativa da SOUL para reconhecer o trabalho de motoristas e cobradores que se destacam no desempenho de suas funções. Para receber esse reconhecimento, motoristas e cobradores são avaliados por meio de ferramentas específicas de performance. A cada semestre, os profissionais recebem o retorno com sua porcentagem de aproveitamento.

Os colaboradores premiados recebem um diploma e um botton das categorias ouro, prata ou bronze. A entrega ocorre em um evento com a presença dos familiares.

100% colega

Por meio do quadro “100% Colega” os colaboradores podem elogiar ou agradecer ações de solidariedade ou amizade prestadas no dia-a-dia por seus colegas.

Mural A Voz do Usuário

Os colaboradores elogiados por meio do Serviço de Atendimento ao Usuário (SAU) são destacados pela excelência no atendimento ao cliente no mural "A Voz do Usuário", onde é exposto o elogio e sua foto. Os colaboradores elogiados também recebem um cartão personalizado e têm seu nome e foto divulgados no jornal Diário de Bordo.

Mais elogiados no Condutor

O motorista e cobrador mais elogiados no quadrimestre aparecem na seção “Eles merecem nosso elogio” do jornal O Condutor, distribuído aos clientes e comunidade.

Você de Perto

Colaboradores que se destacam são entrevistados e aparecem na seção “Você de Perto” do jornal de comunicação interna “Diário de Bordo”.

BENEFÍCIOS

Transporte

Os colaboradores têm o direito de utilizar gratuitamente os ônibus do sistema intermunicipal metropolitano e urbano de Alvorada.

Uniformes

Vestimentas de inverno e de verão são fornecidas a todos os colaboradores.

Cartão Alimentação

A SOUL credita mensalmente o valor referente às refeições diárias dos colaboradores nesses cartões.

Programa de Alimentação do Colaborador

Mensalmente, cada colaborador recebe uma cesta básica da Empresa.

Pacote de Benefícios Flexíveis para o grupo de Gerentes, Especialistas e Supervisores - BENEFLEX

O BENEFLEX tem por objetivo possibilitar que os colaboradores ocupantes de posições de liderança estabeleçam uma composição dos benefícios que melhor se encaixam em suas necessidades, valores e motivação pessoal. Com base em um menu de opções mais praticadas no mercado, o colaborador opta pela combinação daqueles benefícios que mais se adaptam a seu perfil, em compatibilidade com a pontuação que lhe está disponível.

Cardápio de Opções

Assistência Médica e Odontológica, Auxílio Creche e Farmácia, Cesta Básica, Seguro de Vida, Auxílio Combustível, Telefone Celular e Vale Alimentação.

Cada serviço oferecido apresenta de um a cinco níveis de cobertura, tendo pontuação equivalente a esse nível, ou seja, quanto menor o reembolso, menor a pontuação.

SAÚDE E SEGURANÇA

A SOUL garante aos seus colaboradores todos os processos essenciais à prevenção de riscos e à manutenção da saúde.

Plano de saúde

Todos os profissionais da Empresa e seus dependentes têm direito ao Plano de Saúde Ambulatorial e Hospitalar do Centro Clínico Gaúcho.

Psicoterapia

Por meio de um convênio com o Instituto de Ensino e Pesquisa em Psicologia (IEPP), a SOUL oferece atendimento psicológico para colaboradores e dependentes a um preço reduzido.

Programa de Controle Médico de Saúde Operacional (PCMSO)

Nas dependências da Empresa os colaboradores contam com atendimento médico diário, ambulatorio e a realização de exames preventivos periódicos. Todas as atividades são coordenadas pelo médico do trabalho. O ambulatorio funciona diariamente nos turnos da manhã e tarde.

Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA)

O PPRA tem o objetivo de garantir a integridade física dos profissionais da SOUL. Coordenado pelo engenheiro de Segurança e pela área de Segurança e Saúde do Trabalho, consiste na prevenção e no controle de riscos que possam existir no ambiente de trabalho. O uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPI's) e a tomada de ações preventivas são designados de acordo com os resultados desse controle.

Monitoramento dos extintores de incêndio veicular e predial

As datas de recarga e reteste, a aparência visual e a presença do lacre dos extintores são checados mensalmente pela equipe da Segurança do Trabalho.

Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA)

A comissão não se restringe às tarefas definidas por lei. Seus membros discutem as principais dúvidas e problemas do grupo de colaboradores em relação à segurança. A CIPA, assim, subsidia a área de Segurança e Saúde do Trabalho com propostas de alterações de procedimentos ou campanhas de conscientização.

Cinco minutos diários de segurança

Diariamente, os colaboradores da área de manutenção veicular têm a oportunidade de conversar com a equipe de Segurança do Trabalho. É o momento de desenvolver atitudes preventivas, esclarecer dúvidas e fazer solicitações e sugestões relativas à segurança.

EDUCAÇÃO

Investir de forma séria em educação faz parte da política de Gestão de Pessoas da SOUL. Desta forma, oferece diversas oportunidades de aprendizado para seus colaboradores.

Convênios

A Empresa mantém convênios com instituições de Ensino Fundamental e Médio de Alvorada. Os colaboradores podem estudar com preços acessíveis.

Auxílio à graduação e pós-graduação

O programa de bolsa auxílio oferece aos colaboradores dos níveis estratégico e tático a oportunidade de terem seus estudos de graduação e pós-graduação parcialmente custeados pela SOUL. Em 2008, 11 colaboradores foram beneficiados com o Programa.

Convênio com a PUC-RS

O Projeto Universidade SOUL é um programa fruto de um convênio da Empresa com a PUC-RS. Por meio dele foi criado um curso superior específico para o transporte: Gestão Estratégica de Transporte Coletivo Urbano. Em 2008 quatro colaboradores formaram-se nesse curso superior.

Treinamentos planejados

O Plano Anual de Treinamento (PAT) é a programação de todos os treinamentos técnicos e comportamentais que a SOUL oferece a seus colaboradores. Ele é elaborado tendo como base as avaliações do SIGA, onde são levantadas as competências a serem desenvolvidas por cada colaborador.

O objetivo de todos os treinamentos é que os profissionais estejam constantemente adquirindo novos conhecimentos, atitudes e habilidades que contribuam com a conquista dos objetivos estratégicos da Empresa. Em 2008, foram ministradas um total de 22.382 horas de treinamento na SOUL, uma média de 21h por colaborador.

Futuros colaboradores

O Curso para futuros motoristas e futuros cobradores é parte integrante do processo seletivo para estes cargos. Sendo assim, é destinado aos candidatos que estão participando do processo de seleção e consiste numa etapa preparatória e eliminatória para o cargo. Ele ocorre após a etapa de entrevista individual do candidato.

O treinamento para motoristas, com carga horária total de 40h, consiste nos módulos: Relações Humanas - Mundo dos Transportes - Padrão de Atendimento - Procedimentos de Arrecadação - Procedimentos de Bilhetagem Eletrônica - Procedimentos da Operação - Técnicas Operacionais e Volks eletrônico - Direção Defensiva e Código de Trânsito – Prática Volvo B7 - Prática de Reconhecimento de Linhas.

O treinamento para cobradores tem carga horária total de 25h e consiste nos módulos: Relações Humanas - Mundo dos Transportes - Padrão de Atendimento - Procedimentos de Arrecadação - Procedimentos de Bilhetagem Eletrônica - Procedimentos da Operação - Prática na Linha.

Curso preparatório para motoristas

Desde 1994 a SOUL oferece a colaboradores que desejem se tornar motoristas a oportunidade de formação nesta profissão. O curso é ministrado na própria Empresa, e já formou cerca de 250 profissionais.

Com esta iniciativa, a SOUL garante, além de oportunidade de crescimento profissional, a presença de excelentes motoristas conduzindo os veículos da Empresa.

O Curso oferece os seguintes módulos: Relações Humanas - Atendimento ao Cliente - Mundo dos Transportes - Direção Econômica e Defensiva - Legislação de Trânsito – Técnicas Operacionais - Uso de EPI's - Prevenção de Acidentes - Procedimentos em casos de Acidentes - Prática de linha e de manobra - Procedimentos de Bilhetagem Eletrônica.

Além disso, a alteração da categoria da carteira de habilitação junto aos Centros de Formação de Condutores é facilitada.

Em 2008, nove colaboradores foram formados e promovidos ao cargo de motorista da SOUL: sete cobradores, um fiscal e um líder de serviços gerais.

Investimento nas lideranças

O desenvolvimento das lideranças é uma política da SOUL por acreditar que os líderes têm um papel essencial no crescimento das equipes e da Empresa como um todo.

Por esta razão, desde 2001, um programa sistemático de desenvolvimento é aplicado. O foco é o desenvolvimento das competências comportamentais das lideranças. Em 2008 foi desenvolvido *coaching* individual e em grupo que contabilizou 459 horas.

ESPORTE, CULTURA E LAZER

Apoio ao esporte

A SOUL apóia os times de futebol das categorias Veterano e Força Livre formados por colaboradores da Empresa.

