



# Relatório Social 2005 | 2006

# Sumário

## Mensagem do Presidente

Opção estratégica pelo diálogo	3
--------------------------------	---

## 1. A Empresa

Um dos maiores grupos empresariais do país	4
Principal cultura agrícola não alimentícia do mundo	4
Souza Cruz, 103 anos de história	4
Valores e princípios	6
Valores corporativos	6
Princípios de negócios	7

## 2. A Souza Cruz e a Responsabilidade Social

Diálogo e inovação	8
O que é a norma AA 1000	8
Governança corporativa: garantia de transparência	9

## 3. Os Resultados

Histórico de avanços	10
Ações implementadas pela Souza Cruz	10
Princípios de Negócios – Mobilização por valores	14
Compromisso ético nas vendas	14
Responsabilidade coletiva	14
Nada se perde, tudo se transforma	15
Mais um espaço para reflexão	15
Troca de experiências	16
Patrocínios – Apoio à cultura e ao diálogo social	16

## 4. O Terceiro Ciclo de Diálogos

Metodologia consolidada, resultados concretos	17
Riscos do cigarro e informações ao consumidor	18
Acesso de menores de 18 anos ao cigarro	19
Meio ambiente	21
Concorrência desleal	22
Regulamentação	23
Conduta corporativa responsável	24

## 5. Os Desdobramentos

As respostas que a sociedade espera	26
Ações que serão implementadas pela Souza Cruz	27
Riscos do cigarro e informações ao consumidor	27
Acesso de menores de 18 anos ao cigarro	27
Meio ambiente	27
Concorrência desleal	28
Regulamentação	28
Conduta corporativa responsável	28
Comunicação	28
Proteção dos direitos de fumantes e não-fumantes	29
Margem varejista	29
Erradicação do trabalho infantil	29
Relacionamento com as áreas científica e acadêmica	29
Educação	29

## 6. Anexos

Parecer dos verificadores	30
Os participantes dos diálogos	33
Indicadores: A Souza Cruz, o meio ambiente e a sociedade	34
Indicadores GRI	34
Indicadores Ibase	45
Relação de projetos sociais apoiados pela Souza Cruz	46
Fornecedores que se comprometeram a combater o comércio ilegal de cigarros	50
Entidades beneficiadas com doações do programa Frota Social	51
Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz	53
Envie seus comentários	60

# Opção estratégica pelo diálogo

Uma atividade comercial ou industrial, qualquer que seja, provoca repercussões que vão além dos limites da companhia. A atuação empresarial influencia o desenvolvimento social, econômico e ambiental de um país.

O conceito de responsabilidade social corporativa – lentamente desenvolvido ao longo dos anos e consolidado na última década – estabelece que as companhias precisam levar em conta todos esses fatores ao planejar seu negócio. Ou seja, devem estar atentas não apenas aos resultados econômicos, mas também ao balanço social e ambiental.

Na Souza Cruz, o compromisso ético, a responsabilidade social e a valorização do meio ambiente são preocupações antigas. Em 2001, a empresa tomou a dianteira e foi a primeira companhia brasileira a sistematizar suas iniciativas sociais conforme a norma internacional AA 1000. Com essa decisão, passou a realizar rodadas periódicas de Diálogo com os *stakeholders* – grupos que direta ou indiretamente se relacionam com seus negócios –, comprometendo-se a incorporar ao planejamento estratégico as expectativas legítimas apresentadas nos encontros.

Depois dessa iniciativa pioneira, nunca paramos de evoluir. Este terceiro Relatório Social produzido segundo o padrão AA 1000 apresenta um histórico de resultados concretos advindos dos Ciclos de Diálogos com os *stakeholders*. Também relata as demandas

apresentadas na mais recente rodada de Diálogos, ocorrida em outubro de 2005 e fevereiro de 2006, e lista as medidas que pretendemos adotar a partir de agora para dar continuidade a esse processo.

Consideramos que os resultados obtidos até agora são promissores, porém sabemos que sempre há o que avançar. Os Diálogos permitiram à Souza Cruz entender melhor as preocupações dos diversos públicos. Elas dizem respeito aos mais variados assuntos, como: relação entre fumo e doenças, acesso de menores de 18 anos ao cigarro e riscos do produto ilegal, inclusive àqueles derivados do contrabando. Nada tem ficado sem resposta.

Ao agir com transparência, respeitando todas as leis e regulamentos e preocupando-se com os desdobramentos sociais e ambientais de sua atuação, a Souza Cruz mostra que é uma empresa socialmente responsável, embora fabrique um produto que reconhecidamente pode causar danos à saúde.

Estamos felizes com os resultados obtidos até aqui e confiantes nos desdobramentos futuros. Acreditamos que apenas com o diálogo a sociedade poderá entender e harmonizar direitos e opções de cada um.

Andrew Gray  
Presidente da Souza Cruz



# Um dos maiores grupos empresariais do país

A Souza Cruz é um dos maiores grupos empresariais e a segunda maior contribuinte de impostos no Brasil. É líder do mercado de cigarros, com produção de mais de 75,9 bilhões de cigarros ao ano e participação de 59,2% nas vendas formais.

Em 2004, o faturamento bruto das vendas da cadeia produtiva da Souza Cruz superou 7,5 bilhões de reais segundo informa o livro *Anos Depois – A Vida Econômica da Souza Cruz em 102 anos*, da Fundação Getúlio Vargas. O total de impostos e contribuições da companhia ultrapassou 4 bilhões de reais, e as despesas sociais somaram 1,1 bilhão de reais.

Companhia aberta cotada na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), a Souza Cruz gera em torno de 240 mil postos de trabalho em sua cadeia produtiva. Entre

## PRINCIPAL CULTURA AGRÍCOLA NÃO ALIMENTÍCIA DO MUNDO

O tabaco é a maior cultura agrícola não alimentícia do planeta. Gera mais de 100 milhões de empregos e contribuiu para a economia de mais de 150 países.

Responsável por cerca de 10% da produção mundial, o Brasil está entre os três maiores produtores internacionais de tabaco, atrás de China e Índia. Nas exportações, é líder mundial, tendo exportado 587,9 mil toneladas, com receitas de mais de 1,6 bilhão de dólares.

### SOUZA CRUZ, 103 ANOS DE HISTÓRIA

#### 1903

- No dia 25 de abril de 1903, o jovem imigrante português Albino Souza Cruz inicia as atividades no centro do Rio de Janeiro, com 16 funcionárias.

#### 1910-20

- A Souza Cruz compra a Imperial Fábrica de Rapé Paulo Cordeiro (RJ) em 1910, substitui a produção de rapé pela de cigarro e expande sua atuação.
- Em 1914, Albino Souza Cruz transforma a companhia em sociedade anônima, e o controle acionário é adquirido pela British American Tobacco (BAT).
- A companhia constrói em Santa Cruz do Sul (RS), em 1918, a primeira usina de processamento de fumo do país – marco da industrialização brasileira e início do Sistema Integrado de Produção da empresa, em parceria com os fumicultores.

#### 1920-40

- A partir do final da década de 20, a produção fabril começa a se expandir. Em 1927, são inauguradas fábricas em São Paulo e Salvador. Depois, vieram as de Porto Alegre (1928), Recife (1930) e Belo Horizonte (1938).

#### 1950-60

- A Souza Cruz alcança a liderança no mercado brasileiro no final da década de 50.
- Tem início nos anos 60 a exportação de fumo, que se tornaria uma das principais fontes de renda da empresa e item importante na balança comercial do país.
- Em 1968, a Souza Cruz é incluída no Índice Bovespa. Desde então, a empresa é cotada por esse indicador.



eles, 6 mil são empregados diretos e 3 mil são safreiros, contratados por prazo determinado durante a época da safra industrial. A cadeia produtiva da empresa inclui, entre outros segmentos, 45 mil famílias de produtores e 200 mil pontos-de-venda. Mais de 22% do fumo da safra 2003/2004 no Brasil foi comprado pela Souza Cruz. O valor total pago pela companhia superou 778 milhões de reais, gerando renda média de mais de 17 mil reais por agricultor.

Fundada pelo imigrante português Albino Souza Cruz em 1903, há 91 anos a Souza Cruz integra o grupo British American

Tobacco (BAT), conglomerado de tabaco com maior presença internacional, cujas marcas são comercializadas em 180 países.

