



PRÊMIO ECO® 2011

AMCHAM – Valor Econômico

REGULAMENTO

Índice

I. Natureza do Prêmio	2
II. Características da Premiação	3
III. Categorias de Premiação	4
IV. Inscrições e Apresentações dos Trabalhos	7
V. Prazos	8
VI. Processo de Julgamento	8
VII. Premiação	15
VIII. Coordenação do Prêmio	15



I. Natureza do Prêmio

1. O **Prêmio ECO®**, que atinge sua 29ª edição, visa a distinguir e reconhecer as melhores práticas de gestão empresarial para a sustentabilidade no Brasil que contribuam de forma exemplar, e simultaneamente, para o sucesso econômico da empresa, para a construção de uma sociedade mais justa e próspera e para a preservação do meio ambiente em nosso país.
2. Poderão candidatar-se ao **Prêmio ECO®** todas as empresas que atuam no Brasil, tanto as de iniciativa privada, quanto as públicas e as de economia mista.
 - a. Devido às modificações sofridas pelo **Prêmio ECO®** em 2009, cujo foco passou a ser exclusivamente a Sustentabilidade na gestão dos diferentes âmbitos dos negócios, mantém-se a definição de que somente poderão concorrer empresas. Assim, não serão permitidas inscrições diretas de fundações ou institutos empresariais, os quais deverão ter suas práticas descritas nos relatos das empresas às quais estejam ligados, caso seja pertinente e quando produzirem impactos diretos sobre as atividades dessas empresas (verificar item 11.b abaixo).
 - b. Para efeitos do **Prêmio ECO®**, a empresa concorrente é identificada pelo respectivo CNPJ.
3. Entende-se por empresa, para os fins de inscrição no **Prêmio ECO®**, a sociedade de natureza econômica que seja organizada segundo uma das seguintes formas jurídicas, extraídas da Tabela de Natureza Jurídica e Qualificação do Responsável publicada pela Receita Federal do Ministério da Fazenda e disponível no site do órgão na internet¹. A Tabela 1, abaixo, indica a Descrição da Natureza das Empresas.

Tabela 1: Descrição da Natureza Jurídica das empresas que deve ser utilizada para inscrição no Prêmio Eco® 2010.

Código	Descrição da Natureza Jurídica
201-1	Empresa Pública
203-8	Sociedade de Economia Mista
204-6	Sociedade Anônima Aberta
205-4	Sociedade Anônima Fechada
206-2	Sociedade Empresária Limitada
207-0	Sociedade Empresária em Nome Coletivo
208-9	Sociedade Empresária em Comandita Simples
209-7	Sociedade Empresária em Comandita por Ações
212-7	Sociedade em Conta de Participação
214-3	Cooperativa
215-1	Consórcio de Sociedades
216-0	Grupo de Sociedades
223-2	Sociedade Simples Pura
224-0	Sociedade Simples Limitada
225-9	Sociedade Simples em Nome Coletivo
226-7	Sociedade Simples em Comandita Simples
229-1	Consórcio Simples

- a. As informações referentes à “Código” e “Descrição da Natureza Jurídica” podem ser encontradas no documento comprovante da inscrição da candidata no CNPJ ou ser

¹ <http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/tabelas/NatJurQualificaSocioeAdm.htm>

acessadas *online* no site da Receita Federal, no segmento referente ao CNPJ, atalho Consulta Situação Cadastral².

- b. Fica explicitamente indicado que nem todos os gêneros de empresa constantes da tabela original publicada pela Receita Federal são elegíveis para o **Prêmio ECO®**, apenas aqueles que constam da tabela anterior, não sendo permitidas inscrições de candidatas que não se enquadrem em um dos gêneros especificados na referida tabela.

II. Características de Premiação

4. O **Prêmio ECO®** será concedido em duas grandes modalidades, sendo que uma delas possui duas categorias, cujas definições estão indicadas no Item 10:

Modalidade 1 - Estratégia, Liderança e Inovação em Sustentabilidade- ELIS;