Páscoa e Natal

Nestas duas datas comemorativas, a SOUL faz questão de presentear seus colaboradores. Na Páscoa eles ganham um peixe para o almoço da Sexta Feira Santa e, no Natal, uma ave para compor a ceia.

Dias do motorista e do cobrador

O dia do motorista e o dia do cobrador são sempre marcados por uma homenagem especial a eles.

Semana Farroupilha

A Empresa apóia as comemorações da Semana Farroupilha realizadas para os colaboradores: rodas de chimarrão, carreteiros, churrascos, hasteamento da bandeira, execução do hino do Estado e apresentações de danças típicas fazem parte da agenda.

Festa das crianças

Um dos maiores eventos anuais da SOUL é a festa do Dia da Criança. A edição de 2008 ocorreu na tarde de 18 de outubro. Estiveram presentes cerca de 1200 pessoas. A festa contou com novidades em relação ao ano anterior: sorvete, touro mecânico, pescaria e espaço ao ar livre coberto com toldos complementaram o evento.

A festa só foi possível com a participação indispensável dos mais de 60 colaboradores voluntários que ajudaram na decoração, recepção, atendimento nas atrações e organização.

No mesmo dia do evento foi realizada a pesquisa de satisfação, e 90% dos entrevistados deram nota de 8 a 10 para a festa.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

É parte da filosofia de gestão da SOUL manter seus colaboradores sempre bem informados a respeito do que se passa na Empresa. O lema desta proposta de comunicação participativa é “Você sabe antes!”.

Além de alimentar seus profissionais com informação, a Empresa também ouve a opinião de seus colaboradores. Este é um posicionamento estratégico que busca a construção de um ambiente de trabalho democrático e motivador.

Diário de Bordo

Fundado em março de 2004, o jornal voltado para os colaboradores foi planejado para ser uma ferramenta de comunicação interativa e democrática. Em suas edições bimestrais o informativo traz assuntos importantes relacionados ao dia-a-dia na Empresa.

Além disso, há entrevistas com colaboradores, mensagens, textos sobre saúde e segurança no trabalho e dicas sobre o serviço da SOUL e qualificação profissional.

A linguagem do colaborador e sua opinião são privilegiadas na publicação. As reuniões de pauta são feitas com a presença do Conselho do Leitor Interno, formado por colaboradores representantes das áreas da Empresa. Em 2008 o Diário de Bordo teve seus projetos editoriais e gráfico reformulados tendo como base uma pesquisa realizada entre os profissionais da Empresa.

Linha do Colaborador

Por meio de ligações gratuitas para o telefone 0800 510 4822 os colaboradores podem comunicar à Empresa situações especiais ocorridas durante o trabalho.

Intranet

Mensagens, fóruns, notícias, atas, fotos e enquetes são algumas das ferramentas de comunicação disponíveis aos profissionais na rede on line.

Gimmick

A SOUL criou um gimmick que representa o colaborador da Empresa - mais uma ferramenta para facilitar a comunicação. Seu nome, “Soulzito”, foi escolhido por meio de um concurso entre os colaboradores.

Murais

Informações atualizadas e precisas estão disponíveis para todos nos murais estrategicamente distribuídos na SOUL. Mais uma ferramenta para abastecer os colaboradores de todo o conteúdo necessário para o bom desempenho de suas funções.

Pesquisa de Clima Organizacional

Anualmente, a SOUL realiza, por meio de uma empresa especializada, a pesquisa de Clima Organizacional entre seus colaboradores. A investigação de 2008 apontou um índice de satisfação geral de 69,6%. Um total de 89,1% dos profissionais da Empresa declararam que recomendariam a SOUL como uma boa empresa para se trabalhar. Um total de 92,3% dos colaboradores afirmou que gostam do trabalho que fazem, e 83,3% se disseram satisfeitos com os benefícios oferecidos.

Com base nos resultados da pesquisa, a SOUL planeja ações que contribuam com a melhoria de seu ambiente organizacional.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EXTERNA

PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE DA COMUNIDADE

Saúde Comunitária

O Hospital Mãe de Deus mantém, em Alvorada, uma unidade móvel de saúde, atendendo a comunidade em diversos bairros da cidade. Desde 1996 a SOUL é parceira desta iniciativa.

A Empresa abriga o veículo em sua garagem e realiza a limpeza diária e os serviços de manutenção gratuitamente.

Espaço para informações de utilidade pública

A divulgação de campanhas de utilidade pública é feita de forma gratuita em espaços nos ônibus da SOUL.

MEIO AMBIENTE

Redução da poluição

Todos os novos ônibus adquiridos pela SOUL contam com motores que emitem menor nível de poluentes. O controle de emissão é feito periodicamente por fornecedor e equipamento homologado pelo Inmetro. Também é utilizado em toda a frota o diesel metropolitano. Por ter índice reduzido de enxofre, este combustível reduz a emissão de Dióxido de Carbono.

Redução de ruído

Os decibéis dos ruídos internos de cada ônibus são medidos durante a viagem no decorrer do ano, o que contribui para um ambiente mais saudável.

Recursos naturais

A SOUL utiliza a água de forma racional. A água da chuva é colhida em duas cisternas (uma com capacidade de 30 mil litros e outra com capacidade para 60 mil litros) e utilizada para a limpeza dos veículos e da oficina.

Produtos biodegradáveis

A limpeza dos veículos é realizada sob a orientação de uma empresa química contratada pela SOUL. No serviço são utilizados produtos biodegradáveis.

Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS)

O Programa foi implantado pela SOUL com o objetivo de sistematizar e apresentar uma série de procedimentos e técnicas que promovam a proteção do meio ambiente e da saúde pública, através do correto gerenciamento dos resíduos gerados na Empresa.

Todos os colaboradores da SOUL foram treinados e são periodicamente conscientizados por meio de campanhas de esclarecimento para que possam dar a destinação correta aos resíduos.

O PGRS atende as exigências das legislações e normas referentes a este tema no país.

Apoio à reciclagem

A SOUL doa seu resíduo seco para a Associação dos Catadores de Lixo do Bairro Umbu, uma das localidades mais carentes de Alvorada. Além disso, a Empresa fornece, para as escolas do município, latões para a coleta seletiva.

Cinco árvores para cada ônibus novo

A partir de 2008, a cada ônibus adquirido pela SOUL, cinco mudas de árvores frutíferas são plantadas em Alvorada. As mudas são produzidas pelos jovens da Unidade Projeto Pescar da Empresa e plantadas em locais indicados pela Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMAM). Assim, praças, escolas e outros espaços públicos têm garantido um futuro mais arborizado.

Com isso, mais de 120 mudas foram plantadas em 2008. A iniciativa foi ideia de um colaborador, que sugeriu o plantio por meio do Programa Ideias em Trânsito.

EDUCAÇÃO

Inclusão Digital

Com a menor renda per capita dentre as cidades do Rio Grande do Sul e um alto índice de desemprego, é uma necessidade que a população de Alvorada esteja mais capacitada para batalhar por seu espaço no mercado de trabalho.

O conhecimento em informática é hoje um atributo fundamental. Consciente disto, a SOUL lançou, em 2006, o Programa Inclusão Digital. O curso oferece, de forma gratuita, formação básica em informática em software livre para colaboradores, seus familiares e membros da comunidade.

O espaço das aulas é climatizado, são oferecidos 10 computadores e uma televisão 29' com DVD player. Os alunos recebem, ao final, um certificado de conclusão de curso. No ano de 2008, 76 pessoas participaram do Inclusão Digital, entre colaboradores da Empresa, familiares e moradores de Alvorada.

Eu Sou Amigo da SOUL

Com o objetivo de buscar a integração com os alunos das escolas de Alvorada, a Empresa criou o projeto Eu sou amigo da SOUL. As atividades do projeto em 2008 incluíram uma visita às dependências da Empresa e a apresentação de uma sessão de cinema com desenhos animados de caráter educativo.

Desde sua criação, em 2006, mais de 1.700 crianças já participaram da iniciativa. Só em 2008 foram mais de 460 crianças.

As entidades atendidas em 2008 foram: Escola Dom Pedro II, Escola Almira Feijó, Escola Mário Quintana, Escola Aparício Borges, Escola Herbert de Souza, Escola Campos Verdes, Escola Salgado Filho, Clube de Mães Coração de Cristal, Escola Salgado Filho, Escola Alice de Carvalho, Escola Gentil Viegas Cardoso e Creche Amopasso.

Unidade Projeto Pescar SOUL

A preocupação com o futuro dos jovens em situação de vulnerabilidade social de Alvorada foi o que levou a SOUL, em 2001, a fundar sua Unidade Projeto Pescar.

O Pescar é uma iniciativa por meio da qual empresas oferecem formação pessoal e profissional a jovens de baixa renda em suas dependências. Além disso, os jovens são estimulados a adotar uma postura mais responsável e cidadã perante a vida.

