Guia | F&CSP

ENGAJAMENTO ESG COM AS CADEIAS DE FORNECEDORES

INTRODUÇÃO

MATRIZ DE MATERIALIDADE

INTERAÇÃO COM OS FORNECEDORES

ORIENTAÇÕES PARA AS MPES

BENEFÍCIOS PARA AS MPES

CONSTRUA UM PROGRAMA

REQUISITOS ESG

E | AMBIENTAL

S | SOCIAL

G | GOVERNAÇA

EXPERIÊNCIAS

E, POR FIM...

AGRADECIMENTOS

INTRODUÇÃO

Olá, empreendedor (a)! Sabemos que o fornecedor é um importante parceiro do seu comércio. Aliás, todas as empresas, independentemente de porte ou setor, precisam contar com fornecedores de insumos, serviços ou produtos. A questão é que o relacionamento com este parceiro deve ser aprimorado com a ampliação da agenda ESG – sigla em inglês focada no conceito de boas práticas empresariais com critérios ambientais, sociais e de governança corporativa.

Por isso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), por meio do seu Comitê ESG, elaborou o ***Guia de orientação para engajamento ESG com as cadeias de fornecedores***.

O material é fruto das edições realizadas em 2022 do **Laboratório Melhores Práticas Corporativas para Engajamento ESG da Cadeia de Valor**, organizado pelo comitê da FecomercioSP com a participação de empresas de diferentes segmentos.

O guia pode ser usado tanto pelas empresas que pretendem iniciar ou manter um relacionamento ESG com os fornecedores, quanto pelas organizações responsáveis pelo fornecimento a empresas praticantes da agenda de ESG.

Boa leitura!

"NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS, O BRASIL TEM APRESENTADO SIGNIFICATIVOS AVANÇOS NA DISCUSSÃO E NA IMPLEMENTAÇÃO DA AGENDA ESG POR MEIO DO ENGAJAMENTO DE VÁRIOS ATORES, CONFIRMANDO QUE SE TRATA DE UM PROCESSO QUE NÃO TEM MAIS RETORNO."

LUIZ MAIA,
coordenador do Comitê ESG da FecomercioSP

SAIBA MAIS SOBRE A ATUAÇÃO DO COMITÊ ESG

MATRIZ DE MATERIALIDADE

Nas empresas que consideram a gestão estratégica e responsável de fornecedores um tema material, a avaliação de fornecedores com critérios ESG é prática recorrente. Assim, na seleção dos fornecedores, processos comerciais e financeiros têm a mesma importância e o mesmo peso que a agenda ESG, cujos temas são definidos na matriz de materialidade – como direitos humanos, corrupção e diversidade, entre outros.

A matriz de materialidade é uma ferramenta usada para representar e hierarquizar os assuntos mais importantes atrelados às atividades de uma empresa, de acordo com o ponto de vista do público de interesse. Este instrumento costuma ser o primeiro passo a ser dado por qualquer negócio que deseje iniciar a jornada ESG de maneira estruturada.

Caso a empresa ainda não tenha a matriz, recomendamos, de início, a definição de temas com base na opinião da liderança e dos funcionários.

INTERAÇÃO COM OS FORNECEDORES

A interação das empresas com seus fornecedores pode ocorrer, basicamente, em quatro momentos de atuação. O conjunto dos três primeiros passos [*abaixo*] compõe o Relacionamento. O Desenvolvimento é o último aspecto da corrente. Confira!

Detalhamos cada etapa a seguir.

HOMOLOGAÇÃO

A empresa solicita o preenchimento de cadastro e a entrega da documentação para analisar a integridade e a saúde financeira do futuro fornecedor. Geralmente, são exigidos o contrato social registrado; as inscrições no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) e nos cadastros tributários estaduais e municipais; o alvará de funcionamento; a licença ambiental de operação; o registro na Vigilância Sanitária; e o Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB).

Nós, da FecomercioSP, avaliamos ainda a necessidade de a contratante solicitar, aos **grandes geradores[1] de resíduos** e às demais empresas, o Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), bem como os comprovantes de participação em sistemas de Logística Reversa (LR), quando houver obrigatoriedade.

VEJA TAMBÉM!

SAIBA O QUE É E QUAIS PRODUTOS DEVEM PARTICIPAR DA LR NA NOSSA PÁGINA ESPECIAL SOBRE O TEMA.

