

PRÊMIO KLAUS SCHUMACHER 2018

EDITAL 01/2018

A Associação Empresarial de Rio Negrinho, inscrita no C.N.P.J 83.537.316/0001-44, torna público para conhecimento das empresas interessadas, que sob a regência de seu Estatuto Social através do artigo 2º, pelo seu Núcleo de Jovens Empresários da ACIRNE, acha-se aberto até as 23:55 horas do dia 21 de Outubro de 2018, Edital para participação das empresas interessadas em serem reconhecidas pela sociedade empresarial rionegrinhense no Prêmio Empresarial Klaus Schumacher. Maiores informações poderão ser obtidas na secretaria da ACIRNE, situado na Rua Maria Scholz, 62, Centro, Rio Negrinho – SC, CEP 89.295-000 ou pelo site www.premioks.org.br

Rio Negrinho, 30 de agosto de 2018.

DA APRESENTAÇÃO



O Senhor Klaus Schumacher nasceu em 13/11/1925, em Hamburgo, na Alemanha, casou-se em 1952, com Maria Erdmunde, técnica em pintura de cerâmica, imigraram ao Brasil neste mesmo ano, no mês de setembro, junto com sua filha Karin. Desta união tiveram mais quatro filhos. Durante a

migração, a família teve uma rápida passagem por Pomerode, mas foi em Rio Negrinho que em julho de 1954 fundaram em Rio Negrinho a empresa individual Klaus Schumacher, transformada a partir de 02/10/1956 na Ceramarte (cerâmica com arte), que dado a sua importância e desenvolvimento emprestou seu nome ao bairro em seu entorno.

Klaus tinha como suas principais ferramentas o trabalho, criatividade e determinação, que somado ao talento de sua esposa como ceramista, modeladora, desenhista e pintora, deu os passos fundamentais na instalação e desenvolvimento da empresa. Até 1970, a Ceramarte esteve voltada apenas para o mercado interno, na produção de canecos para festivais e bailes de chopes, bem como na fabricação de azulejos, e a partir desta data partiram para a exportação de canecos, garrafas, painéis de cerâmicas, frascos de perfumes, bibelôs e peças decorativas. Na década de 1990, a Ceramarte atingiu o ápice de sua produção e expansão, chegando a empregar cerca de 1.700 pessoas em 1992. Além do seu talento industrial, Klaus Schumacher teve um papel fundamental na condução e manutenção dos destinos da Associação Hospitalar Rio Negrinho, hoje Fundação Hospitalar Rio Negrinho. Esta entidade denominou "Klaus Schumacher" o seu Banco de Leite Humano. Teve também um papel preponderante na criação do Aero Clube de Rio Negrinho. Com seu espírito arrojado e empreendedor fez uma incursão na montagem de helicópteros. Estava sempre olhando ao redor, procurando algo que podia ser transformado. Muitas vezes, durante viagens, parava na estrada para recolher, em barrancos, amostras de argila para testar novas misturas de massa cerâmica e queimá-las a diferentes temperaturas, só para ver o resultado. Foi assim que o empresário Klaus Schumacher, investiu quase 30 anos em pesquisas no desenvolvimento de uma massa cerâmica que agregasse diferenciais únicos. Assim conseguiu desenvolver a cerâmica refratária, um feito de enorme importância, de modo que a Ceramarte, empresa de Rio Negrinho, vem

ampliando de forma rápida sua participação no mercado nacional e internacional com a linha de cerâmica refratária de mesa, inédita no mundo, com a marca CERAFLAME.

Em 2006, nos 50 anos da história da Ceramarte, como reconhecimento a municipalidade de Rio Negrinho entregou a Ordem do Mérito Municipal, e, em novembro de 2009, a ACIRNE realizou um jantar em homenagem a Klaus Schumacher, instituindo a partir desta data o "Prêmio Klaus Schumacher".

Art 1º O Prêmio Empresarial Klaus Schumacher é um reconhecimento ao empresário ou empresa, cuja atuação tanto no próprio setor quanto na sociedade vem servindo de referência pelo empenho, dedicação, visão, empreendedorismo, inovação, aprimoramento e preocupação com a qualidade de vida dos seus funcionários e da cidade como um todo. É a oportunidade do reconhecimento de todo um trabalho e do merecido destaque no meio empresarial e na sociedade, incentivando assim, a classe empresarial.

Parágrafo único - A definição dos vencedores de cada categoria acontecerá através de análise, avaliação e votação, conforme consta neste regulamento.

Art. 2º O Prêmio, buscando sempre a transparência e a idoneidade no processo, conta com o apoio dos avaliadores de instituições listadas a baixo:

- Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE;
- Fundação de Ensino, Tecnologia e Pesquisa – FETEP;
- Eurho Consulting;
- Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC;
- Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina – FACISC;
- Serviço Nacional de Aprendizagem – SENAI;
- Instituto de Meio Ambiente de Santa Catarina – IMA;
- Prefeitura Municipal de São Bento do Sul – PMSBS;
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas – SEBRAE;



- Josiane Ferreira Coach e Terapias Sistêmicas;
- Serviço Social da Indústria – SESI;
- Cleomir Vaz treinamentos.