Além do processamento de fumo para fabricação própria destinada ao consumo local, a Souza Cruz exporta para mais de 50 países. A empresa detém 5,3% de participação no mercado mundial de fumo. Em 2005, as exportações atingiram o valor recorde de 338,2 milhões de dólares, contribuição relevante para os resultados da balança comercial brasileira. No Brasil, os impostos e as taxas sobre o tabaco representam cerca de 6% de tudo que o governo arrecada.

## SOUZA CRUZ, 103 ANOS DE HISTÓRIA

### 1970-80

- Em 1978, começa a operar a fábrica de cigarros de Uberlândia (MG). É a maior unidade da América Latina até hoje.

### 1990-2000

- A Souza Cruz publica seu primeiro balanço social em 1993.
- Em 2000, é criado o Instituto Souza Cruz, com gestão própria. A missão do Instituto é contribuir para educar e formar jovens empreendedores no meio rural brasileiro, incentivando seu protagonismo nos processos de desenvolvimento local.

### 2001-2006

- A empresa lança em 2002 o primeiro Relatório Social brasileiro a seguir as normas de gestão social AA 1000. O documento também adota as normas do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e da Global Reporting Initiative (GRI).
- Em 2003, centenário da empresa, a Souza Cruz inaugura a fábrica de Cachoeirinha (RS). Uma das mais modernas do mundo, é o resultado de um investimento de mais de 500 milhões de reais.
- A Souza Cruz inova mais uma vez na gestão de responsabilidade social corporativa ao lançar, em 2005, seu primeiro Relatório Social segmentado, específico para o Departamento de Fumo, e baseado também na norma AA 1000.

# Valores e princípios

## VALORES CORPORATIVOS

A Souza Cruz acredita que uma empresa deve agir de forma socialmente responsável independentemente do setor da economia em que atue. Em tudo o que faz, os objetivos da companhia são: transparência na forma de atuação, abertura ao diálogo e empenho na busca de soluções que favoreçam a sociedade.

A construção de uma empresa socialmente responsável é um projeto que se realiza no dia-a-dia. Para tornar claro seu comprometimento, a Souza Cruz consolidou normas de gestão de negócio, disseminadas em toda a organização.

Os **Valores Corporativos** (página 6) descrevem as crenças fundamentais do grupo BAT e foram adotados por todas as empresas do conglomerado. Eles são a referência para o trabalho cotidiano de todos os colaboradores, independentemente dos níveis de atuação e das áreas funcionais. Os Valores ressaltam o espírito empreendedor, a liberdade de ação e a valorização da criatividade, da inovação e da diversidade.

Os **Princípios de Negócios** (página 7), adotados a partir de 2004, são os pilares da estratégia da companhia. Eles pregam que toda ação deve respeitar preceitos éticos e preocupar-se com a sustentabilidade.

### Diversidade

Para usar as diferenças como alavanca que potencializa o surgimento de idéias e soluções, a Souza Cruz defende que o ambiente de trabalho esteja aberto para as diferenças entre as pessoas. Todos devem ser estimulados a demonstrar e a compartilhar suas idéias, seu trabalho e seu valor. A diversidade das idéias dos colaboradores é um elemento que fortalece a empresa.

### Espírito Empreendedor

Com o objetivo de encontrar oportunidades e executá-las, por meio da mobilização e contribuição de todas as pessoas, a Souza Cruz busca fazer as coisas acontecerem, estimulando a criatividade e a inovação. É esperado que as pessoas se superem e façam o negócio da empresa melhor a cada dia, além de aprender com as falhas e celebrar o sucesso.

### Mente Aberta

Visando criar um ambiente favorável à criatividade e à mudança, a Souza Cruz deseja e estimula o envolvimento e contribuição de todos, para que sejam bons ouvintes, sempre abertos a novas idéias e aos diferentes pontos de vista, desafiando continuamente o convencional.

### Liberdade com Responsabilidade

Para estimular a autonomia na tomada de decisões dentro dos padrões éticos e de negócio, a Souza Cruz acredita que as pessoas têm liberdade para tomar decisões, dentro dos seus níveis de competência, e conduzir a organização de forma ágil e eficiente em direção a seus objetivos.

# PRINCÍPIOS DE NEGÓCIOS

## Benefício Mútuo

O princípio do Benefício Mútuo é a base sobre a qual construímos nossas relações com nossos *stakeholders*. Estamos interessados, principalmente, em agregar valor aos acionistas a longo prazo e acreditamos que a melhor maneira de sermos bem-sucedidos é procurando compreender e considerar as necessidades de todos os nossos *stakeholders*.

1. Acreditamos em agregar valor aos acionistas a longo prazo.
2. Acreditamos no envolvimento construtivo com nossos *stakeholders*.
3. Acreditamos na criação de ambientes de trabalho inspiradores para nossos funcionários.

4. Acreditamos em proporcionar benefícios para as comunidades nas quais operamos.

5. Acreditamos que os fornecedores e outros parceiros comerciais devam ter oportunidade de se beneficiar de sua relação conosco.

## Gestão Responsável do Produto

Este princípio é a base sobre a qual atendemos a expectativa do consumidor com relação a um produto lícito, mas que está associado a riscos de sérias doenças. Assim sendo, nossos produtos e marcas devem ser desenvolvidos, produzidos e comercializados de forma responsável. Também aspiramos desenvolver produtos derivados de fumo que, com o tempo, sejam reconhecidos pelas autoridades científicas e regulatórias como produtos que reduzam substancialmente os riscos à saúde e tenham ampla aceitação dos consumidores.

1. Acreditamos na divulgação de mensagens claras e precisas sobre os riscos associados ao consumo de tabaco.
2. Acreditamos que o impacto do consumo de cigarros à saúde deva ser reduzido, ao mesmo tempo que deve ser respeitado o direito de adultos informados escolherem os produtos de sua preferência.
3. Acreditamos que informações relevantes e significativas sobre nossos produtos devam continuar disponíveis.
4. Acreditamos que os menores de idade não devam consumir produtos derivados do fumo.
5. Acreditamos que nossas marcas e produtos devam ser comercializados

de forma responsável e direcionados aos consumidores adultos.

6. Acreditamos na taxação sensata dos produtos derivados do fumo e na eliminação do comércio ilegal.

7. Acreditamos em uma regulamentação que equilibre os interesses de todos os setores da sociedade, incluindo os consumidores de produtos de tabaco e a indústria do fumo.

8. Acreditamos que fumar em locais públicos deva levar em consideração os interesses dos fumantes e dos não-fumantes.

## Boa Conduta Empresarial

O princípio da Boa Conduta Empresarial é a base sobre a qual nossos negócios devem ser administrados. O sucesso do negócio traz consigo a obrigação de altos padrões de comportamento e integridade em tudo o que fazemos e onde operamos. Esses padrões não devem ser sacrificados em razão de resultados.

1. Acreditamos que nossos negócios devam manter altos padrões de comportamento e integridade.
2. Acreditamos que os altos padrões de responsabilidade social corporativa devam ser promovidos na indústria do fumo.
3. Acreditamos que os direitos humanos fundamentais universalmente reconhecidos devam ser respeitados.
4. Acreditamos que a indústria de fumo deva ser ouvida na criação de políticas governamentais que a afetem.
5. Acreditamos em atingir altos padrões internacionais de comportamento em relação ao meio ambiente.



# Diálogo e inovação

A empresa socialmente responsável, conforme definição do Instituto Ethos, é capaz de ouvir os interesses das diferentes partes envolvidas e incorporá-los ao planejamento de suas atividades. Em outras palavras, responsabilidade social corporativa pode ser entendida como uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Essa visão marca uma evolução significativa, pois antes a atuação social das empresas se reduzia a ações filantrópicas ou apoio a projetos isolados.

Os conceitos modernos de cidadania corporativa são a base de atuação da Souza Cruz. A responsabilidade social é tarefa de todos os colaboradores e deve perpassar qualquer iniciativa da empresa. O planejamento e o acompanhamento dessas atividades são feitos por um Comitê Corporativo de Responsabilidade Social. Cabe a ele identificar e oferecer respostas às expectativas dos *stakeholders*. O Comitê, formado por representantes seniores de cada área da companhia, também constitui uma instância para propor recomendações à diretoria.

Uma das principais ferramentas que a Souza Cruz usa no processo de responsabilidade social são os relatórios sociais. Eles são produzidos a cada dois anos, conforme o padrão internacional de gerenciamento de responsabilidade social e ética AA 1000 (*leia mais no texto a seguir*). A Souza Cruz e a British American Tobacco (BAT) foram as primeiras empresas de fumo no mundo a publicar um relatório social segundo essa norma. Além disso, o documento aborda assuntos recomendados pela Global Reporting Initiative (GRI). O processo completo é verificado por auditores independentes do Bureau Veritas Quality International (BVQI).

