

ANEXO 1

CATEGORIA 1 - Práticas de Sustentabilidade em Processos CATEGORIA 2 - Práticas de Sustentabilidade em Produtos ou Serviços

Critérios	Descrições	Pesos
1. Aspectos Gerais da Prática e Resumo do Caso	<p>Indicação de aspectos gerais e resumo dos principais pontos apresentados no caso, incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principais objetivos; • Localização geográfica da implantação da prática (caso seja relevante); • Época de início, principais etapas implementadas, e estágio de implementação em que se encontra; • Como foram utilizados recursos financeiros, humanos, técnicos, naturais ou quaisquer outros necessários à implantação da prática; • Parcerias estabelecidas para a implementação da prática (caso existam), indicando com quais organizações e os papéis de cada um dos parceiros no desenvolvimento da prática; • Principais resultados alcançados. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	5
2. Relevância para o Negócio	<ul style="list-style-type: none"> • Importância da inovação descrita dentro dos negócios da empresa (representatividade em termos do faturamento, volume de negócios, prioridade para a organização etc.) e conexão dessa inovação com o todo das operações. Ou seja, a deve-se avaliar neste critério se a inovação foi realizada em algo relevante e material para a empresa ou se a mesma foi aplicada em aspectos marginais ou secundários para a empresa. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	20
3. Aspectos Inovadores Relacionados à Prática	<ul style="list-style-type: none"> • Indicação das características inovadoras da prática que a diferenciam das práticas usuais de mercado, considerando a concepção/desenho da ideia, a metodologia de desenvolvimento e a implementação e eventuais patentes geradas e pesquisas acadêmicas produzidas. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	20
4. Contribuição da Prática para o Desempenho da Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Grau em que a prática contribui para melhoria em um ou mais dos onze tipos de resultado para a empresa: (1) Crescimento de receita e acesso ao mercado; (2) Economia de custos e produtividade; (3) Acesso a novas fontes de capital; (4) Melhoria na gestão de riscos; (5) Maior credibilidade e interação junto a <i>stakeholders</i>; (6) Melhoria do capital humano; (7) Aumento do valor da marca e reputação; (8) Criação de novas oportunidades de negócios; (9) Melhorias em processos de gestão e de planejamento; (10) Maior transparência e <i>accountability</i>, e; (11) Melhorias em condições sistêmicas ¹ que melhoram a competitividade da empresa. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	20

5. Resultados Sociais e Ambientais Obtidos com a Prática	<ul style="list-style-type: none"> Indicação de quais necessidades da sociedade e do meio ambiente foram atendidas com a prática realizada e em que grau ela considera necessidades ou interesses dos públicos de interesse, bem como as fontes utilizadas para a construção dos cenários utilizados para o planejamento da prática. Podem ser considerados resultados sociais e ambientais relevantes aspectos como: diminuição do impacto das operações sobre o meio ambiente, desenvolvimento de produtos e serviços ambientalmente corretos, melhorias nos processos de gestão ambiental, desenvolvimento do capital social das comunidades onde a empresa atua, apoio ao desenvolvimento da economia local etc. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	20
6. Gestão da Prática Relatada	<ul style="list-style-type: none"> Qualidade do planejamento, da execução e da avaliação de resultados da inovação implantada, incluindo a existência ou o desenvolvimento de sistemas de gestão e indicadores específicos para esse fim. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	10
7. Possibilidade de Disseminação, Replicação e Continuidade.	<ul style="list-style-type: none"> Indicação de como a empresa imagina que a prática poderia ser replicada por outras organizações e grau em que essa replicação seria possível. Indique também as perspectivas futuras para a prática relatada. <p>(espaço para o texto da empresa)</p>	5
TOTAL		100

¹ Por melhoria de condições sistêmicas entende-se a atuação da empresa em quatro frentes ou “condições” nas quais a empresa se encontra: (i) Contexto para as estratégias empresariais e sua concorrência; (ii) Condições de demanda local; (iii) Indústrias de Apoio e Correlatas; (iv) Condições de Fatores. Detalhes em “Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, Harvard Business Review, December, 2018.