Parágrafo único: o núcleo de jovens empreendedores reserva o direito de alterar as instituições de apoio e seus respectivos avaliadores havendo qualquer necessidade e a qualquer momento, não cabendo qualquer recurso de tal decisão.

Art. 3º A edição 2018 do Prêmio Klaus Schumacher destaca-se pelo lançamento de nova metodologia de avaliação, com novas categorias, modalidades e premiações.

DO OBJETIVO ESPECÍFICO

Art. 4º O Prêmio Klaus Schumacher tem por objetivo específico incentivar e reconhecer os esforços bem-sucedidos nas organizações que atuam em Rio Negrinho, além de aumentar a competitividade entre as organizações visando desenvolver as gestões das empresas.

DO PÚBLICO ALVO

Art. 5º O Prêmio destina-se a empresas de Rio Negrinho, as quais deverão possuir endereço na cidade comprovado através do Cartão CNPJ. Sendo permitida a participação de empresas tanto públicas quanto privadas e de qualquer setor da economia.

DAS CATEGORIAS

Art. 6º Os participantes poderão concorrer em 5 categorias:

Melhores Práticas de Sustentabilidade Ambiental: contempla às iniciativas bem-sucedidas de cunho ambiental implementadas pelas empresas de Rio Negrinho.

Melhores Práticas de Inovação: contempla iniciativas que por meio da implementação de processos, métodos, técnicas e ferramentas de gestão da inovação, produzem um ambiente profícuo à geração de inovações.

Melhor Projeto de Responsabilidade Social: contempla iniciativas realizadas por empresas que, através de um projeto, apresentando métodos e resultado, resolvam ou diminuam um problema social, que impactem positivamente na qualidade de vida da comunidade.

Melhores práticas de Recursos Humanos: analisa as práticas de gestão em relação às pessoas que laboram nas empresas.

Melhor Atendimento: Destaque da empresa com melhor atendimento medido através de votação pública online.

Art. 7º As empresas poderão escolher uma ou mais categorias para participar, não sendo necessário a participação em todas as categorias.

DAS INSCRIÇÕES

Art. 8º As inscrições para a edição 2018 estarão abertas a partir das 10h00min do dia 30 de agosto de 2018 e encerrarão às 23h59min do dia 21 de outubro de 2018.

Art. 9º Ao realizar a inscrição neste edital a empresa aceita este Regulamento na íntegra, cede direito de imagens no dia da premiação e permite a visita de um avaliador ao estabelecimento, inclusive fornecendo informações que possam ser necessárias para comprovar a veracidade da auto avaliação.

Art. 10º As inscrições são gratuitas e devem ser feitas online, no seguinte endereço eletrônico www.premioks.org.br

Art. 11º O processo de inscrição subdivide-se em duas fases:

§ 1º - Primeira fase: preenchimento do cadastro da empresa no endereço eletrônico.

- I) Para efetivar o cadastro, a empresa deverá anexar Cópia da Certidão de Registro no CNPJ.
- II) A participação estará condicionada a exclusividade de CNPJ (matriz e filiais), não sendo possível a inscrição por grupo empresarial.
- III) A empresa pode inscrever-se em quantas categorias tiver interesse, podendo optar por uma ou mais.

§ 2º - Segunda fase: preenchimento da auto avaliação, exceto para Categoria Melhor Atendimento.

- I) A segunda fase consiste na auto avaliação, que será efetivada pela empresa candidata por meio do preenchimento de questionário online através do link www.premioks.org.br, respondendo um conjunto de perguntas para cada categoria.
- II) Somente as empresas que completarem toda a auto avaliação da categoria estarão aptas a participar, ou seja, deverão ser respondidas de forma completa todos os itens, incluindo justificativa quando necessário.

DO PROCESSO DE AVALIAÇÃO E JULGAMENTO

Art. 12º O processo de avaliação e julgamento das propostas será composto pelas seguintes etapas:

§ 1º - Análise da veracidade das informações oferecidas no parágrafo 1º e seus incisos, do art. 11º deste edital.

§ 2º - Análise do preenchimento das informações descritas no parágrafo 2º e seus incisos, do art. 11º deste edital.

§ 3º - As empresas serão classificadas de acordo com a pontuação descrita em cada categoria, anexos deste edital.

§ 4º - A compilação da pontuação descrita em cada categoria será feita por dois integrantes do Núcleo de Jovens Empreendedores e um integrante da Associação Empresarial de Rio Negrinho, os quais integrarão a **comissão administrativa**.

- I) Estes abdicarão de concorrer em qualquer categoria e hipótese.
- II) Estes integrantes deverão manter sigilo dos ganhadores até o momento da premiação.

§ 5º - As respostas serão avaliadas pela comissão julgadora composta pelos parceiros descritos no Art. 2º e a compilação das notas será realizada pela comissão administrativa.

§ 6º - As 3 melhores empresas de cada categoria serão avaliadas *in loco* para verificação se a auto avaliação condiz com a realidade. Caso a realidade seja diferente da auto avaliação, a empresa será desclassificada da categoria.