Com base na norma AA 1000, o processo de relato das atividades de responsabilidade social da Souza Cruz envolve Ciclos de Diálogos com os *stakeholders*. O objetivo é identificar as expectativas legítimas desses grupos para incorporá-las aos planos de negócios da empresa.

Esta é a terceira edição do Relatório Social Corporativo da Souza Cruz. A partir de 2005, a Souza Cruz também iniciou a produção de relatórios sociais setoriais – iniciativa inédita no Brasil – com um volume dedicado especialmente às questões relativas ao Departamento de Fumo.



**BUREAU  
VERITAS**

**Verificação do Relatório Social Corporativo 2006**

	Garantia de qualidade de dados básicos
	Garantia de qualidade numérica
	Garantia de qualidade do processo

## O QUE É A NORMA AA 1000

A norma AA 1000 busca melhorar a prestação de contas e a análise de desempenho das empresas, por meio do engajamento dos *stakeholders* — pessoas e grupos sociais direta ou indiretamente ligados aos negócios das companhias.

Criada em 1999 pelo Institute of Social and Ethical AccountAbility, a AA 1000 hoje é usada por empresas, organizações não governamentais e órgãos públicos em todo o mundo.

Como parte do processo, a instituição deve relatar os diálogos com os *stakeholders* e considerar as opiniões e expectativas desses grupos ao definir seu planejamento estratégico. A fidelidade de todo o procedimento deve ser garantida por verificadores externos.

Três idéias sintetizam o sistema sugerido pela AA 1000:

**1.** O engajamento dos *stakeholders* é a chave de todo o processo.

**2.** A empresa deve apresentar respostas às questões expostas pelos *stakeholders*, ou seja, precisa adotar ações com base nas propostas apresentadas.

**3.** A capacidade de responder às expectativas exige da empresa habilidade de aprender e inovar, tendo como base o engajamento dos *stakeholders*.



# Governança corporativa: garantia de transparência

Fato ainda raro no mercado brasileiro, o capital social da Souza Cruz é composto exclusivamente de ações ordinárias – que dão direito a voto a todos os acionistas –, com o controle acionário exercido pelo grupo British American Tobacco, com 75,3% do total. O restante das ações é negociado no mercado.

O Conselho de Administração da companhia atualmente é composto de 11 membros, em sua maioria externos, entre líderes de negócios e profissionais reconhecidos. Somente quatro dos membros desse Conselho são ligados à companhia ou ao acionista controlador. A Souza Cruz atua com um Conselho de Administração independente desde a década de 70 e com um Comitê de Auditoria desde a década de 80. Esses dois fatos a colocam na vanguarda das práticas de governança corporativa, antecipando tendências que vêm sendo discutidas no país apenas depois de meados dos anos 90.

Outro avanço da companhia foi a adoção do Comitê de Responsabilidade Social Corporativa. Composto de personalidades de destaque na sociedade e no meio empresarial, além de incluir também diretores da empresa, esse Comitê tem o objetivo de identificar, gerenciar e monitorar riscos de imagem corporativa.

Além da tradição em governança corporativa, a Souza Cruz destaca-se no mercado de capitais por causa da consistente política de remuneração ao acionista, que nos últimos anos registrou média superior a 90% do lucro líquido. Em 1996, a companhia tornou-se a primeira do mercado brasileiro a instituir o



pagamento de juros sobre capital próprio. Desde 2001, esse pagamento é feito trimestralmente.

Segundo pesquisa do professor Oscar Malvessi, da Fundação Getúlio Vargas, que avaliou 45 empresas de capital aberto entre 2000 e 2003, a Souza Cruz é a companhia que mais tem criado valor para o acionista. De acordo com os resultados, o lucro operacional da empresa foi 91% maior que o custo do capital empregado. No levantamento anterior, que abrangeu o período de 1995 a 2000, a Souza Cruz também foi campeã do ranking de empresas que mais se destacaram em geração de valor.

## LINKS RELACIONADOS

AA 1000 (informações em inglês)  
[www.accountability.org.uk](http://www.accountability.org.uk)

AA 1000 (informações em português)  
[http://www.bsd-net.com/bsd\\_brasil/aa1000.html](http://www.bsd-net.com/bsd_brasil/aa1000.html)

Bureau Veritas Quality International (BVQI)  
[www.bureauveritas.com](http://www.bureauveritas.com)

Global Reporting Initiative (GRI)  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

Instituto Ethos  
[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

Souza Cruz – Relatórios sociais disponíveis no link Responsabilidade Social  
[www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br)



# Histórico de avanços

Os Ciclos de Diálogos que a Souza Cruz realiza com os *stakeholders* buscam ouvir as expectativas dos públicos com os quais se relaciona e incorporar as expectativas legítimas ao planejamento estratégico da empresa. Nos últimos cinco anos, a Souza Cruz realizou três rodadas de Diálogos. O Primeiro Ciclo de Diálogos aconteceu em novembro de 2001 e março de 2002. O Segundo Ciclo de Diálogos, em setembro e outubro de 2003. O Terceiro Ciclo de Diálogos (*detalhado no capítulo seguinte*) ocorreu em outubro de 2005 e fevereiro de 2006. A esses três encontros se somou o Ciclo de Diálogos do Departamento de Fumo. Realizado em março e maio de 2005, foi o primeiro dedicado a um setor específico da companhia.

Cada ciclo se inicia com uma prestação de contas da Souza Cruz. A companhia apresenta aos participantes as expectativas manifestadas pelos *stakeholders* na etapa anterior e as medidas concretas adotadas para atendê-las. Esse procedimento tem permitido que os itens discutidos anteriormente sejam retomados e aprofundados.

O trabalho iniciado em 2001 gerou frutos em muitas áreas. Com base nas sugestões dos *stakeholders*, a Souza Cruz criou linhas de ação, reviu posicionamentos e ampliou a atuação em áreas específicas. A decisão de ouvir as aspirações legítimas

da sociedade e incorporá-las aos planos de negócio tornou a empresa mais transparente e ampliou seu contato com segmentos sociais.

## AÇÕES IMPLEMENTADAS PELA SOUZA CRUZ

Conheça algumas medidas que a empresa adotou com base em temas abordados nos Ciclos de Diálogo com os *stakeholders*

### Educação

- Publicação dos resultados da avaliação do programa Cuidar, do Instituto Souza Cruz, em novembro de 2004, pelo Centro de Estudos sobre a Violência, da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), instituição de pesquisa ligada ao Ministério da Saúde. Os direitos do programa foram cedidos para o Instituto Ayrton Senna. A partir de 2006, as secretarias municipais de Educação que são parceiras do Cuidar terão autonomia como gestoras do programa. *Mais informações sobre o Cuidar no capítulo 6 deste relatório e no site do Instituto Souza Cruz: [www.institutosouzacruz.org.br](http://www.institutosouzacruz.org.br).*

- Patrocínio do livro *Avaliação por Triangulação de Métodos: Abordagem de Programas Sociais*. A obra destina-se a gestores de programas sociais, professores

e estudantes universitários que necessitem de conhecimentos técnicos e operacionais para avaliar resultados de ações sociais. Escrita por médicos e professores doutores da área de saúde, a publicação recebeu apoio do Ministério da Cultura, por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet).

- Realização da 1ª Jornada do Jovem Rural, em Gramado (RS), em setembro de 2005. Cerca de 300 jovens participaram do evento, resultado de parcerias com ONGs que desenvolvem ações com a juventude, como: Associação Regional das Casas Familiares Rurais do Estado do Pará (Arcafar), Movimento de Educação Promocional do Espírito Santo (Mepes), Movimento de Organização Comunitária (MOC, da Bahia), Programa Nacional de Inclusão de Jovens (ProJovem), Instituto Elo Amigo (do Ceará) e Serviço de Tecnologia Alternativa (Serta, de Pernambuco). O evento foi coordenado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

- Relançamento do programa Responsabilidade Social: Aqui Tem, com campanha em 1,9 mil lojas de conveniência e em estandes na maior feira do segmento, Expo Postos & Conveniência, em São Paulo, nos meses de junho e julho de 2004. O programa também foi divulgado com campanha

em 35 mil empresas de varejo de Belo Horizonte, Brasília e cidades do Rio Grande do Sul. (Leia mais sobre o programa no texto da página 14.)