QUALIFICAÇÃO

Aqui, a contratante classifica o fornecedor de acordo com o grau de risco que este apresenta à empresa e, se necessário, solicita documentos complementares, como certificações de qualidade, saúde e segurança do trabalho ou ambiental e faz visitas *in loco*. O grau de risco definirá a periodicidade do processo de re-homologação, que, por exemplo, pode ser a cada dois anos.

AVALIAÇÃO

A empresa contratante realiza uma avaliação periódica de satisfação do usuário do produto ou serviço adquirido do fornecedor. Este usuário pode verificar tópicos como qualidade, pontualidade e atendimento pós-venda, entre outros critérios estabelecidos. A periodicidade de avaliação fica a critério da contratante, mas aconselhamos que seja feita **ao menos uma vez por ano.**

OBSERVAÇÃO: a avaliação pode exigir um plano de melhoria. Caso o fornecedor continue não atendendo às necessidades dos usuários, ele pode ser descadastrado pela contratante.

DESENVOLVIMENTO

Mesmo em casos nos quais a empresa e o fornecedor mantenham relações comerciais há bastante tempo, na falta de etapas de homologação, qualificação e avaliação, é recomendável que a empresa verifique requisitos básicos e se certifique que o fornecedor não contribua para práticas lesivas, como trabalhos infantil e análogo ao de escravo, corrupção, entre outros.

1. EMPRESA DE COMÉRCIO OU DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (DESDE QUE ESTES NÃO SEJAM DE SAÚDE E SANEAMENTO BÁSICO) QUE GERE MAIS DE 200 L/DIA DE RESÍDUOS CLASSIFICADOS COMO SÓLIDOS URBANOS .

ORIENTAÇÕES PARA AS MPES

APROVEITE AS OPORTUNIDADES

As empresas, cada vez mais, buscam fornecedores que tenham as mesmas preocupações em questões de ESG. Assim, caso uma empresa que contrate seus serviços ou compre seus produtos o(a) convide a participar de um programa de relacionamento e/ou desenvolvimento calcado nas dimensões ESG, agarre esta chance!

SEJA A MUDANÇA

Uma empresa de pequeno porte também pode fomentar o ESG na sua cadeia de fornecedores. O início pode se dar por um tipo de fornecedor, por meio da conscientização. Por exemplo: engajar produtores da agricultura familiar, abordar a necessidade de manter as crianças na escola, combater o trabalho infantil etc.

Para isso, é necessário que os envolvidos no negócio estejam dispostos a passar por treinamentos e capacitações que os direcionem às práticas ESG.

BENEFÍCIOS PARA AS MPES

Além de ganhar pontos com a empresa que contrata seus serviços ou compra seus produtos, outros negócios B2B (modelo de negócio de empresa para empresa) podem ser alavancados.

Caso sua empresa atue também no B2C (modelo entre empresa e consumidor final), esta é uma forma de agregar valor, comunicando aos seus clientes que as dimensões sociais, ambientais e de governança são importantes para você e para o seu negócio.

MAIS DICAS

DÚVIDAS POR ONDE COMEÇAR? CONHEÇA QUATRO PASSOS PARA IMPLEMENTAR AÇÕES AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA NA SUA EMPRESA AQUI.

CONSTRUA UM PROGRAMA DE RELACIONAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Para ajudá-lo(a) a construir programas de relacionamento (homologação, qualificação e avaliação) e desenvolvimento, elaboramos o quadro a seguir.

	PROGRAMAS	
ETAPAS	RELACIONAMENTO	DESENVOLVIMENTO
Verificação dos recursos necessários	x	x
Criação de um grupo gestor	x	x
Categorização dos fornecedores	x	x
Critérios de seleção dos participantes	x	x
Estabelecimento dos requisitos de avaliação	x	
Estabelecimento do tema para desenvolvimento		x
Estabelecimento dos questionários de avaliação	x	
Estabelecimento de avaliações prévias e pós-programa		x
Estabelecimento da forma de interação	x	x
Definição dos critérios de avaliação, pontuação e reconhecimento		x
Definição de cronograma das etapas de adesão ao programa ESG		x
Elaboração de manual de participação do programa ESG		x

VERIFICAÇAO DOS RECURSOS NECESSÁRIOS

A alta direção da empresa deve estar engajada com o programa e ciente de que, para a implementação do projeto, será preciso dispor de recursos financeiros e humanos.

