

Realização:



PLANO  
**mococa**  
2050

Apoio:

**Etec**  
Francisco Garcia  
Mococa

## **EDITAL PRÊMIO "JACINTHO PISANI" EDIÇÃO 2019**

### **DA APRESENTAÇÃO E OBJETIVOS**

A Associação Comercial e Industrial de Mococa em parceria com a Escola ETEC Francisco Garcia Mococa, realizará o presente concurso para premiação das empresas mocoquenses consideradas destaques em suas categorias conforme descrito neste edital.

O prêmio tem como missão valorizar e disseminar fundamentos da excelência para a melhoria da qualidade em gestão e o aumento de competitividade das organizações estabelecidas em Mococa.

O modelo adotado para a avaliação das empresas candidatas é inspirado no Prêmio Nacional de Qualidade (PNQ), realizado pela Fundação Nacional de Qualidade (FNQ) ([www.fnq.org.br](http://www.fnq.org.br)), não possuindo a pretensão do nível de complexidade e profundidade adotado por este.

A premiação leva o nome de Prêmio "Jacintho Pisani", homem considerado um ícone na história do Empreendedorismo de Mococa.

### **UM HOMEM CHAMADO JACINTHO PISANI**

Entre os numerosos descendentes de imigrantes italianos que se fixaram em Mococa, contribuindo de maneira expressiva para o desenvolvimento da cidade avulta a figura de Jacintho Pisani – filho de um modesto e austero trabalhador Pasqual Pisani, que veio em 1895 de São Vito, na Bela região da Toscana.

Em Mococa, numa tranquila rua da Vila Mariana, no dia 2 de janeiro de 1907, fruto da união matrimonial de Pasqual Pisani e Rosa D'Egídio Pisani, nasceu Jacintho Pisani.

Educado na nobilitante escola do trabalho, onde prevaleciam os metódicos e austeros costumes e a nobreza de caráter – que constituem o traço diferencial das famílias patriarcais - Jacintho Pisani realizou seus estudos básicos em nosso tradicional Grupo Escolar "Barão de Monte Santo" e no Liceu "Sagrado Coração de Jesus", em São Paulo. Frequentou também, durante algum tempo o curso do antigo Colégio Rosa, em Mococa. No Ginásio de Muzambinho, preparou-se para continuar seus estudos na Academia Mercúrio, em São Paulo, onde concluiu o curso de ciências contábeis.

Realização:



Apoio:



Solicitado pelos negócios do pai, voltou a Mococa, onde exerceu as mais variadas ocupações comerciais e empresariais, sempre se destacando pela capacidade de trabalho, pela eficiente ação administrativa, pela lealdade nas atitudes e pela grandeza de caráter – qualidades forjadas na austeridade de costumes e na escola do trabalho do velho Pasqual Pisani. Casou-se, em 1930, com Bruna Dal Rio Pisani, filha de Pedro Dal Rio, comerciante progressista que, a exemplo de Pasqual Pisani, identificou-se no amor pela Cidade que o acolheu. Desse casamento, registrara-se os filhos: Ana Rosa, Silvia e Maria Lúcia.

Jacinto Pisani, por suas excelsas qualidades humanas e profissionais, teve uma participação ativa na vida comunitária de Mococa, como comerciante, empresário e como cidadão. Começou sua vida de trabalho como comerciante de secos e molhados, conduzindo a Casa Pisani – estabelecimento comercial de tradição no comércio local. Nas atividades industriais, gerenciou a Usina de Beneficiamento de Algodão Irmãos Pisani e, a partir de 1946, a indústria Irmãos Nicola (em sociedade com Pedro Nicola), depois transformada na empresa Nicola Rome S/A.

Destacamos a nova dimensão dada a essa indústria por Jacinto Pisani: nela se projeta a figura do administrador de visão e planejador seguro, coordenando os trabalhos de uma briosa equipe, da qual sempre participaram seus irmãos e sobrinhos, fazendo da indústria uma das mais importantes da região.

Suas inegáveis qualidades de administrador competente e de homem de costumes austeros, aliados a sua nobreza de caráter, fizeram-no prefeito de Mococa.

Conduzindo os destinos da Cidade, como prefeito, deu-nos a exata dimensão do homem público capaz e realizador.

Constantemente solicitado, Jacinto Pisani teve sua vida vinculada a várias entidades e empreendimentos, todavia, sua extraordinária personalidade se completa no nobilitante trabalho de amor ao próximo, desprendimento e idealismo com que conduziu, como presidente, os trabalhos assistenciais do Asilo de Medicidade “Dr. Adolpho Coelho de Mattos Barretto”.

Jacinto Pisani, um homem honrado e bom, de coração generoso e alma pura, faleceu no dia 1º de janeiro de 1991. Deixou-nos um exemplo dignificante de vida como cidadão, como empresário e como homem público.

**Texto de Carlos Alberto Paladini, “Assim Nasceu Mococa”.**

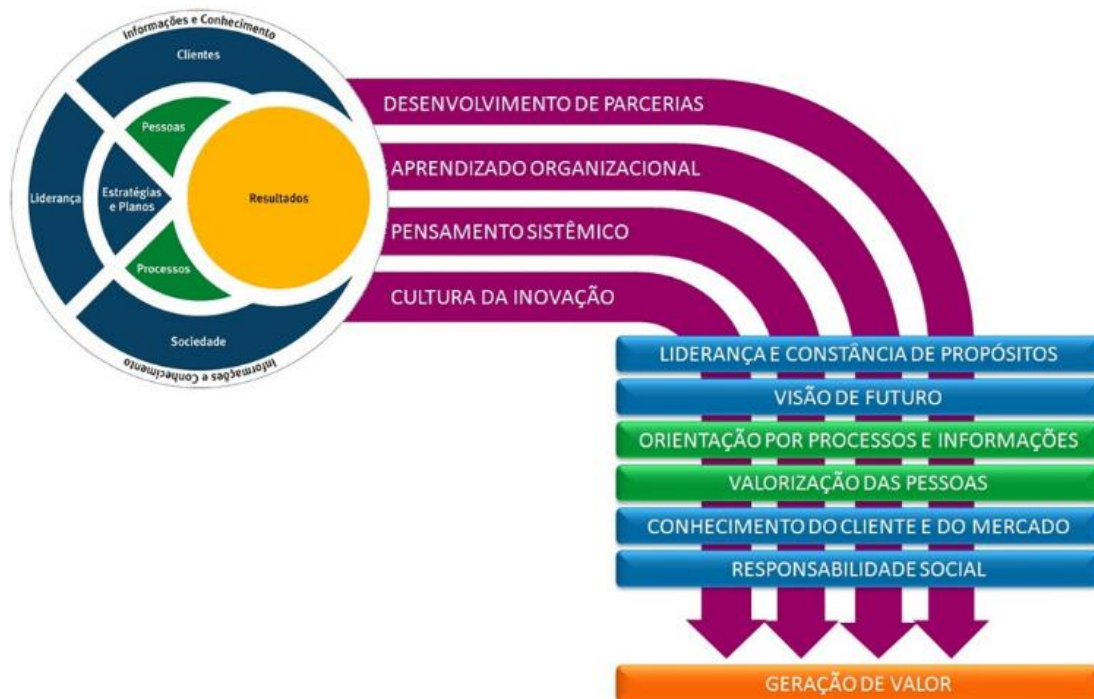
## **DAS CATEGORIAS E PREMIAÇÕES**

Serão premiadas as empresas que submeterem-se ao processo de avaliação, atendendo de forma harmônica e balanceada a todos os Fundamentos da Qualidade, avaliados pelos Critérios de Qualidade estipulado pelo presente regulamento, demonstrando excepcionais resultados no desempenho de sua gestão, podendo ser considerada como referencial de qualidade em quase todas as práticas e resultados. O Modelo de Excelência da Gestão (MEG) é baseado na experiência, conhecimento e trabalho de pesquisa de diversas organizações especialistas do Brasil e do exterior. O modelo é baseado em 11 fundamentos que são expressos em características tangíveis, mensuráveis quantitativa ou qualitativamente, por meio de ações gerenciais propostas na forma de questões e de solicitações de resultados. (Cadernos Compromisso com a Excelência: Fundação Nacional da Qualidade. São Paulo, 2008).

Abaixo segue a relação dos 11 fundamentos:

- 1) Pensamento sistêmico;
- 2) Aprendizado organizacional;
- 3) Cultura de inovação;
- 4) Liderança e constância de propósitos;
- 5) Orientação por processos e informações;
- 6) Visão de futuro;
- 7) Geração de valor;
- 8) Valorização de pessoas;
- 9) Conhecimento sobre o cliente e o mercado;
- 10) Desenvolvimento de parcerias;
- 11) Responsabilidade social.

Com o intuito de facilitar o entendimento de conteúdos relacionados no modelo, e reproduzir, de forma lógica, a condução de temas essenciais de uma organização, as questões são agrupadas em itens, e estes em critérios, que garantem à organização uma melhor compreensão de seu sistema gerencial, além de proporcionar uma visão sistêmica da gestão, do mercado e do cenário local ou global onde a empresa atua e se relaciona. Os critérios utilizados para colocar em prática os fundamentos são; Liderança; Estratégias e planos; Clientes; Sociedade; Informações e conhecimento; Pessoas; Processos; Resultados.



Fonte: [www.fnq.com.br](http://www.fnq.com.br) (A figura representativa dos critérios de avaliação simboliza a visão sistêmica da empresa)

Serão premiados por:

### 1) RECONHECIMENTO:

- Agronegócio;
- Comércio;
- Indústria;
- Serviços de turismo (bares, restaurantes, hotéis, pousadas, agências de viagens, transporte turístico);
- Serviços

### 2) RESPONSABILIDADE SOCIAL

### 3) INOVAÇÃO

## DO QUESTIONÁRIO DE AUTO AVALIAÇÃO

A empresa é considerada candidata ao Prêmio após o preenchimento do questionário de auto avaliação, que é composto por uma parte obrigatória e duas partes opcionais, conforme instruções para preenchimento do Questionário (Anexo II) e Folha de Respostas (Anexo III).

Este questionário de auto avaliação é baseado no Modelo de Excelência da Gestão® (MEG) da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ), adotado por inúmeras empresas, incluindo as já reconhecidas como "classe mundial" e as que estão caminhando nessa direção.

A adoção do MEG faz com que a empresa obtenha:

- Melhorias em processos e produtos;
- Foco em resultados;
- Aumento da produtividade e, conseqüentemente, de sua competitividade; aumento da credibilidade da empresa e o reconhecimento público;
- Maior flexibilidade frente às mudanças;
- Melhores condições de atingir e manter um melhor desempenho;
- Identificação de pontos fortes e oportunidades para melhoria;
- Permite um diagnóstico objetivo e a medição do grau de maturidade da gestão;
- Promoção de cooperação interna e;
- Maior compartilhamento de informações.

O Questionário de Auto avaliação permite um diagnóstico objetivo e a medição do grau de maturidade da gestão com base no Modelo de Excelência da Gestão® (MEG).