- Apoio à exposição fotográfica itinerante *Terra e Juventude*, do fotógrafo Gustavo Stephan, em 2005 e 2006. O objetivo foi divulgar o empreendedorismo do jovem rural e suas iniciativas. Stephan acompanhou o cotidiano de jovens da zona rural inscritos nos núcleos do Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (Cedejor) e produziu cerca de 2 mil fotos. As cem melhores foram selecionadas para a exposição.

- Apoio às obras de restauração, ampliação e modernização da Escola de Música do Teatro Carlos Gomes, em Blumenau (SC). As dez salas de aula foram climatizadas e receberam acústica adequada a cada tipo de instrumento. A biblioteca, uma das mais completas de Santa Catarina, foi ampliada, e o edifício foi pintado, sinalizado e remobiliado.

- Envio de convite a 2 mil escolas de todo o país para integrar o Clube da Árvore. O objetivo do programa é promover discussões sobre meio ambiente e estimular atividades de preservação por parte das escolas, em seus bairros e municípios.

## Regulamentação

- Criação e implantação do programa de relacionamento com legisladores e dirigentes de federações de indústrias para apresentar posicionamentos da Souza Cruz e fornecer informações sobre o cigarro e seus riscos.
- Criação do Comitê Estratégico de Regulamentação, com objetivo de: analisar e propor projetos estratégicos sobre regulamentação;

definir o gerenciamento estratégico do relacionamento com os órgãos reguladores; e integrar os principais departamentos afetados pelo ambiente regulatório.

- Expansão do conceito de *smoking points* em áreas públicas para permitir a convivência harmoniosa entre fumantes e não-fumantes. *Smoking point* é uma área especial reservada a fumantes, ventilada por exaustores e filtros especiais que isolam a fumaça e a impedem de se espalhar pelo ambiente. Após seis meses de operação do primeiro *smoking point*, instalado no Aeroporto Tom Jobim, no Rio de Janeiro, dados analíticos demonstram que os compostos detectados no ambiente encontravam-se em níveis abaixo dos limites de tolerância recomendados pelos órgãos reguladores. Pesquisa realizada no local indicou que 96% fumantes e 92% dos não-fumantes aprovaram a iniciativa.

## Informações ao consumidor

- Estabelecimento e manutenção do programa de visitas de representantes da sociedade ao Centro de Pesquisas e Desenvolvimento (CPD) e às fábricas, usinas de fumo e Centrais Integradas de Distribuição (CIDs) da Souza Cruz.
- Publicação da newsletter *Diálogo*, de periodicidade bimestral e tiragem de 3 mil exemplares, que divulga informações sobre a Souza Cruz, as operações e as iniciativas de responsabilidade social da companhia.
- Criação e manutenção do programa Diálogos Universitários. Além de apresentar informações e posicionamentos da Souza Cruz, o objetivo é complementar a formação educacional, cultural e humanística dos estudantes por meio de discussão de temas relevantes para esse

público. A primeira etapa do programa, realizada em parceria com a Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) em agosto de 2005, reuniu 800 estudantes. A segunda edição dos Diálogos Universitários ocorreu em novembro do mesmo ano, na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), e reuniu 700 estudantes. Para 2006 estão previstas dez edições em outras universidades brasileiras.

- Criação do serviço Quit Line (0800-8882223) para repassar orientação às pessoas que desejam parar de fumar.

- Divulgação dos componentes do cigarro e dos constituintes da fumaça no site da Souza Cruz. Lançamento da campanha Free – Fumar com Moderação. Pioneira na indústria de cigarros, a iniciativa alerta o consumidor sobre os riscos de fumar exageradamente.

- Realização de seminários *Clearing the Smoke* para estudantes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), em 2004. O evento visava demonstrar que é possível diminuir os riscos de ocorrência de doenças associadas ao tabaco se a exposição a substâncias tóxicas da fumaça de cigarro for reduzida. Os debates basearam-se em revisão de dados da literatura especializada realizada pelo Institute of Medicine (IOM) dos Estados Unidos a pedido do Food and Drug Administration (FDA).

- Participação da Souza Cruz na feira Fispal Alimentação, em São Paulo, no primeiro semestre de 2005. Foram distribuídas 30 mil cartilhas sobre responsabilidade social no varejo.

## Concorrência desleal

- Continuidade de campanhas contra a concorrência desleal, em parceria com a



Confederação Nacional da Indústria (CNI), a Câmara Setorial de Fumo e entidades representativas de setores produtivos da sociedade.

- Reunião com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para apresentar o posicionamento da empresa sobre a concorrência desleal e seus efeitos para a saúde pública. O objetivo da empresa foi sensibilizar a Anvisa quanto à necessidade de promover campanhas públicas sobre a qualidade dos cigarros fabricados sem o controle necessário e suas implicações para a saúde pública.

- Apoio ao Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco) como entidade representativa de segmentos que lutam contra o desequilíbrio de mercado gerado pela concorrência desleal. Neste contexto, o Etco participa do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual, criado pelo Ministério da Justiça.

- Realização de pesquisa com as classes populares para avaliar sua percepção em relação ao mercado informal. O estudo revelou que, para esse segmento da população, preço é o fator determinante para o consumo de cigarros.

## Conduta corporativa responsável

- Participação na reunião de líderes do Global Compact (GC), em Nova York, em junho de 2004. O GC é uma iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) cujo objetivo é mobilizar a comunidade empresarial internacional para promover valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. A empresa é signatária dos Dez Princípios do Global Compact.

- Divulgação dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM). Firmado em 2000 por líderes de 189 países em cúpula das Nações Unidas, o documento estabelece ações de desenvolvimento para, entre outras metas, reduzir a situação mundial de pobreza e melhorar a educação até 2015.

- Implantação do programa Cuide, em parceria com o Instituto Akatu, ONG que atua pela defesa do consumo consciente. O objetivo da iniciativa é mobilizar a comunidade de colaboradores da fábrica Cachoeirinha (RS) para o tema responsabilidade social.

- Continuidade da parceria com a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), o Ministério Público e empresas para realizar o programa O Futuro é Agora, cujo objetivo é eliminar o trabalho infantil. Em pesquisa realizada em 2005 pelo Instituto Vox Populi com produtores rurais da Souza Cruz e de outras companhias, constatou-se a diminuição do trabalho infantil nos três estados do Sul do país.

- Parceria com prefeituras para o programa Jornada Ampliada. A Souza Cruz oferece classes extras para a realização de atividades complementares com estudantes do Ensino Fundamental.

## Meio ambiente

- Criação do Parque Ambiental de Santa Cruz do Sul (RS), em parceria com a Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), para estudos sobre biodiversidade.

- Criação do Parque Ecológico de Cachoeirinha (RS) com o objetivo de integrar a produção industrial e o meio ambiente. Em 2005 foi criado o Jardim

Sensorial, projetado especialmente para deficientes visuais.

- Doação de gleba de 300 hectares à Unisc, para criar uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN). Dessa forma, em parceria com a SOS Mata Atlântica, no Vale do Rio Pardo (RS), a Souza Cruz busca promover a preservação ambiental e pesquisas sobre biodiversidade.

- Patrocínio do Instituto Souza Cruz, em 2004, ao livro *Mata Atlântica, as Árvores e a Paisagem*, de Paulo Backes e Bruno Irgang. A obra foi desenvolvida por uma consultoria externa, com apoio da SOS Mata Atlântica e da ONG Conservação Internacional.

- Participação da Souza Cruz no Congresso Ibero-Americano de Sustentabilidade, promovido pelo Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds). A empresa divulgou as iniciativas do Departamento de Fumo e distribuiu material informativo sobre desenvolvimento sustentável.

- Desenvolvimento do programa Plante Milho e Feijão após a Colheita de Fumo. Cerca de 75 mil produtores aumentaram a renda por causa da iniciativa, colhendo aproximadamente 380 mil toneladas de grãos.

- Apoio ao Programa de Recolhimento de Embalagens de Agrotóxicos no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e no Paraná, em parceria com o Sindicato da Indústria do Fumo (Sindifumo) do Rio Grande do Sul e com a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra). A participação da empresa atende a legislação brasileira e contribui para a preservação ambiental na região Sul. O programa abrange 780 municípios e desde 2001 foram recolhidos cerca de 2,5 milhões de embalagens.