A Unidade da SOUL começou formando, anualmente, 20 alunos. Desde 2006 a Empresa aumentou este número para 30. Os meninos recebem formação em mecânica básica e, ao final do curso, são encaminhados ao mercado de trabalho.

As aulas têm carga horária total de aproximadamente mil horas. Colaboradores da SOUL fazem parte do quadro de instrutores.

A formação oferecida aos alunos não se restringe à mecânica. Outras disciplinas integram o currículo: Relações Humanas * Segurança do Trabalho * Saúde * Higiene Pessoal * Informática * Música * Motivação * Comunicação * Trabalho em Equipe * Programa de Qualidade * Inserção ao Mercado de Trabalho.

Como suporte, os jovens recebem alimentação, transporte, material didático, cestas básicas e uniforme. Desde 2006 recebem, também, o benefício de bolsa auxílio do projeto Menor Aprendiz. A Unidade Projeto Pescar SOUL já formou mais de 170 jovens. Em 2008, 29 meninos foram formados.

Programa Mini-empresa: Em 2008, a unidade deu continuidade à parceria firmada em 2007 com a Junior Achievement no programa Mini-empresa, que proporciona aos jovens uma experiência prática em negócios, por meio da organização e da operação de uma empresa. A Junior Achievement é a maior e mais antiga organização de educação prática em economia e negócios, registrando o mais rápido crescimento em todo o mundo.

A Unidade Projeto Pescar SOUL criou sob a orientação dessa Organização, a empresa Cia do Biscuit. Os participantes criaram e produziram artigos artesanais confeccionados com biscuit.

Educação ambiental: Uma ação que proporcionou aos meninos a expansão de suas consciências sociais foi o projeto Horto Florestal. Ciente da importância cada vez maior da educação ambiental, a construção do Horto surgiu em 2006 em uma parceria da SOUL com o Clube da Árvore.

Em 2008, o horto ganhou ainda mais força. A Empresa reservou um espaço maior em sua sede para o trabalho, e os jovens projetaram e construíram toda a estrutura física – desde os desenhos dos canteiros até a forma como o espaço é aproveitado como um todo.

Transportando para o Desenvolvimento

Educação não ocorre somente em sala de aula, aprende-se muito conhecendo o mundo “lá fora”. O projeto Transportando para o Desenvolvimento é uma iniciativa que atua com as escolas públicas de Alvorada. A SOUL cede o transporte para atividades de educação, cultura, esporte e lazer, levando crianças a museus, teatros, cinemas, parques, etc.

Em 2008 foram transportadas 2.956 pessoas, em um total de 2.355 quilômetros rodados.

Qualidade de Vida e Educação Social

Adotado pela SOUL em 2004, o projeto visa à humanização e a diversificação pedagógica por meio de um trabalho que incorpore as dimensões físicas, afetivas e sócio-culturais dos alunos.

A SOUL transporta gratuitamente os alunos das escolas Júlio César de Souza e Paulo Freire até a Ulbra Canoas. Lá eles participam de aulas de Educação Física ministradas por professores da universidade. Em 2008, os ônibus da Empresa rodaram 3.435 quilômetros neste projeto.

Projeto Remar

O Remar tem por objetivo promover, com a prática do remo, a cidadania, a integração com a natureza e a saúde. Em 2008, participaram do projeto alunos do Colégio Estadual Érico Veríssimo.

Os alunos são transportados gratuitamente pela SOUL até o Grêmio Náutico União, onde ocorrem as aulas. Eles ainda participam, eventualmente, de competições de remo. Em 2008 foram rodados 1.191 quilômetros no Projeto Remar.

Desfile Popular

O Desfile Popular ocorre em setembro, e marca as comemorações da Independência do Brasil e do aniversário de Alvorada. A SOUL transporta de forma gratuita, anualmente, os participantes do evento.

Em 2008 a Empresa transportou cerca de 50 entidades: escolas, creches, associações de moradores, entidades religiosas e assistenciais e CTG's. Os ônibus rodaram 1.140 quilômetros nesta ação.

Rota Ecológica

Em 2008, a SOUL cedeu seu Ônibus Escola, veículo equipado com aparelho de DVD, televisão e bancos posicionados em forma de sala de aula, para a Secretaria do Meio Ambiente realizar ações de conscientização ecológica nas escolas de Alvorada. O projeto atendeu 1.256 crianças, em um total de 699 quilômetros rodados.

PARCERIAS

Prefeitura Municipal de Alvorada

A colaboração da SOUL com o Poder Executivo vem desde a emancipação de Alvorada. Em 2008, a Empresa colaborou com a manutenção dos veículos escolares da Secretaria Municipal de Educação.

Serviços públicos

Em 2008 a SOUL patrocinou a impressão do material de divulgação da atividade da defesa Civil da Brigada Militar. Também colaborou com a manutenção dos veículos do Corpo de Bombeiros e da Brigada Militar.

Parceiros Voluntários

A SOUL é uma das mantenedoras desta ONG, presente em Alvorada desde 2002.

Entidades Religiosas

Em 2008, a SOUL doou alimentos para a Sociedade Espirita Mansão da Luz e apoiou eventos das seguintes entidades religiosas: Paróquia Santo Antônio, Paróquia São José Operário, Igreja Batista e Igreja Assembléia de Deus.

Escolas e faculdades

A SOUL doou brindes para a festa junina da Escola Elisardo Duarte Neto, patrocinou o baile da Faculdade São Marcos e doou cestas básicas para a Escola Vale Verde.

Projeto Alvorço em Alvorada

O projeto Alvorço em Alvorada é uma iniciativa de dramaturgia realizada na cidade que utiliza atores, músicos e técnicos locais. É um filme longa metragem totalmente da cidade.

Por acreditar no potencial cultural de Alvorada, a SOUL foi uma das patrocinadoras do projeto.

Para a criação do primeiro filme alvoradense, chamado de "Dá 1 tempo!", foram envolvidos, exclusivamente, profissionais da cidade. Até a trilha sonora é composta por músicas de bandas locais, e foi lançada em cd. O elenco do filme foi escolhido por meio de testes feitos nas escolas de Alvorada.

O filme foi lançado em agosto de 2008, com uma exibição no Festival de Cinema de Gramado. O lançamento para o público ocorreu em exibição na praça central de Alvorada.

Campanha do Agasalho

Anualmente a SOUL promove uma campanha de arrecadação de roupas e calçados para a população carente de Alvorada.

A ação é uma parceria com associações de bairro, lideranças assistenciais e religiosas de Alvorada.

Após a finalização da triagem dos agasalhos, as doações são destinadas às entidades participantes que, por sua vez, distribuem os donativos nos bairros da cidade. O encerramento oficial da edição de 2008 ocorreu dia 14 de junho.

As lideranças comunitárias e os colaboradores voluntários parceiros da empresa na iniciativa foram convidados para um café da manhã na sede da SOUL, onde conheceram os resultados da campanha. Mais de 18.000 peças foram arrecadadas.

O evento contou com a presença do diretor executivo da Empresa, José Antônio Ohlweiler, que salientou a importância da parceria de associações de bairros, entidades religiosas e assistenciais e colaboradores para o sucesso do número de agasalhos doados. Os presentes receberam um cartão onde havia fotos dos voluntários e um agradecimento por sua contribuição na campanha.

Após o evento, os cerca de 70 presentes embarcaram em três ônibus que percorreram Alvorada fazendo as entregas nas cerca de 40 entidades beneficiadas pela campanha.

Ação de Natal

No Natal de 2008, a SOUL distribuiu cerca de 300 brinquedos para as crianças das seguintes entidades: ACEJUBA, Associação Vila Tupã, Centro Comunitário Vila Isabel, Casa de Apoio à Criança José Fernandes, Associação de moradores Vila Piratini, Associação Beneficente Casa da Sopa e Casa da Sopa Pequeninos de Cristo.

Expediente

Diretor Executivo: José Antônio Ohlweiler
Contadora: Maria Madalena Michels (CRC/RS 050774)
Coordenação: CER - Central de Relacionamento
Supervisora: Fernanda Cardoso
Projeto Editorial: Central de Relacionamento e
Bruna Gandolfo
Textos: Bruna Gandolfo
Colaboração: Caroline Maciel, Luciane Kubal e
Paola Gandolfo
Projeto Gráfico e Diagramação: Gandolfo Designs
www.gandolfodesigns.com.br - F. 3907-2132

ANEXO G – Principais tópicos do Balanço Social empresa TREVO – Transportes Coletivos Trevo S.A.

Apresentação

Palavra da Direção

Transportes Coletivos Trevo S.A. tem a honra de apresentar aos seus clientes, colaboradores, parceiros e comunidade a oitava edição de seu **Balanço Social**.

Responsabilidade social é o foco central deste documento, que apresenta as ações sociais desenvolvidas pela empresa no ano de 2008 em todas as suas dimensões, como meio ambiente, cidadania e educação.

Cuidar do meio ambiente, zelar pelo bem-estar de nossos colaboradores e contribuir para o desenvolvimento social da comunidade foram os compromissos assumidos por nossos fundadores no início da empresa, e que, ainda hoje, são ratificados em cada uma das atividades praticadas na Trevo.