Modalidade 2 - Práticas de Sustentabilidade,

2.1. Categoria Sustentabilidade em Processos

2.2. Categoria Sustentabilidade em Produtos ou Serviços

5. Serão admitidas como candidatas empresas de dois distintos grupos: aquelas consideradas de grande porte e aquelas de pequeno e médio portes. Vale ressaltar que elas irão se candidatar para segmentos de premiação separados, ou seja, grandes empresas concorrem apenas com grandes empresas e nunca com pequenas e médias empresas.
 - a. Para efeitos do **Prêmio ECO®**, os portes serão definidos de acordo com o faturamento da empresa, conforme os seguintes parâmetros:
 - Pequenas e Médias Empresas: faturamento anual entre R\$ 10.000.000,00 (igual ou superior) e R\$ 100.000.000,00 (igual ou inferior); e
 - Grandes Empresas: faturamento anual acima de R\$ 100.000.000,00.
6. Para as Modalidades 1 e Categorias 2.1 e 2.2 da Modalidade 2 (item 4 acima) serão oferecidos um total de doze prêmios, sendo 6 (seis) para empresas de grande porte e 6 (seis) para pequenas e médias empresas, da seguinte forma:
 - a. Para a Modalidade 1 serão oferecidos quatro prêmios: dois deles direcionados a empresas de grande porte e dois direcionados a empresas de pequeno/médio porte;
 - b. Para a Modalidade 2, Categoria 2.1, serão oferecidos quatro prêmios: dois deles direcionados a empresas de grande porte e dois direcionados a empresas de pequeno/médio porte;
 - c. Para a Modalidade 2, Categoria 2.2, serão oferecidos quatro prêmios: dois deles direcionados a empresas de grande porte e dois direcionados a empresas de pequeno/médio porte.

² http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/cnpjreva/Cnpjreva_Solicitacao.asp



III. Categorias de Premiação

7. Existe uma total interdependência entre as atividades empresariais, a sociedade e o meio ambiente. As práticas de Sustentabilidade Empresarial devem buscar sempre o equilíbrio entre a ampliação da competitividade empresarial e o atendimento às necessidades sociais e ambientais das regiões onde a empresa atua. Nesse sentido, o **Prêmio ECO®** incentiva as empresas a avaliarem a Sustentabilidade como um novo atributo de competitividade que deve, necessariamente, trazer ações tipo *win-win*, beneficiando empresas e sociedade simultaneamente. Assim, a Sustentabilidade consiste justamente em que a empresa atue no ponto ótimo que gere ganhos para a sociedade e meio ambiente e resultados para a empresa.
8. De forma geral, a ação empresarial³ sobre aspectos sociais e ambientais se dá segundo três possibilidades:
 - (a) Atuar sobre Aspectos Sociais e Ambientais Genéricos: Desenvolver atividades que ajudem a sociedade e o meio ambiente, mas que necessariamente não produzem impactos sobre seus negócios. Neste caso, a empresa atua sobre aspectos sociais ou ambientais que não são significativamente afetados por suas operações e que tampouco afetam sua competitividade no longo prazo.
 - (b) Atuar sobre Impactos Sociais e Ambientais em sua Cadeia de Valor: A empresa atua sobre aspectos sociais e ambientais que são significativamente impactados por suas operações tradicionais.
 - (c) Atuar sobre as Dimensões Sociais e Ambientais do Contexto Competitivo: A empresa atua sobre aspectos sociais e ambientais que afetam de forma significativa as bases principais de competitividade de uma empresa na(s) região(ões) onde ela atua.
9. O **Prêmio ECO®** buscará incentivar práticas inovadoras realizadas pelas empresas no âmbito dos pontos (b) e (c), do item anterior, ou seja, naqueles âmbitos onde efetivamente as operações da empresa relacionam-se a aspectos sociais e ambientais. A Edição deste ano do **Prêmio ECO®** também não irá contemplar práticas empresariais que enfoquem o Ponto (a), do item anterior, ainda que sejam realizadas de formas inovadoras.
10. Por entender que, para o fim pedagógico de fomentar práticas sustentáveis nas empresas, o **Prêmio ECO®** irá reconhecer todas as iniciativas inovadoras de incorporação da sustentabilidade nos negócios, não apenas nos níveis estratégicos da organização – Modalidade 1 - ELIS, mas também naqueles níveis considerados táticos e operacionais – Modalidade 2, categorias 2.1 e 2.2, **conforme segue:**
 - a. **Modalidade 1 - Estratégia, Liderança e Inovação em Sustentabilidade- ELIS.** Relaciona-se a modelos de negócios e estratégias mais amplas da empresa que incorporam a sustentabilidade. Esta modalidade dá ênfase à integração da Sustentabilidade nos níveis mais corporativos e sistêmicos das organizações, como a inclusão do tema no modelo de governança, no impacto das operações, produtos ou

³ Conceituação proposta por Michal E. Porter e Mark R. Kramer em “Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, Harvard Business Review, December, 2006.