GRIAÇÃO DE UM GRUPO GESTOR

No caso de pequenas e médias empresas, o grupo pode ser constituído por até duas pessoas. Estes funcionários deverão estar aptos para tal, ou serem capacitados e treinados, pois ficarão responsáveis por planejar e acompanhar a jornada ESG na empresa. É importante também definir os setores que estarão direta e indiretamente relacionados. Fundamental é o envolvimento da alta direção da empresa, não é suficiente apenas a autorização.

ATENÇÃO À LGPD

SEJA COM EQUIPE PRÓPRIA, SEJA COM EQUIPE TERCEIRIZADA, É FUNDAMENTAL SEGUIR OS PRECEITOS DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD) NO QUE CONCERNE A DADOS PESSOAIS DOS PARTICIPANTES DO PROGRAMA.

CATEGORIZAÇÃO DOS FORNECEDORES

A empresa precisa ter uma visão clara da sua cadeia de fornecedores. Esta categorização pode ser por:

tipo: serviços técnicos (tecnologia da informação, telecomunicação etc.), *facilities* (fornecedores de água e energia, tratamento de efluentes, coleta de resíduos, disposição de rejeitos etc.), serviços (limpeza, estacionamento, alimentação), fornecedor de insumos (matérias-primas, produtos químicos, entre outros), fornecedores de produtos para venda (fabricantes, importadores e distribuidores de eletroeletrônicos, medicamentos, ferramentas, materiais de construção, brinquedos, roupas, alimentos, bebidas, frutas, verduras e legumes etc.);

porte: MPEs, startups, sociedades anônimas, MEis etc.;

localização geográfica: cidade, Estado, região ou país;

criticidade: de acordo com critérios da empresa, como risco ambiental ou social, impacto financeiro do contrato para a empresa, entre outros.

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DOS PARTICIPANTES

A empresa precisa estabelecer critérios claros que não lhe causem transtornos futuros ou desavenças entre os fornecedores, como porcentual de compras, riscos de desabastecimento, criticidade dos serviços, entre outros.

ESTABELECIMENTO DOS REQUISITOS DE AVALIAÇÃO

A empresa define os requisitos "E", "S" e "G" que serão avaliados. Pode começar por somente um ou dois. Recomendamos que a avaliação seja dos critérios ESG como um todo, ainda que um único tema de cada.

ESTABELECIMENTO DO TEMA PARA DESENVOLVIMENTO

Recomenda-se que a empresa escolha um requisito "E", "S" ou "G" para estabelecer o programa de desenvolvimento, com temas que podem estar relacionados. Começar por um assunto talvez seja o mais apropriado.

ESTABELECIMENTO DOS QUESTIONÁRIOS DE AVALIAÇÃO E DE AVALIAÇÕES PRÉVIAS E PÓS-PROGRAMA

A empresa define as perguntas que deseja fazer, bem como a forma das questões – abertas (discursivas) ou fechadas (alternativas) ou um misto entre as duas.

ESTABELECIMENTO DA FORMA DE INTERAÇÃO

É preciso definir se os questionários serão impressos ou digitalizados, além da forma que serão enviados e de como as respostas e evidências solicitadas serão entregues, bem como se o sistema será informatizado (com avaliação automática) ou se a atribuição das notas será feita manualmente.

DEFINIÇÃO DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO, PONTUAÇÕES E RECONHECIMENTO

A empresa precisa determinar o valor das questões individuais e como se dará a soma entre os diferentes critérios ESG. Também é necessário definir as pontuações mínimas para o reconhecimento e como este será concedido – por exemplo, se haverá emissão de certificado ou evento de premiação para as pontuações mais altas do ranking e outros detalhes.

DEFINIÇÃO DE CRONOGRAMA DAS ETAPAS DE ADESÃO AO PROGRAMA ESG

O cronograma deve conter, no mínimo, os prazos para envio dos convites e do termo de adesão e confidencialidade, além das datas de recebimento das inscrições, envio das evidências, divulgação dos resultados e cerimônia de reconhecimento ou premiação.

ELABORAÇÃO DE MANUAL DE PARTICIPAÇÃO DO PROGRAMA ESG

As empresas participantes devem ser informadas a respeito de todos os passos a serem seguidos para a atuação no programa, sobretudo os procedimentos e processos operacionais a serem seguidos, bem como os resultados esperados e demais informações pertinentes.