## **DO CRONOGRAMA**

As empresas que tiverem interesse em participar do presente concurso, deverão entrar em contato diretamente com a ACI Mococa, através do telefone 19 3666-6600 ou email: mococa2050@acimococa.com.br (Falar com Kelly Simão).

Será enviado para preenchimento a Ficha de Inscrição (Anexo I), o Questionário de Auto Avaliação (Anexo II) e a Folha de Respostas (Anexo III), que deverão ser preenchidos e enviados para a ACI até o dia 20/09/2019.

Os questionários serão avaliados e pontuados pela comissão formada pelos alunos e professores da escola parceira, que farão um ranking conforme a pontuação recebida.

As três empresas que receberem a maior pontuação de cada categoria, receberão visitas técnicas, de 01 a 15/10/2019, aonde serão avaliadas e confirmadas as respostas ofertadas no questionário respondido.

Caso sejam verificadas inconsistências, as empresas poderão perder pontos.

Após a visita técnica a comissão criada fará nova avaliação dos resultados, sendo certo que o resultado final será apresentado no jantar a ser realizado no dia 25/10/2019 no Vale Imperial II a partir das 20h na cidade de Mococa-SP.

Realização:



PLANO  
**mococa**  
2050

Apoio:

**Etec**  
Francisco Garcia  
Mococa

## **DOS REQUISITOS PARA PARTICIPAÇÃO**

Poderão se inscrever para o prêmio qualquer empresa que possua CNPJ constituído na cidade de Mococa com pelo menos um ano fiscal, exceto empresas enquadradas como MEIs.

O CNAE da empresa inscrita deve estar de acordo com a categoria escolhida.

## **DA CANDIDATURA**

### **PASSO 1:**

A candidatura é formalizada por meio do preenchimento do Formulário de Inscrição que contém os seguintes elementos: dados gerais da empresa, concordância com os critérios de avaliação e compromisso de idoneidade das informações, bem como cópia do CNPJ para comprovação do CNAE.

### **PASSO 2:**

O formulário de Auto Avaliação deverá ser preenchido e enviado a ACI de modo físico ou on line, via email: [mococa2050@acimococa.com.br](mailto:mococa2050@acimococa.com.br), até o dia 20/09/2019.

### **PASSO 3:**

As três empresas finalistas de cada categoria receberão a visita da comissão para avaliação das respostas ofertadas no formulário de avaliação.

Em caso de empate, as empresas serão classificadas por meio dos seguintes elementos, na seguinte ordem de critérios:

1. Maior número de funcionários;
2. Tempo de funcionamento na cidade;
3. Número de filiais em outra cidade;
4. Número de filiais na cidade.

**PASSO 4:** As três empresas com as maiores pontuações, serão comunicadas que são finalistas e deverão comparecer obrigatoriamente ao jantar de premiação para que seja declarada a empresa vencedora por categoria.

## **DAS RESPONSABILIDADES**

A empresa que se inscrever é ciente que as respostas do questionário deverão ser as mais sinceras possíveis, sob pena de desclassificação, caso verificada alguma não conformidade.

Realização:



Apoio:



A empresa participante também neste ato autoriza que seja divulgado em mídias e redes sociais que a empresa está inscrita e é finalista ao prêmio, bem como se vencedora, autoriza a divulgação do resultado.

Fica neste ato ciente ainda, que a empresa deverá autorizar e dar acesso à comissão para visita técnica, respeitando as normas internas de segurança, sendo que o não cumprimento deste item invalidará a sua participação.

A empresa também é ciente que **deverá estar presente no jantar no dia 25 de Outubro de 2019 para a premiação**, sendo obrigatória a presença de pelo menos um representante, sob pena de desclassificação da finalista.

A empresa autoriza a criação de um vídeo institucional pelos alunos para apresentação no dia da entrega do prêmio, sendo certo que o vídeo será criado em parceria e deverá ser aprovado pela empresa participante antes de sua veiculação.

#### **DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

Os nomes das Candidatas, os comentários e as informações sobre a pontuação obtida durante o processo de avaliação são considerados sigilosos e, portanto, tratados de forma confidencial. As informações estarão disponíveis somente para os diretamente envolvidos nos processos de avaliação das Candidatas.

O não cumprimento de qualquer dos itens presentes neste edital poderá acarretar a desclassificação da empresa.

Em caso de ocorrência de alguma situação não prevista em edital, a mesma deverá ser analisada pela Diretoria Executiva da Associação Comercial e Industrial de Mococa, que emitirá parecer final sobre o tema.

Mococa, 19 de agosto de 2019.

**Mauricio Masili**  
**Presidente ACI**

**Maria Helena Moreira Morellin**  
**ETEC Francisco Garcia - Mococa**

Realização:



Apoio:



## ANEXO I - FICHA DE INSCRIÇÃO

Preencha a ficha de inscrição e a envie, juntamente com a folha de respostas deste questionário, para a sede da Associação Comercial e Industrial de Mococa ou através do e-mail [mococa2050@acimococa.com.br](mailto:mococa2050@acimococa.com.br), até 20/09/2019.

### DADOS DA EMPRESA

Razão social: \_\_\_\_\_

Nome fantasia: \_\_\_\_\_

### TIPO DE EMPREENDIMENTO:

Empresa com CNPJ nº: \_\_\_\_\_

Produtor rural - Fornecer pelo menos 1 opção dentre os registros abaixo:

CNPJ: \_\_\_\_\_ Inscrição Estadual: \_\_\_\_\_

DAP: \_\_\_\_\_ Registro no Ministério da Pesca: \_\_\_\_\_

NIRF (Número de inscrição do imóvel rural): \_\_\_\_\_

Data da abertura da empresa: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Número de colaboradores: \_\_\_\_\_

CNAE Fiscal (completo): \_\_\_\_\_

Tamanho da propriedade (hectare): \_\_\_\_\_

### DESCREVA SUA PRINCIPAL ATIVIDADE ECONÔMICA:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Endereço (Rua, Av.): \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

Bairro: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_

Telefone fixo: ( ) \_\_\_\_\_ Celular: ( ) \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

O e-mail é a principal forma de contato, por isso a importância de mantê-lo atualizado.

### FATURAMENTO ANUAL

0,01 a 360.000,00 - Microempresa

360.001,00 a 4.800.000,00 - Empresa de Pequeno Porte

acima de 4.800.000,00 - Médias e Grandes Empresas

### CATEGORIA:

Agronegócio

Indústria

Comércio

Serviços

Serviços de Turismo



Realização:



Apoio:



Você deseja concorrer ao Destaque de Boas Práticas de Responsabilidade Social? Sim  Não

Você deseja concorrer ao Destaque de Boas Práticas de Inovação? Sim  Não

#### DADOS DO PRINCIPAL CONTATO DA EMPRESA

Nome completo: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ RG / Órgão emissor: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

Bairro: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_

Telefone fixo: ( ) \_\_\_\_\_ Celular: ( ) \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Data de nascimento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Sexo: Feminino  Masculino

Nome da mãe: \_\_\_\_\_

#### Nível de escolaridade:

- Sem Formação  Ensino Médio incompleto  Superior completo  Mestrado  
 Ensino Fundamental incompleto  Ensino Médio completo  Especialização  Doutorado  
 Ensino Fundamental completo  Superior incompleto

1) Sua empresa faz parte de algum grupo econômico, cuja gestão seja compartilhada ou que tenha empresas coligadas, cujo principal líder seja o mesmo? Sim  Não

2) Sua empresa é uma fundação ou associação ou ONG ou OSCIP? Sim  Não

3) O domicílio fiscal de sua empresa está no mesmo Estado de sua inscrição no prêmio? Sim  Não

4) Os donos ou sócios da empresa são empregados, prestadores de serviço, têm relação de parentesco com os promotores do Prêmio ou têm acesso a informações privilegiadas sobre o processo de avaliação deste Prêmio? Sim  Não

5) Sua empresa tem pelo menos 1 ano fiscal desde sua abertura? Sim  Não

#### TESTE: AUTOAVALIAÇÃO SIMPLIFICADA DA GESTÃO

Responda as questões abaixo (SIM ou NÃO) e obtenha uma visão geral da gestão de sua empresa.

Questão	Sim	Não
1. Os dirigentes têm clareza do que a empresa deverá ser no futuro?		
2. Existem ações definidas para alcançar o que a empresa quer ser no futuro?		
3. As necessidades dos clientes são conhecidas e atendidas?		
4. As receitas e despesas são controladas para garantir a permanência da empresa no mercado?		

Cada resposta SIM equivale a 10 pontos. Some a quantidade de respostas SIM marcadas e verifique o resultado e um breve comentário para sua empresa na página 61 deste questionário.

**Concordo com os critérios de avaliação apresentados e comprometo-me a fornecer informações verídicas e idôneas.**

( ) Aceito

( ) Não aceito

**Responsável Legal:** \_\_\_\_\_

**Nome:** \_\_\_\_\_ **DATA:** \_\_/\_\_/2019

Realização:



PLANO  
mococa  
2050

Apoio:

Etec  
Francisco Garcia  
Mococa

## ANEXO II – QUESTIONÁRIO DE AUTO AVALIAÇÃO

Empresa: \_\_\_\_\_ Data: \_\_/\_\_/2019

Responsável pelo preenchimento: \_\_\_\_\_

### Instruções para o preenchimento

O questionário de auto avaliação será dividido em três partes;

**Parte I – Gestão da Empresa.** É composto por 37 questões de múltipla escolha. Para algumas questões de 1 a 31 se a opção escolhida for (c) ou (d), é obrigatória a apresentação de informações adicionais sobre as práticas de gestão de sua empresa, que deverão ser descritas na Folha de Respostas.

**Parte II – Práticas de Responsabilidade Social.** Essa parte é **OPCIONAL** e é indicada para as empresas que tenham ações estruturadas, voltadas à preservação do meio ambiente e ao desenvolvimento da comunidade em que estão inseridas. São perguntas de múltipla escolha e abertas, nas quais o respondente poderá assinalar e detalhar as ações existentes.

**Parte III – Destaque Inovação.** Essa parte também é **OPCIONAL** e é indicada para as empresas que tenham ações estruturadas, voltadas ao constante aprimoramento de seus produtos, serviços, processos e modelo de gestão. São perguntas de múltipla escolha, nas quais o respondente poderá assinalar e detalhar as ações existentes. Normalmente, a própria leitura e a reflexão sobre as perguntas apresentadas já conduzem a melhorias na gestão da empresa.

## LIDERANÇA

Este critério analisa como os dirigentes exercem a liderança na empresa. Verifica a formulação da missão e sua comunicação aos colaboradores, além do compartilhamento de informações da empresa e o incentivo ao comportamento ético. Observa o desenvolvimento gerencial dos dirigentes, a aplicação dos conhecimentos adquiridos na gestão da empresa e a análise do desempenho do negócio. Analisa também como são promovidas inovações.

