

Jürgen Ziegler, da Mercedes-Benz, é o homenageado da 3ª edição

Ano IV – nº 8 – Edição Especial/2012 – [www.revistaeticanosnegocios.org.br](http://www.revistaeticanosnegocios.org.br)

# ÉTICA

nos negócios

PRÊMIO

ÉTICA  
NOS  
NEGÓCIOS

Novas Categorias

2013

Agronegócio

Pequenas e Médias Empresas

Franquias

Categorias de  
Premiação

Responsabilidade Social

Comunicação e Transparência

Sustentabilidade

Meio Ambiente

Ética e Compliance

Voluntariado e Cadeia Produtiva

## Atuação Responsável Empresarial

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

Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de  
**ÉTICA**  
NOS  
**NEGÓCIOS**

Parceiro da 3ª Edição:





**DURATEX.  
COMPROMISSO  
COM A EXCELÊNCIA,  
CONSTRUÇÃO DE  
VALOR E UM  
MUNDO MELHOR.**



[www.duratex.com.br](http://www.duratex.com.br)

Somos a maior produtora de painéis de madeira industrializada, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul e líderes no mercado brasileiro com as marcas **Durafloor**, **Deca** e **Hydra**.

Temos compromisso com o crescimento, a inovação, sustentabilidade e a construção de marcas reconhecidas e duradouras, assim como nossos produtos, que contribuem para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Investimos em transparência e governança, com o objetivo de criar valor e uma reputação cada vez mais diferenciada em 61 anos de atuação.



 **DURATEX**

**DURA**  
FLOOR  
PISO LAMINADO



**Deca**



**Duratex**



**Hydra**



Complexo Industrial de Itapevi

Fundada em 1972, a Eurofarma está hoje entre as maiores indústrias farmacêuticas do Brasil<sup>1</sup> e é a segunda marca mais prescrita pelos médicos do país<sup>2</sup>.

Atua nos principais segmentos farmacêuticos, incluindo aqueles com as maiores taxas de crescimento do mundo: genéricos, biotecnologia e oncologia, com destaque na produção e comercialização de medicamentos contraceptivos, antibióticos, antidepressivos e ansiolíticos.



A Eurofarma tem ainda a maior força de propaganda médica do Brasil: são mais de 1.900 colaboradores que realizam cerca de 400.000 contatos por mês cobrindo todas as especialidades, e é a empresa que mais cresce em prescrições.

De capital 100% nacional, está presente no Brasil e em outros 6 países da América Latina. Conta com mais de 5.000 colaboradores, possui 9 plantas em operação e tem como meta cobrir 90% do mercado latino americano até 2015.

A missão da Eurofarma é promover o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo. Para oferecer ao mercado uma ampla variedade de produtos, a empresa investe em pesquisa e em pessoas, seu maior ativo.

**Uma empresa dirigida  
como todo caminhão deve ser:  
com muita responsabilidade.**

**MAN Latin America: quatro indicações  
no prêmio Ética nos Negócios.**



Imagem meramente ilustrativa.

Respeite os limites de velocidade.



- ✓ Indicada nas categorias: Responsabilidade Social, Meio Ambiente, Comunicação e Transparência, Sustentabilidade.
- ✓ Uma empresa que aposta no desenvolvimento de novas tecnologias para combustíveis alternativos e na inovação sustentável do transporte.
- ✓ Uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil, em 2012, segundo pesquisas realizadas pelo Great Place to Work Institute (revista Época) e Guia Você S/A.
- ✓ O melhor pós-venda do Brasil, segundo a TNS - empresa de pesquisa de mercado.
- ✓ Volkswagen Caminhões e Ônibus: a marca de caminhões mais desejada, segundo pesquisa da Fenabrave de 2012.

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.  
[www.man-la.com](http://www.man-la.com)





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

www.  
**eticanosnegocios**  
 .org.br

# Ética nos Negócios

A base da Atuação Responsável, o passaporte para a Sustentabilidade, a garantia de lucros constantes e a certeza da perenidade nos negócios.

*Conduzir os negócios de maneira ética, socialmente responsável, ecologicamente correta para se trilhar o caminho do Desenvolvimento Sustentável.*



EM 2013. AGUARDE!



Instituto Brasileiro de  
**ÉTICA NOS NEGÓCIOS**  
 www.eticanosnegocios.org.br

Fortalecer nossa causa conscientiza a sociedade e destaca sua empresa. **Associe-se!**

Fomentar a Ética é um desafio que vem sendo conquistado com bastante sucesso pelo Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios. Com a parceria de empresas que acreditam e apoiam esta causa, conseguimos concretizar iniciativas inéditas em nosso país as quais são destinadas ao meio empresarial e também aos estudantes que serão os colaboradores, executivos e proprietários das empresas de amanhã. É desta forma, contribuindo com a melhoria da qualidade ética das empresas e com a formação de adultos-cidadãos e líderes eticamente responsáveis que potencializamos a perspectiva de um futuro mais ético e assim, naturalmente sustentável!

Instituto Brasileiro de  
**ÉTICA NOS NEGÓCIOS**

# Sumário

## 12 SOBRE O PRÊMIO

O INSTITUTO  
PREMIAÇÃO  
HOMENAGEM

Apresentação dos Projetos  
Matéria sobre a Revista e a Premiação  
Jürgen Ziegler, da Mercedes-Benz



## 40 SUSTENTABILIDADE

DURATEX Educação Ambiental – CESA e AVAP  
EUROFARMA Matéria-Prima  
MAN Uso de biodiesel puro em veículos pesados – como combustível social do Brasil.  
UNIMED Selo Unimed de Responsabilidade Social



## 16 RESPONSABILIDADE SOCIAL

BAESA Programa Comunidade Saudável  
DURATEX Biblioteca Comunitária Ler é Preciso  
MAN Novos Horizontes  
TELEMONT Tal Pai, Tal Filho  
YAMANA Ateliê As Marias



## 50 MEIO AMBIENTE

DURATEX Reserva Permanente de Preservação Ambiental Olavo Setúbal  
EUROFARMA Descarte correto de medicamentos  
MAN Um caminhão híbrido sob medida para o Brasil



## 28 COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

CELESC Programa de Comunicação com Investidores  
MAN A comunicação como ferramenta de melhoria do clima organizacional  
MOSAIC Exemplo Mosaic: compromisso com a ética e a transparência em tudo o que faz  
TELEMONT Revista Telemont  
TOTAL Comunicar para Encantar



## 58 VOLUNTARIADO E CADEIA PRODUTIVA

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR Programa Qualidade Desde a Origem



### EXPEDIENTE

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

**Revisão**  
Cláudia Razzante

**Versão Eletrônica**  
Apoio: Videolar

### CONSELHO EDITORIAL

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

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



### EXPANSÃO INTERNACIONAL

# Pelo segundo ano consecutivo, a cerimônia de premiação aconteceu na ABF

No dia 29 de novembro de 2012 foi realizada, no auditório da Associação Brasileira de Franchising (ABF), na capital paulista, a cerimônia de entrega da 3ª edição do Prêmio Ética nos Negócios. Pelo segundo ano consecutivo, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios é honrado pela ABF que abriu as portas da sede paulista para receber o evento de premiação.

O Prêmio Ética nos Negócios tem como objetivo destacar, reconhecer, promover e difundir as “melhores práticas” da Atuação Responsável Empresarial e, especialmente, servir de exemplo e motivação para que as demais empresas em atuação no país, sigam os passos virtuosos e vitoriosos das empresas finalistas desta premiação que conduzem seus negócios de maneira ética, socialmente responsável e ecologicamente correta, e assim, estão trilhando o caminho da Sustentabilidade de maneira natural.