- I) A visitação *in loco* ocorrerá nos dias 24 e 25 de outubro de 2018 por parte da comissão julgadora, estando a empresa desde já ciente da responsabilidade em recebê-los e apresentar as justificativas descritas na referida inscrição.

§ 7º - A soma das pontuações de cada julgador será realizada pela comissão administrativa descrita no parágrafo 4º deste artigo.

- I) Após a premiação oficial as notas dos julgadores estarão disponíveis para conferência por 15 dias na Associação Empresarial de Rio Negrinho, situada à rua Maria Scholz, 62, Centro, CEP 89.295-000, no município de Rio Negrinho.

§ 8º - A classificação da categoria Melhor Atendimento será feita através de votação popular online, não havendo avaliação *in loco* ou comissão julgadora externa.

§ 9º - Em caso de empate a decisão final será tomada pela comissão avaliadora da referida categoria.

DA COMISSÃO JULGADORA

Art. 13º A Comissão Julgadora de cada categoria será composta por três avaliadores independentes, pertencentes a entidades descritas no Art. 02.

Parágrafo único: A comissão administrativa estará encarregada de definir a distribuição dos avaliadores nas respectivas categorias.

Art. 14º Os representantes selecionados para a Comissão Julgadora não poderão ter nenhum conflito de interesse, seja esse conflito por participação, prestação/contratação de serviços ou relacionamento familiar em relação a qualquer um dos proponentes inscritos ou as partes interessadas relevantes.

Art. 15º a Comissão Julgadora é soberana nas suas decisões e sobre seu julgamento não caberá recurso algum.

DA PREMIAÇÃO

Art. 16º A premiação dos ganhadores será realizada em solenidade na Sociedade Musical Rio Negrinho, situada na rua do Seminário, 886, Centro do município de Rio Negrinho no dia 08 de novembro de 2018, às 20h00min.

Art. 17º Serão premiados os primeiros e segundos lugares de cada categoria.

ANEXO A

PRÊMIO KLAUS SCHUMACHER

Auto avaliação

Categoria: Melhores Práticas de Sustentabilidade Ambiental

No intuito de dar visibilidade às iniciativas bem-sucedidas de cunho ambiental implementadas pelas empresas de Rio Negrinho, foi desenvolvido a categoria “Melhores Práticas de Sustentabilidade Ambiental” dentro do prêmio Klaus Schumacher. As experiências apresentadas nesta categoria marcam uma nova visão de sustentabilidade na administração empresarial, com a inserção de critérios ambientais para a realização das atividades rotineiras. O Prêmio Klaus Schumacher funciona também como ferramenta para identificar as iniciativas que produzem resultados satisfatórios para a melhoria na qualidade ambiental, para a sociedade e para promover a multiplicação dessas experiências.

ELEGIBILIDADE

A iniciativa inscrita deve atender aos seguintes requisitos:

- Estar enquadrada nas categorias temáticas do Prêmio;
- Ter sido concluída nos últimos dois anos ou estar em andamento;
- Apresentar evidências tangíveis e resultados concretos qualitativos e quantitativos.

TEMÁTICA

- Conservação de Água (iniciativas que promovam a redução no consumo ou desperdício ou reutilização de água);
- Conservação de Energia (projetos que comprovem redução significativa no consumo de energia);
- Conservação de Recursos Minerais (ações que reduzam o consumo de substâncias inorgânicas extraídas da terra, como carvão, gás natural, petróleo, ferro, argilas, cobre, zinco, chumbo etc.);

- Conservação de Recursos Naturais (ações para preservação da natureza, em especial de florestas, vegetação nativa, reservas, parques, rios, aquíferos, nascentes e similares);
- Controle da Poluição (iniciativas que evitam ou minimizam atividades que poluem o meio ambiente, como contaminação da água, do ar ou do solo);
- Educação Ambiental (atividades educacionais que colaborem para formar indivíduos preocupados com os problemas ambientais e que os conscientize sobre a importância da preservação do meio ambiente);
- Energias Limpas (ações voltadas a iniciativas com foco em energias renováveis, como solar, eólica e hidráulica);
- Gestão Ambiental (conjunto de ações que comprovem que a gestão estratégica da organização participante é comprometida com a sustentabilidade);
- Manejo Florestal Sustentável (projetos que utilizam a floresta de forma sustentável para obtenção de benefícios econômicos, sociais e ambientais, respeitando o ecossistema e suas características);
- Marketing Ecológico (estratégia de marketing que foca nos benefícios dos produtos, em seu modo de produção ou da postura em geral da empresa em relação à sustentabilidade do meio ambiente; consiste em promover a imagem ambiental da empresa para sensibilizar o consumidor preocupado com a sustentabilidade ambiental);
- Reciclagem (ações que objetivam transformar materiais usados em novos produtos reutilizáveis);
- Recuperação de Áreas Degradadas (projetos de restauração de locais impactados ambientalmente);
- Resíduos Sólidos (iniciativas em conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, evitando ou minimizando a destinação inadequada dos resíduos);
- Tecnologia (inovações tecnológicas ou adesão a tecnologias já existentes que gerem resultados positivos para o meio ambiente);
- Turismo e Qualidade de Vida (enquadram-se projetos que promovem o turismo sustentável e a qualidade de vida das comunidades locais).

DOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Os Projetos Categoria “Melhores Práticas de Sustentabilidade Ambiental” do Prêmio Klaus Schumacher inscritos neste edital serão avaliados sob os seguintes critérios:

- Impacto ambiental da Iniciativa (benefícios ambientais gerados com a implantação da iniciativa);
- Caráter social (benefícios sociais gerados para o público diretamente ou indiretamente envolvido);
- Caráter econômico (benefícios econômicos gerados para a instituição);
- Inovação (iniciativas inovadoras que promovam a modernização da gestão);
- Relevância (iniciativas consideradas importantes com relação aos benefícios gerados);
- Integração (quantidade de pessoas e áreas da instituição envolvidas na implantação da iniciativa);
- Institucionalização (inserção da iniciativa à cultura institucional).

DA PONTUAÇÃO

A avaliação será realizada seguindo as seguintes pontuações máximas por projeto:

Critério de Avaliação	Pontuação
Critério 1 – Impacto ambiental da Iniciativa	20
Critério 2 – Caráter social	20
Critério 3 – Caráter econômico	20
Critério 4 – Inovação	10
Critério 5 – Relevância	10
Critério 6 – Integração	10
Critério 7 – Institucionalização	10
Total geral	100

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

1. Título do projeto ambiental participante.
2. Escreva um breve resumo do projeto, contendo o local onde é desenvolvido, seus principais objetivos e resultados ambientais: (O texto deve ter, obrigatoriamente, no mínimo 600 e no máximo 1.000 caracteres com espaços).
3. O projeto é decorrente de exigências de órgãos regulamentadores? Descreva.
4. *Sua empresa possui* atividades potencialmente poluidoras ou que utilizem recursos ambientais? Descreva a atividade e a forma de controle ou ação. Descreva o problema ambiental identificado no projeto: (Máx. 500 caracteres).
5. Qual foi a solução encontrada? (Máx. 500 caracteres).
6. Quais foram os resultados alcançados com o projeto? (Máx. 500 caracteres).
7. Parceiros que apoiaram financeiramente o projeto.
8. Investimento (R\$) total com o projeto inscrito no Prêmio Klaus Schumacher: (Use somente o valor numérico. Ex.: R\$ 25.868,52).



9. Número de pessoas que participaram do projeto, voluntários e remunerados (Use somente o valor numérico. Ex.: 10.868).
10. Resultados numéricos do projeto. Quantifique em números os resultados obtidos (Esta questão exige ao menos um resultado quantificado. Exemplo: 150 árvores foram plantadas; 10 mil litros de óleo reciclados; 22 escolas contempladas com o programa de educação ambiental; 5 mil copos plásticos poupados, etc.):

Fonte: “*Prêmio A3P Ministério do Meio Ambiente*”

ANEXO B

PRÊMIO KLAUS SCHUMACHER

Auto Avaliação

Categoria: INOVAÇÃO

A **Criatividade** e a **Inovação** traduzem-se na exploração bem-sucedida de novas ideias, essenciais para sustentar a competitividade e a geração de riquezas. Um país, uma empresa ou qualquer outra organização que almeje manter-se à frente de seus competidores, precisará de sistemas inovadores e criativos. Dada a devida importância esta categoria contempla iniciativas que por meio da implementação de processos, métodos, técnicas e ferramentas de gestão da inovação, produzem um ambiente profícuo à geração de inovações.

DA PONTUAÇÃO:

Letra de escolha	Pontuação
A	0
B	30
C	75
D	100

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

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. Existe alguns esforços para inovar, mas são esporádicos.
- c. Os esforços para inovar são realizados regularmente, mas não são acompanhados.

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.

- d. Os esforços para inovar são realizados fortemente e regularmente e são acompanhados e medidos através de indicadores.

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.	%	<input checked="" type="checkbox"/>
Percentual de colaboradores da empresa que se dedicam à inovação	%	<input checked="" type="checkbox"/>

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.

- 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.

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.

- 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.

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.

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 relacionados 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.

- 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.

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.

- 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.

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.

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.

- 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.

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.

- d. A seleção das melhores ideias é realizada regularmente com critérios de avaliação definidos e com a participação de colaboradores.

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. Descrever como é feita a comunicação entre dirigentes e colaboradores para implementar inovações na empresa.

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.

- 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.

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

- 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.

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

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.

- 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.

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.

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

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.

7. É PROMOVIDO O APRENDIZADO SOBRE O PROCESSO DE INOVAÇÃO?