**1 A MISSÃO DA EMPRESA ESTÁ DEFINIDA E É CONHECIDA PELOS COLABORADORES?** A Missão da empresa formaliza a razão de sua existência, define por que ela existe. Usualmente, a Missão é estabelecida pelos dirigentes no momento da criação da empresa e pode ser revista sempre que necessário. O registro sob a forma escrita e a comunicação da Missão aos colaboradores contribuem para que todos conheçam, compartilhem e persigam os mesmos ideais, potencializando a contribuição de cada um na empresa.

### JUSTIFICATIVAS

Apresentar a Missão da empresa e os meios utilizados para a sua comunicação aos colaboradores.

- a. A Missão não está definida.
- b. A Missão está definida informalmente, sendo do conhecimento apenas dos dirigentes.
- c. A Missão está definida e registrada sob a forma escrita e é conhecida e entendida por alguns colaboradores.
- d. A Missão está definida e registrada sob a forma escrita e é conhecida e entendida por todos os colaboradores.

**2 O COMPORTAMENTO ÉTICO É INCENTIVADO PELOS DIRIGENTES NAS RELAÇÕES INTERNAS E EXTERNAS?**

O comportamento ético na empresa significa a transparência nas suas relações, o respeito aos clientes, colaboradores e fornecedores da empresa, a prática da honestidade e a resistência a qualquer tipo de assédio e atos de corrupção. Para tanto, é necessário que sejam estabelecidas regras claras para promover e assegurar o comportamento ético, tanto nas relações internas, entre colaboradores e dirigentes, quanto nas relações externas, entre colaboradores, dirigentes, clientes, fornecedores e a comunidade. O comportamento ético, considerado como um dos valores da empresa, destaca a importância da ética para os dirigentes e colaboradores na condução de suas atividades na empresa.

- a. Não existem regras para assegurar o comportamento ético.
- b. O comportamento ético é promovido por meio de regras informais.
- c. O comportamento ético está definido em regras escritas.
- d. O comportamento ético está definido em regras escritas, que são conhecidas e praticadas por todos os dirigentes e colaboradores.

**3 O DESEMPENHO DA EMPRESA É ANALISADO PELOS DIRIGENTES?** A análise do desempenho da empresa visa identificar se seus objetivos e metas estão sendo cumpridas. Esta análise é de responsabilidade dos dirigentes e deve ser feita sistematicamente com a utilização de informações que demonstrem o desempenho da empresa em relação aos aspectos financeiros, da produção, das vendas, dos clientes, dos colaboradores, dos fornecedores.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar a periodicidade da análise de desempenho, os participantes e exemplos de informações utilizadas na análise.

- a. Não é feita a análise do desempenho da empresa.
- b. A análise do desempenho da empresa é feita ocasionalmente, com foco principalmente no desempenho financeiro.
- c. A análise do desempenho da empresa é feita regularmente, mas de forma restrita a alguns aspectos, como, por exemplo, financeiro, vendas, atendimento e produção.
- d. A análise do desempenho da empresa é feita regularmente, inclui aspectos abrangentes ao negócio como, por exemplo, financeiro, vendas, clientes, colaboradores, fornecedores, produção e uso de alguns indicadores e metas.

**4 OS DIRIGENTES COMPARTILHAM INFORMAÇÕES COM OS COLABORADORES?** O compartilhamento de informações com os colaboradores, tais como metas, objetivos, estratégias e resultados, têm como finalidade desenvolver um sentimento coletivo de pertencer a um grupo de pessoas que perseguem os mesmos ideais e objetivos, potencializando a contribuição de cada um. Quando todos os colaboradores entendem quais são os objetivos da empresa e acompanham os resultados obtidos rumo ao seu cumprimento, a produtividade, o comprometimento e o envolvimento dos colaboradores aumentam significativamente.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os meios utilizados para compartilhar as informações com os colaboradores e tipos de informações.

- a. As informações não são compartilhadas com os colaboradores.
- b. O compartilhamento de informações com os colaboradores ocorre esporadicamente.
- c. O compartilhamento de informações com os colaboradores ocorre regularmente e abrange alguns colaboradores.
- d. O compartilhamento de informações com os colaboradores ocorre regularmente e abrange todos os colaboradores.

**5 OS DIRIGENTES INVESTEM EM SEU DESENVOLVIMENTO GERENCIAL E APLICAM OS CONHECIMENTOS ADQUIRIDOS NA EMPRESA?** Os investimentos no desenvolvimento gerencial dos dirigentes contribuem para a ampliação da capacidade destes em gerenciar a empresa e promover o crescimento e manutenção no mercado de atuação.

- a. Os dirigentes não investem em seu desenvolvimento gerencial.
- b. Os dirigentes investem esporadicamente em seu desenvolvimento gerencial, mas não aplicam os conhecimentos adquiridos na empresa.
- c. Os dirigentes investem esporadicamente em seu desenvolvimento gerencial, e aplicam os conhecimentos adquiridos na empresa.
- d. Os dirigentes investem regularmente em seu desenvolvimento gerencial, e aplicam os conhecimentos adquiridos na empresa.

- 6 A BUSCA DE INFORMAÇÕES PARA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO INCLUEM AS FONTES EXTERNAS E OS COLABORADORES SÃO INCENTIVADOS A APRESENTAREM IDEIAS QUE PODEM SE CONVERTER EM INOVAÇÕES?** É importante estar atento e se antecipar às tendências sobre o que pode passar a influenciar os negócios. Novos conhecimentos podem ser buscados a partir dos relacionamentos com universidades, centros de pesquisa, associações e nas redes virtuais, como também diretamente com os clientes e fornecedores. Além disto, a criação de um ambiente em que os colaboradores conversam sobre melhorias no trabalho e são incentivados a estudar, compartilhar dados, informações e conhecimentos relacionadas ao que a empresa poderia fazer de novas maneiras facilita o surgimento de ideias criativas e ações projetadas para a implementação das inovações.

**IMPORTANTE**

Se a empresa estimula formalmente a inovação de seus produtos, serviços, processos ou sua gestão, e gostaria de participar também do "Destaque de Inovação", deverá preencher também a parte IV deste questionário.

- a. Não são buscadas informações externas e nem há estímulo ao surgimento de ideias criativas entre os colaboradores.
- b. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos eventualmente nos relacionamentos externos e internamente os colaboradores são incentivados informalmente a apresentarem ideias que podem se converter em inovações.
- c. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos regularmente nos relacionamentos externos e internamente os colaboradores são incentivados formalmente a apresentarem ideias que podem se converter em inovações.
- d. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos regularmente nos relacionamentos externos e internamente os colaboradores são incentivados formalmente a apresentarem ideias que podem se converter em inovações, existindo pelos menos um exemplo de inovação implementada a partir dessas informações.

**ESTRATÉGIAS E PLANOS**

Este critério analisa o processo de definição das estratégias e planos. Considera a formulação da Visão de Futuro e sua comunicação aos colaboradores. Observa a definição das estratégias para o cumprimento da visão definida, o estabelecimento de indicadores e metas para assegurar a implementação das estratégias, bem como os planos de ação para assegurar o cumprimento das metas associadas aos indicadores.

- 7 A VISÃO DA EMPRESA ESTÁ DEFINIDA E É CONHECIDA PELOS COLABORADORES?** A Visão da empresa estabelece onde ela deseja estar num futuro definido. É a expressão do que os dirigentes esperam da empresa e constitui a base para a definição de suas estratégias. A Visão permite estabelecer os objetivos estratégicos a serem atingidos no futuro. A comunicação da Visão aos colaboradores tem como finalidade contribuir para que todos compartilhem e persigam os mesmos ideais, potencializando a contribuição de cada um na empresa.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar a Visão da empresa e os meios utilizados para a sua comunicação aos colaboradores.

- a. A Visão não está definida.
- b. A Visão está definida informalmente, sendo de conhecimento apenas dos dirigentes.
- c. A Visão está registrada sob a forma escrita e é conhecida por alguns colaboradores.
- d. A Visão está registrada sob a forma escrita e é conhecida por todos os colaboradores.

**8 AS ESTRATÉGIAS QUE PERMITEM ALCANÇAR OS OBJETIVOS DA EMPRESA ESTÃO DEFINIDAS?** As estratégias são os caminhos que devem ser percorridos pela empresa para cumprir seus objetivos. A definição das estratégias tem como objetivo estabelecer a maneira como a empresa vai cumprir a sua Missão, no presente e alcançar os objetivos no futuro (Visão). Na definição das estratégias, é importante considerar informações externas à empresa, relativas a clientes, mercado, fornecedores e comunidades; e informações internas, relativas aos colaboradores e à capacidade da empresa de prestar serviços, produzir e vender, garantindo, dessa maneira, sua competitividade e continuidade no mercado.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar as estratégias da empresa e os tipos de informações externas e internas analisadas no processo de planejamento.

- a. As estratégias não estão definidas.
- b. As estratégias estão definidas informalmente e com uso restrito de informações internas e externas.
- c. As estratégias estão definidas informalmente, mas são consideradas informações internas e externas relacionadas ao negócio.
- d. As estratégias, abrangentes aos principais aspectos do negócio, estão definidas formalmente, por meio de método que considera a análise de informações internas e externas.

**9 OS INDICADORES E METAS RELACIONADOS ÀS ESTRATÉGIAS ESTÃO ESTABELECIDOS?** Para cada estratégia é necessário estabelecer um indicador que permitirá, por meio de avaliações quantitativas, o acompanhamento da sua implementação e o seu alcance. As metas definidas para cada indicador permitem estabelecer níveis de resultados esperados e necessários para o bom desempenho da empresa e para o acompanhamento da implementação das estratégias. Esses indicadores e suas respectivas metas são utilizados na análise do desempenho da empresa e devem ser comunicados a todos os colaboradores.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar os indicadores e as metas definidos no planejamento.

- a. Não existem indicadores relacionados às estratégias.
- b. Os indicadores são estabelecidos para algumas estratégias, mas não existem metas relacionadas a esses indicadores.
- c. Os indicadores e suas respectivas metas são estabelecidos para algumas estratégias.
- d. Os indicadores e suas respectivas metas são estabelecidos para as principais estratégias e são comunicados aos colaboradores.

**10 OS PLANOS DE AÇÃO, VISANDO ALCANÇAR AS METAS DA EMPRESA RELACIONADAS ÀS ESTRATÉGIAS, ESTÃO DEFINIDOS?** Os planos de ação são uma ferramenta de planejamento que definem as ações que devem ser realizadas para a efetiva implementação de cada estratégia, os responsáveis pelas ações, os prazos para implementação e outras informações, permitindo o controle do cumprimento das metas da empresa.

- a. Não existem planos de ação visando alcançar as metas da empresa relacionadas às estratégias.
- b. As ações são definidas informalmente para o alcance de algumas metas da empresa relacionadas às estratégias.
- c. Planos de ação são estabelecidos para o alcance das principais metas da empresa relacionadas às estratégias.
- d. Planos de ação são estabelecidos para o alcance das principais metas da empresa relacionadas às estratégias, e são acompanhados regularmente.