Como nas edições anteriores, o Prêmio Ética nos Negócios contou com 6 (seis) categorias:

- . Responsabilidade Social
- . Meio Ambiente
- . Ética e Compliance
- . Comunicação e Transparência
- . Voluntariado e Cadeia Produtiva
- . Sustentabilidade

Além disto, a comissão julgadora foi composta por um time de renomados profissionais do mercado. Sabia mais no site:

[www.premioeticanosnegocios.org.br](http://www.premioeticanosnegocios.org.br)

## Novidades para 2013

Em 2013, serão lançadas mais 3 (três) novas categorias: Agronegócios, Franquias e Pequenas e Médias Empresas, pois, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios acredita que para se trilhar o caminho do Desenvolvimento Sustentável as grandes corporações deverão estar de mãos dadas com as pequenas e médias empresas de todos os setores da economia.



ESTAS SÃO AS EMPRESAS FINALISTAS DA EDIÇÃO 2012:



## Da Homenagem

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

Em 2010, a instituição prestou uma homenagem póstuma ao engenheiro João Augusto Conrado do Amaral Gurgel, fundador da Gurgel Motores. A família Amaral Gurgel recebeu o troféu do Prêmio Ética nos Negócios durante a cerimônia de premiação que aconteceu na ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, na capital paulista.

No ano passado, o Prêmio Ética nos Negócios teve uma novidade! A personalidade empresarial homenageada foi escolhida pelo principal executivo das maiores empresas em atuação no país, listadas na Revista EXAME Melhores & Maiores. A Superintendente do Magazine Luiza, Luiza Helena Trajano, foi a empresária mais votada.

Em 2013, o Instituto Brasileiro de Ética nos Negócios optou em escolher o executivo a ser homenageado em razão da importância que ele dá à Ética na condução dos negócios na empresa em que atua há mais de 30 anos.

Nas páginas a seguir, conheça o CEO homenageado na 3ª edição do Prêmio Ética nos Negócios.



# Compromisso permanente com a Ética

Jürgen Ziegler – presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO para América Latina

Nascido em 1959, Jürgen Ziegler estudou economia e administração de negócios na Alemanha. Iniciou sua carreira na Mercedes-Benz, em 1980, ocupando vários cargos nas áreas de Vendas & Marketing, Distribuição & Logística, Administração de Projetos e Controle Financeiro.

Em 2000, Ziegler foi nomeado presidente e CEO da Mercedes Benz Índia. Em 2005, assumiu a posição de presidente e CEO da Corporação Jeep de Pequim, na China. No final de 2005, Jürgen Ziegler assumiu o posto máximo da Mercedes-Benz Turquia, no qual permaneceu até 2009, quando foi nomeado presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO para a América Latina.

Por toda sua carreira profissional e trajetória de vida, Jürgen Ziegler incentiva, vivencia e promove a ética. Para o executivo, todas as transações comerciais devem seguir rigorosamente os princípios do Grupo Daimler, e os compromissos da Empresa com seus valores corporativos: paixão, respeito, integridade e disciplina.

Ziegler, assim como a Empresa que lidera, não tolera práticas corruptas e não éticas por parte de seus funcionários e de seus parceiros de negócios. Para ele é terminantemente proibida a participação ou aceitação de propinas ou qualquer outra forma de corrupção.

Nesse contexto, o executivo direciona de forma contínua investimentos para o desenvolvimento e aperfeiçoamento de um ambiente de negócios com elevados padrões éticos. Além de estar em constante avanço na busca da excelência em termos de novas práticas de Compliance, também desenvolve atividades e métodos de controle para tê-los presentes em todas as atividades da Empresa.

Ziegler acredita que o atendimento à legislação, incluindo a anticorrupção, é uma obrigação e um compromisso essencial para todas as Companhias.

Dessa forma, para atingir altos padrões éticos no dia a dia de trabalho da Mercedes-Benz do Brasil, o líder se apresenta constantemente como exemplo e engaja os colaboradores para um compromisso individual. Nesse sentido, os profissionais são sempre conscientizados para adotar condutas corretas e em conformidade com as regras internas e com a legislação em vigor.

Um exemplo do compromisso de Jürgen Ziegler com a ética, presente no dia a dia da Mercedes-Benz, foi o evento Diálogo de Integridade América Latina, realizado em setembro deste ano. Trata-se de um evento inédito para 400 pessoas realizado com o objetivo de promover o debate e o compartilhamento de ideias sobre a Integridade, bem como desenvolver entendimento comum sobre o tema e sua aplicação em nosso dia a dia. O encontro contou com o apoio da matriz do Grupo Daimler na Alemanha, além da presença da representante de Integridade e assuntos jurídicos do Grupo no mundo, senhora Christine Hohmann-Dennhardt e profissionais das unidades da Empresa na Argentina, Colômbia, entre outros.

Os resultados do Diálogo de Integridade serão posteriormente incorporados ao novo Código de Ética Mundial da Companhia, desenvolvido com base em princípios mutuamente acordados.



Jürgen Ziegler  
Presidente da Mercedes-Benz do Brasil  
e CEO para América Latina



# Responsabilidade Social

PRÊMIO



Programa Comunidade Saudável



Biblioteca Comunitária Ler é Preciso



Novos Horizontes



Tal Pai, Tal Filho.



Ateliê As Marias

# Programa Comunidade Saudável melhora a saúde da população



*Programa Comunidade Saudável melhorou as condições de saúde da população residente no entorno da Usina Hidrelétrica Barra Grande*

Sete anos após iniciar o Programa Comunidade Saudável, a BAESA (Energética Barra Grande S/A) comemora os resultados expressivos alcançados. O mais relevante deles é a melhoria significativa nos índices de saúde e bem estar da população que vive nos municípios catarinenses de Anita Garibaldi, Cerro Negro, Campo Belo do Sul e Capão Alto, e também nas cidades gaúchas de Pinhal da Serra e Esmeralda.

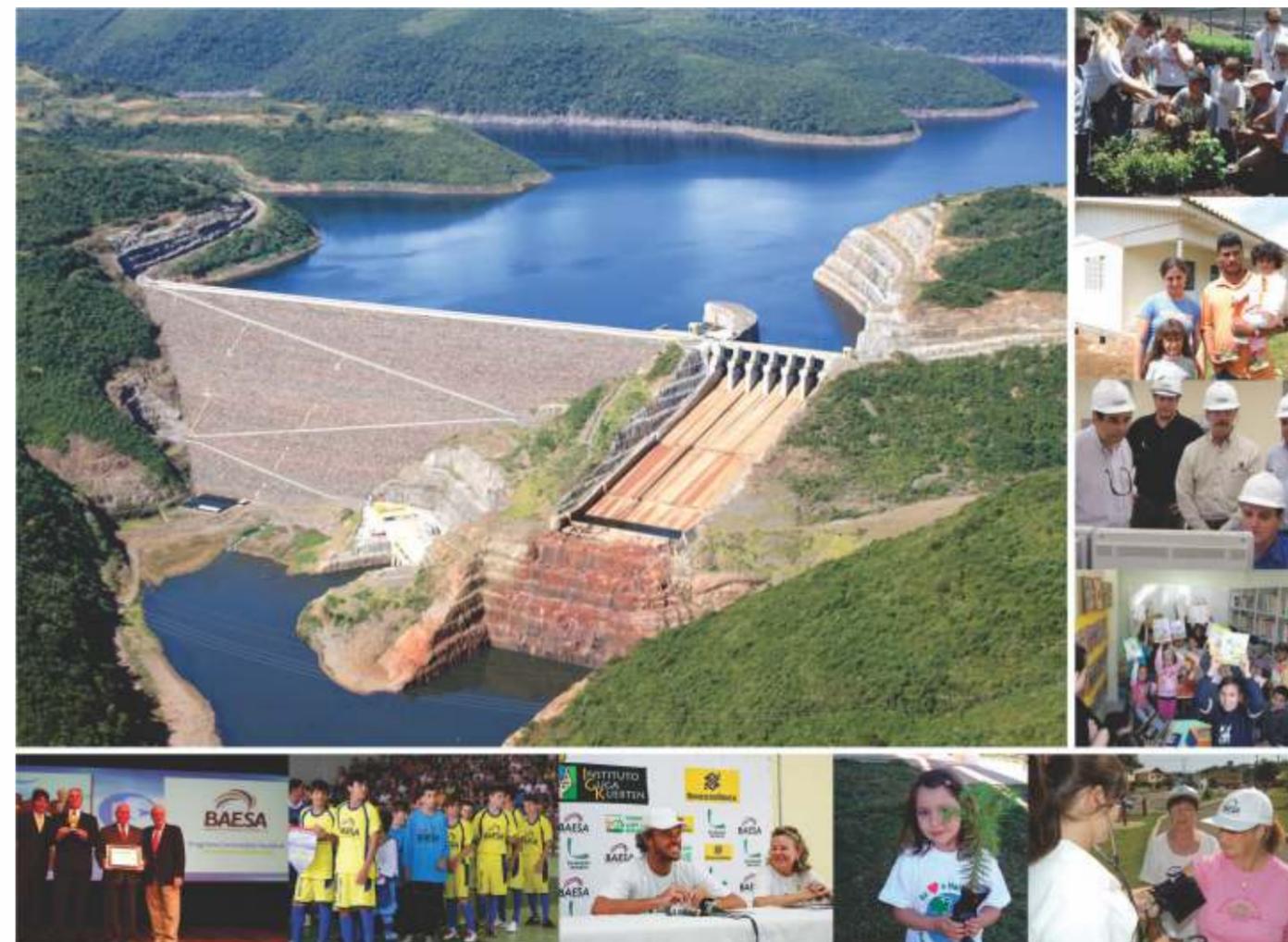
Criado com o objetivo de melhorar o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dos municípios localizados na área de abrangência da Usina Hidrelétrica Barra Grande, o Programa Comunidade Saudável adotou duas estratégias para melhorar o desempenho da área da saúde: aplicar recursos em melhorias nos hospitais e postos de saúde, e desenvolver ações de conscientização sobre saúde preventiva, planejamento familiar e combate à mortalidade infantil e à desnutrição.

