
POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

ELABORADO POR:	JONATAN PORTO	REV:	02
APROVADO POR:	MARCELO LIMA		
DISCIPLINA:	COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL	DATA:	18/01/24

OBJETIVO

O objetivo desta Política é estabelecer as diretrizes, os valores e os compromissos de atuação da empresa referentes à Comunicação Corporativa (interna e externa) e Responsabilidade Social com todos os seus públicos de interesse.

REFERÊNCIAS

- Código de Ética
- NBR ISO 26000 - Diretrizes sobre Responsabilidade Social
- SA 8000 - Norma Internacional de Responsabilidade Social

Nota: As referências citadas devem ser utilizadas em sua versão mais recente.

INTRODUÇÃO

A Política de Comunicação e Responsabilidade Social estabelece princípios que regem a conduta da empresa em relação à sua responsabilidade perante a comunidade e seus públicos de interesse, bem como a forma de comunicação a ser adotada.

RESPONSABILIDADES

As responsabilidades previstas nesta Política são aplicáveis para:

Profissional: Conhecer e cumprir os requisitos estabelecidos nesta Política e no Código de Conduta. É responsabilidade de todos os profissionais, independentemente do cargo ou hierarquia, zelar pela boa imagem da empresa e respeitar todas as premissas estipuladas nesta Política.

Área de Comunicação e Responsabilidade Social (CRS): Realizar a gestão dos canais de comunicação (internos e externos), intermediar o relacionamento entre os públicos de interesse, acompanhar e buscar as tratativas necessárias.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES**A. DIRETRIZES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL****1. Comunicação Integrada**

Considerando a importância do fluxo de comunicação e o processo de planejamento, a empresa visa o contínuo fortalecimento de sua imagem, marca e posicionamento no mercado frente aos seus diferentes públicos. Desta forma, será possível integrar a comunicação interna, administrativa, institucional e mercadológica, visando:

- Estabelecer canais e veículos de comunicação confiáveis, padronizados e centrados no público-alvo;
- Ampliar o diálogo de uma comunicação transparente, estreitando o relacionamento entre os públicos de interesse (interno e externo);
- Desenvolver ações pautadas na disseminação de uma cultura institucional consolidada, sem ruídos de comunicação;
- Unificar a linguagem institucional, disseminando os valores, as políticas, o canal de ética e a cultura da empresa para todos os públicos de interesse (interno ou externo);
- Manter o padrão de comunicação (*layout*), seguindo as diretrizes do Manual de Identidade Visual e Sinalização;
- Manter a Política de Comunicação e Responsabilidade Social atualizada em conformidade com as leis, regulamentos, normas nacionais e internacionais aplicáveis, ética empresarial e profissional, priorizando ações e compromissos previstos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, na Convenções da Organização Mundial do Trabalho (OMT) e na norma NBR ISO 26000 "Diretrizes sobre Responsabilidade Social".

2. Responsabilidade Social

- Comprometer-se com o desenvolvimento social da comunidade local em todos os locais de atuação em que a empresa desenvolver suas operações;
- Priorizar a contratação e capacitação da mão de obra local;
- Promover a cultura de um comportamento ético baseado nos valores da honestidade, integridade e transparência, conforme estabelecido no Código de Conduta (disponível na intranet e no site da empresa), com foco nas necessidades sociais, ambientais, culturais e econômicas;
- Estabelecer diálogo com a comunidade através dos canais de comunicação;
- Ter uma Equipe de Desempenho Social (EDS) formada por representantes dos profissionais e pela alta administração;

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

- Disponibilizar atendimento de Responsabilidade Social aos profissionais dos empreendimentos, em dias e horários estabelecidos pela área de CRS. O atendimento deve ser registrado no formulário específico (SQ-00-CRS-01-FOR-02);
- Realizar visitas aos alojamentos da empresa e de subcontratadas, cujos profissionais trabalhem diretamente nas dependências do empreendimento, conforme demanda e registrar a atividade em formulário específico (SQ-00-CRS-01-FOR-04);
- Aplicar pesquisa de clima organizacional de acordo com o item 2.1 “Pesquisa de Clima Organizacional”.

**2.1 Pesquisa de Clima Organizacional**

A pesquisa de clima organizacional deve ser aplicada anualmente, entre os meses de outubro e dezembro, considerando a importância da avaliação, além das tratativas relacionadas a cada área avaliada.

Para aplicação da pesquisa, cada empreendimento estabelecerá a sua metodologia, garantindo a lisura no processo e a confidencialidade dos participantes, sendo aplicado um formulário por profissional (SQ-00-CRS-01-FOR-03).

A área de CRS (Comunicação e Responsabilidade Social) é responsável pela aplicação da pesquisa, sua devida compilação e divulgação dos resultados, acompanhamento das tratativas e registro de relatório (SQ-00-CRS-01-PL-01). Para os itens em que a média alcançada for inferior a 5, a área de CRS, junto com alta administração da empresa, determinará ações corretivas com responsáveis e prazo para serem executadas.

Para aplicação da pesquisa, serão utilizados:

Público-alvo	Margem de erro	Nível de confiança	Distribuição da população
MOD e MOI	3%	99%	Homogênea

Após tabulação das pesquisas, estas deverão ser digitalizadas e arquivadas para nível de auditoria.