## CLIENTES

Este critério analisa as práticas de gestão da empresa em relação a seus clientes atuais e potenciais. Verifica o conhecimento das necessidades e expectativas dos clientes e sua identificação e agrupamento em relação a esses aspectos. Observa a divulgação dos produtos/serviços aos clientes atuais e potenciais e analisa o relacionamento com estes, por meio do tratamento das reclamações, da avaliação da sua satisfação e utilização dessas informações para a fidelização dos clientes atuais e captação de novos clientes.

**11 OS CLIENTES SÃO AGRUPADOS E SUAS NECESSIDADES E EXPECTATIVAS SÃO IDENTIFICADAS?** O agrupamento dos clientes tem por objetivo estabelecer os grupos de clientes com características similares, possibilitando a adequação dos serviços para cada grupo. O agrupamento pode ser feito observando critérios tais como, idade, sexo, porte, localização, setor de atividade e outros de acordo com os critérios mais apropriados ao negócio. A identificação e compreensão das necessidades e expectativas dos grupos de clientes visa obter as informações necessárias para a definição de produtos e serviços que incorporem as características mais relevantes para estes.

### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os principais grupos de clientes e suas necessidades.

- a. Não há nenhum tipo de agrupamento dos clientes
- b. Os clientes não são agrupados e a identificação das suas necessidades é feita de forma intuitiva.
- c. Os clientes são agrupados e as necessidades e expectativas destes grupos são identificadas informalmente por meio de informações obtidas dos clientes.
- d. Os clientes são agrupados e as necessidades e expectativas destes grupos são identificadas formalmente por meio de informações obtidas dos principais grupos de clientes.

**12 OS PRODUTOS E SERVIÇOS SÃO DIVULGADOS AOS CLIENTES?** A divulgação dos produtos tem a finalidade de despertar o interesse dos clientes atuais e potenciais pelos produtos e serviços da empresa. A efetividade da divulgação é alcançada, quando a seleção dos meios de comunicação levam em consideração as particularidades de cada um dos grupos de clientes definidos pela empresa.

- a. Os produtos e serviços não são divulgados aos clientes.
- b. Os produtos e serviços são divulgados sem considerar os diferentes grupos de clientes.
- c. Os produtos e serviços são divulgados considerando os diferentes grupos de clientes.
- d. Os produtos e serviços são divulgados considerando os diferentes grupos de clientes e utilizando meios adequados para assegurar a efetividade desta comunicação.

**13 AS RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES SÃO REGISTRADAS E TRATADAS?** Quando ocorre uma reclamação é necessário que a empresa registre-a e a trate adequadamente, de forma a garantir a satisfação e a continuidade da utilização dos produtos e serviços pelos clientes. O tratamento das reclamações consiste na pronta solução do problema junto ao cliente e, posteriormente, na identificação das suas causas e eliminação por meio de ações apropriadas, evitando a repetição. As reclamações corretamente tratadas podem contribuir para a fidelização dos clientes.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os canais de comunicação disponibilizados aos clientes para receber as reclamações.

- a. Não são disponibilizados canais de comunicação para os clientes apresentarem suas reclamações.
- b. As reclamações recebidas não são registradas e são tratadas ocasionalmente.
- c. As reclamações recebidas são registradas e tratadas regularmente.
- d. As reclamações recebidas são registradas e tratadas regularmente, e o cliente é informado da solução dada à sua reclamação.

**14 A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES É AVALIADA?** A avaliação da satisfação dos clientes tem por objetivo mensurar sua percepção sobre a empresa e seus produtos, e identificar oportunidades para melhoria. A análise dos resultados e a tomada de ações proporcionarão o aumento da satisfação dos clientes e consequente fidelização.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar a periodicidade e o método de avaliação da satisfação dos clientes.

- a. A satisfação dos clientes não é avaliada.
- b. A satisfação dos clientes é avaliada eventualmente e de forma intuitiva.
- c. A satisfação dos clientes é avaliada periodicamente por meio de método formal para alguns dos grupos de clientes.
- d. A satisfação dos clientes é avaliada periodicamente por meio de método formal para os principais grupos de clientes.



**15 AS INFORMAÇÕES OBTIDAS DOS CLIENTES SÃO ANALISADAS E UTILIZADAS PARA INTENSIFICAR A SUA FIDELIDADE E CAPTAR NOVOS?** Conquistar novos clientes custa muito mais caro do que manter clientes já existentes. Assim, a busca da fidelidade dos clientes atuais é economicamente mais interessante. Embora a satisfação apenas não seja suficiente para garantir a fidelidade do cliente, ela já é um bom indicio de sua lealdade, pois não é comum que um cliente insatisfeito volte a comprar. As informações obtidas dos clientes atuais por meio, por exemplo, da identificação de suas necessidades, avaliação de sua satisfação e das reclamações, também são de grande importância para traçar estratégias para captar novos clientes no mercado.

- a. As informações obtidas dos clientes não são analisadas.
- b. As informações obtidas são analisadas ocasionalmente para fidelizar os clientes atuais.
- c. As informações obtidas são analisadas e utilizadas regularmente para fidelizar os clientes atuais.
- d. As informações obtidas dos clientes são utilizadas regularmente na fidelização dos clientes atuais e captação de novos.

## SOCIEDADE

Este critério analisa as práticas de gestão da empresa em relação à sociedade no atendimento às exigências legais, aspectos ambientais e sociais. Observa a identificação e o tratamento dos impactos ao meio ambiente, provocados pelos produtos, serviços e atividades da empresa, bem como de suas próprias instalações. Observa também o cumprimento das exigências legais, incluindo os aspectos ambientais, e o comprometimento com a comunidade, por meio do desenvolvimento voluntário de ações ou projetos sociais, com envolvimento, também voluntário, de seus dirigentes e colaboradores.

**16 AS EXIGÊNCIAS LEGAIS NECESSÁRIAS PARA O FUNCIONAMENTO DA EMPRESA SÃO CONHECIDAS E MANTIDAS ATUALIZADAS?** Para a atuação correta e ética da empresa na sociedade é necessário que ela atenda às exigências legais aplicáveis, incluindo os aspectos ambientais. As exigências legais estão contidas nas leis, decretos, regulamentos e outros instrumentos existentes e aplicáveis aos produtos, serviços, instalações e operações da empresa, e são de cumprimento obrigatório. As exigências legais são dinâmicas, isto é, são alteradas e atualizadas continuamente. Dessa forma, precisam ser mantidas atualizadas pela empresa.

### JUSTIFICATIVAS

Listar as exigências legais relacionadas ao negócio, incluindo as ambientais.

- a. As exigências legais aplicáveis à empresa não são conhecidas.
- b. Algumas exigências legais aplicáveis à empresa são conhecidas, mas não são mantidas atualizadas.
- c. As exigências legais aplicáveis à empresa são conhecidas, mas não são mantidas atualizadas.
- d. As exigências legais aplicáveis à empresa são conhecidas e mantidas atualizadas.

**17 OS IMPACTOS NEGATIVOS CAUSADOS PELA EMPRESA AO MEIO AMBIENTE SÃO CONHECIDOS E TRATADOS?**

A atividade empresarial provoca danos ao meio ambiente. É importante que a empresa conheça estes impactos e atue de forma a minimizar seus efeitos, como resposta à crescente vigilância da sociedade sobre as questões ambientais. Este processo implica na avaliação do desempenho ambiental da empresa como um todo, desde o seu processo produtivo às rotinas de escritório, avaliando, em especial, a quantidade e qualidade daquilo que entra e daquilo que sai da empresa no exercício de suas atividades, tais como, energia, água, matéria-prima, resíduos sólidos, poluição etc.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar os principais impactos negativos, tais como energia, água, matéria-prima, resíduos sólidos e poluição, causados pelas atividades da empresa ao meio ambiente e ações de tratamento adotadas.

- a. Os impactos negativos ao meio ambiente não são conhecidos.
- b. Os impactos negativos ao meio ambiente não são conhecidos, mas algumas ações são adotadas de modo a evitar prejuízos ao meio ambiente.
- c. Os impactos negativos ao meio ambiente são conhecidos e alguns são tratados por meio de ações adequadas.
- d. Os impactos negativos ao meio ambiente são identificados e alguns são tratados de forma planejada por meio de ações adequadas.

**18 A EMPRESA DEMONSTRA SEU COMPROMETIMENTO COM A COMUNIDADE POR MEIO DE AÇÕES OU PROJETOS SOCIAIS?**

Toda empresa influencia, positiva ou negativamente, a comunidade na qual está inserida e atua. Essa comunidade tem necessidades e expectativas que podem ser atendidas pela empresa de forma voluntária, motivando e envolvendo seus colaboradores nessas atividades. O atendimento à comunidade pode ser feito por meio de ações ou projetos sociais e podem contribuir para o desenvolvimento tanto local quanto regional.

Quando essas ações/projetos envolvem os colaboradores estimula o exercício da cidadania e a responsabilidade social individual. Ao incluir a Responsabilidade Social nas estratégias e planos, a empresa agrega valor ao produto e ao serviço, consolida ou reforça a marca/imagem, fortalece a negociação com fornecedores, fideliza clientes, contribui para o aumento da receita e da lucratividade, motiva colaboradores e traz benefícios sociais.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar as principais ações e projetos sociais desenvolvidos pela empresa.

**IMPORTANTE**

Se a empresa tem projetos sociais, e gostaria de participar também do "Destaque de Responsabilidade Social", deverá preencher também a parte III deste questionário.

- a. Não são realizadas ações ou projetos sociais.
- b. A empresa participa ou realiza ações ou projetos sociais esporadicamente.
- c. A empresa participa ou realiza ações ou projetos sociais regularmente com envolvimento dos colaboradores.
- d. A responsabilidade social faz parte das estratégias e planos da empresa e as ações ou projetos contam com o envolvimento dos colaboradores.

**INFORMAÇÕES E CONHECIMENTO**

Este critério analisa as informações necessárias à execução das atividades da empresa e à tomada de decisão. Observa como o conhecimento adquirido pelas pessoas, na execução de suas atividades, é compartilhado entre os dirigentes e colaboradores, assegurando o domínio das técnicas no seu setor de negócios. Verifica também a utilização de informações comparativas na análise do desempenho.

**19 AS INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS PARA O PLANEJAMENTO, A EXECUÇÃO E ANÁLISE DAS ATIVIDADES E PARA A TOMADA DE DECISÃO ESTÃO DEFINIDAS E DISPONIBILIZADAS AOS COLABORADORES?** As informações obtidas dentro e fora da empresa são importantes para a execução das atividades, a análise dos resultados e a tomada de decisão. Os sistemas de informações da empresa organizam a apresentação e a distribuição das informações para todos os colaboradores. A disponibilização das informações aos colaboradores tem como finalidade permitir que as atividades sejam executadas corretamente e continuamente.

A segurança das informações inclui os cuidados quanto à sua atualização, confidencialidade contra o uso indevido e integridade (qualidade e autenticidade da informação recebida, armazenada e distribuída).