serviços; na gestão e relacionamento com os stakeholders, no alinhamento com os desafios e oportunidades da nova economia,⁴ entre outros.

b. **Modalidade 2 - Práticas de Sustentabilidade:**

c. **Categoria 2.1. - Sustentabilidade em Processos.** Envolve processos de negócio que passaram a levar em conta atributos de sustentabilidade, tanto na sua própria operacionalização quanto nas políticas que os orientam e nos indicadores que avaliam seus resultados. Como exemplos de processos podem ser considerados: aquisição de insumos e serviços em geral; logística/ serviços de abastecimento; fabricação de produtos/prestação de serviços; gestão de pessoas, comunicação e outros processos de apoio; logística / serviços de distribuição; comercialização e pós-venda; entre outros;

d. **Categoria 2.2 - Sustentabilidade em Produtos ou Serviços.** Refere-se a produtos ou serviços ou linhas de produtos ou serviços que possuem atributos de sustentabilidade incorporados. Estes atributos devem fazer parte do ciclo de vida do produto ou serviço, ou seja: na concepção/design; na fabricação/elaboração; na distribuição; consumo/prestação e no descarte / reutilização.

11. Será facultado a cada empresa apresentar propostas em todas as três possibilidades de premiações, quais sejam: Modalidade 1 - ELIS; Categoria 2.1. e Categoria 2.2 da Modalidade 2, caso deseje fazê-lo. Mas cada empresa poderá apresentar apenas uma proposta para a Modalidade 1 acima, e quantas propostas considerar conveniente nas duas categorias da Modalidade 2, respeitando o limite máximo de 15 (quinze) propostas inscritas por empresa.
12. Somente poderão inscrever-se propostas que:
 - a. Já tenham sido implantadas pela empresa e que estejam produzindo resultados verificáveis; ou
 - b. Estejam em fase de implantação, mas que já começaram a apresentar resultados verificáveis.
13. As propostas produzidas no âmbito dos Institutos e Fundações empresariais poderão ser inscritas apenas nas categorias 2.1 Sustentabilidade em Processos e 2.2 Sustentabilidade em Produtos ou Serviços, contanto que a inscrição direta seja feita pela empresa e que a prática inscrita produza impactos diretos sobre as atividades da empresa, respeitando-se o item 2.a acima.
14. É facultado às empresas inscreverem propostas que já concorreram, vencedoras ou não, em edições anteriores do **Prêmio ECO®**.
15. Ao inscrever-se na **Modalidade 1- ELIS**, a empresa deverá apresentar as seguintes informações:
 - a. Identificação do Nome da Empresa; Porte; Cidade/Estado; Nome e Cargo dos Participantes do Relato.
 - b. Relato geral sobre a empresa, em um espaço de até 50.000 caracteres, que poderão ser distribuídas aleatoriamente por cada uma das questões incluindo, entre outros aspectos as seguintes informações (detalhadas na Tabela 2 abaixo):

⁴ Por nova economia, entende-se “a Economia que resulta em melhoria do bem-estar humano e equidade social, ao mesmo tempo em que reduz significativamente os riscos ambientais e a demanda sobre recursos escassos do ecossistema. Uma ‘green economy’ é caracterizada por um crescimento substancial nos investimentos em setores econômicos que, visando tais resultados, aproveitam e potencializam o capital natural do planeta.”- proposta de definição de “economia verde e inclusiva” elaborada pela Green Economy Coalition, próxima à proposta pela Green Economy Initiative, do PNUMA. www.greeneconomycoalition.org e www.greeneconomy.org.br. www.unep.org/greeneconomy.



1. Perfil da Organização;
2. Governança da Empresa, incluindo:
 - 2.1. Ética e Transparência;
 - 2.2. Engajamento das Partes Interessadas (Stakeholders);
 - 2.3. Liderança;
 - 2.4. Prestação Responsável de Contas';
 - 2.5. Combate à Corrupção
3. Dimensão Econômica, incluindo:
 - 3.1. Remuneração do Capital Investido;
 - 3.2. Geração de Valor para a Sociedade;
4. Dimensão Ambiental, incluindo:
 - 4.1. Impacto Ambiental das Operações ;
 - 4.2. Aspectos Ambientais dos Produtos e Serviços;
5. Dimensão Social, incluindo:
 - 5.1. Gestão e Relacionamento com os Colaboradores Internos;
 - 5.2. Gestão e Relacionamento com Fornecedores;
 - 5.3. Promoção do Desenvolvimento Econômico Local;
 - 5.4. Promoção do Desenvolvimento da Comunidade;
 - 5.5. Responsabilidade pelos Produtos e Serviços; e
6. Alinhamento com os Desafios e Oportunidades da Nova Economia (ver nota [54](#))