Através das atividades aqui apresentadas ficam também evidenciados os valores prezados pela organização como, trabalho, responsabilidade, ética, valorização humana e otimização dos recursos.

Esperamos que através desta publicação você possa conhecer um pouco mais da nossa Trevo e conferir nossos investimentos na área social.

Cláudio Umberto Sauter - Diretor Presidente

Walmor Sauter - Diretor

Régis Born - Diretor

Eduardo Born Lampert - Diretor Adjunto

João Carlos Piccoli - Diretor Executivo

Missão

Transportar pessoas com segurança, conforto, pontualidade, atendimento qualificado e crescimento sustentável, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades onde atua.

Visão

Ser uma empresa de referência regional pela qualidade do serviço prestado no âmbito do transporte coletivo urbano de passageiros, até 2009, por ocasião do seu cinquentenário.

Compromissos da Empresa com

Clientes: Gerar satisfação, superando expectativas

Colaboradores: Desenvolvimento e valorização

Sociedade: Ser socialmente e ecologicamente responsável

Fornecedores: Consolidar parcerias

Meio Ambiente: Conscientizar para preservação

Acionistas: Resultados com rentabilidade econômica,

Poder Público: atender orientações e preceitos legais.

Valores e Princípios

- Trabalho - Dedicção e apreço ao serviço prestado;
- Responsabilidade - Ações desenvolvidas com respeito e responsabilidade para com o meio ambiente e a sociedade;
- Eficiência - Busca incessante pela qualidade do serviço prestado aos nossos clientes;
- Valorização Humana - Desenvolvimento e reconhecimento das pessoas que compõem a organização;
- Otimização - Manter-se uma empresa sólida e rentável através do melhor aproveitamento dos recursos.

Estrutura da Organização

Atua no segmento de transporte coletivo urbano de passageiros, mais especificamente na Zona Sul de Porto Alegre, operando 21 linhas em regime de concessão junto à Prefeitura Municipal e atendendo assim 12 bairros da cidade. Sua frota é composta de 177 veículos com idade média de 5 anos.

Benefícios

Alimentação

A empresa oferece refeitório em suas instalações, além do tíquete-refeição que é fornecido aos colaboradores.

Transporte

Conforme os valores da empresa, principalmente o de valorização humana, todos os colaboradores possuem direito ao transporte coletivo gratuito na capital, e se necessário vale transporte intermunicipal sem custo.

Assistência do Serviço Social

A empresa dispõe de um setor de Serviço Social que atende aos colaboradores e seus familiares agilizando serviços médicos, orientando em problemas financeiros, de habitação e educação. O setor também assiste os clientes envolvidos em acidentes com veículos da Trevo, apóia entidades sociais e desenvolve projetos incentivando ações de solidariedade, como o Programa de Voluntariado.

Atendimentos a funcionários: 810

Doações:

- N° de doações aos funcionários: 13
- N° de doações às instituições: 15

Saúde

A empresa oferece atendimento médico em suas próprias dependências através do médico do trabalho. Conta ainda com planos de saúde ambulatorial e odontológico do Centro Clínico Gaúcho e Clínica Salute. Além deste benefício os colaboradores possuem cartão farmácia para aquisição de remédios e produtos farmacêuticos em condições facilitadas de desconto em folha.

Total dos atendimentos de saúde em 2008:

- Médico do Trabalho: 889

Economia Familiar

Foram realizados, em 2008, acompanhamentos individuais com colaboradores com dificuldade financeira, onde foi feito o mapeamento do perfil sócio econômico deste.

- **N° de beneficiados: 80% = 230**

Convênio com CFC

Este convênio tem como objetivo a obtenção da 1ª carteira de habilitação, a troca de categoria e a renovação.

Seguro

Os colaboradores da empresa possuem Seguro de acidentes e auxílio funeral, são totalmente custeados pela empresa e o auxílio funeral é extensivo aos dependentes na faixa etária de até 18 anos.

Outras Ações ocorridas em 2008:

- **Campanha de vacinação contra gripe**
beneficiados 70 colaboradores e seus familiares.
- **Campanha de vacinação contra Rubéola**
beneficiados 516 colaboradores.
- **Verificação de Pressão Arterial na SIPAT:**
beneficiados 239 colaboradores e clientes
- **Verificação de Glicose na SIPAT:**
beneficiados 233 colaboradores e clientes

Sede Campestre

No ano de 2008 os colaboradores e seus familiares em seu tempo de lazer, utilizaram as dependências da Sede Campestre como quiosques com churrasqueira, piscina infantil, salão de eventos, cancha de bocha, campo de futebol 7 e playground.

Desenvolvimento e Capacitação

Cursos

Na área de educação, a Trevo desenvolveu projetos como: Escola Interna de Capacitação Técnica para Motorista, capacitando 20 colaboradores.

Realizou também cursos internos e externos de capacitação e aperfeiçoamento para seus colaboradores como, Capacitação de Condutores de Transporte Coletivo Urbano, vinculado ao SEST/SENAT em parceria com o STS. Diversos outros cursos atenderam às áreas, Administrativa, Manutenção e Operacional, num total de 30.249h com uma média de 2,75h por colaborador.

Programa de Economia do Diesel

Busca a economia de combustível através da condução correta dos veículos, incentivada por um sistema de premiação por equipe e também individual.

Campeonato Trevo de Produtividade

Visando o aprimoramento de seus serviços a Trevo implementou um Programa que incentiva a melhoria de alguns indicadores da área operacional como acidentes, reclamações e faltas. Este Programa vigorou no segundo semestre de 2008 e premiou os colaboradores com cestas básicas, cestas de higiene e limpeza e tíquete refeição.

Conselho Operacional

É uma forma de participação junto à Direção da Empresa. O Conselho é constituído de colaboradores de todos os departamentos, sendo que as 21 linhas são representadas por dois colaboradores cada. Uma vez por mês o Conselho se reúne para tratar de assuntos que visem à qualificação das condições de trabalho.

Segurança do Trabalho

Durante o ano de 2008 foram feitos investimentos em segurança e medicina do trabalho, com exames periódicos, melhorias nos setores, higiene e limpeza, aquisição de materiais, uniformes e EPIs, processo de higienização e conservação de uniformes. Como ações, foram realizados treinamentos sobre utilização, conservação e importância dos EPIs e unidades extintoras prediais – Combate e Prevenção a Princípios de Incêndios, palestras educacionais sobre redução de acidentes e doenças do trabalho e treinamentos introdutórios para novos funcionários.

Ações com a Comunidade

Programa de Voluntariado Bem-Me-Quer

Na Creche do Centro Comunitário da Vila Gaúcha ocorreram ações como: Passeio no Jardim Botânico, visita a Casa de Cultura Mário Quintana, Biblioteca Móvel Itapemirim e ao Shopping Praia de Belas para fotos com o Papai Noel.

No Asilo Padre Cacique ocorreram ações como: atividades e entrega de rosas no Dia das Mães, confraternização entre os moradores da instituição e os colaboradores da empresa, visita ao Piquete dos Bombachudos na Semana Farroupilha e festa dos aniversariantes do mês.

No CEGEB (Centro Regional Glória, Cruzeiro e Cristal) ocorreu a visita na Biblioteca Móvel Itapemirim.

Nº de ações: 9

Campanha de Páscoa

Incentivo à solidariedade através da campanha com os colaboradores, buscando doações de bombons em troca de um cupom numerado valendo uma cesta de Páscoa em sorteio, além do apadrinhamento das crianças beneficiadas da Creche do Centro Comunitário da Vila Gaúcha e da Associação de Moradores Núcleo Prisma e Arredores, de 02 a 13 anos.

Campanha do Agasalho e Campanha do Brinquedo

A Campanha do Agasalho contou com a arrecadação de 57.080 peças e 43 entidades atendidas. A Campanha do Brinquedo arrecadou 1.300 itens para crianças de 02 a 13 anos das comunidades e entidades atendidas pela empresa.

Projeto Escola

Juntamente com o Consórcio STS, a Trevo participa deste projeto que visa, através de palestras, conscientizar as crianças para educação no trânsito e preservação dos veículos. **Nº de instituições atendidas: 44**

Programa de Resistência à Violência e às Drogas (PROERD)

A Trevo apóia este projeto desenvolvido pela Brigada Militar através do fornecimento de transporte dos alunos no evento de formatura.

Auxílio à Entidades Assistenciais

• Casa da Sopa:

Doação de gêneros alimentícios ao longo do ano e na Campanha Natal Solidário. A empresa ainda organizou e disponibilizou local para a realização de uma mostra fotográfica referente à Casa da Sopa.

• Campanha Natal Solidário:

Distribuição de cestas básicas às entidades: Casa da Sopa, Creche Comunitária Vila Gaúcha, Associação de Moradores Núcleo Prisma e Arredores, Igreja Pentecostal Jesus é a Salvação do Mundo e Associação Comunitária da Icaraí.