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar as principais informações utilizadas, os meios para disponibilização para os colaboradores e mecanismos de segurança.

- a. As informações não estão definidas.
- b. Algumas informações para o planejamento, análise e execução das atividades para a tomada de decisão estão definidas.
- c. As principais informações para o planejamento, análise e execução das atividades para a tomada de decisão estão definidas e são disponibilizadas para os colaboradores.
- d. As informações para o planejamento, análise e execução das atividades para a tomada de decisão estão definidas, disponibilizadas para os colaboradores, organizadas em sistemas de informações e são utilizados mecanismos de segurança para proteção das mesmas.

**20 O COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO É PROMOVIDO?** O compartilhamento do conhecimento é necessário para manter na empresa os conhecimentos adquiridos pelos colaboradores. Quando os colaboradores compartilham seu conhecimento, este fica mantido internamente, não sendo perdido no momento do desligamento. É necessário incentivar os colaboradores a compartilharem suas experiências e aprendizados. São diversos os meios que podem ser utilizados para o compartilhamento do conhecimento, tais como: repasses de treinamentos realizados; reuniões para discussão de lições aprendidas; apresentação de melhorias para os demais colaboradores, entre outros. O conhecimento também pode ser registrado em papel ou em meio eletrônico, o que permite sua disponibilização para todas as pessoas na empresa e sua futura utilização.

- a. Não existem ações para promover o compartilhamento do conhecimento.
- b. Os colaboradores são incentivados a compartilhar o conhecimento adquirido.
- c. Os colaboradores compartilham o conhecimento adquirido, por meio de métodos formalizados.
- d. Os colaboradores compartilham o conhecimento adquirido, por meio de métodos formalizados e este conhecimento é registrado.

**21 SÃO PROMOVIDAS MELHORIAS NAS PRÁTICAS DE GESTÃO?** A melhoria das práticas de gestão tem o objetivo de torná-las mais eficientes e eficazes. Por meio de avaliações sistemáticas das práticas da empresa, inclusive incorporando experiências de outras organizações é possível manter a gestão alinhada com as exigências daquelas empresas que buscam trilhar a jornada pela excelência.

- a. As práticas de gestão não demonstram melhorias.
- b. Pelo menos uma prática de gestão apresenta melhorias.
- c. Algumas práticas de gestão apresentam melhorias.
- d. Muitas práticas de gestão apresentam melhorias decorrentes da análise de resultados de diagnóstico da gestão, como por exemplo, o MPE Brasil.

**22 SÃO OBTIDAS E UTILIZADAS INFORMAÇÕES COMPARATIVAS NA ANÁLISE DO DESEMPENHO E MELHORIA DOS PRODUTOS/SERVIÇOS E PROCESSOS?** Para conhecer o nível de excelência ou de competitividade alcançado e para identificar oportunidades de melhoria é preciso olhar com atenção para o mercado e realizar comparações com os concorrentes e outras empresas. Essa comparação externa pode ser feita por meio de informações quantitativas do desempenho dos principais resultados e das características dos produtos/serviços e processos, que permitam identificar diferenciais favoráveis e desfavoráveis a serem tratados.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os meios utilizados para busca de informações comparativas e os tipos de informações.

- a. Não são obtidas informações comparativas externas.
- b. São obtidas informações comparativas externas, mas não são utilizadas na análise do desempenho e melhoria dos produtos/serviços e processos.
- c. São obtidas informações comparativas externas e utilizadas na melhoria dos produtos/serviços e processos.
- d. São obtidas informações comparativas externas e apresenta evidências de utilização na análise do desempenho e melhoria dos produtos/serviços e processos.

## PESSOAS

Este critério analisa as práticas de gestão em relação às pessoas que trabalham na empresa, ou seja, seus colaboradores. Observa a definição das funções na empresa e as responsabilidades associadas a cada uma dessas funções. Considera a seleção e a capacitação das pessoas para o exercício das funções e analisa os riscos e perigos associados ao trabalho, bem como a identificação e o tratamento dos fatores que afetam o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.

**Colaboradores:** incluem empregados, temporários, aprendizes, estagiários e terceirizados.

**23 AS FUNÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PESSOAS (DIRIGENTES E COLABORADORES) ESTÃO DEFINIDAS? A**

estrutura organizacional define os cargos e funções necessárias para a operação eficaz da empresa. Essas funções são ocupadas por dirigentes e colaboradores e a cada função está associado um conjunto de responsabilidades. Responsabilidades da função são as atividades que, obrigatoriamente, devem ser cumpridas pelos seus ocupantes para assegurar o cumprimento da Missão da empresa. O conhecimento dessas responsabilidades das funções por parte dos dirigentes e colaboradores esclarece a participação de cada pessoa nas atividades da empresa e promove a sinergia do trabalho em equipe.

**JUSTIFICATIVAS**

Relatar em quais documentos as funções e responsabilidades estão descritas.

- a. Não estão definidas.
- b. Estão definidas informalmente.
- c. Estão definidas e documentadas para algumas funções.
- d. Estão definidas, documentadas para todas as funções e conhecidas por todos os colaboradores.

**24 A SELEÇÃO DOS COLABORADORES É FEITA SEGUNDO PADRÕES DEFINIDOS E CONSIDERA OS REQUISITOS DA FUNÇÃO? A**

seleção dos colaboradores tem o objetivo de preencher as funções vagas com pessoas aptas a executar as responsabilidades da função. A escolha das pessoas deve obedecer aos requisitos estabelecidos pela empresa para cada função. Esses requisitos são necessários para a adequada capacitação e posterior desempenho na execução da função. Recomenda-se que a seleção privilegie os membros atuais da equipe por meio de promoções às funções vagas, permitindo o crescimento das pessoas na empresa.

- a. A seleção é feita de forma intuitiva.
- b. A seleção é feita com padrão definido para algumas funções.
- c. A seleção é feita com padrão definido para todas as funções.
- d. A seleção é feita com padrão definido para todas as funções, considerando os requisitos e responsabilidades definidas para a função.

**25 OS COLABORADORES SÃO CAPACITADOS NAS SUAS FUNÇÕES? A** capacitação dos colaboradores objetiva o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes que permitem o correto desempenho da função, promovendo, dessa forma, a eficiência e a sinergia da equipe de trabalho. Para a identificação das necessidades de capacitação, devem ser considerados os objetivos estratégicos, as estratégias e as metas da empresa, gerando um plano de treinamento e assegurando a coerência entre as necessidades das pessoas e as necessidades da empresa.

- a. Os colaboradores não são capacitados.
- b. Os colaboradores são capacitados eventualmente.
- c. Os colaboradores são capacitados regularmente.
- d. Todos os colaboradores são capacitados com base em um plano de capacitação.

**26 OS PERIGOS E RISCOS RELACIONADOS À SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO SÃO IDENTIFICADOS E**

**TRATADOS?** Os perigos relacionados à saúde ocupacional e à segurança são identificados para que os riscos relativos sejam tratados, a fim de prevenir a ocorrência de fatores que possam ameaçar a integridade física ou psicológica dos integrantes da força de trabalho, em decorrência de suas atividades.

O tratamento dos riscos consiste no estabelecimento de ações preventivas com o objetivo de impedir ou evitar a sua ocorrência e reduzir seus efeitos. O cumprimento das exigências legais do PPRA – Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e PCMSO – Programa de Controle de Medicina e Saúde Ocupacional é obrigatório para todas as empresas que possuem empregados.

Observar que a CIPA também pode ser aplicável conforme perfil da empresa (ver NR 05).

- a. Os perigos e riscos não são identificados e não são tratados.
- b. Os perigos não são identificados e apenas alguns deles são tratados.
- c. Os perigos e riscos são identificados formalmente por meio de métodos que incluem PPRA e PCMSO e são tratados apenas com ações corretivas.
- d. Os perigos e riscos são identificados formalmente por meio de métodos que incluem PPRA e PCMSO e os riscos são tratados com ações corretivas e preventivas.

**27 O BEM-ESTAR E A SATISFAÇÃO DOS COLABORADORES SÃO PROMOVIDOS?** As condições adequadas para o trabalho, não apenas com relação à saúde e segurança, mas também quanto ao conforto nos postos de trabalho, propiciam bem-estar e satisfação no trabalho e com a empresa. É necessário identificar os fatores que afetam o bem-estar e a satisfação dos colaboradores e providenciar seu adequado tratamento, de forma a promover um ambiente de trabalho agradável e participativo, com conseqüente motivação e entusiasmo das pessoas.

A existência de benefícios adicionais aos exigidos pela legislação, as confraternizações, a criação de áreas de lazer na empresa e as facilidades de comunicação em todos os níveis são exemplos de ações para o tratamento dos fatores que afetam o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.

**JUSTIFICATIVAS**

Apresentar as principais ações, incluindo os benefícios adotados para promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.

- a. Não existem ações para promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.
- b. São adotadas ações para promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores apenas quando problemas são detectados.
- c. São adotadas ações para promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores decorrentes de análises eventuais.
- d. São adotadas ações para identificar e promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores decorrentes de análises regulares.

## PROCESSOS

Este critério analisa os processos principais do negócio da empresa. São os processos que geram os produtos e os serviços que, entregues aos clientes, satisfazem suas necessidades e expectativas. Observa o relacionamento dos fornecedores com a empresa, por meio da análise de sua seleção e avaliação do desempenho. Analisa, também, a gestão das finanças para assegurar os recursos financeiros necessários às operações e aos investimentos da empresa.

**28 OS PROCESSOS PRINCIPAIS DO NEGÓCIO SÃO EXECUTADOS DE FORMA PADRONIZADA, COM PADRÕES DOCUMENTADOS?** Processo é um conjunto de atividades pré-estabelecidas que, executadas numa determinada sequência, levam a um resultado esperado. O processo transforma uma entrada numa saída, agregando valor. Definir padrões para um processo consiste na formalização da maneira correta de se executar o processo a sequência das atividades, definição do responsável pela execução. Os processos principais do negócio satisfazem as necessidades dos clientes por meio do atendimento aos requisitos dos processos. Os requisitos dos processos, geralmente de ordem técnica, são traduzidos das necessidades dos clientes e da legislação aplicável à empresa. Os padrões dos processos são documentados na forma de procedimentos ou instruções escritas.

### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os processos principais do negócio e os padrões documentados existentes.

- a. Os processos principais do negócio não são executados de forma padronizada.
- b. Os processos principais do negócio são executados de forma padronizada, mas os padrões não são documentados.
- c. Os processos principais do negócio são executados de forma padronizada, com padrões documentados.
- d. Os processos principais do negócio são executados de forma padronizada, com padrões documentados e definidos a partir de requisitos traduzidos das necessidades dos clientes.

**29 OS PROCESSOS PRINCIPAIS DO NEGÓCIO SÃO CONTROLADOS PARA GARANTIR A SATISFAÇÃO DAS NECESSIDADES DOS CLIENTES?** O controle dos processos principais do negócio tem por objetivo assegurar que os requisitos dos processos e, conseqüentemente as necessidades dos clientes, sejam atendidas. Quando os requisitos não são atendidos, são tomadas ações corretivas de forma a promover os ajustes necessários. O controle do processo pode ser feito por vários mecanismos, incluindo indicadores cujos resultados são comparados com metas previamente estabelecidos.

### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os meios de controle utilizados nos processos.

- a. Os processos principais do negócio não são controlados.
- b. Os processos principais do negócio não são controlados, mas são corrigidos quando ocorrem problemas ou reclamações dos clientes.
- c. Os processos principais do negócio são controlados com base em padrões de execução definidos e documentados.
- d. Os processos principais do negócio são controlados com base em padrões definidos e documentados e também por meio de indicadores e metas.

**30 OS FORNECEDORES DA EMPRESA SÃO SELECIONADOS E AVALIADOS SEGUNDO CRITÉRIOS DEFINIDOS? A**

qualidade dos serviços prestados e dos produtos fornecidos aos clientes depende diretamente da qualidade dos materiais e dos serviços adquiridos. Para que a empresa seja atendida nas suas necessidades em relação aos materiais e serviços adquiridos, é necessário estabelecer critérios que orientem a seleção dos fornecedores e, posteriormente, os mesmos critérios são usados na avaliação do seu desempenho no decorrer do período das entregas. Como exemplos de critérios de seleção podem ser citados: preço justo, cumprimento dos prazos de entrega e qualidade dos materiais e serviços oferecidos e apoio.

- a. Os fornecedores não são selecionados segundo critérios definidos e não são avaliados quanto ao seu desempenho.
- b. Os fornecedores são selecionados com critérios definidos, mas seu desempenho não é avaliado.
- c. Os fornecedores são selecionados com critérios definidos e seu desempenho é avaliado apenas quando ocorre algum problema.
- d. Os fornecedores são selecionados com critérios definidos e seu desempenho é avaliado periodicamente, gerando ações para melhoria do fornecimento.

**31 AS FINANÇAS DA EMPRESA SÃO CONTROLADAS A FIM DE OTIMIZAR A UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS? A**

operação da empresa depende da disponibilidade de recursos financeiros para as compras de serviços e materiais, o pagamento dos colaboradores e das despesas e investimentos em equipamentos. Portanto, o controle das finanças é essencial para assegurar a solidez e a continuidade da empresa. O cuidado na separação entre as contas pessoais do empresário e as da empresa também é essencial para assegurar a validade e a eficácia dos controles econômico-financeiros.

O fluxo de caixa distribui e permite controlar as receitas, despesas e investimentos orçados dentro de um período definido. O orçamento tem como finalidade fazer uma previsão das receitas, despesas e investimentos necessários para assegurar a disponibilidade de recursos para a correta execução dos processos principais do negócio e demais atividades da empresa.

- a. Não existem controles financeiros.
- b. Existem controles financeiros, mas não é utilizado fluxo de caixa.
- c. Existem controles financeiros com utilização de fluxo de caixa.
- d. Existem controles financeiros com utilização de fluxo de caixa e orçamento com horizonte de pelo menos um ano.

**RESULTADOS**

Este critério analisa os resultados apresentados pela empresa. Os resultados são decorrência direta de tudo o que a empresa tem ou faz para cumprir o que foi solicitado nos critérios anteriores. Assim, são solicitados resultados relativos aos clientes, aos colaboradores, aos processos principais do negócio e aos resultados financeiros.

Os resultados são analisados em relação à tendência, ou seja, o seu comportamento ao longo do tempo considerando os três últimos anos. As opções de respostas são selecionadas em função das situações a seguir:

- Resposta "b": Se os resultados dos dois ou três anos demonstram piora do primeiro ano ao terceiro ano ou piora do segundo para o terceiro ano, a tendência é considerada desfavorável.
- Resposta "c": Se os resultados dos dois ou três anos demonstram melhoria do segundo para o terceiro ano, a tendência é considerada favorável.
- Resposta "d": Se os resultados dos três anos mostram melhoria constante e sustentada, é considerada tendência favorável.

**IMPORTANTE**

Todos os resultados disponibilizados pela empresa, qualquer que seja a sua forma de apresentação, serão tratados confidencialmente pelos promotores do Prêmio, assim como pelos Avaliadores caso a empresa seja selecionada para a etapa de visita.



**32 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS À SATISFAÇÃO DOS CLIENTES?** Os resultados a serem avaliados nesta questão são oriundos da prática de gestão de avaliação da satisfação dos clientes referida na questão 14.

**IMPORTANTE**

Quando a alternativa marcada for "b", "c" ou "d", os resultados devem ser apresentados em valores numéricos (percentual de satisfação dos clientes).

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável considerando os três resultados.

**33 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS À RECLAMAÇÕES DE CLIENTES?** Os resultados a serem avaliados nesta questão são oriundos da prática de gestão de registro das reclamações dos clientes referida na questão 13.

**IMPORTANTE**

Ao assinalar as alternativas "b", "c" ou "d", os resultados na folha de resposta são calculados considerando: número total de reclamações no ano dividido pela produção anual (total de itens ou serviços entregues).

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável, considerando os três resultados.

**34 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS ÀS CAPACITAÇÕES MINISTRADAS PARA OS COLABORADORES?** Os resultados a serem avaliados nesta questão são oriundos da prática de gestão de investimentos em capacitações dos colaboradores referida na questão 25.

**IMPORTANTE**

Ao assinalar as alternativas "b", "c" ou "d", os resultados na folha de resposta são calculados considerando: o somatório de homens-hora de treinamentos ministrados dividido pelo número médio de colaboradores no ano.

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável considerando os três resultados.

**35 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS A ACIDENTES COM COLABORADORES?** Os resultados a serem avaliados nesta questão são oriundos dos registros das ocorrências de acidentes no trabalho.

**IMPORTANTE**

Ao assinalar as alternativas "b", "c" ou "d", os resultados na folha de resposta são calculados considerando: o número total de acidentes (com afastamento) no ano dividido pelo número médio de colaboradores no ano.

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável considerando os três resultados.

**36 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS À PRODUTIVIDADE NO TRABALHO?** Os resultados avaliados nesta questão referem-se à receita gerada por cada colaborador no desempenho de suas atividades na empresa.

**IMPORTANTE**

Ao assinalar as alternativas "b", "c" ou "d", os resultados na folha de resposta são calculados considerando: a receita anual da empresa dividida pelo número médio de colaboradores no ano.

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável considerando os três resultados.

**37 EXISTEM RESULTADOS RELATIVOS À MARGEM DE LUCRO?** Os resultados avaliados nesta questão permite verificar os resultados financeiros obtidos pela empresa em decorrência das suas atividades.

- a. Não existem informações suficientes para avaliar.
- b. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, mas a tendência é desfavorável.
- c. Existem informações referentes a dois ou três últimos períodos anuais distintos, sendo que nos dois últimos períodos a tendência é favorável.
- d. Existem informações referentes a três últimos períodos anuais distintos, com tendência favorável considerando os três resultados.

Deste ponto em diante, as respostas são OPCIONAIS

Somente para as empresas que quiserem participar do Destaque de Boas Práticas de Responsabilidade Social ou do Destaque de Inovação.

## PARTE II – PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social é um dos Fundamentos da Excelência, cada vez mais permeia o dia a dia das pessoas e empresas, está diretamente vinculada ao sucesso do negócio e ao Desenvolvimento Sustentável.

Sua prática considera a interdependência (NBR 16001/2012 e da ISO 26000/2010) entre partes interessadas e processos, com ações como: atenção com colaboradores, respeito às diferenças, consumo consciente, relações éticas com concorrentes e fornecedores, investimento social nas comunidades. Isto tudo é inerente a Responsabilidade Social e a todas as empresas, e embora muitas vezes é mais facilmente executada nas Micro e Pequenas Empresas devido a capacidade de relacionamento direto com seus públicos.

Incluir a Responsabilidade Social nas estratégias e planos deixou de ser diferencial, é pressuposto para o crescimento, a competitividade e a perenidade de uma organização, contribuindo para o desenvolvimento sustentável, pois, a empresa agrega valor ao produto e ao serviço, consolida ou reforça a marca/Imagem, fortalece a negociação com fornecedores, fideliza clientes, contribui para o aumento da receita e da lucratividade, motiva colaboradores e traz benefícios sociais.

### IMPORTANTE

Em todas as questões que possuem o campo "Justificativas", caso a resposta seja "c" ou "d", preencher na folha de resposta ao final do questionário.

**1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL FAZ PARTE DAS ESTRATÉGIAS E PLANOS DA EMPRESA?** A Responsabilidade Social permeia a gestão da empresa em suas dimensões econômica, social e ambiental, reflete em todas as áreas e atividades do negócio. Estabelecer no planejamento estratégico ações específicas considerando e reconhecendo as partes interessadas, definindo responsáveis, metas e indicadores, permite a empresa otimizar custos, gerir resultados e impactos. Entende-se que o planejamento e a prática da Responsabilidade Social possam acontecer por etapas, mesmo a partir de iniciativas mais simples, o importante é que aconteçam e evoluam até integrarem a gestão do negócio.

### JUSTIFICATIVAS

Apresentar algumas ações estabelecidas do planejamento estratégico, bem como, as pessoas e os recursos disponibilizados que demonstrem estarem alinhadas com a Responsabilidade Social.

- a. A Responsabilidade Social não faz parte das estratégias e planos da empresa.
- b. A Responsabilidade Social não faz parte das estratégias e planos da empresa, entretanto, existem algumas ações pontuais sendo executadas.
- c. A Responsabilidade Social faz parte das estratégias e planos da empresa e existem pessoas e recursos disponibilizados para sua execução.
- d. A Responsabilidade Social faz parte das estratégias e planos da empresa e existem pessoas e recursos disponibilizados para sua execução e indicadores de avaliação definidos.

**2 NOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS, A EMPRESA RECEBEU ALGUMA SANÇÃO, RELATIVA AOS REQUISITOS LEGAIS, ÉTICOS, REGULAMENTARES E CONTRATUAIS?** A atenção aos impactos e efeitos causados pelos processos produtivos ou prestação de serviços, em especial quanto aos aspectos ambientais, trabalhistas, concorrências de mercados, entre tantos, faz com que as empresas estejam suscetíveis às normativas, legislações e denúncias. Ações preventivas, observando os insumos, o processo produtivo e de comercialização, a prestação de serviço e o relacionamento com as partes interessadas demonstram, preocupação com sua imagem, visão de futuro e capacidade de gestão.

Sobre o recebimento de sanções a empresa:

- a. Nenhuma providência foi tomada em relação à sanção.
- b. Foram tomadas providências corretivas em relação à sanção.
- c. Foram tomadas providências corretivas e preventivas em relação à sanção.
- d. Não recebeu.

**3 A EMPRESA CONSIDERA ASPECTOS DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA NAS SUAS ATIVIDADES?** Ao considerar, entre outros, a otimização, redução e eficiência no uso de energia em edificações, transporte, processos de produção, utilização e comercialização, levando em conta os recursos não renováveis e renováveis, a empresa demonstra sua atenção às questões ambientais, contribuindo para a produtividade, competitividade e, também, para o desenvolvimento sustentável.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar as ações de eficiência energética adotadas pela empresa.