16. Ao inscrever-se na **Modalidade 2**, a empresa deverá apresentar as seguintes informações, em um espaço de até 25.000 caracteres, que poderão ser distribuídas aleatoriamente por cada uma das questões:

- a. Tipo de categorias a que pertence a proposta apresentada: **Categoria 2.1. Sustentabilidade em Processo ou Categoria 2.2 Sustentabilidade em Produtos ou Serviços.**
- b. Identificação do Nome da Empresa; Porte; Cidade/Estado; Nome e Cargo dos Participantes do Relato.
- c. Identificação da Prática implantada ou nome pela qual a empresa quer que a Prática seja chamada.
- d. Relato geral sobre a Prática, indicando, entre outros aspectos: as seguintes informações (detalhadas na Tabela 3 abaixo):



1. Aspectos Gerais da Prática;
2. Relevância para o Negócio;
3. Aspectos Inovadores Relacionados a Prática;
4. Contribuição da Prática para o Desempenho da Empresa;
5. Resultados Sociais e Ambientais obtidos com a Prática;
6. Gestão da Prática Relatada;
7. Possibilidade de Disseminação ou Replicação.

17. Todos os relatos a serem apresentados pelas empresas concorrentes deverão conter, no seu texto, as evidências necessárias que atestem a conformidade da prática implantada com os critérios indicados.

IV. Inscrições e Apresentação dos Trabalhos

18. As inscrições para o **Prêmio ECO®** se farão exclusivamente através da Internet, pelo endereço <http://www.premioeco.com.br>. Ao acessar a página web do Prêmio, a empresa deve preencher um formulário por Modalidade e Categoria, indicando também seu porte, bem como o faturamento referente ao exercício de 2010.
19. No ato da inscrição, cada candidata deverá manifestar, formalmente, sua plena, incondicional e irrecusável concordância com todas as cláusulas e disposições deste Regulamento, sem o que a inscrição não se completará.
- a. Com essa concordância, a empresa se sujeita a ter seu relatório retirado do processo de concorrência ao prêmio em consequência do descumprimento de qualquer das disposições deste Regulamento relativamente a prazos e a conteúdo, pertinência ou veracidade das informações.
 - b. Uma empresa de auditoria examinará os processos de inscrição e avaliação dos trabalhos, verificando a validade e correção da premiação.
 - c. A lista dos relatórios que tenham sido retirados do processo por desconformidade será divulgada apenas na ocasião do anúncio dos vencedores, com exposição dos respectivos motivos.
20. A empresa pagará uma taxa de inscrição para cada uma das propostas inscritas em cada Modalidade ou Categorias em que pretende concorrer. O valor consta do respectivo formulário, bem como a forma de pagamento pela qual venha a optar.
- a. O acesso à área de edição dos textos relativos a cada Proposta inscrita será liberada apenas após a quitação da respectiva taxa de inscrição e seu efetivo recebimento pela organização do prêmio.

- b. Nos casos em que o relatório não seja enviado no prazo estipulado ou em que o relatório venha a ser considerado em desconformidade, nos termos do subitem 19.a deste Regulamento, a taxa de inscrição não será devolvida.
21. Cada proposta inscrita deverá descrever os fatos e ações que a caracterizam, mediante a apresentação de relatório no respectivo espaço disponível no site do **Prêmio ECO®** (<http://www.premioeco.com.br>).
22. Os trabalhos apresentados deverão ser verídicos em todos os seus dados, informações e declarações, sob pena de desclassificação.
 - a. Caso a empresa venha a ser finalista em qualquer uma das Modalidades e Categorias, ela estará ciente de que poderá receber a visita de uma comissão que irá verificar a veracidade das informações fornecidas.