A meta da primeira estratégia foi dotar as unidades hospitalares de equipamentos que tornassem possíveis um atendimento eficiente e de qualidade. Assim, hospitais e postos de saúde dos municípios foram reformados e ampliados.

Já a segunda estratégia tem por objetivo promover a conscientização sobre saúde preventiva, mediante a realização de fóruns, seminários, palestras e atividades práticas. A intenção é orientar os profissionais da saúde sobre a importância da prevenção, de modo a estender essa prática entre a população.

Lançado em 2005, o Programa realizou inúmeras ações nos municípios, no que se refere à execução de obras de reforma e ampliação de unidades hospitalares quanto à realização de atividades de conscientização sobre saúde preventiva. Como resultado, o Programa Comunidade Saudável melhorou as condições de saúde da região e fortaleceu o trabalho dos profissionais de saúde. Além disso, os municípios melhoraram o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e hoje contam com infraestrutura adequada e orientação permanente sobre saúde preventiva.

[www.baesa.com.br](http://www.baesa.com.br)



**A BAESA – Energética Barra Grande S.A. é a empresa responsável pela operação da Usina Hidrelétrica Barra Grande, localizada na divisa dos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.**

**Mais do que gerar a energia, o compromisso da BAESA é contribuir para o desenvolvimento da região onde a Usina está inserida. Com projetos sociais, ambientais e culturais e de geração de renda, a BAESA orgulha-se em ser uma empresa socialmente responsável.**



## Livros para a Comunidade



Maior empresa produtora de painéis de madeira industrializada, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul, a Duratex possui unidades fabris e florestais em seis estados brasileiros e investe constantemente nas comunidades onde atua. Educação e preservação ambiental são duas das principais frentes de trabalho.

Entre os projetos desenvolvidos, a empresa mantém cinco unidades do programa Biblioteca Comunitária Ler é Preciso, nas cidades de Estrela do Sul e Uberaba (MG), Taquari (RS), Botucatu (SP) e Cabo de Santo Agostinho (PE). Com unidades operacionais instaladas nos municípios, a Duratex teve um papel importante na criação dessas bibliotecas. A empresa custeou cursos, a reforma de espaço físico, computadores e impressoras, além de doar, inicialmente, mil livros para cada uma delas. Atualmente, a Companhia continua presente nesses espaços comunitários, dando suporte em recursos humanos e na promoção de eventos e atividades.

A atuação da Duratex no programa iniciou-se em 2008, em Estrela do Sul, município do Triângulo Mineiro, onde a empresa mantém uma unidade florestal.



Em 2012, essa biblioteca foi reformada, ganhou novos equipamentos e teve o acervo ampliado. Atualmente, é capaz de atender simultaneamente todos os moradores da cidade. Oferece um total de 7 mil livros, um para cada habitante.

O objetivo é unir organizações da sociedade civil, empresas e poder público para promover o acesso a livros de qualidade



A unidade de Taquari, inaugurada em 2009, também foi reformada este ano e hoje conta com mais de 1.800 publicações para 618 usuários cadastrados. Em 2012, foram entregues três novas bibliotecas comunitárias à população de Botucatu, Cabo de Santo Agostinho e Uberaba.

A iniciativa faz parte de uma bem-sucedida rede de bibliotecas em todo o Brasil, com o projeto gerido pelo Instituto Ecofuturo, execução técnica da Fundação Nacional do Livro Infantil e Juvenil (FNLIJ) e apoio das prefeituras locais.

O objetivo é unir organizações da sociedade civil, empresas e poder público para promover o acesso a livros de qualidade, contribuindo para o desenvolvimento das capacidades de leitura, escrita, raciocínio crítico e cidadania. E tem como meta auxiliar no cumprimento da Lei Federal 12.244, que determina a instalação de bibliotecas em todas as escolas brasileiras até 2020.

Uma pesquisa realizada e divulgada pelo Instituto Ecofuturo sobre o impacto do Programa Ler é Preciso revelou que o projeto potencializou em 156% o progresso natural da taxa de aprovação escolar e diminuiu em 46% a taxa de abandono em escolas próximas às bibliotecas.

 **DURATEX**  
www.duratex.com.br

## MAN Latin America investe na capacitação profissional de pessoas com deficiência



A MAN Latin America, fabricante dos caminhões e ônibus Volkswagen e caminhões MAN, acredita e investe na capacitação de pessoas com deficiência para ingresso no mercado de trabalho, através do programa Novos Horizontes, com o qual contrata e custeia totalmente a formação acadêmica dos colaboradores.

Iniciado de forma inédita no Brasil em julho de 2011, o programa tem atualmente 22 contratados, todos aprovados no vestibular e que, em paralelo aos estudos, vêm mostrando seu potencial no dia a dia da empresa, com acompanhamento constante de colegas e executivos das mais diversas áreas.

Antes de iniciarem o trabalho, os jovens também passaram por treinamentos para ambientação ao mundo corporativo, aprendendo como lidar com aspectos da rotina de trabalho, como informática, comunicação e também conscientizando e integrando as equipes que receberam os novos contratados.

No mundo corporativo não existe espaço para profissionais sem qualificação e preparo técnico. É neste caminhar que a MAN Latin America, por meio do Novos Horizontes, busca maneiras de engajar esses jovens, motivando-os, através de benefícios de um trabalho digno, bolsa de estudos integral, participação nos resultados e oportunidade de aprendizado corporativo, com avaliações periódicas da performance no trabalho e no resultado escolar.

Desenvolver as competências e habilidades a partir da oportunidade



O objetivo é desenvolver as competências e habilidades a partir da oportunidade. Além da profissionalização em si, a iniciativa contribui para a melhoria do ambiente de trabalho e do clima organizacional.

Atualmente, o programa faz parte do conjunto de muitos outros processos que a área de Recursos Humanos acompanha para assegurar a robustez necessária à continuidade dos processos de gestão de pessoas. Os 22 colaboradores do programa estudam em universidades, sendo treze em Resende, onde está a fábrica da MAN Latin America, e nove no escritório administrativo de São Paulo. Para que haja desenvolvimento e qualificação destes jovens no mercado de trabalho, as avaliações são permanentes e os resultados positivos são constantes.