A empresa inovadora sabe a importância de refletir sobre o processo de inovação como um todo, o que aconteceu, o que funcionou bem, o que não deu certo, os resultados obtidos, as novas ideias etc. Isso é importante porque possibilitará o aproveitamento dessas reflexões para apoio às decisões futuras que envolvam os mesmos temas. É importante aprender sobre o que houve de correto ou de equivocado durante a fase de levantamento de ideias, durante a seleção das ideias, durante a busca de recursos e durante a execução do projeto de inovação. Aprender como foram resolvidos esses problemas. A empresa reconhece a importância do registro das lições aprendidas, para utilizar esse aprendizado já obtido no lançamento de outros produtos/serviços. A empresa sabe compartilhar a experiência adquirida com os colaboradores e utilizar as formas de disseminação de informação na empresa. Dessa forma aprenderá a importância de registrar as lições aprendidas, evitando reinventar a roda sempre que for iniciar outras ideias. Isso é importante porque o registro e a documentação permitirão que a empresa resolva mais facilmente os futuros problemas que sejam similares aos que já foram registrados. Ao lançar novos produtos e processos, já refletindo sobre mudanças necessárias a partir do aprendizado anterior certamente permitirá que a empresa lance novos produtos onde as eventuais dificuldades sejam antecipadas e contornadas. Além de tudo, o aprendizado permitirá estimular o reinício do processo (re-inovação), ou seja,

a possibilidade de contornar as dificuldades com conhecimento prévio da solução estimula, sem dúvida, o reinício do processo em busca de inovações.

- a. Não é realizado aprendizado sobre o processo de inovação.
- b. São promovidas reflexões sobre o processo de inovação.
- c. São registradas as lições aprendidas sobre o processo de inovação e essas lições são compartilhadas eventualmente com os colaboradores.

Explicar como a empresa registra as lições aprendidas sobre o processo de inovação (nas fases de levantamento de ideias, de seleção de ideias, de busca de recursos e de implementação dos projetos de inovação) e como compartilha esse aprendizado com os colaboradores. Como utiliza o aprendizado já obtido no lançamento de outros produtos/serviços? Exemplificar pelo menos um caso de como a lição aprendida for incorporada no processo de inovação.

- d. São registradas as lições aprendidas sobre o processo de inovação, é realizado o compartilhamento regular dessas lições aprendidas com os colaboradores, tendo pelo menos um exemplo de como o aprendizado foi incorporado no processo de inovação.

Explicar como a empresa registra as lições aprendidas sobre o processo de inovação (nas fases de levantamento de ideias, de seleção de ideias, de busca de recursos e de implementação dos projetos de inovação) e como compartilha esse aprendizado com os colaboradores. Como utiliza o aprendizado já obtido no lançamento de outros produtos/serviços? Exemplificar pelo menos um caso de como a lição aprendida for incorporada no processo de inovação.

8. OS COLABORADORES SÃO RECONHECIDOS POR SUA CONTRIBUIÇÃO À INOVAÇÃO?

A empresa inovadora sabe reconhecer os colaboradores que contribuem com ideias criativas e que se dispõem a enfrentar os desafios de mudanças. Nessa empresa existe um processo de reconhecimento e recompensa por ideias inovadoras dadas por colaboradores. A contribuição de cada colaborador envolvido com as inovações conquistadas, quando reconhecido pela empresa,

redobra a busca por novas informações e conhecimentos, bem como pela capacidade realizadora. É importante compartilhar uma parte dos resultados das inovações com os colaboradores, no sentido de reforçar o ambiente favorável para a afirmação do caráter inovador da empresa. Isso pode ser feito criando um sistema de reconhecimento e recompensa como valorização dos colaboradores que dão ideias para inovar, equalizando os seus interesses profissionais com os interesses estratégicos da empresa. Existem diversas formas de reconhecimento da contribuição dos colaboradores para a inovação, tais como financeiras, presentes, placas, troféus, elogios por escrito e verbais, concessão de privilégios especiais. É importante também definir os indicadores para a recompensa e a avaliação de desempenho.

- a. Não há reconhecimento aos colaboradores pela sua contribuição à inovação.
- b. O reconhecimento da contribuição à inovação é feito esporadicamente e sem critérios definidos.
- c. O reconhecimento da contribuição à inovação é feito regularmente e com critérios definidos.

Apresentar os critérios que a empresa usa para reconhecer e recompensar os colaboradores por sua contribuição à inovação e as formas de reconhecimento e recompensas utilizadas para estimular a proposição de ideias e inovações, como, por exemplo, recompensas financeiras, presentes, placas, troféus, elogios por escrito e verbais, concessão de privilégios especiais etc.

- d. Existe um programa formal de reconhecimento e recompensa aos colaboradores pela sua contribuição à inovação, feito com critérios definidos e os ganhos gerados pela inovação são compartilhados entre aqueles que contribuem para que a inovação aconteça.

Apresentar os critérios que a empresa usa para reconhecer e recompensar os colaboradores por sua contribuição à inovação e as formas de reconhecimento e recompensas utilizadas para estimular a proposição de ideias e inovações, como, por exemplo, recompensas

financeiras, presentes, placas, troféus, elogios por escrito e verbais, concessão de privilégios especiais etc.