- As três unidades do Departamento de Fumo da Souza Cruz na região Sul do Brasil (Rio Negro/PR, Blumenau/SC e Santa Cruz do Sul/RS) receberam certificação integrada em ISO 9001:2000 (Qualidade), ISO 14001:1996 (Meio Ambiente) e OHSAS 18001:1999 (Saúde e Segurança Ocupacional), por indicação da Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA) depois de auditoria em maio e junho de 2004. Em 2001, de forma pioneira, as áreas de Pesquisa, Desenvolvimento e Produção de Fumo haviam recebido a certificação. A empresa de auditoria independente já realizou cerca de 36 mil aprovações em 120 países.

- Realização de auditoria externa das fazendas Boa Vista (RS) e Triângulo (SC), da Souza Cruz, responsáveis pela produção de lenha para o Departamento de Fumo. Ambas aguardam pela expedição do SmartWood, programa de certificação florestal mais antigo do mundo. O certificado é emitido no Brasil pelo Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora) com base nos princípios do Forest Stewardship Council (FSC).

## LINKS RELACIONADOS

Forest Stewardship Council (informações em inglês) • [www.fsc.org](http://www.fsc.org)

Global Compact (informações em inglês) • [www.globalcompact.org](http://www.globalcompact.org)

Imaflora • [www.imaflora.org](http://www.imaflora.org)

Instituto Akatu pelo Consumo Consciente • [www.akatu.org.br](http://www.akatu.org.br)

Instituto Souza Cruz • [www.institutosouzacruz.org.br](http://www.institutosouzacruz.org.br)

Lloyd's Register Quality Assurance (LRQA) (informações em inglês) • [www.lrqa.com](http://www.lrqa.com)

SOS Mata Atlântica • [www.sosmatatlantica.org.br](http://www.sosmatatlantica.org.br)

## MOBILIZAÇÃO POR VALORES

*Campanha interna dissemina Princípios de Negócios aos colaboradores da Souza Cruz*

Desde 2003, o Grupo British American Tobacco (BAT), do qual a Souza Cruz faz parte, conta com um conjunto sistematizado de crenças que formam a base de orientação à empresa e seus colaboradores em termos de responsabilidade: os Princípios de Negócios (Benefício Mútuo, Gestão Responsável do Produto e Boa Conduta Empresarial). Para divulgá-los por toda a organização, a Souza Cruz realizou em 2005 uma campanha interna para garantir a compreensão dos conceitos que norteiam os Princípios. As ações visaram mobilizar os gerentes da empresa para que atuem como principais multiplicadores dos Princípios entre suas equipes, incentivando-as a agir como guardiões desses valores no dia-a-dia.

Diversas peças de comunicação – cartazes, banners, folders e vídeos – foram desenvolvidas e enviadas a todas as unidades da Souza Cruz no país. Na campanha, cada Princípio foi relacionado a um *stakeholder* da cadeia produtiva. A idéia foi aplicar os Princípios em ações cotidianas, demonstrando a atuação socialmente responsável da companhia.

O Princípio de Benefício Mútuo foi exemplificado com o projeto Plante Milho e Feijão após a Colheita do Fumo, que incentiva os agricultores fornecedores de matéria-prima a aprimorar o uso do solo e a gerar mais receita. Para o Princípio Gestão Responsável do Produto, citou-se, entre outros, o programa Responsabilidade Social: Aqui Tem, que visa desestimular a venda de cigarros para menores de 18 anos. E com o Boa Conduta Empresarial foram lembrados a obrigação dos fornecedores de não utilizar mão-de-obra infantil e o incentivo

à contratação e qualificação de portadores de deficiência.

Após a disseminação das peças de comunicação, foi distribuído o kit Eu Acredito, contendo três pulseiras de plástico, semelhantes às usadas em campanhas de mobilização por questões sociais, e um folder detalhando os Princípios. A intenção era criar uma identidade entre os colaboradores da Souza Cruz, reforçando o senso de pertencimento ao grupo.

Ao longo de 2006, estão previstas ações que sustentem a mobilização realizada no ano anterior.

*Veja mais sobre os Princípios de Negócios no capítulo 1.*

## COMPROMISSO ÉTICO NAS VENDAS

*O programa Responsabilidade Social: Aqui Tem ajuda a conscientizar o varejo sobre a proibição da venda de cigarros a menores de 18 anos*

Em 2005, a Souza Cruz criou o programa Responsabilidade Social: Aqui Tem para atender as expectativas dos stakeholders, que questionam a venda de cigarros a menores de 18 anos. A iniciativa visa mobilizar a força de vendas para que assuma uma postura responsável de negócio, conscientizando os varejistas a não vender cigarros a menores de 18 anos. Essa ação se integra a outros esforços da empresa nesse tema, em continuidade ao programa Varejo Socialmente Responsável (*leia mais no capítulo 6*).

O programa está em fase piloto e visa atingir entidades de classe (sindicatos, associações e federações), varejistas, consumidores e vendedores. Elaborado em parceria com o Programa de

Administração de Varejo (Provar), da Fundação Instituto de Administração (FIA), o Responsabilidade Social: Aqui Tem distribui panfletos informativos sobre práticas de responsabilidade social e mensagens do programa. Além disso, pretende-se realizar eventos, como a Semana do Varejo Responsável, com mutirões de conscientização, treinamentos sobre questões de responsabilidade social com impacto nos negócios, o Fórum Nacional sobre Responsabilidade Social no Varejo e a celebração anual com os pontos-de-venda que se destacarem no exercício do programa.

Por enquanto, a campanha Responsabilidade Social: Aqui Tem abrange 24 mil varejistas do Rio Grande do Sul, 6 mil da cidade de Belo Horizonte e outras 5 mil empresas do varejo de Brasília. A Souza Cruz acredita que a mobilização do comércio tornará mais efetiva a Lei no 10.702, de 2003, que proíbe a venda de cigarros a menores de 18 anos.

## RESPONSABILIDADE COLETIVA

*Fornecedores da Souza Cruz atuam conforme os princípios de ética, moralidade e boa-fé nos negócios que norteiam as ações da empresa*

A Souza Cruz só trabalha com fornecedores que, assim como ela, se comprometam a: não usar mão-de-obra infantil, respeitar o meio ambiente e ser ético na condução dos negócios. O contrato de prestação de serviços entre os fornecedores e a empresa inclui três cláusulas que garantem essa corresponsabilidade com questões sociais. O compromisso também é assumido em relação ao trabalho dos fornecedores: eles não podem ter como clientes empresas que desrespeitem esses princípios. Dessa forma, vai se formando uma cultura responsável na cadeia produtiva.

Em 2005, a Souza Cruz adotou mais uma ação nesse sentido: o compromisso de enfrentar e buscar minimizar o impacto do comércio ilegal de cigarros. Isso porque, ao mesmo tempo que o comércio de cigarros falsificados é significativo e vem crescendo, o volume de venda de cigarros originais contrabandeados é ainda maior, constatou uma análise realizada pela British American Tobacco (BAT) em todo o mundo. Tais práticas estão em desacordo com a legislação, além de diminuir a arrecadação com os tributos.

Os fornecedores se encontram em posição vital para colaborar com a redução desse problema. Após reunião da Souza Cruz com representantes do segmento foi assinada uma carta de intenções com o compromisso de atuar em conjunto com a empresa para apoiar o combate ao comércio ilegal de cigarros. No documento, a companhia incentiva os fornecedores a analisar seus clientes, apontando circunstâncias nas quais se pode agir preventivamente para evitar a concorrência desleal no mercado de cigarros.

## NADA SE PERDE, TUDO SE TRANSFORMA

*Com o projeto Frota Social, veículos que saíram de uso na empresa ajudam organizações da sociedade civil a expandir as atividades sociais*

Desde 2003, os veículos desativados da Souza Cruz passaram a ter utilidade pública. Com o projeto Frota Social, doam-se a organizações da sociedade civil de todo o país carros, caminhões e automóveis utilitários desativados pela empresa. Antes, eles eram leiloados. Em 2005, foram doados 97 veículos a 67 entidades. O objetivo é auxiliar o desenvolvimento das atividades das instituições.