Neste primeiro ano de Novos Horizontes, todos contratados tiveram excelente desenvolvimento e aprendizado, em nada devendo à performance dos demais colaboradores da empresa.



[www.man-la.com](http://www.man-la.com)

## Projeto Tal Pai, Tal Filho



Do ponto de vista da sociedade e do mundo do trabalho, é importante destacar que a busca pela competitividade e os constantes avanços da tecnologia vêm alterando mundialmente o paradigma tecnológico, requerendo das Instituições a reorganização do trabalho, de forma a alcançarem novos patamares de produtividade para se manterem no mercado. É comum dizer que esta nova organização do trabalho já é uma realidade em alguns setores de ponta, mudando o perfil profissional do cidadão trabalhador, exigindo dele uma postura pessoal, capacidade intelectual, vivência organizacional, competências profissionais e atualizações constantes.

O programa "Tal Pai, Tal Filho", criado pela Telemont, visa à capacitação de jovens entre 18 e 24 anos, na área de telecomunicações e sua inserção no mercado de trabalho. Regulamentada pelo Decreto nº 5.598, de 1º de dezembro de 2005, e com as diretrizes curriculares estabelecidas na Portaria MTE nº 615, de 13 de dezembro de 2007. A cota de aprendizes está fixada entre 5%, no mínimo, e 15%, no máximo, por estabelecimento, calculada sobre o total de empregados cujas funções demandem formação profissional (art. 429, caput e § da CLT).

A aprendizagem cria oportunidades, tanto para o aprendiz quanto para a empresa, pois prepara o jovem para desempenhar atividades profissionais e ter capacidade de discernimento para lidar com diferentes situações no mundo do trabalho e, ao mesmo tempo, permite às empresas formarem mão de obra qualificada, principalmente na área de telecomunicações, na qual há uma demanda crescente de contratação de profissionais qualificados.

Em razão dessas novas exigências, as empresas necessitam de profissionais diferenciados, mais flexíveis e polivalentes, o que provoca a valorização da educação formadora de novas habilidades cognitivas e de competências sociais e pessoais.

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



[www.telemont.com.br](http://www.telemont.com.br)

## TELEMONT A DISTÂNCIA MAIS CURTA ENTRE DOIS PONTOS



SÃO MAIS DE 8,7 MILHÕES DE ACESSOS FIXOS, 2,6 MILHÕES DE ACESSOS NO SISTEMA ADSL E 55 MIL KM DE FIBRA ÓPTICA. Aos 37 anos, a Telemont é a empresa que mais cresce no segmento de infraestrutura e gerenciamento de redes do setor de telecomunicação do país. Com mais de 27 mil colaboradores, sendo 90% em campo, atuando em dez estados e no Distrito Federal, a Telemont tem investido em novas tecnologias para transmissões mais rápidas e de alta qualidade.



• Matriz: Belo Horizonte - MG (31) 3448-8100 • Brasília - DF (61) 3361-6499 • Campinas - SP (19) 3272-5060  
• Campo Grande - MS (67) 3320-6800 • Cuiabá - MT (65) 3616-2550 • Goiânia - GO (62) 3244-1090 • Palmas - TO (63) 32283420  
• Porto Velho - RO (69) 3225-9035 • Rio Branco - AC (68) 3227-7077 • Queimados - RJ (21) 2882-6400 • Serra - ES (27) 3349-3188

## Yamana impulsiona a geração de emprego e renda em Barrocas, na Bahia



Formado por 21 pessoas entre bordadeiras, costureiras e pintoras, o Ateliê As Marias produz diversos tipos de artesanato e confecções que hoje são fontes de renda adicionais para dezenas de famílias.

Graças ao apoio da Yamana, por meio da Mineração Fazenda Brasileiro, o Ateliê garante o acréscimo de faturamento de até R\$ 400 por mês a dezenas de pessoas da cidade de Barrocas, na Bahia. Para viabilizar essa ação, a Yamana contribuiu com o fornecimento de materiais necessários para a execução do trabalho entre 2010 e 2012.

Além de cursos ministrados por especialistas em artesanato e empreendedorismo, faz parte da contribuição da Yamana realizar o acompanhamento constante das atividades desenvolvidas pelas integrantes do Ateliê As Marias.

“Tivemos a ajuda necessária para iniciar os trabalhos. Ganhamos as máquinas e a matéria-prima inicial para a produção das peças de cama, mesa e banho. Foi muito gratificante”, comemora Maritânia dos Anjos, coordenadora do Ateliê.

O projeto integra o Seminário de Parcerias, programa de responsabilidade social da Yamana, que financia 85% dos investimentos visando promover o desenvolvimento socioeconômico de comunidades próximas às suas unidades e projetos, além de estimular o bem-estar e a qualidade de vida da população.

De 2007 a 2011, o Seminário de Parcerias contribuiu para a implementação de 337 projetos nas áreas de educação, esporte, saúde, cultura e geração de emprego e renda na Argentina, Brasil e Chile.

**YAMANAGOLD**

[www.yamana.com](http://www.yamana.com)

# Yamana

evoluindo  
com as  
comunidades



Segurança e saúde dos empregados, gestão do meio ambiente e relação com as comunidades são alguns dos preceitos da Yamana em suas operações e projetos, visando sempre à sustentabilidade do seu negócio.

A busca pelo aprimoramento contínuo da empresa só será possível com nossa equipe e as comunidades evoluindo de forma conjunta. Excelência operacional, transparência, atitude ética, respeito ao meio ambiente e integridade – esse é o jeito Yamana de ser.

**YAMANAGOLD**

# Comunicação e Transparência



Programa de Comunicação com Investidores



A comunicação como ferramenta de melhoria do clima organizacional



Exemplo Mosaic: compromisso com a ética e a transparência em tudo o que faz



Revista Telemont



Comunicar para Encantar

> COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

# Comunicação como forma de agregar valor à Companhia



Comemoração 10 anos de Nível 2 de Governança Corporativa

A Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc, é uma das maiores empresas do setor elétrico brasileiro. O acionista majoritário da Companhia é o Estado de Santa Catarina, detentor de 50,2% das ações ordinárias, correspondentes a 20,2% do Capital Total. A Companhia possui, ainda, outros 5.845 acionistas, dos quais 79,8% são investidores privados e 19,9% estrangeiros.

Apesar da relevância que deve ser conferida ao relacionamento com esse público específico, desde o lançamento de ações na Bolsa de Valores de São Paulo, em 1973, a Celesc mantinha postura tímida em relação à exposição ao mercado de capitais, restringindo-se a cumprir as obrigações legais exigidas pelos órgãos reguladores.

A partir do início de 2011, com o lançamento do novo Programa de Relações com Investidores, a divulgação regular de informações voluntárias ao mercado passou a ser uma estratégia que visa agregar valor à Companhia. Com 23 ações e 8 metas, o Programa visa reaproximar a Celesc dos seus tradicionais acionistas, buscar potenciais investidores e despertar interesse do mercado financeiro nacional e internacional para os seus ativos.



Expomoney Florianópolis

Desde a implantação do Programa, a Celesc passou a ter mais visibilidade junto ao mercado financeiro e, indiretamente, teve fortalecida sua estrutura de governança corporativa. Nos últimos tempos, a Companhia vem sendo incluída em relatórios de analistas de bancos, casas de investimentos e fundos. Como principal reflexo, os índices de liquidez das ações preferenciais – CELESC PN – vêm apresentando melhoria contínua.