9. OS COLABORADORES SÃO CAPACITADOS PARA A INOVAÇÃO E PARA A GESTÃO DA INOVAÇÃO?

A empresa reconhece a importância da capacitação dos seus colaboradores em inovação e em gestão da inovação. Capacitar pessoas em Gestão da Inovação significa capacitá-las em técnicas de criatividade para gerar ideias, em processos de seleção de ideias, na busca de recursos financeiros e gerenciais para conseguir inovar, nas formas de gerenciar os projetos de implantação das inovações e mesmo nas práticas de aprendizagem. A empresa reconhece que a capacitação das pessoas em gestão da inovação amplia a capacidade da empresa em desenvolver ou produzir produtos/serviços com inovações em design, qualidade, desempenho etc. A empresa sabe identificar, através de indicadores, as capacidades técnicas e humanas a serem aprimoradas para que o colaborador seja um inovador. Estabelece grupos de capacitação em gestão da inovação como parte de um programa de educação continuada. Estimula o uso dos conhecimentos adquiridos sobre inovação e gestão da inovação no dia-a-dia da empresa. Estimula o compartilhamento do conhecimento e o desenvolvimento do hábito da aprendizagem em termos de gestão da inovação.

- a. A empresa não capacita seus colaboradores especificamente em inovação e gestão da inovação.
- b. A empresa capacita esporadicamente seus colaboradores em inovação e gestão da inovação, quando surge uma necessidade.
- c. A empresa capacita seus colaboradores em inovação e gestão da inovação com regularidade.

Apresentar qual o percentual de colaboradores capacitados pela empresa em gestão da inovação, ou seja, em cursos e treinamentos em técnicas de criatividade para gerar ideias, em processos de seleção de ideias, na busca de recursos financeiros e gerenciais para conseguir inovar, nas formas de gerenciar os projetos de implantação das inovações e práticas de aprendizagem. Quais os indicadores que a

empresa utiliza para identificar as capacidades técnicas e humanas a serem aprimoradas? Como a empresa promove e estabelece grupos de capacitação como parte de um programa de educação continuada? Como estimula o uso dos conhecimentos adquiridos na prática dos negócios? Como estimula o compartilhamento do conhecimento e o desenvolvimento do hábito da aprendizagem?

- d. A empresa tem um programa formal de capacitação e desenvolvimento de seus colaboradores em inovação e gestão da inovação, com indicadores que permitam antever as necessidades de capacitação.

Apresentar qual o percentual de colaboradores capacitados pela empresa em gestão da inovação, ou seja, em cursos e treinamentos em técnicas de criatividade para gerar ideias, em processos de seleção de ideias, na busca de recursos financeiros e gerenciais para conseguir inovar, nas formas de gerenciar os projetos de implantação das inovações e práticas de aprendizagem. Quais os indicadores que a empresa utiliza para identificar as capacidades técnicas e humanas a serem aprimoradas? Como a empresa promove e estabelece grupos de capacitação como parte de um programa de educação continuada? Como estimula o uso dos conhecimentos adquiridos na prática dos negócios? Como estimula o compartilhamento do conhecimento e o desenvolvimento do hábito da aprendizagem?

10.O TRABALHO EM EQUIPE É ESTIMULADO PARA A GERAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE INOVAÇÃO?

O trabalho em equipe permite que ideias, oportunidades de inovação e soluções, sejam pensadas e discutidas a partir de diferentes abordagens e experiências individuais. Estímulo a equipes com pessoas de diferentes áreas imprimem uma lógica de visão sistêmica da empresa o que lhes permite um maior fluxo de informações. Diferentes pessoas pensando e desenvolvendo juntas, propiciam uma sinergia que aumenta a produtividade de geração e implementação de ideias de forma corresponsável, pois todos têm clareza dos seus papéis para que a ideia passe do estágio de oportunidade para se transformar realmente em inovação.

- a. Não há estímulo para atividades em equipe voltadas para gerar oportunidades de inovações.
- b. Há alguns poucos estímulos para que as oportunidades de inovação sejam geradas por equipes.
- c. Há estímulo frequente para que as oportunidades de inovações sejam geradas e desenvolvidas por equipes.

Apresentar as formas de estímulo ao trabalho em equipe e as principais atividades que estas desenvolvem, bem como as oportunidades geradas de forma a apresentar as formas de estímulo ao trabalho em equipe e as principais atividades que estas desenvolvem, bem como as oportunidades geradas de forma colaborativa.

- d. Há um programa formal para o estímulo de atividades em equipe voltadas a gerar oportunidades de inovação.

Apresentar as formas de estímulo ao trabalho em equipe e as principais atividades que estas desenvolvem, bem como as oportunidades geradas de forma a apresentar as formas de estímulo ao trabalho em equipe e as principais atividades que estas desenvolvem, bem como as oportunidades geradas de forma colaborativa.

11. AS INOVAÇÕES SÃO DIVULGADAS ÀS PARTES INTERESSADAS?

Para uma ideia se transformar em uma inovação, ela deve ser implementada e aceita, ou seja, usada, pela parte interessada. Externamente à empresa, a parte interessada são os clientes. Internamente são os próprios colaboradores. As inovações de produtos, de serviços e de marketing são normalmente voltadas para os clientes externos. No caso de inovações de processo ou de gestão (organizacionais) normalmente a parte interessada é interna, ou seja, são os próprios colaboradores. Para que essa aceitação, ou uso da inovação, ocorra, a inovação deve ser fortemente divulgada para as partes interessadas, internas ou externas, de forma a possibilitar sua aceitação crescente. Os reconhecimentos internos ou externos criam expectativas para o surgimento de inovações subsequentes. Os reconhecimentos podem ser mensurados, quando

internamente pelas resistências à mudança e externamente pelas vendas do produto ou serviço inovador.