REQUISITOS ESG

A agenda ESG se tornou um requisito essencial no âmbito das empresas, pois, além de contemplar aspectos ambientais, sociais e de governaça, confere boa reputação à marca e reconhecimento pela sociedade.

Detalhamos o conceito conforme cada letra da sigla.

E AMBIENTAL

Na sigla ESG, a letra E está relacionada às práticas empresariais que se referem aos cuidados com o meio ambiente, a fim de evitar a emissão de poluentes e gases de efeito estufa causadores de contaminação atmosférica e aquecimento global, bem como a poluição do solo e da água, o desmatamento, entre outros impactos nocivos.

As boas práticas de gestão ambiental que podem ser adotadas pelas empresas compreendem:

- a adoção de sistema de gestão ambiental certificado ou não;
- o aquecimento solar da água;
- a conservação da água, mediante o uso de dispositivos economizadores/ de baixo fluxo para torneiras, vasos sanitários, mictórios ou chuveiros;
- a conservação da biodiversidade;
- o deslocamento de funcionários/ colaboradores por modais sustentáveis (elétricos, híbridos ou etanol);
- a eficiência energética;
- a entrega de mercadorias com modais sustentáveis;
- a gestão de resíduos: redução, reúso/reaproveitamento, triagem dos resíduos e envio para reciclagem, compostagem e Logística Reversa (LR) (quando aplicável);
- a gestão e a redução do consumo de água;
- a iluminação composta por lâmpadas LED;
- a participação em Sistema de Logística Reversa (SLR) de produtos pós-consumo;
- o sistema de água de reúso;
- o sistema de coleta e uso de água da chuva;
- o sistema de geração de energia fotovoltaica;
- o sistema de resfriamento e ventilação de alta eficiência;
- a substituição de utensílios de uso único (descartáveis) por outros da linha de bens duráveis.

VÁ ALÉM

A lista acima não esgota as boas práticas ambientais que podem ser implementadas pelas mais variadas empresas.

Assim, preste atenção na legislação ambiental do seu município, estado e da federação, pois muitas boas práticas podem ser obrigatórias.

Então, a nossa dica é, não espere uma lei para garantir um meio ambiente equilibrado para as futuras gerações.

E também, fique antenado com os anseios de seus clientes e consumidores, leve tais desejos aos seus fornecedores e juntos celebrem uma agenda positiva de ações em prol do meio ambiente.

E ainda, muitas das boas práticas ambientais, garantem economia nos custos de energia elétrica, água, combustíveis e outros insumos.

VEJA TAMBÉM!

QUER ENTENDER COMO BOAS PRÁTICAS AMBIENTAIS AJUDAM A REDUZIR CUSTOS COM ENERGIA ELÉTRICA, ÁGUA, COMBUSTÍVEIS, ENTRE OUTROS? CLIQUE E BAIXE NOSSO *CHECKLIST* ESG.

S SOCIAL

A letra S está relacionada às práticas empresariais que se referem aos cuidados com as pessoas e a comunidade.

Como exemplos, temos:

- a adoção de práticas para o banimento da discriminação nas relações de consumo [***veja guia da FecomercioSP***];
- a cessão gratuita de instalações da empresa para sediar eventos comunitários (culturais, esportivos etc.);
- as contribuições financeiras e doações de bens e serviços (exceto para causas políticas);
- ações para promover a diversidade e inclusão na empresa;
- o engajamento em ações de responsabilidade social corporativa de seus clientes e fornecedores;
- as iniciativas de cidadania corporativa;
- as iniciativas de responsabilidade social corporativa, como campanhas e ações solidárias (exemplo: arrecadação de agasalho e mantimentos, entre outras);
- a oferta de produtos e/ou serviços com desconto para grupos carentes específicos;
- as parcerias com organizações beneficentes;
- a participação de organizações comunitárias;
- a participação de programas de voluntariado;
- o programa de responsabilidade social/voluntariado, com projetos próprios ou patrocinados;
- a realização de serviço comunitário e trabalho *pro bono*;
- o respeito aos direitos humanos e às leis trabalhistas;
- a satisfação dos clientes.

VÁ ALÉM

A lista acima não esgota as boas práticas de responsabilidade social que podem ser parte do dia a dia das empresas.

Desta forma, não fique parado, esperando que o governo resolva todas as questões sociais.

O setor produtivo tem um papel fundamental no desenvolvimento local, na sua vizinhança.