• Doações Diversas:

Doações de alimentos, roupas, produtos de higiene e/ou brinquedos às entidades: Asilo Padre Cacique, Centro Comunitário Vila Gaúcha, Casa da Sopa, Associação Comunitária da Icaraí, Associação de Moradores Núcleo Prisma e Arredores, Igreja Pentecostal Jesus é a Salvação do Mundo e Associação Comunitária Nova Tamandaré.

Eventos de Integração

Dia da Acolhida

No dia 02 de cada mês, juntamente com a entrega dos vales-refeição, são montados estandes dos diversos departamentos da empresa no Refeitório. O objetivo deste evento é facilitar o acesso dos colaboradores aos serviços internos da empresa, esclarecendo dúvidas, inscrevendo-se em programas e campanhas da empresa. Os colaboradores recebem atendimento referente às atividades do Setor de Tráfego, Departamento de Pessoal, Recursos Humanos, Departamento de Manutenção, Setor de Serviço Social e Conselho Operacional. Participam também a Clínica Saúde (convênio de saúde), realizando medição de pressão arterial, pesagem, marcação de consultas e fornecendo dicas de saúde, e empresas e entidades convidadas oferecendo serviços diversos, como cortes de cabelos e confecção de carteiras do SESC.

Aniversário da Trevo

A Trevo comemorou seus 49 anos com a realização de eventos que envolveram colaboradores, familiares e convidados.

Dia da Mulher

No dia 07 de março as colaboradoras, esposas, namoradas, filhas e mães dos colaboradores foram convidadas a participar de um dia de beleza, onde foram oferecidos serviços contratados como nutricionista, massagista, manicure e pedicure. **Nº de participantes: 48**

1º de Maio

A sede campestre da empresa foi utilizada para a realização de campeonatos de futebol e bocha. Os colaboradores e seus familiares aproveitaram a infra-estrutura do local para realizar atividades de integração.

Festa do Dia das Crianças

A Trevo ofereceu aos filhos de seus colaboradores uma bela festa com diversas atrações, entre elas, touro mecânico, tobogã gigante, piscina de bolinhas, performance, shows com personagens infantis, camarim de pinturas e lanche. Também foram convidadas as crianças do Centro Comunitário da Vila Gaúcha, onde a Trevo realiza o Programa de Voluntariado. **Nº de participantes: 1024**

Piquete Bombachudos da Trevo

Durante a Semana Farroupilha, a Trevo participa do movimento tradicionalista gaúcho através de um Piquete, que é instalado no Parque da Harmonia e conta com a participação de seus colaboradores e convidados, que também desfilam em comemoração no dia 20 de Setembro.

Esporte

A Trevo incentiva equipes de futebol formadas pelos colaboradores, que participam ativamente de competições esportivas, vencendo diversos torneios realizados pelo sindicato da classe e outras entidades do meio de Transporte.

Reconhecimento

Os colaboradores são homenageados, por ocasião da comemoração do aniversário da Empresa, com troféus alusivos ao tempo de serviço prestado por cada um. São contemplados os colaboradores com 10, 15, 20, 25, 30 e 40 anos de trabalho. Em 2008, 55 colaboradores foram agraciados com este prêmio.

Meio Ambiente

Fazendo parte da sua política de defesa ao meio ambiente, a Trevo possui um projeto que incentiva os colaboradores e seus familiares a recolherem e trazerem material reciclável para o depósito da empresa, o qual é vendido, e o valor obtido dessa venda revertido em kits de material escolar para os filhos dos colaboradores participantes.

Em 2008 foram arrecadados 3.585 kg de material reciclável, que depois de vendidos, foram revertidos em 65 kits escolares para os filhos de 42 funcionários participantes.

Além disso, a Trevo também realiza a coleta seletiva do seu lixo, de forma totalmente adequada e de acordo com as normas oficiais dos órgãos DMLU e FEPAM.

A Trevo também possui um processo para reaproveitamento de 80% da água utilizada na lavagem dos veículos, que é obtido através de Sistema de Filtragem.

A lavagem de peças é feita pelo processo de banho de imersão térmica, que não utiliza produtos derivados de petróleo, e assim, contribui para a preservação do meio ambiente.

A Trevo possui 7% da frota composta de ônibus eletrônicos, que por serem veículos menos poluentes que os demais, contribuem para um ar mais puro na cidade.

Na empresa, é realizada a coleta de resíduos de óleo queimado e de pneus descartados somente por empresas credenciadas com a FEPAM. Este procedimento garante que determinados produtos tenham o destino adequado e seguro dentro das medidas estabelecidas nas políticas públicas de preservação ambiental.

ANEXO H – Principais tópicos do Balanço Social empresa Viação Belém Novo S.A.

Diretor Técnico **Celso Pinheiro**
 Diretora Administrativa **Cíntia Pinheiro**
 Sede Administrativa **Av. Beira Rio, 175 Bairro Belém Novo Porto Alegre /RS**
BALANÇO SOCIAL é uma publicação externa da Viação Belém Novo S.A.
 Coordenação **Cíntia Pinheiro**
 Supervisão **Simone Souza Teixeira**
 Assessora de Comunicação **Juliana Panosso**

Sumário
 Palavras da Direção
 Palavras do Colaborador
 Perfil da Organização
 Um Pouco da Nossa História
 Nossa Trajetória pela Excelência
 Política da Empresa
 Mapa Estratégico
 Código de Ética
 Nosso Modelo de Desenvolvimento Sustentável
 Gestão de Pessoas
 Fornecedores
 Gestão Social
 Gestão Ambiental
 Indicadores de Desempenho

A Viação Belém Novo apresenta Balanço Social 2008

Palavras da Direção

“A Gestão de Responsabilidade Social adotada pela Viação Belém Novo S.A. está calcada nos princípios da sustentabilidade ao incorporar este conceito propondo como visão “Destacar-se pela gestão sustentável do negócio”. Assim, o compromisso de nossa Empresa com a sustentabilidade, permeia as estratégias do negócio ao incorporar no planejamento estratégico; planos de ações e metas voltadas ao refinamento e implantação de práticas de responsabilidade social e ambiental, fomentando o engajamento das partes interessadas em prol da construção de um modelo de desenvolvimento sustentável”.

Celso Pinheiro Diretor Técnico

“Nossas estratégias e ações têm o compromisso de serem ecologicamente corretos, socialmente justos e economicamente viáveis. Nossa organização vai além da responsabilidade de gerar empregos. Somos corresponsáveis pelo desenvolvimento socioambiental, progresso e bem-estar das comunidades onde atuamos. A divulgação anual e transparente do Balanço Social da Belém evidencia o empenho das lideranças para com a manutenção de uma gestão socialmente responsável pautada no fortalecimento do negócio com equidade social, atitude socioambiental e consciência de cidadania.”

Cíntia Pinheiro Diretora Administrativa

Palavras do Colaborador

“Não vivemos sozinhos. É preciso olhar para o lado e ajudar as pessoas ao nosso redor. Sempre que possível tento passar um pouco da alegria que é estar vivo e do quanto podemos superar nossas dificuldades se houver solidariedade. Preservar a vida e o meio em que se vive é fundamental para a construção de um mundo melhor”.

Elton da Roza Nিকেle Motorista

Perfil da Organização

A Viação Belém Novo S.A., é uma empresa de transporte coletivo urbano, de capital privado e com fins lucrativos com faturamento bruto de 26.939.921,63 R\$/ano. Fundada em 27/11/1962 por Edgard Dutra Pinheiro, atua no ramo de transporte coletivo urbano de passageiros na Zona Sul de Porto Alegre, tendo como seus principais executivos, o Diretor Técnico Celso Pinheiro e a Diretora Administrativa Cíntia Pinheiro. Em sua área de atuação, residem cerca de 377.314 habitantes sendo que a Belém é responsável pelo transporte mensal de aproximadamente 1.000.000 clientes, totalizando 12 milhões de passageiros transportados ao ano. A frota operacional é composta por 90 veículos, operando 09 linhas principais e aproximadamente 42 ramificações destas.

Um Pouco de Nossa História

Com que carreira poderia sonhar um jovem de 17 anos, filho de um telegrafista, ginasiário recém saído do Colégio Rosário, na Porto Alegre de 1947? Certamente com um lugar no Banco do Brasil ou na Caixa Econômica Federal. Edgard Dutra Pinheiro não fugia à regra e, entre seus sonhos com certeza não figurava o de tornar-se um dos mais sólidos empresários do Transporte Coletivo de Porto Alegre.

Em 1956, o Sr. Edgard Dutra Pinheiro, juntamente com os Srs. Erany Eugênio Ricardo e Álvaro Almeida, compraram 3 microônibus da linha Parque Madepinho e começaram a operar a linha São Caetano próximo ao Hospital Espírita. Mais tarde foram adquiridos outros 12 ônibus da Vila Isabel em Viamão para atuar naquela cidade. Posteriormente, mais 08 ônibus atenderiam a Vila Santa Cecília, também em Viamão. Com o tempo os sócios venderam toda a frota de Viamão e retornaram para a zona sul de Porto Alegre, onde a linha Parque Madepinho continuava crescendo.