A Fundação Dorina Nowill para Cegos, em São Paulo, realiza por ano cerca de 20 mil atendimentos a 600 pessoas com cegueira e deficiência visual. Para ajudar a viabilizar financeiramente essa e outras ações, organiza um bazar diário com os objetos doados à entidade. Uma perua Kombi baú doada pela Souza Cruz por meio do projeto Frota Social no final de 2005 ajuda a fundação a recolher esses objetos. “Para nós, foi excelente”, conta Alzira Cordeiro, gerente administrativa da instituição. “Antes, precisávamos fretar caminhões para recolher as doações.” Além da redução de custos, ela observou aumento no volume de material à venda no bazar. A independência gerada com o transporte próprio deu mais liberdade para sair em busca de novas colaborações.

A creche comunitária Jardim Felicidade, de Belo Horizonte, oferece atendimento odontológico gratuito a mais de mil crianças e adolescentes de outras duas creches e de um centro socioeducativo da cidade. O Fiat Uno furgão que recebeu da Souza Cruz foi adaptado para transporte de passageiros e é utilizado principalmente para levar meninos e meninas e seus educadores até o dentista. “O automóvel atendeu a uma necessidade muito grande que a gente tinha. Não havia condições de pagar passagem de ônibus para todo mundo ser consultado”, conta Renato Braga, coordenador da creche.

Qualquer organização beneficente poderá candidatar-se a doações do Frota Social através do site da Souza Cruz ([www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br)), acessando o serviço Fale Conosco. Dois departamentos da empresa participam diretamente do projeto. O Departamento de Assuntos Corporativos é responsável pelos trâmites administrativos e pelo gerenciamento. O Departamento de Transportes cuida de revisão, licenciamento, pagamento de IPVA e transferência dos documentos

para a instituição. O frete do veículo até a entidade também é garantido pela Souza Cruz. De 2003 a 2005, a empresa doou 320 veículos.

*Veja no capítulo 6 a relação de beneficiados com as doações do Frota Social.*

## MAIS UM ESPAÇO PARA REFLEXÃO

*O programa Diálogos Universitários expõe o posicionamento da Souza Cruz aos estudantes. Pesquisas mostram que o público aprova a medida*

Para contribuir com a formação curricular dos estudantes e apresentar a Souza Cruz como empresa responsável na condução dos negócios, foram criados os Diálogos Universitários. O programa realiza palestras nas universidades sobre temas como agronegócio, marketing, varejo e responsabilidade social. Nos eventos, personalidades conhecidas do público, como esportistas e empresários, são convidadas a contar histórias de sucesso. A iniciativa conta com o apoio das instituições de ensino e atende às expectativas dos *stakeholders* apresentadas no Segundo Ciclo de Diálogos.

A primeira edição dos Diálogos Universitários ocorreu em agosto de 2005, em parceria com a empresa júnior da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), no Rio Grande do Sul.

Em novembro de 2005, foi a empresa júnior da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) que ajudou a Souza Cruz a organizar o evento. Além dos estudantes da instituição, participaram alunos da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e das unidades do Rio de Janeiro do Ibmecc, da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

A iniciativa tem sido bem avaliada. A maioria dos participantes (96%) considera os Diálogos Universitários bons ou muito bons. Ao longo de 2006, a Souza Cruz pretende realizar mais dez encontros.

## TROCA DE EXPERIÊNCIAS

.....  
*Jornada Nacional do Jovem Rural promove o espírito empreendedor e o desenvolvimento sustentado*

Entre os dias 27 e 30 de setembro de 2005, o Instituto Souza Cruz e outras oito instituições promoveram a Jornada Nacional do Jovem Rural: Empreendedorismo e Desenvolvimento Local Sustentado, em Gramado (RS). O evento reuniu 215 jovens do meio rural de todo o Brasil que participam de organizações ligadas à formação e ao desenvolvimento pessoal e profissional. Também estiveram presentes 45 educadores e 21 convidados de instituições públicas e do Terceiro Setor que atuam com os jovens rurais.

Ao promover a integração cultural e estimular o espírito empreendedor e transformador dos jovens rurais, o encontro representou o início de um processo periódico de troca de experiências entre jovens e instituições – todos comprometidos com a formação de empreendedores rurais preocupados com o desenvolvimento local sustentável.

As atividades da jornada incluíram painéis, grupos de trabalho, oficinas, plenárias e atividades culturais. Os jovens participaram ativamente de todos os eventos. As apresentações culturais, por exemplo, foram organizadas e protagonizadas por eles. A intenção foi valorizar a diversidade de manifestações com performances, como espetáculos de teatro e dança. Os temas que nortearam as oficinas, as palestras e os

grupos de trabalho foram Educação e Empreendedorismo do Jovem Rural, Desenvolvimento Local e Protagonismo Juvenil, e Jovens e Agricultura Familiar.

O grupo também participou de uma visita ao Centro de Interpretação Ambiental do Parque Estadual do Caracol, em Canela (RS). Nas trilhas do parque, os jovens conheceram as particularidades do ecossistema da região e aprenderam a identificar a fauna e a flora nativas.

Para Luiz Henrique Leandro, de 20 anos, a experiência foi muito positiva. “As propostas precisam ser postas em ação, conforme a necessidade e a realidade de cada região”, diz Luiz, relator do evento e integrante do Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (Cedejor), de Lauro Müller (SC). “Foi muito bom perceber a diversidade cultural existente neste país, todos saímos muito enriquecidos. Para mim, foi interessante o convívio, o respeito, a simplicidade com que as pessoas se comunicavam.”

Instituições promotoras da Jornada Nacional do Jovem Rural: Empreendedorismo e Desenvolvimento Local Sustentado:

- Associação Regional das Casas Familiares Rurais do Brasil (Arcafar)
- Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (Cedejor) – Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina
- Instituto Elo Amigo – Ceará
- Instituto Souza Cruz – Rio de Janeiro
- Movimento de Educação Promocional do Estado do Espírito Santo (Mepes) – Espírito Santo
- Movimento de Organização Comunitária (MOC) – Bahia

- Núcleo de Integração Universidade & Escola, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

- Programa de Formação de Jovens Empresários Rurais (Projovem) – São Paulo

- Serviço de Tecnologia Alternativa (Serta) – Pernambuco

## APOIO À CULTURA E AO DIÁLOGO SOCIAL

.....  
*A Souza Cruz estimulou a produção artística e o debate de idéias, com mais de 8 milhões de reais em doações e patrocínios em 2005*

Visando contribuir com o desenvolvimento cultural, social e econômico do país, a Souza Cruz investiu, em 2005, 8,16 milhões de reais em patrocínios institucionais e doações sem nenhuma associação com marcas ou produtos da companhia. Por meio de apoio a exposições, concertos, mostras e publicações, a empresa buscou fomentar a criação artística e democratizar o acesso à arte e à cultura brasileira. E com apoio a eventos, procurou estimular e ampliar o debate e o diálogo entre sociedade, entidades de classe e iniciativas privadas.

Em 2005, a Souza Cruz apoiou 40 projetos culturais e 31 eventos. E fez doações a outros 15 empreendimentos. No total, foram 89 iniciativas de grande relevância apoiadas pela empresa.

Entre os projetos que receberam investimentos da companhia, destacam-se: Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e São Paulo, 5ª Bienal do Mercosul, livro *Cultura Italiana 130 Anos*, livro *Árvore Cidade – Rio de Janeiro*, *Piano Brasil II* – Turnê do pianista Miguel Proença, Teatro da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre.

*Veja no capítulo 6 a relação de beneficiados.*

# Metodologia consolidada, resultados concretos



*“Estamos aqui promovendo um diálogo. Não é um debate. Não é um seminário. É um diálogo no qual a Souza Cruz quer ouvir, pensar e implementar o que for possível. Todas as opiniões emitidas nessa reunião serão de uso exclusivo para orientação da empresa. Jamais será utilizada uma opinião para promoção, publicidade ou qualquer outra finalidade.”*

*Embaixador Carlos Alberto Leite Barbosa, moderador dos Diálogos entre a Souza Cruz e seus stakeholders*

O Terceiro Ciclo de Diálogos da Souza Cruz com os *stakeholders*, realizado em outubro de 2005 e fevereiro de 2006, consolidou um processo iniciado cinco anos antes, quando a empresa, ao adotar a norma internacional da AccountAbility, abriu um canal de mão dupla com os diferentes públicos que influenciam os seus negócios. Os novos Diálogos representam, ao mesmo tempo, um desdobramento do Primeiro e do Segundo Ciclos – realizados em 2001 e 2003 e enriquecidos pelos resultados do Ciclo de Diálogos do Departamento de Fumo, em março e maio de 2005 – e um aprofundamento das questões levantadas pelos *stakeholders* e executivos da Souza Cruz nessas ocasiões.