V. Prazos

23. A partir do momento em que as inscrições forem abertas, inicia-se também a possibilidade de entrega dos trabalhos pelas empresas participantes.
 - a. A data de encerramento de inscrição e de entrega de trabalhos é a mesma e será comunicada através do site <http://www.premioeco.com.br>.
 - b. Findo o prazo de entrega dos trabalhos através do site do Prêmio, os trabalhos inscritos e que não tenham sido recebidos pela organização do Prêmio não mais poderão ser entregues, perdendo, portanto, a possibilidade de concorrer à premiação.
 - c. Caso tenha ocorrido o indicado no Item “b”, a taxa de inscrição paga pela empresa não será devolvida em nenhuma hipótese.
24. O julgamento dos trabalhos apresentados será realizado após o encerramento do prazo de entrega dos mesmos, cabendo à organização do prêmio selecionar e convidar os membros do corpo de jurados.
25. A comunicação aos vencedores será feita assim que concluído o processo de julgamento e em tempo hábil para que as empresas vencedoras possam cuidar de aspectos logísticos referentes à sua participação no evento de premiação, como bilhetes aéreos e hospedagem, caso sejam necessários.
 - a. Organização do Prêmio não se responsabiliza por custos que as empresas premiadas venham a incorrer por motivo de participação da cerimônia de premiação (como passagens aéreas, hospedagem etc.), cabendo todos esses custos às empresas premiadas.

VI. Processo de Julgamento

26. O julgamento ocorrerá em uma única etapa, sendo que a avaliação dos trabalhos inscritos será feita por um corpo de jurados convidados pela organização do prêmio, o qual será integrado por personalidades e/ou profissionais de renomada atuação nas áreas relacionadas à Sustentabilidade.
27. Cada trabalho inscrito será distribuído para julgamento a, pelo menos, três jurados.

28. Os jurados deverão atribuir suas notas diretamente na página em que é apresentado o relatório na internet, dentro do prazo que venha a ser estipulado e informado de forma antecipada aos mesmos.
 - a. A classificação dos vários trabalhos concorrentes e, em decorrência, a indicação dos vencedores em cada Modalidade, e Categoria se fará à vista da média aritmética das notas atribuídas pelos jurados a cada trabalho, sendo que o respectivo cálculo se fará automaticamente dentro do sistema que receberá, na internet, os relatórios das candidatas e as notas dos jurados.
 - b. A fim de assegurar a imparcialidade do processo de julgamento, os nomes dos integrantes do júri somente serão revelados aos concorrentes e ao público após a conclusão do processo de julgamento e a divulgação dos vencedores.
 - c. Também participará do processo de julgamento, sem direito a voto, um representante da organização do prêmio, cuja função será coordenar e registrar as atividades do júri.
29. As decisões do corpo de jurados são soberanas e não caberá recurso de qualquer espécie àquelas emanadas do processo de julgamento.
30. Como mencionado anteriormente, serão distribuídos até doze prêmios, quatro para a Modalidade 1- ELIS, oito para a Modalidade 2, sendo quatro para cada uma de suas duas Categorias..
 - a. Para a Modalidade 1 - ELIS, serão premiados dois trabalhos apresentados por empresas de grande porte e dois trabalhos apresentado por empresas de porte pequeno ou médio (conforme critério apresentado em 5.a);
 - b. Para cada uma das Categorias da Modalidade 2 (categoria 2.1 e categoria 2.2), serão premiados dois trabalhos apresentados por empresas de grande porte e dois trabalhos apresentados por empresas de porte pequeno ou médio (conforme critério apresentado em 5.a)
 - c. Como mencionado acima, para o julgamento e escolha das empresas vencedoras, serão atribuídas notas às propostas inscritas. No entanto, para efeitos de premiação as duas grandes empresas consideradas vitoriosas na Modalidade 1 - ELIS e as duas pequenas ou médias empresas consideradas vitoriosas na Modalidade 1 - ELIS estarão no mesmo patamar, ou seja, não haverá primeiro ou segundo lugares e sim duas vencedoras na Modalidade 1 em cada porte. A mesma proposta será seguida para os vencedores da Modalidade 2., Categorias 2.1. e Categorias 2.2.
 - d. Sendo objetivo do **Prêmio ECO®** distinguir situações de real mérito, somente serão premiáveis os trabalhos que obtiverem média final que igualmente seja superior à nota cinco e à nota média dos trabalhos apresentados sendo que a organização do prêmio não se obriga a apontar vencedores em todas as categorias de premiação, podendo assim resultar um número de vencedores menor do que as possibilidades existentes de concessão de prêmios.
 - e. Como mencionado anteriormente, a cada empresa será facultado apresentar propostas em todas as três possibilidades de premiações, quais sejam: Modalidade 1- ELIS; Categoria 2.1. e Categoria 2.2 da Modalidade 2.