A Viação Belém Novo S.A, por sua vez, foi fundada no dia 27 de novembro de 1962, com a primeira garagem para ônibus urbano da capital. Foram concedidas à Belém, as linhas Lami e Canta Galo e, mais tarde, as linhas Belém Velho, Vila Nova e Campo Novo.

Atualmente, a Belém Novo é administrada pela família Pinheiro. Localizada na Av. Beira Rio ,175 - bairro Belém Novo conta também com uma garagem de apoio localizada na Estrada Monte Cristo,470 - bairro Vila Nova.

Hoje, quatro décadas depois, a Belém mantém presente no cotidiano da Organização os princípios e valores ensinados por seu fundador. Os filhos, sucessores de seu legado, trazem consigo, além do compromisso com a satisfação de todas as partes interessadas do negócio o seu entusiasmo pelo transporte coletivo resumido em uma frase que ele usava para definir a paixão que começou num longínquo dia de 1956: *“O transporte coletivo é um desafio, mexe contigo e, se tu gostas, todo dia tem coisa nova”* (**Edgard Dutra Pinheiro – In Memória**).

Nossa Trajetória pela Excelência

O Sistema de Gestão da Qualidade Belém, iniciou em 1996, tendo em vista a necessidade de qualificar o quadro funcional em prol da satisfação do cliente. Norteados por um planejamento de treinamento, os colaboradores das diferentes áreas passaram por um processo de reciclagem. Concomitantemente, intensificaram-se os investimentos na capacitação profissional dos níveis gerenciais e intermediários, os quais alavancaram o Programa de Qualidade.

A participação efetiva da Alta Administração associada à implantação de programas internos de incentivo e valorização do capital intelectual; bem como, o engajamento e comprometimento dos colaboradores para com a política da qualidade da Belém Novo, foram a chave das nossas conquistas. O Prêmio Qualidade RS - Modalidade Medalha de Bronze obtido no ano 2000 e adquirido em virtude dos resultados demonstrados instigou ainda mais nossa equipe de trabalho na busca pela excelência dos serviços.

Objetivando consolidar o Sistema de Gestão da Qualidade, através do conhecimento detalhado dos processos organizacionais, sua sistematização, análise e monitoramento; a Viação Belém Novo encontrou na Norma ISO 9001:2000 relevantes contribuições para a melhoria contínua da Organização. Tendo por meta obter o Certificado no primeiro semestre de 2001, as atividades estratégicas em busca da certificação iniciaram em setembro de 2000, com a constituição do Grupo ISO e o preparo técnico da equipe. O resultado obtido com a união dos esforços não tardou a chegar. No dia 15 de junho de 2001 a Empresa foi agraciada com a Certificação ISO 9001:2000.

Comprometidos com o dever de não somente atender as necessidades dos clientes, mas também antevê- las; projetos e ações foram implementados com êxito. O reconhecimento pelo trabalho desenvolvido ao longo deste período foi recebido com grande entusiasmo por nossa equipe.

No dia 05 de julho de 2001, num evento de significativa importância, não só para as empresas adeptas ao PGQP, mas para o Estado do Rio Grande do Sul, a Viação Belém Novo S.A. foi congratulada com o Prêmio Qualidade RS – Modalidade Troféu Bronze.

Com o empenho da equipe em promover a melhoria contínua em prol da satisfação dos clientes o Prêmio Qualidade RS – Troféu Prata foi conquistado. No Evento ocorrido no dia 04 de julho de 2002 o Diretor Presidente da Viação Belém Novo S.A. estava presente para em nome de todos os colaboradores receber o reconhecimento.

Orientada para a melhoria contínua dos processos e movida pelo compromisso de constantemente buscar resultados promissores assegurando não somente a satisfação dos clientes externos, mas também o atendimento das necessidades e expectativas de todas as partes interessadas, e com isso consolidando uma imagem positiva, a cúpula administrativa traçou estratégias, planos e metas juntamente com seus colaboradores de diferentes níveis hierárquicos. O resultado deste trabalho foi além dos benefícios adquiridos junto às partes interessadas, sendo que a equipe da Belém Novo foi homenageada e reconhecida em julho de 2004 com o Prêmio Qualidade RS – Modalidade Troféu Ouro.

Objetivando destacar-se a nível Nacional no Setor de Transporte nossa equipe participou em 2005 do Prêmio ANTP de Qualidade. A evolução do Sistema de Gestão da Qualidade Belém levou a Empresa a conquistar o título de Melhor Operadora Rodoviária Urbana do Brasil. A maturidade do SGQ Belém deu a Empresa novamente uma posição de destaque quando foi reconhecida pelo segundo ciclo consecutivo no Prêmio ANTP da Qualidade – 2007.

Esta caminhada exigiu dos colaboradores muitos dias e horas de criação, dedicação e esmero. Caminhada considerada infanda; pois o compromisso em “melhorar continuamente nossos serviços através da satisfação dos nossos colaboradores e clientes” é a mola propulsora da equipe Belém e a razão de existir da organização.

Política da Empresa

A política da Viação Belém Novo SA tem como base um conjunto de valores e diretrizes organizacionais formados pela: Visão, Missão e Princípios Empresariais que enfatizam, de maneira consistente, seu compromisso com a sustentabilidade.

Visão Destacar-se pela gestão responsável do negócio.

Missão Transportar pessoas com a permanente busca da excelência

Princípios Empresariais Ética nas relações

União familiar

Atitude socioambiental

Mapa Estratégico

O mapa estratégico da Belém Novo demonstra o alinhamento das diretrizes e fatores crítico de sucesso para com a política da empresa e o desenvolvimento sustentável.

Código de Ética

A sólida imagem da Viação Belém Novo junto aos stakeholders é assegurada através da adoção de altos padrões de conduta ética, moral e legal mantidos desde sua fundação. Através do estabelecimento e disseminação do código de ética e de conduta a Direção prima pela manutenção de um padrão de relacionamento ético e respeitoso com todas as partes interessadas.

Viação Belém Novo e seus Clientes

- Zelar constantemente pela qualidade do serviço prestado, principalmente em relação à educação, segurança e conforto para nossos clientes;
- Respeitar o cliente sem discriminação de raça, sexo, condição social, origem ou religião.

Viação Belém Novo e seus Colaboradores

- Promover um relacionamento transparente e aberto;
- Informar abertamente e com transparência os objetivos e desafios da empresa;
- Contratar novos colaboradores com base em critérios técnicos e transparentes.

Viação Belém Novo, a Comunidade e a Sociedade

- Participar ativamente com a comunidade através da promoção de ações sociais;
- Publicar anualmente o seu Balanço Social, prestando contas à sociedade de suas atuações sociais.

Viação Belém Novo e o Meio Ambiente

- Realizar as suas atividades de forma a minimizar os impactos ambientais e promover a proteção ao meio ambiente.

Viação Belém Novo e o Poder Concedente

- Estabelecer um diálogo franco e aberto com o poder concedente, respeitando os compromissos, acordos e contrato de permissão dentro do princípio do equilíbrio econômico-financeiro;
- Cumprir com os requisitos legais e normativos aplicáveis a nossa atividade.

Viação Belém Novo e o Consórcio Operacional

- Fortalecer a parceria em prol de um serviço de qualidade para nossos clientes;
- Perseguir os objetivos e metas traçadas.

Viação Belém Novo e seus Fornecedores

- Estabelecer um relacionamento transparente, respeitando compromissos e contratos assumidos.

Nosso Modelo de Desenvolvimento Sustentável

O Modelo de Desenvolvimento Sustentável da Belém Novo está estruturado em 04 perspectivas: pessoas, fornecedores, social e ambiental.

Gestão de Pessoas

O capital humano da Belém Novo é considerado o grande diferencial competitivo da Empresa, por sua relevância na obtenção dos resultados da organização. A Empresa assegura a competência do pessoal que executa atividades que afetam a qualidade do produto com base em educação, treinamento e desenvolvimento de habilidades e competências que alinhados aos objetivos estratégicos se estende a todos os níveis hierárquicos.

A Gestão de Pessoas considerada como um processo de apoio tem por objetivo prover mão-de-obra qualificada suprindo as demandas de recursos humanos dos subsistemas da organização, assegurando sua conscientização e comprometimento com a política da Empresa.

O aprimoramento contínuo das práticas de gestão de pessoas e sua adequação aos objetivos estratégicos da organização e das necessidades do contingente humano têm contribuído relevantemente para o crescimento e desenvolvimento do negócio e a solidez da organização.

Programa de Desenvolvimento de Colaboradores

A capacitação e o desenvolvimento profissional contínuo é compromisso da Belém Novo com toda a sua força de trabalho atendendo as necessidades de aprimoramento em todos os níveis hierárquicos da Organização.