**Celesc**  
Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A.

Veja mais em [www.celesc.com.br/ri](http://www.celesc.com.br/ri)



**A Celesc não sabe como vai ser o seu futuro, mas sabe que você vai precisar de muita energia**

Esse é o nosso grande desafio: garantir que a energia elétrica esteja presente na vida de todos os catarinenses. Por isso, a Celesc planeja, investe e trabalha para estar cada vez mais **preparada para os próximos desafios.**

2,5 MILHÕES DE UNIDADES CONSUMIDORAS

R\$ 410 MILHÕES INVESTIDOS NOS ÚLTIMOS 2 ANOS

250 LOJAS DE ATENDIMENTO

130 MIL KM DE REDE DE DISTRIBUIÇÃO

NOVO CENTRO DE OPERAÇÕES

SAIBA MAIS SOBRE OS Nossos SERVIÇOS EM: [www.celesc.com.br](http://www.celesc.com.br)



## MAN Latin America aposta na comunicação para fortalecer clima organizacional



O ano ainda não acabou, mas já se pode afirmar que em 2012, a MAN Latin America se destacou. E não só por suas expressivas vendas como fabricante dos caminhões e ônibus Volkswagen e MAN. O orgulho maior advém do crescimento exponencial no clima organizacional, que tem a comunicação com um de seus pilares.

Da inexistência nos principais rankings do País há apenas três anos, a montadora assumiu posição de destaque entre as melhores organizações para trabalhar no Brasil. Em sua primeira participação em pesquisa externa, o processo de comunicação foi citado pelos colaboradores como um dos pontos que requeria melhor desenvolvimento.

A partir desse diagnóstico, a diretoria se reuniu e constatou a necessidade de foco, promovendo a área de Comunicação e Imprensa como a única responsável por geração de conteúdo. Com essa decisão, a primeira ação se concentrou em identificar as necessidades da empresa e de seus diferentes públicos internos e particularidades.

Estabeleceram-se estratégias de inclusão para absorver públicos como parceiros e terceiros, que constituem uma realidade muito singular na MAN Latin America, já que a produção da empresa é através do Consórcio Modular (sistema produtivo no qual sete empresas dividem com a MAN Latin America a responsabilidade pela fabricação de veículos).



[www.man-la.com](http://www.man-la.com)

Foram criados diversos canais de comunicação, com linguagens e recursos apropriados



Foram criados diversos canais de comunicação, com linguagens e recursos apropriados a cada público, para garantir o amplo acesso à informação e assegurar a transparência no diálogo. Também se conferiu mais agilidade à disseminação das notícias, através da adoção de ferramentas digitais.

Ao todo, foram criadas sete newsletters, estreado inclusive um piloto para implantação de TV corporativa.

A transparência, no entanto, não se faz apenas nos resultados. Todos na empresa são agentes no processo. Para essa extensa produção de conteúdo, a área de Comunicação compartilha a todo o tempo informações com as áreas clientes, inclusive dividindo decisões em texto e design.

A própria concepção dessa unificação ocorreu de forma democrática. Com o respaldo do presidente e CEO da empresa, Roberto Cortes, o diretor de Marketing, Vendas e Pós-Vendas, Ricardo Alouche, coordenou o grupo que propôs a unificação de todo o processo. A decisão contou ainda com o apoio do diretor de Recursos Humanos, Lineu Takayama, que concordou em usar a expertise da área de Comunicação e somar forças na comunicação interna, até então conduzida separadamente.

O resultado se fez sentir em pouco tempo, com colaboradores mais informados e satisfeitos. Em 2011, a MAN Latin America estreou nos principais rankings de clima organizacional do País, e em 2012, apresentou resultados ainda melhores. Consultados especificamente sobre as ferramentas de comunicação interna, em pesquisa conduzida por Instituto independente, a aprovação superou a nota de 75% em todos os canais, com destaque para os novos digitais, os quais 90% apontaram como ótimos ou bons, e o já tradicional impresso Modulando, com 96% no mesmo quesito.

## Exemplo Mosaic



Para a Mosaic, vivenciar seus princípios éticos é um exercício diário, presente no relacionamento com funcionários, clientes, fornecedores e comunidade. É por esse motivo que, mais do que simplesmente informar os resultados parciais da companhia para os funcionários, a apresentação do Balance Scorecard (BSC) representa a possibilidade de compartilhar os números do negócio, as metas e os caminhos que devem ser seguidos para que a empresa alcance êxito em todos os critérios analisados.

Após alguns anos da realização da apresentação para todos os funcionários da Mosaic Brasil, foi identificada a necessidade de aprimoramento em sua comunicação. Para isso, criou-se um modelo mais resumido e todos os gestores participaram de um treinamento específico sobre o tema.

Por meio de uma cartilha, os indicadores e seus impactos foram explicados em detalhes e, por se tratar de um assunto que traz informações bastante diferenciadas e específicas, houve também uma mudança no layout da apresentação – que passou a ser mais visual e, dessa forma, mais didática.

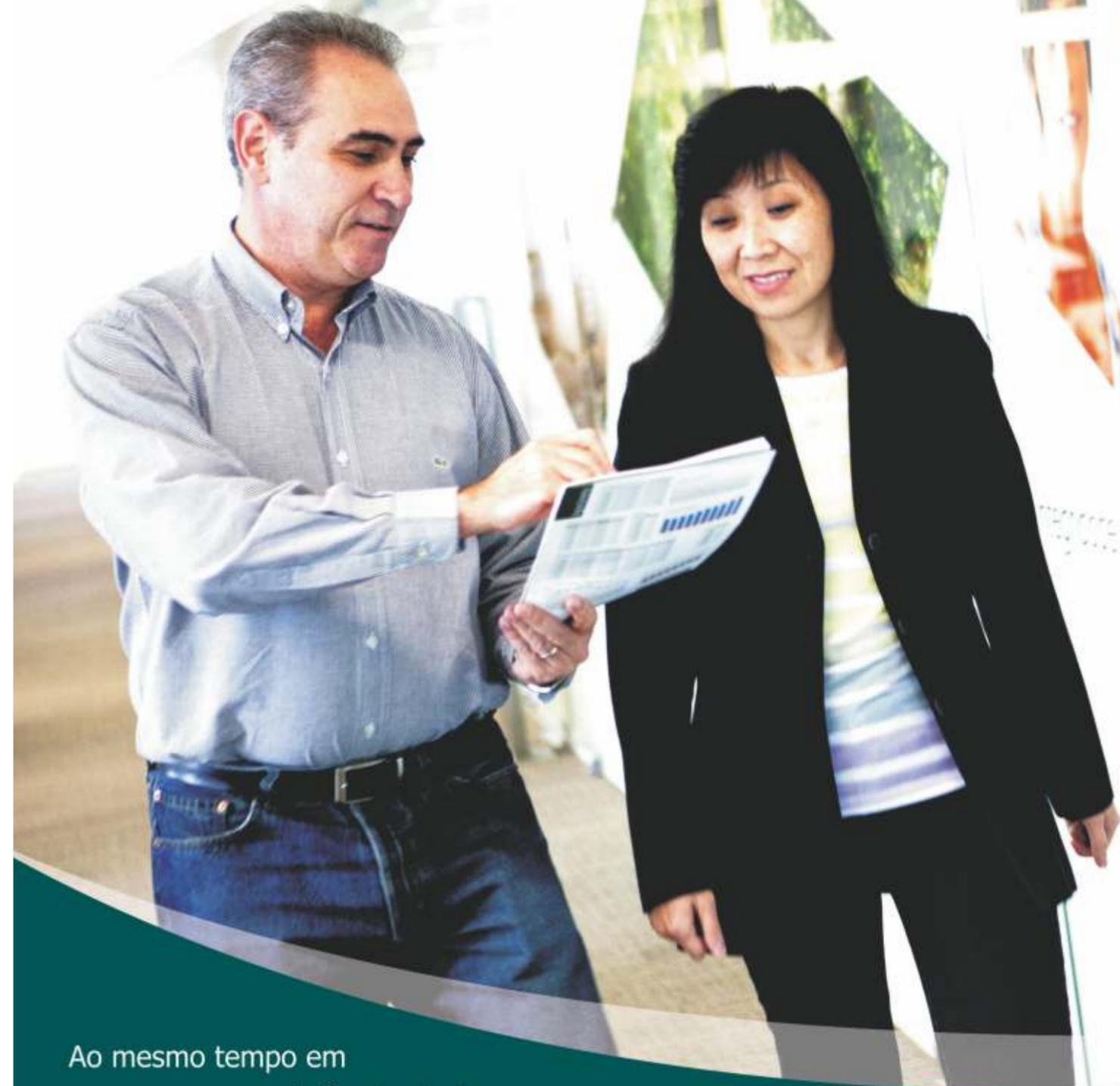
Neste material, ainda foram sinalizados os indicadores que influenciam no bônus de participação nos resultados, para que os funcionários entendam melhor a relação entre os resultados alcançados pela empresa, o papel de cada um nesse processo e os impactos para todos.