- f. Cada empresa poderá apresentar apenas uma proposta para a Modalidade 1 -ELIS e quantas propostas considerar conveniente nas duas categorias da Modalidade 2, respeitando o limite máximo de 15 (quinze) propostas inscritas por empresa.
31. Àquelas empresas finalistas poderão ser realizadas visitas de verificação, com o intuito de comprovar se os relatos apresentados na proposta vitoriosa correspondem à realidade.
- a. Após a definição final dos vencedores, a AMCHAM entrará em contato com as empresas vitoriosas e irá agendar a visita de um profissional para proceder com a verificação.
- b. Caso o profissional verifique a não conformidade do relato com o que foi visto em campo, ele poderá sugerir a desclassificação da empresa do processo de premiação.
- i. No caso de desclassificação de uma empresa, a próxima colocada será considerada vitoriosa e o processo de verificação também será realizado.
32. Independentemente da premiação, todos os inscritos terão conhecimento de sua nota final e receberão certificado de participação, que será disponibilizado após a cerimônia de premiação.
33. O julgamento das Modalidades e Categorias que compõem o **Prêmio ECO® 2011** se dará segundo o conjunto de critérios indicadas abaixo:

Tabela 2: Critérios de avaliação que serão considerados para a Modalidade 1 - ELIS, respectivas descrições e pesos utilizados.

Crítérios	Descrições	Pesos
1. Perfil da Organização	Breve apresentação da empresa, seus principais produtos e atividades, sua estrutura operacional (principais divisões, unidades), número de empregados diretos, seu principal mercado de atuação.	Sem pontuação
2. Governança da Empresa		40 (total)
2.1. Ética e Transparência	Descrição sobre a existência de sólidos princípios éticos e transparentes de negócio: <ul style="list-style-type: none"> • expressos na missão, visão de futuro, declaração de crenças e valores, políticas e código de conduta da empresa; • com referência explícita a compromissos com a sustentabilidade; • disponibilizando no site para livre consulta políticas e documentos que expressem o compromisso formal da empresa com a ética, transparência e com a sustentabilidade 	8
2.2. Engajamento das Partes Interessadas (Stakeholders)	Descrição sobre a atenção da empresa aos vários públicos impactados por suas atividades: <ul style="list-style-type: none"> • negociando com seus representantes temas de interesse comum, • buscando identificar os temas mais relevantes da sustentabilidade, por meio de um processo estruturado e com a participação das partes interessadas; e • considerando as expectativas negociadas na formulação de seu planejamento. 	8

2.3. Liderança	<p>Descrição sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Processos de tomada de decisão, formais ou informais que contribuem para a incorporação da sustentabilidade no dia a dia da empresa (ex: existência de instancias e fóruns decisórios, tais como Comitês ou Conselhos de Sustentabilidade, cargos executivos com atribuições formais relacionais a sustentabilidade, entre outros); • Existência de mecanismos de incentivos econômicos e não econômicos relativos ao desempenho da sustentabilidade (ex: remuneração variável e bônus orientadas por metas de desempenho socioambientais, reconhecimentos, premiações, entre outros); • Processos e ações educativas que contribuam para que as lideranças incorporem a sustentabilidade nas decisões e ações sobre sua responsabilidade, além de promoverem influência e articulação social em prol do desenvolvimento sustentável (ex: viagens exploratórias de aprendizagem que promovam contatos com lideranças sociais, palestras e cursos, participações em fóruns de discussões, apoio na gestão de organizações do terceiro setor, entre outros). 	8
2.4. Prestação Responsável de Contas	<p>Descrição sobre:</p> <p>Habitualidade da empresa em se comunicar com a sociedade e com seus públicos de interesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informando-os de fatos relevantes e de impacto na sua ocorrência, • publicando com periodicidade anual relatórios de sustentabilidade - em separado ou como parte integrante do Relatório Anual, com metas e prestação de contas. 	8
2.5. Combate a Corrupção	<p>Descrição sobre</p> <ul style="list-style-type: none"> • a existência de compromissos formais em relação ao combate a todas as formas de corrupção; • como esses compromissos são divulgados e disseminados; • processos e procedimentos que permitem a prevenção e combate a todas as formas de corrupção. 	8
3. Dimensão Econômica		10 (total)
3.1. Remuneração do Capital Investido	<p>Descrição sobre:</p> <p>Desempenho econômico da empresa, expresso por:</p> <ul style="list-style-type: none"> • geração de lucros compatíveis com o investimento e o risco envolvido, e • valorização de seu patrimônio tangível e intangível. 	5
3.2. Geração de Valor para a Sociedade	<p>Descrição sobre:</p> <p>Contribuição da empresa, no exercício de suas atividades, para a distribuição de riquezas a diversos atores do entorno empresarial, na forma de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • distribuição de dividendos ou lucros, • pagamento de juros bancários, • remuneração do pessoal, • aquisições de produtos e serviços, • recolhimento de tributos, inclusive encargos trabalhistas, e 	5