Em 2008 foram realizados treinamentos e cursos internos e externos somando 9.860,10 horas de capacitação representando em média 25,81 horas de treinamento por colaborador correspondendo a um investimento total de R\$23.036,79 em treinamento e aperfeiçoamento o equivalente a R\$59,53 de investimento por colaborador.

Programa Interno de Formação e Aperfeiçoamento de Motoristas

A Belém mantém desde 1996 uma Escola de Formação de Motorista objetivando não somente atender a demanda interna de mão-de-obra, mas promover a formação e ascensão de novos profissionais no mercado de trabalho contribuindo para o aumento da empregabilidade.

No ano de 2008, formou 06 novos profissionais os quais foram absorvidos pela organização. Atualmente, 29,03% dos motoristas que compõem o quadro funcional da Empresa são oriundos do processo de formação interna.

Sistema Promocional

A Empresa possui um sistema promocional estruturado visando atender as necessidades e expectativas de ascensão profissional manifestada pelos colaboradores. Em 2008, 12 profissionais obtiveram promoção interna.

Programa de Desenvolvimento de Novos Talentos

Objetivando contribuir para a formação de novos profissionais e a inclusão destes no mercado de trabalho anualmente a Belém Novo admite estagiários em seu quadro funcional viabilizando o aprendizado "in loco", a obtenção de novos conhecimentos e a construção de uma identidade profissional sólida. No ciclo de 2008, a Empresa disponibilizou 01 vaga de estágio para estudante de nível superior, especificamente no setor de Comunicação.

Programa Menor Aprendiz

A Belém Novo em parceria com o Centro de Educação Profissional São João Calábria contribui anualmente para a iniciação e qualificação profissional de 08 jovens de modo que estes sejam sujeitos de sua história e correspondam favoravelmente ao competitivo mundo do trabalho.

Política de Benefícios

A Belém Novo assegura uma política de benefícios substancial e diferenciada destinada a atender o contingente de colaboradores e suas necessidades específicas, assegurando a satisfação das pessoas que compõem a força de trabalho. O rol de benefícios contempla facilidades e serviços, alguns dos quais extensivos aos dependentes, com o objetivo de lhes proporcionar segurança, bem-estar, saúde e melhor qualidade de vida. Os convênios e benefícios oferecidos estão descritos no quadro a seguir:

| CONVÊNIOS | OBJETIVOS PESSOAIS |
|---|--|
| Convênio Médico Ambulatorial e Hospitalar | Promover o bem-estar e saúde dos colaboradores e seus dependentes. |
| Convênio Odontológico | Promover a saúde e higiene bucal dos colaboradores e seus dependentes. |
| Convênio c/ Nutricionista | Promover a saúde |
| Convênio Farmácia | Angarar melhores descontos e condições de pagamento |
| Convênio Ótica | Angarar melhores descontos e condições de pagamento. |
| Convênio Barbearia | Incentivar a valorização de uma boa apresentação pessoal. |
| Convênio SESC | Angarar melhores descontos junto às empresas conveniadas. |
| Convênio SENAC | Promover o aprimoramento profissional. |
| Convênio SEST/SENAT | Viabilizar o acesso com taxas mais acessíveis. |
| Empréstimo Pessoal Consignado Banrisul | Colaborar para o equilíbrio financeiro |
| Empréstimo Pessoal Consignado BMG | Colaborar para o equilíbrio financeiro |
| | |

| BENEFÍCIOS | OBJETIVOS PESSOAIS |
|--------------------------------------|---|
| Assistência Social | Promover o bem estar social. |
| Atividades de Integração Social | Ampliar o convívio social e promover a integração e melhoria no ambiente de trabalho. |
| Educação Sistêmica | Promover o desenvolvimento e a capacitação profissional. |
| Programa de Premiação por Metas | Incentivar e valorizar o desempenho individual. |
| Programa Colaborador Nota 10 | Incentivar e valorizar o desempenho individual. |
| Escolinha de Motoristas | Promover a ascensão profissional. |
| Programa 10S's | Promover melhorias no ambiente de trabalho. |
| Financiamento CNH | Viabilizar o desenvolvimento profissional. |
| Reconhecimento Profissional Destaque | Destacar os desempenhos exemplares |
| Reconhecimento em Atendimento | Destacar os desempenhos exemplares no quesito atendimento ao cliente. |
| Premiação por Tempo de Empresa | Valorizar a estabilidade profissional. |
| Vale Refeição | Garantir a alimentação do colaborador. |
| Vale Alimentação | Garantir a alimentação do colaborador. |
| Transporte Gratuito | Assegurar o deslocamento. |

Programas de Recolhimento, Premiação e Incentivo

O compromisso com a valorização e o reconhecimento do desempenho trata-se de um princípio empresarial internalizado e solidificado através da política da empresa, suas estratégias e ações voltadas à satisfação da força de trabalho.

As práticas de remuneração variável, reconhecimento, recompensas e incentivos são definidas objetivando valorizar e motivar os colaboradores por suas contribuições no alcance das estratégias e metas da Organização. No exercício de 2008 foram investidos R\$ 36.729,44 em remuneração variável, estimulando o engajamento contínuo dos profissionais.

Programa “Viva Contente, Evite Acidente”

Partindo do princípio de que segurança no trânsito é responsabilidade de todos e; ciente dos impactos de nosso serviço na qualidade do trânsito de nossa Cidade a Belém Novo lançou em 2002 o “Programa Viva Contente, Evite Acidente”.

A prática reconhece os profissionais que primam pela condução responsável e segura, através de camisetas. No ciclo de 2008, 04 motoristas se destacaram por estarem há 06 anos sem envolvimento em acidente de trânsito. Como incentivo ao desempenho exemplar os mesmos foram agraciados com um abrigo o qual leva além da identidade visual da Empresa, a logomarca do programa.

Semana de Educação e Conscientização para o Trânsito

A VII SECT realizada, em 2008, contou com a presença de palestrantes e profissionais qualificados do ramo de transporte, da área da saúde e segurança pública, reunindo 146 colaboradores.

Semana Interna de Prevenção de Acidente de Trabalho

A XI SIPAT contou com a parceria da Associação Brasileira de Odontologia, SEST/SENAT, IIPC, Extigra, HPS para a realização das palestras e oficinas de saúde. O evento que anualmente é organizado pelos integrantes da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e coordenado pelo Técnico de Segurança do Trabalho, reuniu 196 colaboradores.

Programa Viver Bem

O Programa Viver Bem voltado à promoção da saúde e a melhoria da qualidade de vida da força de trabalho tem demonstrado desde 2004 sua eficácia através dos indicadores de saúde. A prática conta com uma equipe multidisciplinar para a realização sistemática de ações preventivas e corretivas, conforme demonstra o quadro a seguir:

| PRÁTICAS PREVENTIVAS | | |
|--|-------------|--|
| PRÁTICA | PERÍODO | RESPONSÁVEL |
| Avaliação Biopsicossocial | Anual | Psicóloga |
| Avaliação Física | Anual | Téc. Seg. do Trabalho Nutricionista |
| Oficinas de Saúde | Bimestral | Clínica Conveniada |
| Palestras | Bimestral | Clínica Conveniada |
| PRÁTICAS CORRETIVAS | | |
| PRÁTICA | PERÍODO | RESPONSÁVEL |
| Programa de Reeducação Alimentar | Mensal | Nutricionista |
| Programa de Aconselhamento Financeiro e Familiar | Situacional | Ouvidora |
| Tratamento Psicológico | Situacional | Clínica Conveniada |
| Grupos de Enfrentamento | Mensal | Psicóloga |

Monitoramento das Condições de Trabalho e Prevenção da Saúde Ocupacional

Assegurar um ambiente saudável e desprovido de riscos a saúde do trabalhador é compromisso da Belém Novo com a qualidade de vida da força de trabalho. Para Tal atende as determinações legais e regulamentares garantindo: a constituição da CIPA, a distribuição de EPI's, a concretização do PCMSO e o cumprimento do PPRA. Tendo em vista a incidência cada vez mais agressiva dos raios ultravioletas, em 2008 a Belém passou a distribuir protetor solar aos colaboradores da Manutenção expostos diariamente aos raios solares em detrimento da peculiaridade da atividade.

Programa 10S's

O Programa 10's é uma metodologia calcada num processo educativo e contínuo que objetiva sensibilizar e mobilizar os colaboradores na criação e manutenção de um ambiente de trabalho saudável e produtivo. Concomitantemente tem o propósito de promover uma mudança de comportamento através da reflexão e conscientização da força de trabalho em relação aos recursos disponíveis, combatendo o desperdício e promovendo a sustentabilidade do negócio.

Eventos de Integração Social

A Belém Novo mantém um cronograma anual de eventos objetivando promover a integração entre a empresa, os colaboradores e seus familiares. No ciclo de 2008 eis algumas das datas comemorativas: Dia do Trabalho; Dia do Rodoviário; Semana Farroupilha; Dia da Criança.