Assim, se várias empresas se unem, podem fazer mais com o mesmo recurso humano e econômico.

E ainda, seus fornecedores, consumidores e clientes podem ser convidados a engajar nesse processo. Não perca essa oportunidade.

GOVERNANÇA

G

A letra G se refere às práticas de gestão e administração empresariais que levarão a melhores resultados financeiros, econômicos e socioambientais.

Dentre os temas e práticas, temos:

- criação e adoção de um código de conduta que contemple procedimentos corretos de abordagem e a linguagem adequada para funcionários, terceirizados ou fornecedores no trato com demais colaboradores, fornecedores e clientes;
- composição diversa do conselho ou da liderança (quadro de diretores);
- criação e a manutenção de grupos identitários ou de afinidade;
- disponibilização de materiais orientativos para as equipes na temática ESG [*confira os conteúdos disponíveis no Fecomercio Lab*];
- estímulo ao respeito à diversidade e à inclusão, por meio de ações afirmativas (exemplo: a realização de treinamentos periódicos para colaboradores, fornecedores e parceiros sobre as políticas internas de banimento ao racismo e às desigualdades raciais e de gênero);
- comitê de auditoria interna estruturado;
- ética nas relações comerciais;
- existência de canal de denúncia ou ouvidoria para consumidores e demais *stakeholders* que se sintam discriminados ou mal atendidos – ou outros problemas e situações indesejáveis;
- Participação nos Lucros e Resultados (PLR) para todos os empregados, baseada total ou parcialmente no alcance de metas ESG;
- políticas internas de banimento às desigualdades raciais e de gênero;
- relação com entidades governamentais e demais poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) mediante a observância à lei anticorrupção;
- remuneração de executivos condicionada ao alcance de metas ESG;
- programa de diversidade, com metas e métricas e treinamento dos atuais e futuros colaboradores;
- transparência nas relações com a cadeia de valor;
- uso de ações afirmativas, como a utilização de critérios de contratação que valorizem a admissão de pessoas comumente discriminadas ou sub-representadas;
- adoção de política de cargos e salários não discriminatória.

VÁ ALÉM

As listas não esgotam as boas práticas que podem ser implementadas. Fique atento(a) às necessidades de seus clientes, fornecedores e todos os atores com os quais se relaciona, a fim de adotar ações positivas que possam melhorar o seu relacionamento com todos os públicos.

CHECKLIST

VEJA COMO SE ADAPTAR ÀS MELHORES PRÁTICAS ESG NESTE *CHECKLIST* PRODUZIDO PELA FECOMERCIO-SP, QUE ABRANGE FATORES AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. ACESSE AQUI, APÓS BREVE CADASTRO.

EXPERIÊNCIAS

Para ampliar o seu olhar sobre o tema, apresentamos nos boxes a seguir, alguns exemplos de programas de relacionamento e desenvolvimento bem-sucedidos, realizados pelos participantes das edições 2022 do Laboratório ESG Melhores Práticas Cadeia de Fornecedores.

PROGRAMA DE EXCELÊNCIA EM RELACIONAMENTO COM A CADEIA DE FORNECIMENTO DO GRUPO FLEURY (PERC)

Os fornecedores de grande significância, alta criticidade ou importância para o grupo são convidados a participar do PERC todos os anos. Eles são divididos por categoria e assinam termos de código de conduta e de adesão à edição do programa. A empresa preenche um questionário ESG, e a equipe avalia o que fornecedor tem, o que não tem e o que é importante desenvolver.

A avaliação é trimestral. Ao fim do ciclo, o PERC faz os seguintes reconhecimentos: melhor pontuação, destaque (fornecedor que apontou melhora significativa de um ano para outro, ou prática mais inovadora), MEI e melhores ações em tema específico. Aqueles que atingem performance mínima recebem certificado de capacitação técnica.

A TIM BRASIL DESENVOLVEU UM MODELO PARA PÔR EM PRÁTICA A POLÍTICA ESG COM A CADEIA DE FORNECEDORES

Na etapa "Conhecer", os fornecedorer respondem a um questionário de sustentabilidade, e a equipe da TIM define aqueles que são críticos. O momento "Engajar" garante as cláusulas contratuais contrárias aos trabalhos infantil e análogo ao escravo, garantindo os direitos humanos. Após isso, a empresa promove um fórum (anual ou semestral), quando há oportunidades de discussão e orientações, estabelecimento de compromissos, entre outros.