- a. Não há divulgação das inovações às partes interessadas.
- b. A divulgação das inovações restringe-se apenas a um dos grupos interessados (interno ou externo).
- c. A divulgação das inovações abrange todas as partes interessadas, interna e externa.

Apresentar as formas de divulgação das inovações implementadas às partes interessadas internas (colaboradores) e externas (clientes, fornecedores, parceiros, acionistas etc.). Apresentar os indicadores usados para medir o nível de aceitação da inovação, tanto nos interessados internos, por exemplo, avaliações de resistência à mudanças, como externos, por exemplo, aumento das vendas do produto ou serviço em função da divulgação.

- d. Existe um programa formal de divulgação das inovações, tanto para os interessados internos à empresa, como para os externos (clientes), que inclui indicadores de aceitação ou não da inovação, como, por exemplo, avaliações de resistência à mudanças (no caso interno) ou mensuração das vendas (no caso externo).

Apresentar as formas de divulgação das inovações implementadas às partes interessadas internas (colaboradores) e externas (clientes, fornecedores, parceiros, acionistas etc.). Apresentar os indicadores usados para medir o nível de aceitação da inovação, tanto nos interessados internos, por exemplo, avaliações de resistência à mudanças, como externos, por exemplo, aumento das vendas do produto ou serviço em função da divulgação.

12. SÃO AVALIADOS OS BENEFÍCIOS DA IMPLEMENTAÇÃO DAS INOVAÇÕES?

A empresa inovadora sabe lidar com a mudança que pode gerar valor para os negócios. Ela identifica e avalia os benefícios que vieram da inovação como, por exemplo, o aprimoramento de processos, o aumento da produção, da

produtividade por colaborador, do faturamento, a redução de custos, o lançamento de novos produtos ou capacidade de reinvestimento, a conquista de novos mercados. Ela levanta mais informações, desenvolve controle, que inclui verificação dos resultados da implementação das inovações e cria indicadores, que permitem avaliar benefícios em comparação com outras soluções disponíveis no mercado.

- a. Não há identificação dos benefícios da implementação das inovações.
- b. Os benefícios da implementação das inovações são identificados.
- c. Os benefícios da implementação das inovações são identificados e avaliados.

Apresentar como são identificados e avaliados os benefícios da implementação de inovações, tais como o aprimoramento de processos, o aumento da produção, da produtividade, do faturamento, a redução de custos, o lançamento de novos produtos ou capacidade de reinvestimento, a conquista de novos mercados e os principais resultados qualitativos e quantitativos oriundos das implementações feitas.

- d. Os benefícios da implementação das inovações são identificados, avaliados, incluindo indicadores de melhoria do desempenho da empresa.

Apresentar como são identificados e avaliados os benefícios da implementação de inovações, tais como o aprimoramento de processos, o aumento da produção, da produtividade, do faturamento, a redução de custos, o lançamento de novos produtos ou capacidade de reinvestimento, a conquista de novos mercados e os principais resultados qualitativos e quantitativos oriundos das implementações feitas.

Nome da Inovação	Tipo	Ano de lançamento
Nome	Selecione ▼	Ano
Nome	Selecione ▼	Ano
Nome	Selecione ▼	Ano
Resultados		%
Percentual do faturamento do último ano (estimativa) que advém de produtos/serviços inovadores lançados nos últimos 3 anos.		%
Percentual de redução de custos (estimativa) decorrente das inovações de processos realizadas nos últimos 3 anos.		%
Percentual do faturamento do último ano (estimativa) decorrente de novos mercados (entrada em novos mercados, em nova cidade, em outro estado) nos últimos 3 anos.		%
Percentual de economia estimado em decorrência das inovações organizacionais (Gestão) implementadas nos últimos 3 anos.		%

Fonte: **“MPE-Brasil – Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas” do Sebrae**

ANEXO C

PRÊMIO KLAUS SCHUMACHER

Auto avaliação

Categoria: Práticas Sociais

A categoria de responsabilidade social nasce do desejo de uma ou várias pessoas de mudar a realidade em que vive. Para um bom projeto é necessário conhecer bem os problemas da realidade que se pretende transformar. Todo projeto de responsabilidade social surge de uma necessidade de um problema concreto. Ao elaborar um projeto, é necessário alertar para a solução de problemas de modo que as ideias sejam transformadas em ações. No desenvolvimento dos projetos de responsabilidade social, é fundamental:

- Elencar claramente os objetivos;
- Especificar os recursos;
- Declarar parcerias;
- Informar resultados.

DA PONTUAÇÃO

Critério de Avaliação	Pontuação
Critério 1 – Justificativa do projeto	20
Critério 2 – Detalhamento e avaliação do projeto	40
Critério 3 – Envolvimento da organização com o projeto	20
Critério 4 – Envolvimento das partes interessadas	20
Total geral	100

Cada concorrente deve preencher os seguintes itens por critério de forma individual para cada questão:

JUSTIFICATIVA DO PROJETO

Nesse critério é avaliado o diagnóstico inicial da realidade que se pretende transformar.