	<ul style="list-style-type: none"> doações e contribuições filantrópicas. 	
4. Dimensão Ambiental		20 (total)
4.1. Impacto Ambiental das Operações	<p>Descrição sobre: Cuidados da empresa em relação aos efeitos de suas atividades sobre o meio ambiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> mediante a aquisição de insumos, materiais e equipamentos de menor impacto ambiental, bem como por meio da prática de processos produtivos e administrativos ambientalmente mais eficientes. <p>Em sua descrição, explicita, dentre outros aspectos, a gestão do uso da água e a gestão de gases de efeito estufa (existência de inventário de emissões, práticas de redução, iniciativas de neutralização e mitigação) e promoção e uso de energias renováveis.</p>	10
4.2. Aspectos Ambientais dos Produtos e Serviços	<p>Descrição sobre: Incorporação pela empresa de princípios de conservação ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> no projeto e no desenvolvimento de produtos e serviços; na distribuição e comercialização; e nos cuidados com sua destinação pós-consumo. 	10
5. Dimensão Social		20 (total)
5.1. Gestão e Relacionamento com os Colaboradores Internos	<p>Descrição sobre os compromissos com princípios e direitos fundamentais nas relações de trabalho e ações da empresa para proporcionar, para seus empregados e mão-de-obra terceirizada, um ambiente de trabalho:</p> <ul style="list-style-type: none"> saudável e seguro, com respeito à diversidade, e favorável ao desenvolvimento profissional e pessoal. <p>Na descrição, deixar claro o que é aplicado aos funcionários e o que é aplicado aos terceirizados.</p>	4
5.2. Gestão e Relacionamento com os Fornecedores	<p>Descrição sobre Políticas, Processos e Procedimentos em relação à aplicação de critérios sociais e ambientais para a gestão e relacionamento com fornecedores?</p>	4
5.3. Promoção do Desenvolvimento Econômico Local	<p>Descrição sobre a geração de benefícios econômicos nas comunidades onde a empresa opera e nas comunidades onde produz impacto, em consequência de:</p> <ul style="list-style-type: none"> oferta prioritária de emprego a seus habitantes, e/ou aquisição preferencial de insumos e bens nelas produzidos. 	4
5.4. Promoção do Desenvolvimento da Comunidade	<p>Descrição sobre a contribuição da empresa para o desenvolvimento das comunidades afetadas pelas operações da empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> promovendo valores de respeito a direitos humanos; articulando atores sociais para levantamento de fundos para projetos sociais; e colaborando na formação de lideranças para condução de projetos de desenvolvimento sustentável local. 	4
5.5. Responsabilidade pelos Produtos e Serviços	<p>Descrição sobre as ações da empresa para prover segurança pessoal e proteção à saúde de clientes e consumidores, ao longo dos vários estágios do ciclo de vida de produtos e serviços, cobrindo:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> criação do conceito do produto ou serviço, desenvolvimento e fabricação e/ou entrega dos produtos/serviços, marketing e promoção, armazenagem e suprimento a intermediários ou consumidores finais, consumo e/ou utilização dos produtos/serviços, e destinação pós-consumo, reuso ou reciclagem. 	4
6. Alinhamento com Desafios e Oportunidades da Nova Economia	<p>Descrição sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> Promoção e/ou participa de debates internos sobre cenários futuros e seus possíveis impactos no meio ambiente, na sociedade e na economia; Consideração de tendências ligadas a sustentabilidade que podem redefinir o mercado da empresa ou modelo de negócios ex: novas tecnologias, materiais substitutos, mudanças na demografia, entre outros e discussão sobre a busca de soluções para o conflito entre crescimento e sustentabilidade (i.e. a impossibilidade de crescimento contínuo em um planeta de recursos finitos). Atenção a oportunidades da nova economia, como por exemplo, tecnologias que promovam redução drástica do uso de recursos naturais, que promovam negócios com inclusão social (ex: base da pirâmide); que valorem e incorporem externalidades socioambientais na precificação das matérias primas e insumos, entre outros. Ações para o aprimoramento e a implementação de políticas públicas favoráveis ao desenvolvimento sustentável. 	10
	TOTAL	100

Tabela 3: Critérios de avaliação que serão considerados para a Modalidade 2, respectivas descrições e pesos utilizados.