Na fase "Monitorar", todos os fornecedores passam anualmente pela ***due diligence***[2] de integridade; alguns fornecedores selecionados passam pela ***due diligence*** de Direitos Humanos. Também é feita uma auditoria com os fornecedores críticos. Para os casos nos quais são contratadas muitas empresas na prestação do mesmo serviço ou na compra de produtos semelhantes, por exemplo, estabelece-se um ranking para a promoção de um selo gerador de competição positiva. No "Desenvolver", o foco é a realização de fóruns compartilhados e capacitação, ocasião em que é desenvolvido um relacionamento além dos contratos já existentes.

PEPSICO INCENTIVA E COMPARTILHA BOAS PRÁTICAS POR MEIO DO ACOMPANHAMENTO FORMAL DA PERFORMANCE DE SEUS PARCEIROS

Para potencializar o crescimento da agenda ESG em sua cadeia de valor, a PepsiCo executa o Supplier Performance Management Program (SPM), que tem como objetivo incentivar e compartilhar boas práticas por meio do acompanhamento formal da performance de seus parceiros, com base em diversos critérios, como comprometimento ético, qualidade, saúde financeira e, em especial, gestão ambiental efetiva e inclusões da diversidade e das equidades racial e de gênero, fomentando, cada vez mais, uma cultura de impacto socioambiental positivo.

2. Termo em inglês que pode ser traduzido como diligência prévia e se refere ao processo de estudo, análise e avaliação detalhada de informações (financeiras, contábeis, previdenciárias, trabalhistas, imobiliárias, tecnológicas e jurídicas) da empresa-alvo, visando à identificação de eventuais distorções relevantes decorrentes das práticas empresariais. https://www.contabeis.com.br/artigos/4523/afinal-o-que-e-a-due-diligence/

E, POR FIM...

Com base em uma análise mais criteriosa dos processos de aquisição de insumos, matérias-primas e serviços, a empresa é capaz de realizar melhorias a curto, médio e longo prazos, graças ao engajamento dos fornecedores e a partir de medidas de baixo ou nenhum custo.

Esperamos que este guia possa contribuir para a construção da jornada ESG da sua empresa, por meio do auxílio à implementação de ações positivas que agreguem valor ao modelo de negócio, tornando-o mais competitivo no mercado e atrativo para os clientes.

A FecomercioSP, por meio do Comitê ESG, apoia as empresas de qualquer porte e setor nestas práticas, além de difundi-las ao setor produtivo, à sociedade e aos governos. **Conheça mais aqui.**

≡

AGRADECIMENTOS

A produção deste material só foi possível graças à idealização, à formatação e à condução do Laboratório Melhores Práticas Corporativas para Engajamento ESG da Cadeia de Fornecedores por:

LUIZ MAIA, PRESIDENTE DO COMITÊ ESG DA FECOMERCIO-SP

CAROLINA DA COSTA, DA JIVE MAUÁ INVESTIMENTOS E DO HOSPITAL ALEMÃO OSWALDO CRUZ, TAMBÉM MEMBRA DO COMITÊ ESG DA FECOMERCIO-SP

CRISTIANE CORTEZ, ASSESSORA TÉCNICA DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE DA FECOMERCIO-SP

ALEXSANDRA SOCORRO IAHN RICCI, ASSESSORA TÉCNICA DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE DA FECOMERCIO-SP

GABRIEL MOREIRA SANTANA, ASSESSOR TÉCNICO DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE DA FECOMERCIO-SP

DANIEL PÉRIGO, DO GRUPO FLEURY

MARCIO LINO, DA TIM BRASIL

JULIANA DE AVELLAR, DA PEPSICO

Estendemos nossos agradecimentos a todos os demais participantes, por contribuírem para os debates e para a construção deste material!