Gestão de Fornecedores

A Belém Novo somente estabelece parceria com empresas de serviços e produtos socialmente responsáveis. Para tal possui um processo padronizado para a avaliação e seleção de fornecedores o qual considera o atendimento aos requisitos legais e regulamentares fator preponderante para a contratação.

Gestão Social

Programa Doadores de Sangue

Movidos pelo lema “Doe sangue e salve uma vida”, o grupo de doadores encerrou o exercício de 2008 com a adesão de 18,09% do quadro de colaboradores da Belém.

Programa Voluntariado

A atuação do voluntariado é um imperativo em relação à responsabilidade social. Nossos colaboradores são incentivados e mobilizados a dedicar, mensalmente, algumas horas de seus dias às crianças e adolescentes do Nar-BELÉM e aos idosos da SPAAN. Atualmente o Grupo de Voluntariado conta com a adesão de 20,41% dos colaboradores que constituem o quadro funcional da Belém.

No ano de 2008, foi lançado o “Belém Circus”, que surgiu da iniciativa de alguns colaboradores voluntários motivados em inovar o evento do Dia da Criança.

A apresentação circense foi responsável pelos sorrisos e gargalhadas das crianças pertencentes às instituições e comunidades carentes atendidas. O nascimento do grupo de animação comunitária é um dos trabalhos resultante da conscientização, união, comprometimento e solidariedade dos colaboradores da Belém Novo.

Campanhas e Movimentos Sociais

A Alta Administração estimula os colaboradores e mobiliza as comunidades, parceiros e fornecedores na realização de campanhas de arrecadação de donativos às entidades e comunidades carentes da região sul de POA.

Através da promoção de ações sociais valoriza continuamente a interação com a sociedade, reforçando o comportamento ético e o exercício da cidadania. Eis algumas campanhas promovidas: Campanha de Páscoa; Dia da Solidariedade; Campanha do Agasalho; Dia da Criança; Campanha de Natal.

Gincana da Solidariedade

A Gincana da Solidariedade faz parte do cronograma anual da Semana Interna da Qualidade a qual em 2008 arrecadou brinquedos e donativos a serem distribuídos no Natal às crianças carentes da comunidade. O evento teve como tema central das palestras a Gestão pela Responsabilidade Social visando à conscientização da força de trabalho e a adoção de uma atitude socioambiental em cumprimento aos princípios empresariais da Belém.

Ações de Apoio às Comunidades Locais

A constituição do NCC Belém – Núcleo Comunitário e Cultural Belém Novo em parceria com Empresas do Bairro Belém Novo em parceria com Empresas do Bairro Novo é uma das grandes ações sociais que a Belém encontra-se inserida.

O Núcleo é o centro de muitos projetos que visam à profissionalização da comunidade carente do Chapéu do Sol e arredores. O local mantém uma biblioteca, grupos de música, aulas de tênis, oficinas de costura, cursos de informática, horta, cozinha comunitária; além de promover eventos de integração social e cultural.

O desafio desta iniciativa é dar subsídios educacionais e profissionalizantes para a autosustentação econômica da comunidade, tendo em vista o avanço do bairro e a demanda crescente de mão-de-obra qualificada. Capacitar jovens e adultos para o mercado de trabalho é a missão do Núcleo como alternativa de minimizar o problema do desemprego e suas conseqüências.

Programa de Assistência a Brigada Militar e ao Corpo de Bombeiros

A Belém Novo destina recursos financeiros para dar suporte à manutenção mecânica da frota de viaturas e caminhões da Brigada Militar e Corpo de Bombeiros da Estação Belém Novo. A contribuição promove segurança e bem estar aos moradores do Bairro Belém Novo e arredores.

Manutenção da Praça Desembargador Vieira Pires

A preservação de espaços de interação social e lazer são mais um dos compromissos da Belém Novo ao adotar a Praça Desembargador Vieira Pires. A manutenção sistemática dos brinquedos e a limpeza e conservação da área verde garante a comunidade local um ambiente agradável de convívio. O espaço é cenário de eventos promovidos por moradores, escolas e pela própria Empresa.

Educação para Qualidade Total

Para a Belém Novo a qualidade total deve ultrapassar as fronteiras da Empresa. Compartilhar conhecimentos, práticas e inovações com outras organizações são fundamentais para a melhoria contínua.

Em 2008 a Empresa destinou colaboradores para trabalharem como voluntários no Comitê de Transporte Multimodais do PGQP bem como no Prêmio Nacional da Qualidade.

Programa de Educação para o Trânsito

Cientes da importância da educação para a formação de cidadãos conscientes e preparados para a vida a Empresa lançou o programa educativo preventivo "Aluno Consciente, Pedestre Inteligente". O mesmo nasceu da preocupação da Organização em participar ativamente da formação de crianças e adolescentes que são atualmente os pedestres e clientes do transporte e que serão os motoristas do futuro.

A equipe de educadores leva seus conhecimentos para o interior das escolas da comunidade. As atividades didáticas e brincadeiras educativas em torno do tema segurança e responsabilidade no trânsito, contribui para a formação de jovens conscientes e corresponsáveis pela qualidade de vida de nossa comunidade.

No ciclo de 2008, o programa atingiu 716 estudantes atendendo 05 instituições de ensino, a saber:

E.E.E.F. Oscar Coelho de Souza
 E.E.E.F. Heitor Villa Lobos
 E.E.E.F. Vicente da Fontoura
 E.E.E.F. General Neto
 E.E.E.F. Genoveva da Costa Bernardes

Gestão Ambiental

Tecnologia Veicular

A Belém investe na aquisição de veículos equipados com motor ecológico como forma de amenizar os impactos provenientes do negócio. Concomitantemente, a utilização de óleo diesel metropolitano, o qual possui em sua composição teor mínimo de enxofre associado ao programa de manutenção preventiva da frota, a Belém assegura a revisão periódica do sistema de motores, das bombas e bicos injetores; garantindo o menor lançamento de poluentes na atmosfera.

No ano de 2008, com o objetivo de reduzir a poluição e o consumo de combustíveis e obedecendo as exigências estabelecidas pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente, a Empresa aderiu ao Programa Despoluir – Programa Ambiental do Transporte lançado pela CNT - Confederação Nacional do Transporte, aferindo os veículos quanto à emissão de CO₂.

Assim, sistematicamente a frota operacional da Belém é inspecionada através das unidades móveis equipadas com opacímetro recebendo um laudo de conformidade e um selo de aprovação.

Tanques Aéreos

A Empresa possui tanques aéreos de armazenamento de combustíveis objetivando assegurar a integridade do solo evitando vazamentos e conseqüentes contaminações do solo e do lençol freático. As inspeções técnicas são sistemáticas garantindo a conformidade das instalações e equipamentos e o licenciamento para a operação conforme legislação vigente.

Sistema de Reaproveitamento de Água

O aumento da preocupação com o meio ambiente e, em especial com o uso dos recursos hídricos na valorização da água potável como bem de consumo; associada à escassez deste recurso e o comprometimento da organização em atender a legislação ambiental colaborando para a preservação do meio ambiente fez com que implementasse um sistema compacto para tratamento e reuso de água proveniente da lavagem de veículos.

O processo de tratamento consiste na aplicação das técnicas de floculação e flotação para a remoção rápida de óleos, sólidos e outros poluentes. As principais vantagens desta avançada tecnologia consistem em:

- Redução de 98% da emissão de afluentes;
- Racionalização de 90% do consumo de água;
- Remoção rápida e eficiente da turbidez residual;
- Adoção de um processo de lavagem ecologicamente correto, reduzindo a poluição que seria causada ao meio ambiente.

Coleta Seletiva e Destinação dos Detritos

O Programa de Coleta Seletiva e Destinação Responsável, mantido desde 1999 sob a coordenação do Técnico de Segurança do Trabalho garante a segregação dos resíduos sólidos e líquidos na origem, visando seu reaproveitamento otimizado e destinação responsável através da contratação de fornecedores especializados licenciados junto à Fundação Estadual de Proteção Ambiental - FEPAM. A conscientização da força de trabalho é incentivada permanentemente através de treinamentos, informativos, palestras, inspeções diárias nos locais de trabalho e o cumprimento do Programa é garantido através das auditorias do Programada 10S's.

Programa de Educação Ambiental

A conscientização ambiental dentro e fora da organização é compromisso da Belém ao implementar o Programa de Educação Ambiental. Através de palestras e um linguajar acessível e lúdico os educadores vão às Escolas e abordam temas voltados a preservação ambiental.

Os jovens do ensino fundamental recebem orientações sobre: economia de água e energia elétrica, coleta seletiva e reciclagem do lixo, reflorestamento e plantio de espécies nativas. No ciclo de 2008, o programa atingiu 681 crianças em idade escolar pertencentes a 05 instituições de ensino, a saber:

E.E.E.F. Genoveva da Costa Bernardes
E.E.E.F. Luiza Freitas Aranha
E.E.E.F. General Neto
E.E.E.F. Pedro Américo
E.E.E.F. Vicente da Fontoura