São projetos como esse que reforçam o compromisso da Mosaic em manter uma conduta ética em todas as suas relações corporativas. Essa prioridade se reflete não só na forma como a empresa atua, mas também no comportamento de cada um de seus 900 funcionários em todo o Brasil.



[www.mosaicco.com.br](http://www.mosaicco.com.br)



Ao mesmo tempo em que segue sua missão de ajudar o mundo a produzir os alimentos de que precisa, a **Mosaic Fertilizantes** tem um compromisso com a **ética** e a **transparência** em tudo que faz.

# Revista Telemont



A revista Telemont tem como objetivos diminuir a distância de comunicação entre empregado e empregador; promover o interesse dos colaboradores e seus familiares para a leitura, através da inclusão de temas agradáveis e promover um veículo com conteúdo mais próximo da realidade dos leitores. Divulgamos a identidade de nossa empresa de forma atrativa e com conteúdo relevante, informando sobre as principais ações institucionais e mercadológicas.

Oferecemos textos atraentes, no entanto, sem esquecer as demandas apresentadas pelo público leitor, como realizações, perfis e coberturas regionais. A Telemont vê a importância de seu periódico, como excelente forma de reforçar sua marca, divulgar os principais projetos e levar entretenimento aos seus colaboradores e familiares.

**TELEMONT**  
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A

[www.telemont.com.br](http://www.telemont.com.br)

## Comunicar para Encantar



A Total Alimentos busca acompanhar as mudanças e levar o melhor a seus colaboradores. Seguindo um de seus valores, a Transparência iniciou em 2010 a implantação da Comunicação Interna, para levar as informações a todos os colaboradores da empresa de forma franca, clara e ágil.

Atualmente, a Total Alimentos possui 1296 colaboradores, em sua maioria alocados na matriz em Três Corações (Sul de Minas Gerais) e os demais alocados pelo Brasil em 21 filiais.

Em dois anos, a empresa criou veículos (TV's, Informativos, Murais, Intranet, Mailing, Revista), readequação do jornal interno, pontos de informação (quiosques de acesso à Intranet) aos colaboradores que não possuem computador, além de reuniões com funcionários para sanar dúvidas, aplicando assim a comunicação interpessoal e reunindo os grupos de diversos setores.

Todas as ações da empresa são divulgadas periodicamente, respeitando a linguagem de cada veículo e o perfil dos colaboradores.

A comunicação transparente se estende também às filiais da empresa, que também recebem os veículos e têm tratativa diferenciada quanto ao repasse de informações, já que e-mail e Intranet são os veículos mais ágeis para se comunicar com diversas localidades, simultaneamente.

Comunicar para Encantar frisa a importância de uma boa comunicação para motivar nossos colaboradores a participar de nossas ações internas e externas, despertando o orgulho de ser Total Alimentos.



[www.totalalimentos.com.br](http://www.totalalimentos.com.br)

# Total Alimentos:

Seu amor pelos cães e gatos também se reflete no planeta!



A Total Alimentos se orgulha de fazer bem mais que consumidores felizes. Sediada em Três Corações, a empresa atua nos três pilares básicos da sustentabilidade: compromisso social, ética e meio ambiente, traduzindo em tudo o que faz o respeito pelo nosso futuro.



[www.totalalimentos.com.br](http://www.totalalimentos.com.br)

# Sustentabilidade

PRÊMIO

**ÉTICA**  
NOS  
NEGÓCIOS



Educação Ambiental – CESA e AVAP



Matéria-Prima



Uso de biodiesel puro em veículos pesados – como combustível social do Brasil.



Selo Unimed de Responsabilidade Social

# Educação Ambiental



A Duratex investe em programas para esclarecer a população sobre as plantações florestais



Para difusão das informações, são realizadas atividades como exibição de filmes, painéis, experimentos e visitas a campo, com apresentação das técnicas adotadas pela empresa no manejo de plantações florestais e os cuidados na conservação do solo, água e biodiversidade.

Integrando os recursos da AVAP e do CESA, existem trilhas para a interpretação ambiental. A “Trilha do Lobo-Guará”, do CESA, permite que o visitante estabeleça contato com as formações naturais do cerrado e das veredas típicas no Estado de Minas Gerais. Na AVAP, é mantida a “Trilha da Copaíba” em área com mata estacional semidecidual e cerradão. Percorrendo essas trilhas e deslocando-se pelas plantações florestais, os visitantes estabelecem contato com diferentes cenários que fazem parte do manejo sustentado das plantações florestais.



 **DURATEX**  
www.duratex.com.br

A Educação Ambiental é um princípio importante para a Duratex. Por isso, a empresa investe em programas para esclarecer às comunidades sobre as plantações florestais, apresentando as medidas técnicas destinadas à conservação do solo, água, ar e biodiversidade e responsabilidade social. A Área de Vivência Ambiental Piatan (AVAP), criada em 1996 na Unidade Florestal da Duratex em Agudos (SP), e o Centro de Educação Socioambiental Buriti (CESA), instalado desde 2010 na Unidade Florestal de Estrela do Sul, no Triângulo Mineiro, são dois importantes exemplos dessa atuação. Com essas iniciativas a Duratex disponibiliza instalações e espaços organizados para o desenvolvimento de atividades de educação e conscientização ambiental para seus colaboradores e instituições e organizações externas.

A AVAP e o CESA possuem como objetivo informar diferentes públicos sobre os conceitos da produção sustentada de madeira para a fabricação de painéis, atuando com instituições de ensino e organizações que desenvolvem programas de educação socioambiental. Só em 2011, mais de 7.600 pessoas visitaram os dois centros.

Nesses espaços são desenvolvidas atividades que contribuem para promover a conscientização ambiental em relação às questões pertinentes às atividades florestais para os públicos interno e externo. Os recursos didáticos e pedagógicos da área foram projetados com o objetivo de ampliar o conhecimento dos conceitos adotados na produção sustentada de madeira a partir do manejo de plantações florestais, além de auxiliar o visitante na percepção da presença e importância da madeira em seu cotidiano.

## Matéria Prima

### Instituto Eurofarma

Em junho de 2006, o Instituto Eurofarma iniciou suas atividades, com a missão de promover a inclusão socioeconômica e o desenvolvimento sustentável por meio da educação transformadora, vista pela empresa como a principal ferramenta de modificação de uma sociedade. Com a formalização do Instituto, os projetos sociais foram reunidos com foco em iniciativas duradouras e não assistencialistas, que gerem benefícios reais e atendam prioritariamente à população de baixa renda do entorno das Unidades da Eurofarma.

### Matéria-Prima

Trata-se de projeto de educação complementar, voltado a alunos entre 7 e 13 anos, da rede pública dos municípios de São Paulo e Itapevi.

Oferece oficinas e atividades que abordam temas como arte, comunicação, meio ambiente e cidadania, além da oficina de contação de histórias, voltada a professores da rede pública de Itapevi e realizada dentro das escolas. O projeto atende um total de 340 crianças em caráter permanente, que contam também com alimentação (almoço e lanche), uniformes e transporte para atividades culturais.

Em 2011, foi criado o Agenda Aberta, na unidade de São Paulo, que às sextas-feiras atende as escolas da rede pública do entorno e proporciona atividades pontuais, porém sinérgicas com os conteúdos abordados em classe. Em 2011, passaram pelo projeto mais de 2,3 mil crianças.