- a. Não são identificados os aspectos de eficiência energética que impactam as atividades.
- b. São realizadas ações sem identificar os aspectos de eficiência energética que impactam as atividades.
- c. São identificados os aspectos de eficiência energética que impactam as atividades e as ações são realizadas para promover a eficiência.
- d. São identificados os aspectos de eficiência energética que impactam as atividades, as ações são realizadas para promover a eficiência e são avaliados os resultados.

**4 SÃO DESENVOLVIDAS AÇÕES ESPECÍFICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL COM AS PARTES INTERESSADAS?**

O fundamento da Responsabilidade Social trata das relações da empresa com as partes interessadas e sua participação no desenvolvimento sustentável. A existência de ações planejadas indica o nível de adesão e estágio de desenvolvimento em Responsabilidade Social da empresa, como por exemplo, a atenção na seleção de fornecedores; escuta atenta e ações junto aos clientes; existência de ações preventivas e/ou corretivas sobre o impacto ambiental; contribuição com a comunidade; investimento em qualificação dos colaboradores.

(marcar com um X a coluna correspondente à resposta correta para cada parte interessada)

Parte interessada	a. Não desenvolve ações.	b. Desenvolve ações ocasionais.	c. Possui articulação e ações planejadas, ainda não executadas com a parte interessada.	d. Possui articulação e ações planejadas e executadas com a parte interessada.
4.1 Colaboradores (Público interno)				
4.2 Clientes e Consumidores				
4.3 Fornecedores				
4.4 Instituições governamentais				
4.5 Concorrentes				
4.6 Comunidade e Terceiro setor				
4.7 Meio Ambiente				

**JUSTIFICATIVAS**

Relatar as ações realizadas; contribuição da empresa e da parte interessada; tempo de realização; frequência (periodicidade) e, se for o caso, o resultado obtido.

**PARTE III – PRÁTICAS DE INOVAÇÃO**

A inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, de um novo processo de trabalho (equipes, materiais e equipamentos), ou novo método de gerenciamento, ou ainda características de negócios criativas, modificadas para melhorar o desempenho.

A oportunidade para a inovação é geralmente identificada, interna e externamente, e pode acontecer em qualquer área da empresa, como no marketing e comercialização, na produção ou logística, envolvendo comunicação interna e externa.

A inovação pode ocorrer de várias formas, em vários momentos, sem grandes investimentos, trazendo resultados efetivos para a competitividade e contribuição para a sustentabilidade da empresa no seu ambiente. As atividades feitas para obter a inovação reforçam a imagem da empresa, contribuem para a melhoria do desempenho e para o aumento da sua competitividade.

O MEG considera o tema como fundamento da gestão, que deve estar presente na empresa como "Cultura da inovação".

**IMPORTANTE**

Sempre a resposta for "c" ou "d", deve ser preenchido o campo "Justificativas" na folha de resposta ao final do questionário.

**1 A EMPRESA REALIZA ESFORÇOS PARA INOVAR?** A empresa que deseja ser inovadora realiza e dimensiona o esforço de manter as atividades de inovação, como a busca de informações e o estímulo às ideias criativas. Realiza esforços para obtenção de recursos financeiros e gerenciais para realizar as inovações e acompanha as atividades de implementação. Os esforços podem ser representados por investimentos financeiros, como compra de máquinas e equipamentos, recursos despendidos para ouvir clientes e identificar oportunidades, recursos para participação em feiras, congressos e outros eventos, para a informatização da empresa, a pesquisa e desenvolvimento próprio ou em parceria, para realizar adaptação de produtos/serviços nacionais ou estrangeiros. Os esforços também são representados por investimento em pessoas, como capacitação, treinamentos, número de colaboradores que se dedicam à inovação, recursos para recompensar colaboradores por ideias inovadoras etc. Além disso, os investimentos em novos métodos de gestão e em novas estratégias de marketing também são considerados esforços para a obtenção de inovações.

- a. Não são realizados esforços para inovar.
- b. Existem alguns esforços para inovar, mas são esporádicos.
- c. Os esforços para inovar são realizados regularmente, mas não são acompanhados.
- d. Os esforços para inovar são realizados formalmente e regularmente e são acompanhados e medidos através de indicadores.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar os tipos de esforços e os seus indicadores, como, por exemplo, investimentos financeiros, compra de máquinas e equipamentos, recursos despendidos para ouvir os clientes e identificar oportunidades, recursos para participação em feiras, congressos e outros eventos, para a informatização da empresa, recursos para a pesquisa e desenvolvimento próprio ou em parceria, para realizar adaptação de produtos/serviços nacionais ou estrangeiros, para a capacitação de pessoas, treinamentos, número de pessoas que se dedicam à inovação, recursos para recompensar colaboradores por ideias inovadoras investimentos em novos métodos de gestão e em novas estratégias de marketing etc.

Preencher a tabela abaixo:

Resultados	%	Não mede
Percentagem da receita anual investida em atividades inovativas (investimento em pesquisa e desenvolvimento, em capacitação de pessoas, em participação em feiras, exposições e congressos, investimento em novos métodos de marketing, em novas formas de gestão, em inovações de processo etc.		
Percentual de colaboradores da empresa que se dedicam à inovação		

## 2 AS INFORMAÇÕES E CONHECIMENTOS SÃO OBTIDOS NOS AMBIENTES EXTERNOS PARA IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO E, POSTERIORMENTE, COMPARTILHADOS COM OS COLABORADORES?

A informação sobre o que está acontecendo de inovador no ambiente externo, o levantamento e busca de ideias e oportunidades, ocorre muitas vezes de forma aberta, isto é, com a participação de muitas pessoas e entidades. É importante estar atento e se antecipar às tendências sobre o que pode passar a influenciar os negócios. Workshops temáticos, visitas a empresas do setor e participação em feiras, por exemplo, são fontes de informação e de ideias para oportunidades de inovação. Novos conhecimentos e descobertas podem ser buscados a partir dos relacionamentos com universidades, centros de pesquisa, associações e nas redes virtuais, como também diretamente em clientes e fornecedores. Assim, as oportunidades para implementar inovações permitem estabelecer uma cooperação com outras entidades e o compartilhamento do conhecimento, a fim de reforçar as ideias de melhorias significativas que podem ser implementadas pela empresa.

### JUSTIFICATIVAS

Descrever as fontes de informação e conhecimentos consultados, ou meios utilizados, sua relevância para seu segmento, quem da empresa participa na busca de novidades, e a frequência com que informações e conhecimentos para a promoção de inovações e melhorias são buscados. Descreva os meios de compartilhamento com os colaboradores.

- a. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação não são obtidos nos ambientes externos.
- b. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos ocasionalmente nos ambientes externos.
- c. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos regularmente nos ambientes externos.
- d. As informações e conhecimentos para identificar oportunidades de inovação são obtidos de forma regular e formalmente nos ambientes externos e são compartilhados com os colaboradores.

**3 É PROMOVIDO UM AMBIENTE FAVORÁVEL DE ESTÍMULO AO SURGIMENTO DE IDEIAS CRIATIVAS E DA COMUNICAÇÃO ENTRE COLABORADORES PARA IMPLEMENTAR AS INOVAÇÕES?** A capacidade da empresa de se adaptar criativamente às mudanças envolve a comunicação e a contribuição de seus dirigentes e colaboradores. Um ambiente em que os colaboradores conversam sobre melhorias no trabalho e são estimulados a estudar, compartilhar dados, informações e conhecimentos relacionadas ao que a empresa poderia fazer de novas maneiras facilita o surgimento de ideias criativas e ações projetadas para a implementação das inovações. Quando os colaboradores apresentam sugestões e acompanham os esforços de implementação de ideias criativas, a contribuição tende a continuar acontecendo.

### JUSTIFICATIVAS

Descrever como é promovido um ambiente favorável de estímulo ao surgimento de ideias criativas e como é feita a comunicação entre dirigentes e colaboradores para implementar inovações na empresa.

- a. Não é promovido um ambiente favorável de estímulo ao surgimento de ideias criativas e de comunicação entre colaboradores.
- b. É promovido um ambiente favorável com algumas ações de estímulo ao surgimento de ideias criativas, predominando a comunicação informal entre os colaboradores voltada para implementar inovações.
- c. É promovido um ambiente favorável com diversas ações de estímulo ao surgimento de ideias criativas, predominando a comunicação formal entre os colaboradores voltada para implementar inovações.
- d. É promovido um ambiente favorável de estímulo permanente com ações formalizadas voltadas ao surgimento de ideias criativas e de comunicação contínua e estruturada entre os colaboradores voltada para implementar inovações.

- 4 SÃO ANALISADAS, AVALIADAS E SELECIONADAS AS IDEIAS OU OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO?** Além de proporcionar um ambiente propício para a geração de ideias, a empresa deve estabelecer um método sistematizado para analisar as oportunidades apresentadas pelos colaboradores. Para isso deve estimular a busca e troca de informações mais aprofundadas sobre regulamentação do setor, diferencial a ser proporcionado caso a ideia seja selecionada, conhecimentos que serão necessários, entre outras. É fundamental a empresa ter critérios bem estabelecidos e discutidos em grupo para poder ser feita uma avaliação sobre os mais diferentes aspectos de cada uma das ideias apresentadas. A seleção de uma ou mais oportunidades de inovação com a participação dos colaboradores faz com os mesmos tenham um maior comprometimento com o desenvolvimento e com o sucesso dos potenciais novos produtos, serviços ou processos implementados.

#### JUSTIFICATIVAS

Descrever como a empresa sistematiza o seu processo de análise, avaliação e seleção de ideias, o conjunto de critérios que utiliza e a forma de participação dos colaboradores ao longo de todo o processo.

- a. A seleção das melhores ideias não é realizada de forma sistemática.
- b. A seleção das melhores ideias é realizada ocasionalmente, sem critérios de avaliação definidos.
- c. A seleção das melhores ideias é realizada regularmente com critérios de avaliação definidos.
- d. A seleção das melhores ideias é realizada regularmente com critérios de avaliação definidos, com participação de colaboradores.

- 5 OS DIRIGENTES APOIAM E ESTABELECEM RECURSOS E CONDIÇÕES DE EXPERIMENTAÇÃO DE NOVAS IDEIAS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE INOVAÇÕES?** A inovação, para ser implementada, requer trabalho diferenciado e persistente. A implementação deve considerar os ajustes continuados para proveito das novas atividades, projetos e produtos, até uma solução viável ser encontrada. Esse esforço organizado requer apoio dos interessados e condições adequadas que incluem novos métodos de trabalho, participação de equipes e, por vezes, adoção de novos materiais, domínio de novas tecnologias, introdução ou adaptação de equipamentos. Os registros de avanços são importantes para manter o foco na melhoria esperada e no acompanhamento dos progressos realizados, permitindo que a empresa alcance as inovações em alinhamento com a sua estratégia.