Critérios	Descrições	Pesos
1) Aspectos Gerais da Prática	<p>Indicação dentre outros aspectos gerais:</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. 	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 	20

3) Aspectos Inovadores Relacionados à Prática	Indicação das características inovadoras da prática que a diferenciam das práticas usuais de mercado, considerando a concepção/desenho da idéia, a metodologia de desenvolvimento e a implementação e eventuais patentes geradas e pesquisas acadêmicas produzidas.	15
4) Contribuição da prática para o desempenho da empresa	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 stakeholders; (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 ⁵ que melhoram a competitividade da empresa.	15
5) Resultados sociais e ambientais obtidos com a prática	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.	25
6) Gestão da Prática relatada	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.	10
7) Possibilidade de disseminação ou replicação	Indicação de como a empresa imagina que a prática poderia ser replicada por outras organizações e grau em que essa replicação seria possível.	10
TOTAL		100

34. Com base exclusiva no texto da empresa que relata o projeto, cada jurado atribuirá uma nota para cada critério de avaliação, de cujo conjunto se extrairá uma média ponderada por trabalho, segundo os pesos que correspondem aos vários critérios de avaliação, conforme as Tabelas 2 e 3, acima.

35. Cada jurado receberá um guia com instruções para orientar o processo de avaliação, uniformizando assim a aplicação dos critérios aos vários trabalhos concorrentes.

⁵ 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, 2006.



36. As notas dadas pelos jurados aos projetos passarão por um processo de auditoria por empresa renomada no setor, a ser divulgado em momento oportuno.

VII. Premiação

37. As empresas vencedoras em cada uma das categorias receberão o seguinte título:

Prêmio ECO® 2011 - ESTRATÉGIA. LIDERANÇA E INOVAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Identificação da Modalidade ou Categoria (Estratégia, Liderança e Inovação em Sustentabilidade; Sustentabilidade em Processos; Sustentabilidade em Produtos ou Serviços)

Qualificação do porte empresa (Grande ou Média/Pequena)

Nome da Empresa

38. A entrega dos troféus aos vencedores ocorrerá em cerimônia promovida em local, data e horário definidos pela coordenação do Prêmio.
39. A AMCHAM, de acordo com critérios que serão divulgados por ocasião da comunicação da relação de empresas vencedoras, poderá franquear a estas a utilização do selo do **Prêmio ECO®** em seus materiais de divulgação (incluindo embalagens de produtos). Cada empresa vencedora deverá, para isso, apresentar à AMCHAM, posteriormente à entrega do Prêmio, um plano de utilização do selo para sua apreciação e aprovação.
- O direito de uso do selo do **Prêmio ECO®** passará pela expressa permissão por parte da AMCHAM, após ter avaliado o uso que se dará ao selo.
 - A utilização do selo do **Prêmio ECO®** não é benefício automático conferido às empresas vencedoras e a AMCHAM reserva-se o direito de vetar sua utilização por parte da empresa caso entenda que a utilização do selo extrapole os critérios definidos.
40. A AMCHAM promoverá ampla divulgação do **Prêmio ECO®**, das empresas candidatas e, a critério próprio, do teor parcial ou integral dos trabalhos concorrentes, que será feita com exclusividade pelo Valor Econômico, sendo que tal divulgação poderá ser feita também, livremente, pelas empresas concorrentes, no que tange à sua participação.
41. A AMCHAM e o Valor Econômico se reservam o direito de difundir e publicar na íntegra ou em parte todos os trabalhos concorrentes, premiados ou não, bem como inserir e manter por tempo indeterminado os trabalhos inscritos, premiados ou não, em portais ou páginas de internet.
42. Todas as empresas participantes do **Prêmio ECO®** receberão, ao final, um certificado de participação.
- Os trabalhos que tenham sido considerados em não conformidade, nos termos deste Regulamento, não receberão certificado de participação.

VIII. Coordenação do Prêmio

43. A realização, desenvolvimento, premiação e divulgação do **Prêmio ECO®** serão de responsabilidade da AMCHAM, em coordenação com o Valor Econômico.



44. A AMCHAM, em coordenação com o Valor Econômico, reserva-se a prerrogativa de alterar este regulamento naquilo que julgar conveniente, sempre que necessário e no melhor espírito de contribuição para melhorias no Prêmio.
45. As questões não previstas neste Regulamento serão dirimidas pela diretoria da AMCHAM, com anuência da diretoria do Valor Econômico.