- População (público-alvo) é o conjunto total de indivíduos ou parâmetros que devem ser investigados.
- Margem de erro é o índice de variação dos resultados de uma pesquisa.
- Nível de confiança representa a probabilidade de uma pesquisa obter os mesmos resultados se outro grupo de indivíduos em uma mesma população fosse entrevistado.
- Distribuição da população é o grau de homogeneidade do público, considerando aspectos relevantes tais como nível sociocultural, gênero, idade, entre outros.
- Amostra é um subgrupo de indivíduos selecionados dentro de uma população a fim de representar e caracterizar a população total.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

2.2 Avaliação e Qualificação de Fornecedores e Subcontratados

Com o objetivo de cumprir os requisitos de responsabilidade social, em conformidade com a SA 8000, a empresa cumpre o monitoramento junto aos fornecedores e subcontratados, classificados em três níveis de risco social:

- Baixo: Terceiros cujos profissionais não tenham atuação direta nas dependências do empreendimento;
- Médio: Terceiros cujos profissionais tenham atuação esporádica nas dependências do empreendimento;
- Alto: Terceiros cujos profissionais tenham atuação diária nas dependências do empreendimento.

Para todos os fornecedores e subcontratados (baixo, médio e alto risco) é aplicada uma Due Diligence (DD) de responsabilidade social. Aos subcontratados classificados como alto risco, será realizada visita nas dependências da empresa avaliada, a fim de verificar o cumprimento dos requisitos apresentados no questionário de Due Diligence.

3. Partes Interessadas

- Todos os públicos de interesse (interno e externo) envolvidos direta ou indiretamente com a empresa.

4. Direitos Humanos

Em conformidade com os requisitos da SA 8000, a empresa:

- Repudia a prática do trabalho infantil e degradante em suas áreas de negócio, incluindo seus fornecedores e subcontratados;
- Estabelece um ambiente de trabalho saudável, livre de preconceito, discriminação, assédio e abuso de poder;
- Preserva a liberdade e o direito dos seus profissionais de se associarem a sindicatos e de negociarem coletivamente seus interesses com a organização;
- Respeita o direito dos profissionais a um salário de subsistência e assegura que os salários pagos satisfaçam os padrões mínimos legais ou da indústria. Os salários devem ser suficientes para atender às necessidades básicas dos profissionais;
- Coíbe qualquer atitude de discriminação, seja por raça, gênero, classe social, nacionalidade, regionalidade, religião, deficiência, orientação sexual, idade, associação sindical ou política, entre outras;
- Trata todos os seus profissionais e demais públicos de interesse com dignidade e respeito. Não é permitido nenhum tratamento rude ou desumano;
- Segue as leis e acordos coletivos aplicáveis em relação ao horário de trabalho, preservando ao profissional o direito a descanso semanal, férias periódicas e horas extras remuneradas;
- Contribui para a prosperidade e progresso da comunidade local;

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

- Respeita e valoriza a história, a diversidade, a opinião e os costumes culturais dos locais onde atua;
- Promove campanhas de conscientização e combate ao trabalho infantil, trabalho forçado e toda forma de discriminação.

5. Imagem e Marca

A marca da organização foi construída a partir de conceitos éticos, capacidade de renovação e crescimento constante. A sua identidade institucional soma resultados de experiências e atividades geradas com seriedade e solidez. Dessa forma, a empresa, seus profissionais, fornecedores e subcontratados, devem:

Zelar pela integridade, preservação da identidade corporativa e o uso da marca da organização.

6. Assessoria de Imprensa

A área é responsável por realizar o atendimento à imprensa e deve priorizar:

- o atendimento de demandas, sem discriminação ou distinção de assuntos e tipo de veículos;
- a atualização do *mailing* da imprensa com a finalidade de realizar contato, quando a empresa achar necessário;
- o arquivamento de todo conteúdo sobre a empresa, divulgado nos veículos de comunicação (*clipping*), a fim de analisar e dar tratativa institucional.

7. Segurança da Informação

- Tratar a informação de clientes e parceiros mantendo confidencialidade e respeito, conforme determinado no Código de Conduta e nos contratos firmados com terceiros.

8. Contato Oficial

- Comunicação Interna - comunicacaocorporativa@toyosetal.com
- Comunicação Externa - www.toyosetal.com - Fale Conosco

9. Canais de denúncia

Qualquer violação a esta política deve ser reportada no Canal de Ética, através do site <http://www.canalconfidencial.com.br/toyosetal> ou do telefone 0800 721 5951.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

PADRÕES APLICÁVEIS

SQ-00-CRS-01-FOR-01	Formulário para <i>Clipping</i>
SQ-00-CRS-01-FOR-02	Formulário para Atendimento de Responsabilidade Social
SQ-00-CRS-01-FOR-03	Formulário para Pesquisa de Clima Organizacional - Obra
SQ-00-CRS-01-FOR-04	Formulário para Relatório de Acompanhamento de Alojamento
SQ-00-CRS-01-PLE-01	Planilha Eletrônica para Tabulação e Relatório da Pesquisa de Clima Organizacional