#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar as condições práticas, os responsáveis e os recursos disponibilizados para a experimentação de novas ideias.

- a. Os dirigentes não apoiam a experimentação de novas ideias.
- b. Os dirigentes apoiam a experimentação de novas ideias.
- c. Os dirigentes apoiam a experimentação de novas ideias e estabelecem condições práticas e recursos organizados para sua implementação.
- d. Os dirigentes apoiam a experimentação planejada de novas ideias e estabelecem condições práticas, com definição de responsabilidades e recursos para implementação, em alinhamento com as estratégias.

- 6 A IMPLEMENTAÇÃO DAS INOVAÇÕES É ACOMPANHADA?** A inovação, para tornar-se um benefício na empresa e satisfazer necessidades de clientes, do mercado e internamente, deve ser acompanhada, ou seja, os processos, produtos ou outras inovações devem ser consolidados nas áreas envolvidas. Para isso deve-se, permanentemente, verificar e ajustar os desvios a fim de manter a consistência e atratividade por mais tempo. A sustentação continuada de cada realização inovadora, alinhando os recursos necessários com as competências internas, ajuda a criar as condições de implementação e incentiva a adoção da solução. Algumas possíveis formas de acompanhar a implementação da inovação é controlar os cronogramas de desenvolvimento, os recursos financeiros, o nível de satisfação dos clientes, a aceitação pelo mercado (vendas) etc.



Realização:



Apoio:



#### JUSTIFICATIVAS

Apresentar as formas de acompanhamento das implementações das inovações, internamente, nos clientes e no mercado, tais como cronogramas de desenvolvimento, os recursos financeiros, o nível de satisfação dos clientes, a aceitação pelo mercado (vendas) etc., apresentando os indicadores utilizados para estes acompanhamentos.

- a. A empresa não mantém atividades de acompanhamento da implementação das inovações
- b. A empresa mantém ocasionalmente atividades de acompanhamento da implementação das inovações
- c. A empresa mantém regularmente atividades de acompanhamento da implementação das inovações
- d. A empresa mantém regularmente e controla as atividades de acompanhamento da implementação das inovações com utilização de algum indicador.

## ANEXO III - FOLHA DE RESPOSTAS

Apenas as informações da Ficha de Inscrição e das Folhas de Respostas precisam ser encaminhadas à Coordenação do Prêmio. O Questionário fica na sua empresa.

Para as categorias Destaque, enviar ainda, respectivamente o setor de Responsabilidade Social e/ou Inovação.

Encaminhe-as para a sede da ACI MocoCA, Rua: Visconde do Rio Branco, 741 Centro MocoCA-SP ou por e-mail: mococa2050@acimococa.com.br, A/C Kelly Simão.

### PARTE I – GESTÃO DA EMPRESA

Questão	Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
1. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
2. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
3. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
4. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
5. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
6. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
7. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
8. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
9. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
10. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
11. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
12. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
13. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
14. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
15. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
16. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
17. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
18. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
19. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim

Questão	Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
20. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
21. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
22. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
23. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
24. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
25. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
26. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
27. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
28. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
29. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
30. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
31. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	
32. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
33. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
34. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
35. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
36. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim
37. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	

Realização:



Apoio:



Para respostas "b", "c", ou "d" apresentar os resultados na tabela abaixo:

Resultados relativos a	(Antepenúltimo ano fiscal)	(penúltimo ano fiscal)	(último ano fiscal)
32. Satisfação dos clientes			
33. Reclamações de clientes			
34. Capacitações para os colaboradores			
35. Acidentes com colaboradores			
36. Produtividade no trabalho			
37. Margem de lucro			

## INFORMAÇÕES ADICIONAIS – JUSTIFICATIVAS

### QUESTÃO 1

A Missão da empresa está definida e é conhecida pelos colaboradores?

Apresentar a Missão da empresa e os meios utilizados para a sua comunicação aos colaboradores.

---

---

---

---

---

---

---

---

### QUESTÃO 3

O desempenho da empresa é analisado pelos dirigentes?

Apresentar a periodicidade da análise de desempenho, os participantes e exemplos de informações utilizadas na análise.

---

---

---

---

---

---

---

---

Realização:



Apoio:



**QUESTÃO 4**

Os dirigentes compartilham informações com os colaboradores?

Apresentar os meios utilizados para compartilhar as informações com os colaboradores e tipos de informações.

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 7**

A Visão da empresa está definida e é conhecida pelos colaboradores?

Apresentar a Visão da empresa e os meios utilizados para a sua comunicação aos colaboradores.

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 8**

As estratégias que permitem alcançar os objetivos da empresa estão definidas?

Apresentar as estratégias da empresa e os tipos de informações externas e internas analisadas no processo de planejamento.

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 9**

Os indicadores e metas relacionados às estratégias estão estabelecidos?

Apresentar os indicadores e as metas definidos no planejamento.

---

---

---

---

---

---

---

Realização:



Apoio:



**QUESTÃO 11**

Os clientes são agrupados e suas necessidades e expectativas são identificadas?

Apresentar os principais grupos de clientes e suas necessidades.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 13**

As reclamações dos clientes são registradas e tratadas?

Apresentar os canais de comunicação disponibilizados aos clientes para receber as reclamações.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 14**

A satisfação dos clientes é avaliada?

Apresentar a periodicidade e o método de avaliação da satisfação dos clientes.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 16**

As exigências legais necessárias para o funcionamento da empresa são conhecidas e mantidas atualizadas?

Listar as exigências legais relacionadas ao negócio, incluindo as ambientais.

---

---

---

---

---

---

---

---

Realização:



Apoio:



**QUESTÃO 17**

**Os impactos negativos causados pela empresa ao meio ambiente são conhecidos e tratados?**

Apresentar os principais impactos negativos, tais como energia, água, matéria-prima, resíduos sólidos e poluição, causados pelas atividades da empresa ao meio ambiente e ações de tratamento adotadas.

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 18**

**A empresa demonstra seu comprometimento com a comunidade por meio de ações ou projetos sociais?**

Apresentar as principais ações e projetos sociais desenvolvidos pela empresa.

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 19**

**As informações necessárias para o planejamento, a execução e análise das atividades e para a tomada de decisão estão definidas e disponibilizadas aos colaboradores?**

Apresentar as principais informações utilizadas, os meios para disponibilização para os colaboradores e mecanismos de segurança.

---

---

---

---

---

---

---

Realização:



Apoio:



**QUESTÃO 23**

**As funções e responsabilidades das pessoas (dirigentes e colaboradores) estão definidas?**

Relatar em quais documentos as funções e responsabilidades estão descritas.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 27**

**O bem-estar e a satisfação dos colaboradores são promovidos?**

Apresentar as principais ações, incluindo os benefícios adotados para promover o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 28**

**Os processos principais do negócio são executados de forma padronizada, com padrões documentados?**

Apresentar os processos principais do negócio e os padrões documentados existentes.

---

---

---

---

---

---

---

---

**QUESTÃO 29**

**Os processos principais do negócio são controlados para garantir a satisfação das necessidades dos clientes?**

Apresentar os meios de controle utilizados nos processos.

---

---

---

---

---

---

---

---

**PARTE II – DESTAQUE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Questão	Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
1. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim

Apresentar algumas ações estabelecidas do planejamento estratégico, bem como, as pessoas e os recursos disponibilizados que demonstrem estarem alinhadas com a Responsabilidade Social.

---



---



---



---



---



---

Questão	Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
2. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Não

Questão	Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
3. <input type="radio"/> a <input type="radio"/> b <input type="radio"/> c <input type="radio"/> d	Sim

Apresentar as ações de eficiência energética adotadas pela empresa.

---



---



---



---



---



---



Realização:



Apoio:



Questão 4.

Parte interessada	a. Não desenvolve ações.	b. Desenvolve ações ocasionais.	c. Possui articulação e ações planejadas, ainda não executadas com a parte interessada.	d. Possui articulação e ações planejadas e executadas com a parte interessada.
4.1 Colaboradores (Público interno)				
4.2 Clientes e Consumidores				
4.3 Fornecedores				
4.4 Instituições governamentais				
4.5 Concorrentes				
4.6 Comunidade e Terceiro setor				
4.7 Meio Ambiente				

Relatar as ações realizadas, contribuição da empresa e da parte interessada; tempo de realização; frequência (periodicidade) e se for o caso, o resultados obtido.

---

---

---

---

---

---

---

---

**PARTE III – DESTAQUE INOVAÇÃO**

Questão					Resposta "c" ou "d" necessita Justificativa?
1.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim
2.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim
3.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim
4.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim
5.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim
6.	<input type="radio"/> a	<input type="radio"/> b	<input type="radio"/> c	<input type="radio"/> d	Sim

**QUESTÃO 1****A empresa realiza esforços para inovar?**

Apresentar os tipos de esforços e os seus indicadores, como, por exemplo, investimentos financeiros, compra de máquinas e equipamentos, recursos despendidos para ouvir os clientes e identificar oportunidades, recursos para participação em feiras, congressos e outros eventos, para a Informatização da empresa, recursos para a pesquisa e desenvolvimento próprio ou em parceria, para realizar adaptação de produtos/serviços nacionais ou estrangeiros, para a capacitação de pessoas, treinamentos, número de pessoas que se dedicam à inovação, recursos para recompensar colaboradores por ideias inovadoras Investimentos em novos métodos de gestão e em novas estratégias de marketing etc.

---



---



---



---



---

Resultados	%	Não mede
Percentagem da receita anual investida em atividades inovativas (investimento em pesquisa e desenvolvimento, em capacitação de pessoas, em participação em feiras, exposições e congressos, investimento em novos métodos de marketing, em novas formas de gestão, em inovações de processo etc.		
Percentual de colaboradores da empresa que se dedicam à inovação		

Realização:



Apoio:



#### QUESTÃO 2

**As informações e conhecimentos são obtidos nos ambientes externos para identificar oportunidades de inovação e, posteriormente, compartilhados com os colaboradores?**

Descrever as fontes de informação e conhecimentos consultados, ou meios utilizados, sua relevância para seu segmento, quem da empresa participa na busca de novidades, e a frequência com que informações e conhecimentos para a promoção de inovações e melhorias são buscados. Descreva os meios de compartilhamento com os colaboradores.

---

---

---

---

---

---

---

#### QUESTÃO 3

**É promovido um ambiente favorável de estímulo ao surgimento de ideias criativas e da comunicação entre colaboradores para implementar as inovações?**

Descrever como é promovido um ambiente favorável de estímulo ao surgimento de ideias criativas e como é feita a comunicação entre dirigentes e colaboradores para implementar inovações na empresa.

---

---

---

---

---

---

---

#### QUESTÃO 4

**São analisadas, avaliadas e selecionadas as ideias ou oportunidades de inovação?**

Descrever como a empresa sistematiza o seu processo de análise, avaliação e seleção de ideias, o conjunto de critérios que utiliza e a forma de participação dos colaboradores ao longo de todo o processo.

---

---

---

---

---

---

---