EDIÇÃO 1
9 DE MARÇO DE 2022

ADRIANA GONÇALVES, GRUPO FLEURY

ALETEA MADACKI, MAGAZINE LUIZA

ANDRIEI GUTIERREZ, KYNDRYL

CÁSSIO GARKALNS, GKS INTELIGÊNCIA TERRITORIAL

DANIEL MARQUES PERIGO, GRUPO FLEURY

ELAINE GUIMARÃES, VIA

JAY M. MIL HOMENS NETO, VIA

MARIANA ALDRIGUI, CONSELHO DE TURISMO DA FECOMERCIO-SP

MARÍLIA ROBLES, SYMPLA

MARINA GOMES, C&C

MONICA MEDINA, SENAC-SP

MONICA SAMIA, BRAZTOA

REGINA PAULINELLI, SENAC-SP

SABINE LANZER, C&C

SANDRA MORALES, IBGC

THIAGO DUENHA, CARREFOUR

VALQUÍRIA RIZZO, SENAC-SP

EDIÇÃO 2
19 DE MAIO DE 2022

ALLAN MOCHNY, TRANSAMÉRICA

AMANDA NETZEL, LEROY MERLIN

ANA MARIA ANGELICO, LEROY MERLIN

ANDRESSA BORBA, LEROY MERLIN

ANTONIETTA VARLESSE, ACCOR

CAROLINA DA COSTA, JIVE MAUÁ INVESTIMENTOS E HOSPITAL ALEMÃO OSWALDO CRUZ

EDMO PORTO, LEROY MERLIN

EDUARDO BORGES, LEROY MERLIN

ELAINE GUIMARÃES, VIA

FELLIPE CARAVANA, LEROY MERLIN

ISABELLE GRECHI, B2B RESERVAS

LARISSA BECK, CVC CORP

LÍVIA NEVES, LEROY MERLIN

MARCIO LINO, TIM BRASIL

MAURO FILGUEIRAS, LEROY MERLIN

NAIARA FEIO, LEROY MERLIN

PEDRO TELLES, MOVIDA

PRISCILA BURES, CVC CORP

SABINE LANZER, C&C

SUELEN SCORSIN, KYNDRYL

EDIÇÃO 3
12 DE AGOSTO DE 2022

CAROLINA MASSARO, GRUPO CARREFOUR

DENISE NOVAES, GRUPO DPSP

JULIANA DE AVELLAR, PEPSICO

MARCELA RODRIGUES, GRUPO DPSP

MERCEDES MOSQUERA, MADRID SUPERMERCADOS

PATRICIA RAMALHO, GRUPO DPSP

RAYANE RUAS, SPRINT DADOS

ROSIMERE LOPES, GRUPO CARREFOUR

SABINE LANZER, C&C

FECOMERCIOSP

PUBLICAÇÃO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PRESIDENTE

Abram Szajman

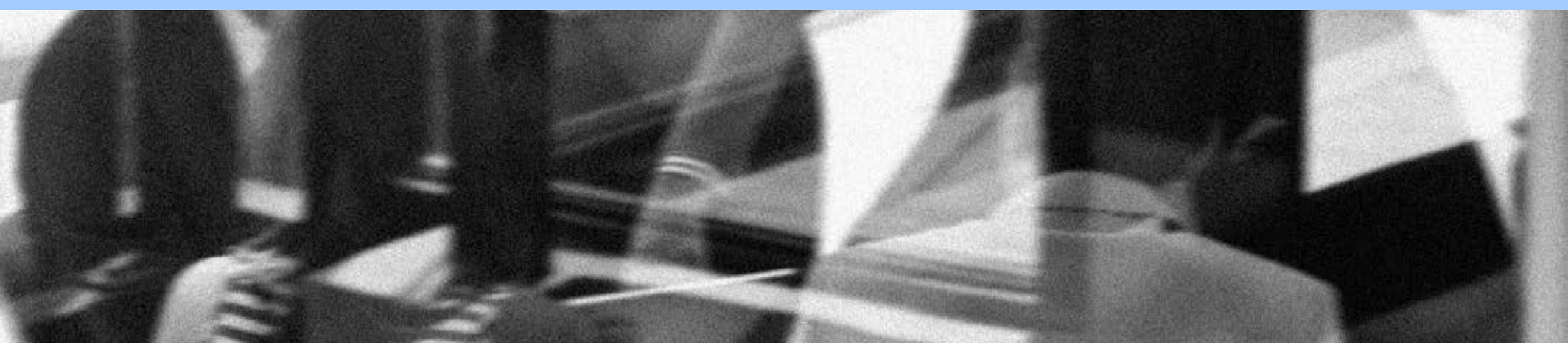
SUPERINTENDENTE

Antonio Carlos Borges

Rua Dr. Plínio Barreto, 285

Bela Vista • São Paulo

11 3254-1700 • fax 11 3254-1650

www.fecomercio.com.br

PRODUÇÃO TUTU 2022