Projeto de educação complementar, voltado a alunos entre 7 e 13 anos, da rede pública



## MAN Latin America apoia uso de combustível social no Brasil



De olho em soluções de transporte sustentáveis para países emergentes, a MAN Latin America investe, com sucesso, há quase uma década em pesquisas e desenvolvimento com biodiesel, antes mesmo da obrigatoriedade legal que veio com o marco regulatório de 2005. A empresa acredita que por sua adaptabilidade aos motores a diesel e por não demandar investimentos elevados para a construção de infraestrutura específica para sua distribuição e abastecimento, o biodiesel parece ser o combustível alternativo mais promissor para veículos pesados no Brasil.

A viabilidade da tecnologia duplo combustível (diesel/biodiesel) não tem se dado apenas com a realização de testes de campo nestes frotistas. Além das características e de seu apelo ambiental, o biodiesel desempenha papel de catalisador socioeconômico por diversas outras razões. Dando oportunidades a agricultores de todo o país, é possível perceber que o uso de resíduos industriais como matéria-prima para produção de biodiesel vem se tornando uma alternativa bastante atrativa do ponto de vista econômico, para um número cada vez maior de clientes nacionais.

Por essas razões, a MAN Latin America tem concentrado seus esforços na pesquisa e no desenvolvimento de veículos que possam utilizar biodiesel. Como resultado desses esforços, desde junho de 2008, foi aprovada a utilização de B5 em toda a sua linha de produtos.

Os primeiros caminhões foram testados com sucesso



Testes com B20, em um trabalho digno, bolsa de estudos integral, condições reais de operação, em veículos originais de fábrica, foram finalizados com resultados considerados satisfatórios. Por fim, um novo objetivo foi definido visando à execução de testes em frotas cativas com biodiesel puro, B100, em veículos modificados, através da tecnologia de duplo combustível (diesel/biodiesel).

Os primeiros caminhões dotados de sistema de injeção inteligente de combustível foram testados com sucesso pelo Sistema Coca-Cola, McDonald's e Grupo JBS. Esses veículos são dotados de um sistema que permite o monitoramento da sua operação, ajustando o fornecimento do combustível apropriado para o motor (óleo diesel ou biodiesel) por meio de uma unidade dosadora. O sistema é gerenciado eletronicamente, sem a adição de qualquer aditivo especial. A grande inovação desta tecnologia é permitir ao frotista ter a flexibilidade de escolher o combustível (óleo diesel ou biodiesel puro) a ser abastecido, dependendo apenas do seu preço e disponibilidade.

Com essas pesquisas com biodiesel, busca-se oferecer ao mercado nacional uma solução técnica confiável, com disponibilidade imediata, e ao melhor custo-benefício. Muitos frotistas produzem biodiesel e podem reduzir, com esse respaldo no veículo, o custo operacional ou apenas a pegada de carbono de sua frota.



[www.man-la.com](http://www.man-la.com)

# Já notou que o mundo é como um mosaico?

Os pedacinhos, de todos os jeitos, se encaixam e formam uma coisa só. Linda de ver, como a vida deve ser.

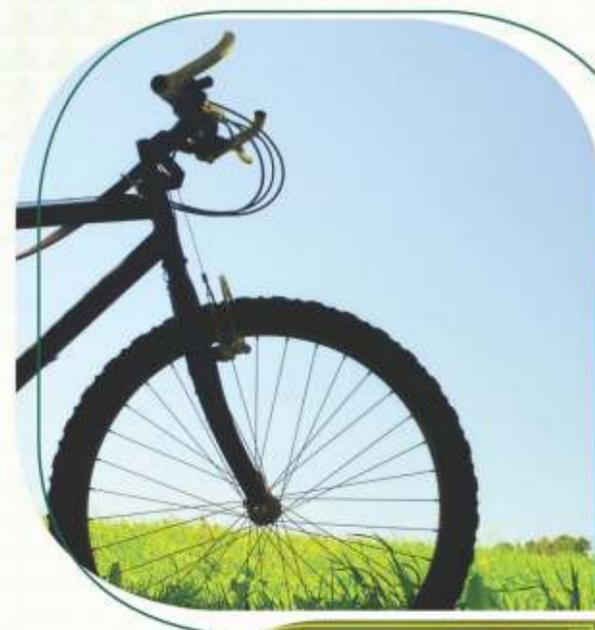


Todos fazemos parte desse mundo cheio de diferenças.



Agência Unimed do Brasil

## Sustentabilidade: um valor que a gente cultiva.



Acreditamos nesse valor pelo seu potencial transformador por meio do zelo, do cuidado com o meio ambiente e com a sociedade. Este é o nosso compromisso cotidiano e com as futuras gerações.

**Unimed**   
Brasil

# Meio Ambiente

PRÊMIO

**ÉTICA**  
NOS  
NEGÓCIOS



Reserva Permanente de Preservação  
Ambiental Olavo Setúbal



Descarte correto de medicamentos



Um caminhão híbrido sob medida para o Brasil

## Reserva Natural Olavo Egydio Setúbal



A Duratex conta atualmente com cerca de 230 mil hectares de terras com florestas plantadas e áreas de conservação nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

Entre as áreas de conservação, está a Reserva Natural Olavo Egydio Setúbal, que em abril de 2008 foi homologada pelo Governo Estadual de São Paulo como Reserva Particular do Patrimônio Natural do Estado (RPPN Estadual - Resolução SMA n° 29/2008).

A área, com 615.50 hectares, é classificada como uma das mais ricas reservas de floresta nativa do interior do Estado de São Paulo por abrigar espécies de alto valor para a conservação da biodiversidade. A proteção dessa área foi determinada pelos empresários Olavo Egydio Setúbal e Eudoro Villela, na ocasião da compra da fazenda Rio Claro, em 1970.

Localizada na unidade florestal de Lençóis Paulista, é formada por uma floresta estacional semidecidual, na qual parte de suas árvores têm as folhas naturalmente derrubadas na época mais seca do ano. Locais que lembram um pequeno pantanal também podem ser encontrados nos trechos alagados pelas cheias do rio Claro.

Desde 1974, inúmeras pesquisas vêm sendo realizadas com a biodiversidade local em parceria com universidades e outras instituições. A RPPN conta com instalações para acolhimento e trabalho de pesquisadores e um posto de recepção para visitantes.



Uma das mais ricas reservas de floresta nativa do interior de São Paulo, a RPPN recebe pesquisadores de universidades e de outras instituições para estudo da biodiversidade local.

## Descarte correto de medicamentos

No final de 2010, a Eurofarma lançou o projeto “Descarte Correto de Medicamentos”, uma parceria entre a empresa e o Grupo Pão de Açúcar, que conta ainda com o apoio da Prefeitura Municipal de São Paulo, por meio do Limpurb (Departamento de Limpeza Urbana) e da Covisa (Consultoria Técnica em Vigilância Sanitária).

Em 2011, o projeto foi expandido, com o aumento do número de postos de coleta de 5 para 23, todos localizados no interior das farmácias da rede Pão de Açúcar e do hipermercado Extra. Ali, os consumidores podem descartar com segurança as embalagens primárias de medicamentos (aquelas que tiveram contato direto com o produto), bem como medicamentos em desuso ou vencidos e resíduos perfurocortantes (agulhas, ampolas de vidro, etc). Esses resíduos, considerados perigosos quando descartados na rede de esgoto ou em aterros sanitários, podem causar danos ambientais, contaminando o solo e a água e colocando em risco a saúde da população. A cidade de São Paulo responde por 16% das vendas de medicamentos do país. Os resíduos coletados recebem tratamento e destinação final adequados.

A medida, inovadora no mercado farmacêutico, busca educar a população para o correto descarte de resíduos farmacêuticos domésticos, que não devem seguir para o lixo comum. Por sua relevância, a iniciativa foi levada também para o interior de São Paulo, Piracicaba e Araraquara.

Desde seu lançamento, o programa foi responsável pela coleta de aproximadamente 5,1 toneladas de resíduos.