DESCRIÇÃO DO CENÁRIO EM QUE SURTIU O PROJETO;

- Definição da questão social que o projeto vai trabalhar;
- Informações sobre as características socioeconômicas e culturais dos principais beneficiários;
- Justificativa para a implantação do projeto;

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

1. Detalhamento e avaliação do projeto

Nesse critério é avaliado de que forma o projeto se desenvolve.

Conteúdo exigido:

- Nome do projeto;
- Data de início do projeto;
- Data de término do projeto ou período em que foi desenvolvido;
- Objetivos pretendidos com o projeto;
- Descrição das estratégias e ações para atingir os objetivos;
- Descrição da metodologia da execução;
- Descrição da equipe envolvida com o projeto (qualifique e quantifique);
- Informação sobre o investimento envolvido;
- Informação sobre a forma como os resultados do projeto são monitorados e mensurados.
- Especificação das ferramentas utilizadas para a mensuração;
- Informação dos resultados mensuráveis alcançados (quantitativos e qualitativos);

2. Envolvimento da organização com o projeto

Neste critério será avaliado o envolvimento da organização com o projeto e ainda o alinhamento em relação a objetivos e metas da organização.

Conteúdo exigido:

- Descrição da forma como a prática afeta diferentes áreas da organização;
- Descrição de como a organização envolve sua alta direção, gestores e colaboradores no projeto;
- Descrição de como a organização comunica os resultados alcançados pelo projeto;
- Descrição de como a prática está associada aos objetivos e metas de desempenho da organização.

3. Envolvimento das partes interessadas

Neste critério será avaliado como a organização envolve outros parceiros (partes interessadas) no projeto e os mecanismos estabelecidos pela organização para identificar as expectativas de todas as partes interessadas.

Conteúdo exigido:

- Especificação das expectativas de todas as partes interessadas em relação ao projeto;
- Descrição do grau de atendimento das expectativas das partes interessadas;
- Definição das responsabilidades das partes interessadas.
- Descrição da forma de avaliação da credibilidade e reputação do projeto junto às partes interessadas envolvidas.

Fonte: *“Prêmio CBIC de responsabilidade social” Troféu Paulo Safady Simão disponível em <http://www.cbic.org.br/premioresponsabilidadesocial/regulamento.html>*

ANEXO D

PRÊMIO KLAUS SCHUMACHER

Auto avaliação

Categoria: Recursos Humanos

Neste critério serão analisadas as práticas de gestão em relação às pessoas que trabalham na empresa. 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.

Letra de escolha	Pontuação
A	0
B	30
C	75
D	100

1. AS FUNÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PESSOAS (DIRIGENTES E COLABORADORES) ESTÃO DEFINIDAS? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- 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.

2. A SELEÇÃO DOS COLABORADORES É FEITA SEGUNDO PADRÕES DEFINIDOS E CONSIDERA OS REQUISITOS DA FUNÇÃO? *(Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua 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

3. OS COLABORADORES SÃO CAPACITADOS NAS SUAS FUNÇÕES? *(Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua 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

4. OS PERIGOS E RISCOS RELACIONADOS À SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO SÃO IDENTIFICADOS E TRATADOS? *(Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa).*

- 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.

5. O BEM-ESTAR E A SATISFAÇÃO DOS COLABORADORES SÃO PROMOVIDOS? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- 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.

6. SUA EMPRESA PREMIA OS SEUS COLABORADORES POR MERITOCRACIA? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- a. Nenhum dos colaboradores.
- b. Apenas os diretores.
- c. Diretores e colaboradores de administração e comercial.
- d. Todos os colaboradores.

7. O PLANO DE CARREIRA É ESTRUTURADO DENTRO DA SUA EMPRESA? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- a. A empresa não possui plano de carreira.
- b. A empresa possui plano de carreira em fases iniciais de mapeamento.
- c. A empresa possui plano de carreira em fase intermediária de construção.
- d. A empresa possui plano de carreira implementado

8. SUA EMPRESA É ABERTA A SUGESTÕES DE MELHORIA (OU INOVAÇÃO) DOS FUNCIONÁRIOS? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- a. Não recebe sugestões.
- b. A empresa aceita sugestões dos funcionários, mas não necessariamente estuda e implementa-as.
- c. A empresa aceita sugestões dos funcionários, estuda e implementa as melhores.
- d. A empresa possui um programa que premia os funcionários que tem suas sugestões implementadas pela empresa.

9. O FEEDBACK ENTRE COLABORADORES E EMPRESA É UTILIZADO? (*Selecione a opção que mais se adequa a realidade da sua empresa*).

- a. Não, o feedback entre empresa e colaboradores não é utilizado.
- b. Sim, a empresa repassa feedback para seus colaboradores OU recebe feedback dos colaboradores.
- c. Sim, a empresa repassa feedback para seus colaboradores e recebe feedback dos seus colaboradores sobre a empresa.
- d. Sim, a empresa possui um feedback estruturado. Repassa o feedback para seus colaboradores e recebe feedback dos seus colaboradores sobre a empresa. Também recebe feedback entre funcionários.

Fonte: **“MPE-Brasil – Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas” do SEBRAE.**