Esses resíduos, considerados perigosos quando descartados na rede de esgoto ou em aterros sanitários, podem causar danos ambientais, contaminando o solo e a água e colocando em risco a saúde da população



# Um Caminhão Híbrido sob medida para o Brasil



O caminhão tem potencial de redução de consumo de combustível de até 20%

Na vanguarda dos desenvolvimentos de opções de transporte sustentáveis no Brasil, a MAN Latin America desenvolveu o primeiro protótipo de caminhão híbrido do País. Apresentado em eventos como Fenatran e Rio+20 para contribuir para a promoção de uma mobilidade mais sustentável, o veículo foi projetado e desenvolvido pela engenharia brasileira e sua tecnologia é inédita no mercado latinoamericano.

Dotado de tecnologia híbrida, diesel/hidráulico, o caminhão tem potencial de redução de consumo de combustível de até 20% em aplicações do tipo “anda e para”. Isso se traduz numa redução de 2,78 l de óleo diesel/hora ou 14t CO2/ano. Com a iniciativa, a MAN Latin America traz para os caminhões brasileiros o mesmo conceito de recuperação da energia cinética (KERS) utilizado nos carros da Fórmula 1.

Esse caminhão pode sair de 0 a 25 km/h consumindo uma quantidade mínima de combustível, sendo movido apenas pela energia potencial armazenada nos acumuladores hidráulicos, após ter sido recuperada no ciclo de frenagem. O projeto tem como objetivo aumentar a eficiência energética de caminhões urbanos, a um baixo investimento inicial, através de uma solução simples e robusta. Além de maximizar o resultado operacional, busca-se contribuir com a redução da pegada de carbono.



[www.man-la.com](http://www.man-la.com)



## Configuração sob medida para países emergentes

A tecnologia híbrida nem sempre está associada a um motor de combustão interna e outro elétrico, embora esta seja a configuração mais comum. Existem outros dispositivos capazes de armazenar energia, além das baterias ou ultracapacitores.

Uma análise mais detalhada do atual estágio tecnológico das baterias evidencia, no entanto, enormes desafios.

As baterias de íon de lítio, consideradas de alto desempenho, têm 100 vezes menos capacidade de armazenar energia que o óleo diesel. Desta forma, para se conseguir uma autonomia similar ao óleo diesel, faz-se necessária a utilização de grandes pacotes de bateria que aumentam a tara do veículo e reduzem consequentemente sua carga útil. Outro problema associado ao uso de baterias é sua baixa vida útil e custo elevado.

Os acumuladores hidráulicos, por sua vez, oferecem vantagens sobre as baterias com relação à recuperação da energia de frenagem para veículos comerciais. Asseguram alta potência, o que lhes conferem vantagens para aplicações urbanas, em ciclos de direção do tipo “anda e para”, onde este tipo de dispositivo pode recuperar até 70% da energia cinética da frenagem. Além disso, requer baixos níveis de manutenção e dispensa necessidade de mão-de-obra especial para manuseio.

Testes experimentais realizados pela MAN Latin America, monitorados pelo programa de engenharia de transportes da COPPE/UFRJ, comprovaram redução do consumo de combustível de 20%. Aliado a um custo de aquisição significativamente inferior a outras tecnologias, isso pode representar uma ótima oportunidade para o Brasil e outros mercados emergentes.

# Voluntariado e Cadeia Produtiva

PRÊMIO

**ÉTICA**  
NOS  
NEGÓCIOS



Programa Qualidade Desde a Origem

# Cliente do Grupo Pão de Açúcar consulta a qualidade dos produtos pelo celular



Através do programa **Qualidade Desde a Origem** é possível rastrear toda a cadeia de produção e distribuição dos itens que chegam às lojas

O Programa **Qualidade Desde a Origem** é uma das mais importantes ações do Grupo que, desde seu lançamento em 2008, já tem em seu escopo esse modelo de atuação. Além de incorporar todas essas diretrizes, o programa tem como principais objetivos desenvolver a cadeia produtiva dos fornecedores, através da qualificação de seus parceiros de negócios para a adequação dos produtos às legislações vigentes e melhoria dos processos e sistemas de produção, além de proporcionar ao consumidor conhecer a origem dos produtos e transmitir maior confiabilidade na compra de frutas, legumes, verduras e carnes nas lojas do GPA. De maneira abrangente, o Programa contribui com a agropecuária no Brasil ao integrar todas as partes que compõem o setor: o produtor rural, os órgãos regulatórios, como o Ministério da Agricultura e da Saúde, via Anvisa, Ministério Público e os clientes do GPA.

Reconhecido pela Anvisa como modelo de qualidade no varejo em rastreabilidade e controle de resíduos agrotóxicos, o **Qualidade Desde a Origem** é alinhado ao Programa de Análise de Resíduos Agrotóxicos (PARA) da Agência e mapeia, em um sistema online, através do Controle de Desempenho de Fornecedores (CDF), a auditoria de campo e *packing*, a conformidade no recebimento de produtos, seguindo a ficha técnica de qualidade, o controle de resíduos de defensivos agrícolas e a pontualidade nas entregas.

Com uma plataforma online, o fornecedor consegue acompanhar todo o seu desempenho, em todos os quesitos de qualidade solicitados pelo Grupo: nota de auditoria, nota de inspeção de recebimento, resultados de análise de resíduos de agrotóxicos e no recebimento de seus produtos no momento em que chegam aos Centros de Distribuição (CDs) em todos os Estados onde o Grupo atua.

Com esse mapeamento e acompanhamento de todas as etapas, é possível identificar não conformidades, como e porquê ocorrem e, para cada caso, propor ações corretivas atuando diretamente na melhoria da cadeia, não só para a relação com o GPA, mas também para toda relação desse produtor com o varejo. Para isso, o Grupo conta com uma equipe técnica formada por agrônomos, biólogos, nutricionistas, veterinários e especialistas em qualidade que fazem todo o desenvolvimento do fornecedor no campo.

A maior interação entre o produtor e o supermercadista promove um ganho de sinergia e qualidade com a qual todos aprendem e ganham. Os fornecedores melhoram seus produtos e processos, o Grupo Pão de Açúcar garante o volume, com menor taxa de devolução e ruptura, com mais qualidade e segurança e o consumidor tem a melhor experiência de compra, com a garantia de produtos saudáveis e que foram cultivados, transportados e armazenados de acordo com os mais altos padrões de qualidade.

Com 655 fornecedores participando voluntariamente do QDO atualmente, o Grupo está ampliando essa experiência para outras cadeias produtivas. Em 2012, a cadeia de carne bovina começou a replicar o processo e outras cadeias, como a de pescados, a de aves e a de suínos também devem adotar o modelo.

Outro desdobramento que reforça o compromisso do Grupo Pão de Açúcar com a sustentabilidade em suas operações é a inclusão, também em 2012, do **Protocolo de Sustentabilidade**, que reúne critérios sociais e ambientais no desenvolvimento desses fornecedores, com melhoria no uso de recursos naturais, como o solo e a água, e a promoção da qualidade de vida desses trabalhadores do campo.



O Programa **Qualidade desde a Origem** é um programa de incentivo à alta qualidade de produção e distribuição aos fornecedores do Grupo Pão de Açúcar. Seu sucesso já conta com a qualificação de mais de 700 produtores/fornecedores, por meio do monitoramento do uso de agrotóxicos, testes de comprovação de maciez da carne, análises microbiológicas e de resíduos de hormônios, rastreamento pela internet e transparência na relação com os fornecedores. Tudo para proporcionar, aos nossos clientes, uma alimentação saudável. Se quiser saber mais sobre o rastreamento dos nossos produtos, ou como fazer parte e alinhar seu processo de produção a este programa, acesse nosso site: [www.gdo.com.br](http://www.gdo.com.br)



Conecte-se também pelo celular.

Disponível nas lojas:



Iniciativa e Realização:

Instituto Brasileiro de

**ÉTICA**  
NOS  
**NEGÓCIOS**

Parceiro da 3º Edição:



**ABF** ASSOCIAÇÃO  
BRASILEIRA DE  
FRANCHISING



Celesc



**DURATEX**



**TELEMON**  
ENGENHARIA DE TELECOMUNICAÇÕES S.A



**Unimed**

**YAMANAGOLD**

**P R Ê M I O**

**ÉTICA**  
NOS  
**NEGÓCIOS**