A relação de confiança construída entre a Souza Cruz e os *stakeholders* ao longo desses anos permitiu que a empresa definisse o planejamento estratégico incorporando as expectativas legítimas da sociedade. Muitos questionamentos e sugestões expostos nos Ciclos de Diálogos possibilitaram à companhia descobrir novos caminhos, ampliar a ação de responsabilidade social e, dessa forma, apresentar resultados concretos, em sintonia com os anseios dos segmentos sociais com os quais se relaciona.

O Terceiro Ciclo de Diálogos foi moderado

pelo embaixador Carlos Alberto Leite Barbosa, como nas duas rodadas anteriores. Os Diálogos são caracterizados por encontros com grupos de *stakeholders* e também rodadas individuais nas quais participam parlamentares, profissionais de saúde, educadores, médicos, produtores e representantes de organizações não governamentais, associações de classe, conselhos e institutos. Nesses encontros, os participantes têm oportunidade de expor suas expectativas, fazer críticas, ouvir esclarecimentos sobre posicionamentos da empresa e apresentar sugestões.

A Souza Cruz considera que o Terceiro Ciclo de Diálogos representa a consolidação de uma proposta de relacionamento maduro e eficaz com a sociedade. Por meio do Diálogo, a empresa tem esclarecido os pontos ainda polêmicos quanto à sua área de atuação, demonstrado disposição de responder com ações concretas e reafirmado a postura de ética nos negócios e a responsabilidade social.

Nos próximos tópicos deste Relatório Social, apresentaremos uma síntese do Terceiro Ciclo de Diálogos, detalhando as expectativas dos *stakeholders*, as respostas da Souza Cruz, bem como as ações a serem implementadas.





*“A questão da convivência com a diferença parece-me um ponto extremamente importante a ser sublinhado e abordado. Infelizmente, tenho a percepção de que estamos em uma sociedade cada vez mais intolerante.”*

*Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz*

Manter a política transparente de divulgação de informações sobre os riscos associados ao cigarro, enfatizar a importância da moderação para os consumidores que continuam fumando e, finalmente, trabalhar para garantir aos consumidores o direito de fumar — todas essas ações da Souza Cruz estão vinculadas ao exercício da cidadania e da tolerância social. Foram esses os principais pontos em que se concentraram os Diálogos.

Os participantes consideraram que a empresa vem atendendo às expectativas apresentadas pelos *stakeholders* nos dois Ciclos de Diálogos anteriores. E manifestaram a expectativa de que a empresa mantenha as ações em andamento. Algumas delas são os programas Diálogos Universitários (veja capítulo 3) e o apoio ao Convivência em Harmonia, que incentiva a tolerância social e demonstra ser possível fumantes e não-fumantes compartilhar espaços.

Os *stakeholders* sugeriram reforçar a divulgação das ações que a Souza Cruz realiza para tentar reduzir os riscos associados ao consumo de cigarro e continuar com os posicionamentos da empresa em relação a fumo e saúde. Por fim, considerou-se que a empresa deve realizar ações de aproximação com as comunidades científica e acadêmica

## Histórico

*Como o tema foi tratado nos Ciclos de Diálogos anteriores*

Desde o início dos Ciclos de Diálogos, em 2001, o item Riscos do cigarro e informações ao consumidor tem sido objeto de discussão, e sugestões foram apresentadas pelos *stakeholders*. Ainda causa surpresa o fato de a empresa esclarecer os consumidores sobre as substâncias do cigarro que oferecem risco à saúde e defender a moderação no hábito de fumar. A transparência ao tratar do assunto tem atestado a postura eticamente responsável da companhia e, como consequência, desarmado espíritos e aumentado os atores sociais dispostos a dialogar.

A maioria das expectativas manifestadas no Segundo Ciclo de Diálogos, em 2003, convergiu para que o resultado dessa política fosse comunicado de forma mais clara à sociedade, e não apenas aos consumidores. Entre elas, divulgar a avaliação semestral dos produtos fabricados pela Souza Cruz e os esforços dos programas de redução dos riscos associados ao cigarro, bem como informar métodos de interrupção do hábito de fumar.

para oferecer o ponto de vista da Souza Cruz diante de campanhas antitabagistas, que, segundo opinião de alguns *stakeholders*, estigmatizam a companhia e, sobretudo, transformam o fumante em cidadão de segunda classe.

## Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve continuar a divulgar seu posicionamento quanto aos riscos associados ao cigarro.
2. Tornar públicas as suas ações que visam reduzir os danos causados pelo hábito de fumar
3. Continuar investindo em estudos para

diminuir os teores de alcatrão e nicotina do cigarro.

4. Manter o programa Diálogos Universitários, ampliando o leque de discussão de temas de interesse da juventude.

5. Continuar investindo em testes para aperfeiçoar os *smoking points* como áreas que eliminam os inconvenientes causados aos não-fumantes e ao mesmo tempo reduzem o estresse causado aos fumantes com a crescente limitação ao direito de fumar em público.

6. Manter o apoio ao programa Convivência em Harmonia, que estimula o respeito às diferenças e a prática da tolerância social.

7. Realizar ações de esclarecimento entre as comunidades acadêmica e científica, contrapondo o respeito ao direito individual de optar por fumar ou não a campanhas que visam proibir o ato de fumar.

*Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.*





*“Se o comerciante está proibido de vender cigarros a crianças e há crianças fumando é porque alguém está comprando o produto e passando para elas. É preciso despertar a consciência das pessoas para esse problema e enfatizar a posição da indústria do cigarro contra isso.”*

*Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz*

Este tema, presente nos encontros com os *stakeholders* desde o Primeiro Ciclo de Diálogos, voltou à mesa em 2005. Ficou clara a expectativa de que a empresa reafirme permanentemente sua posição contrária ao fumo entre os menores de 18 anos. Por trás desse raciocínio, parece haver a crença de que os fabricantes de cigarro desejam que todos fumem. Nada mais errado. A atuação da Souza Cruz está diretamente ligada aos valores éticos que defende. Quando a empresa diz acreditar no livre-arbítrio para fumar ou não, acredita se referir a pessoas adultas, com mais de 18 anos, conscientes das escolhas que fazem e dos riscos associados.

O programa Responsabilidade Social: Aqui Tem, antes chamado programa Varejo Socialmente Responsável, é uma das evidências de que a companhia quer deixar claro para o comércio, e para a sociedade, que não estimula nem aprova a venda de cigarro a menores de 18 anos. Na área educacional, há iniciativas do Instituto Souza Cruz, como o Cuidar – que, depois de avaliado pelo Claves, entidade da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) ligada ao Ministério da Saúde, teve seus direitos autorais cedidos para o Instituto Ayrton Senna (*leia mais sobre os dois programas no capítulo 6*).

Um dos *stakeholders* sugeriu que as campanhas fossem além do ponto-de-venda. Isso porque muitas vezes o produto é adquirido por uma terceira pessoa, maior de 18 anos, e depois repassado a um

## História

A questão do acesso de menores de 18 anos ao cigarro esteve presente nos Ciclos de Diálogos de 2001 e 2003.

Em 2003, sugeriu-se que a empresa ampliasse os programas educativos direcionados aos jovens, tornasse mais visível sua posição contra o fumo entre menores de 18 anos e mantivesse o apoio ao programa Responsabilidade Social: Aqui Tem.

Ao posicionar-se, a Souza Cruz lembrou que o jovem está bastante sujeito a sofrer influências. Por estar à procura de uma identidade, talvez entenda mal os conselhos dos mais velhos, encarando-os como uma tentativa de cerceamento de liberdade. Nessa fase, influências negativas podem expô-lo a situações de risco: drogas, álcool, comportamento anti-social e fumo precoce, entre outras.

Estudos mostram que dizer não ao jovem é o caminho mais curto para conquistar sua antipatia. Por isso, as medidas de prevenção devem ser sempre afirmativas, valorizando a auto-estima e a autoconfiança da juventude.

adolescente. Para evitar essa situação, ele propôs que se faça uma campanha geral de conscientização. Um representante da Souza Cruz lembrou que as caixas de cigarros já trazem alusões à proibição da venda de produtos de tabaco para menores de 18 anos. Também os pontos-de-venda exibirão mensagens abordando esse tema. A iniciativa já foi implantada em Brasília, Belo Horizonte e em cidades do Rio Grande do Sul. Depois que os resultados forem avaliados, deverá ser expandida para outras regiões do país.

## Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve incrementar a comunicação sobre sua posição contrária ao acesso de menores de 18 anos ao cigarro.

2. Manifestar sua preocupação sobre a possibilidade de que esse primeiro ato de desobediência à lei possa levar o menor de 18 anos a ter contato com substâncias ilegais.

3. Manter o programa Responsabilidade Social: Aqui Tem, que conscientiza o varejista a não vender cigarro a menores de 18 anos.

4. Apoiar programas de educação voltados a crianças e adolescentes.

*Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.*









*“Um fator de vital importância para o crescimento do país é a água. Desenvolver formas de reaproveitá-la, de consumir sem desperdício e de poupar são ações fundamentais para o nosso futuro. Muita gente desconhece o valor da água e pensa que ela é um recurso inesgotável, que não acabará nunca.”*

Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz

A questão ambiental foi tema de destaque no Terceiro Ciclo de Diálogos da Souza Cruz com os *stakeholders*. O uso correto da água, a preservação de matas, nascentes e afluentes de rios, e a reciclagem do material usado em embalagens foram lembrados como itens que necessitam de atenção especial da empresa.

Um dos executivos da Souza Cruz presentes aos Diálogos explicou que a companhia assumiu compromissos com várias organizações, a maioria ligada à agricultura, e que há muitos anos faz o tratamento de efluentes em suas unidades industriais. Como resultado, a empresa não figura entre os grandes consumidores de água nos três estados da região Sul, nos quais possui fábricas (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). Isso porque há muita água armazenada em suas fábricas no Sul do país. Em Cachoeirinha (RS), por exemplo, toda a água da chuva é captada e reaproveitada em tarefas de limpeza e manutenção.

Finalmente, foi informado que a companhia tem dado continuidade às pesquisas sobre redução de agroquímicos no plantio de fumo, uma das preocupações manifestadas nos Diálogos. De acordo com

## Histórico

Como o tema foi tratado nos Ciclos de Diálogos anteriores

A preocupação com o uso dos recursos hídricos e a preservação do meio ambiente foram temas suscitados no Ciclo de Diálogos do Departamento de Fumo, em março e maio de 2005.

Segundo os participantes do encontro, é importante a sociedade saber que a preservação do meio ambiente está entre os objetivos estratégicos dos produtores de tabaco. A manutenção das matas nativas, o reflorestamento, a redução do uso de agroquímicos nas plantações de fumo e a despoluição das águas devem fazer parte das ações de defesa ambiental promovidas pela Souza Cruz.

A preservação e a recuperação de nascentes e fontes também foram discutidas na ocasião. Os *stakeholders* sugeriram que a empresa desenvolva ações de educação ambiental com produtores rurais e a comunidade, em associação com escolas de Ensino Fundamental e Médio, universidades e sindicatos. Além disso, esperam que a empresa colabore na busca de alternativas científicas para a preservação de afluentes dos rios e a recuperação de fontes naturais de água.

estudos especializados, a indústria de cigarro já usa a quantidade mínima de agroquímicos – 1,4 quilo de ingredientes por hectare –, se comparado ao verificado no tomate (100 quilos por hectare), na batata (112 quilos por hectare) e no morango (120 quilos por hectare).

## Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve participar de campanhas educativas que visem ao bom aproveitamento de água pela sociedade.

2. Demonstrar a importância da preservação da Mata Atlântica como fator de equilíbrio do meio ambiente.

3. Apoiar programas educativos de coleta seletiva de lixo.

4. Estudar formas de reaproveitar materiais recicláveis, como plástico e papelão, na cadeia produtiva.

5. Divulgar estudos realizados em parcerias com universidades do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul sobre os resultados positivos obtidos no plantio com uso reduzido de agroquímicos.

Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.



*“Ao comprar um CD pirata ou um produto contrabandeado, você pode estar alimentando o mesmo sujeito que vai assaltá-lo na esquina ou seqüestrar seu filho. É preciso demonstrar à comunidade que consumir produtos ilegais alimenta esse ciclo do mal.”*

*Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz*

Intensificar o combate ao comércio ilegal de cigarro, investir em ações de conscientização sobre consumo para a comunidade e públicos específicos, demonstrar os elevados riscos à saúde acarretados pelo produto pirata e discutir com o governo a necessidade de reduzir a carga tributária e a informalidade na economia foram os itens apresentados no Terceiro Ciclo de Diálogos.

A pirataria é um dos maiores problemas que o Brasil precisa enfrentar. Afeta indistintamente a sociedade, o setor público e o setor privado. Um stakeholder lembrou que os consumidores são prejudicados pela qualidade inferior dos produtos falsificados.

No caso do cigarro, a situação é ainda mais grave, por causa da composição dos ingredientes utilizados na mistura com o fumo. Estudos encontraram terra, fezes de animais, insetos, resíduos de plástico e até de vidro em cigarros ilegais. Além de sonegar impostos, os fabricantes do produto ilegal não exercem controle sobre o material usado no cigarro que vendem. O dano causado à saúde pelo cigarro pirata acaba sendo imputado ao cigarro legal, cuja fabricação obedece a processos rigorosos de controle de qualidade.

### Histórico

*Como o tema foi tratado nos Ciclos de Diálogos anteriores*

Nos Diálogos de 2001 e 2003, a concorrência desleal também foi amplamente abordada. Um parlamentar presente ao Segundo Ciclo de Diálogos sintetizou a preocupação do grupo: “Se o cigarro produzido por uma empresa organizada oferece risco à saúde, imagine os riscos dos cigarros ilegais?”.

Embora entendam que a responsabilidade de combater a ilegalidade é, essencialmente, tarefa do governo e da polícia, os stakeholders esperam que a Souza Cruz se mantenha na liderança de iniciativas contra o comércio ilegal de cigarros perante as autoridades competentes.

A concorrência desleal provoca grande impacto no setor, acarretando prejuízos a todos que integram a cadeia produtiva – agricultores, fabricantes e varejistas – e também ao Estado. Os impostos sonegados pela pirataria impedem que os governos federal, estaduais e municipais tenham recursos para prestar serviços à sociedade. Outro aspecto importante abordado foi a ligação da pirataria com o crime organizado.

### Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve apoiar campanhas educativas para o consumo consciente.

2. Demonstrar à sociedade que consumir produtos falsificados contribui para fortalecer o crime organizado.

3. Manter o programa Diálogos Universitários, aproveitando os encontros com os estudantes para discutir também as consequências do comércio ilegal.

4. Sensibilizar as instâncias de governo sobre a necessidade de reduzir a informalidade e reforçar o combate ao comércio ilegal.

*Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.*



*“O Brasil é um país que permite plantar tabaco, industrializá-lo, comercializar o cigarro fabricado, mas que, na prática, proíbe fumar.”*

*Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz*

A indústria de tabaco enfrenta um desafio: sobreviver em um cenário desfavorável, marcado pelo aumento de restrições ao direito de fumar e pela proibição de fazer publicidade do cigarro.

Desde que muitos governos criaram barreiras para a divulgação de produtos de tabaco, o setor vem investindo para buscar soluções que preservem o direito do cidadão que deseja fumar e ao mesmo tempo reduzam os riscos associados a esse hábito.

Em resposta a essas dificuldades, a Souza Cruz tem investido no aumento da qualidade do cigarro que fabrica, em pesquisas para reduzir, com aceitabilidade, o teor de nicotina e alcatrão e na construção de um relacionamento baseado em confiança e cooperação com produtores, sociedade e órgãos reguladores.

Os *stakeholders* entendem que a Souza Cruz não deve abrir mão do direito de defender seus pontos de vista aos legisladores e propugnar por uma regulamentação sensata.

A defesa dos interesses da indústria contempla também a preservação do direito de livre-arbítrio do cidadão. Alguns *stakeholders* presentes lembraram que fumar ou não fumar deve ser uma decisão individual – exceto para menores de 18 anos. Por isso, afirmaram, não se trata apenas de defender mudanças na legislação, e sim de estimular o debate sobre a necessidade de aprendermos a conviver com as diferenças respeitando o direito de cada um.



## Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve ampliar o diálogo com parlamentares, de forma transparente, para esclarecer suas ações que visam reduzir os riscos associados ao cigarro e criar uma nova cultura entre fumantes e não-fumantes,

baseada em tolerância e harmonia.

2. Ampliar a divulgação de informações ao consumidor sobre os riscos associados ao cigarro.

3. Manter os programas de apoio ao desenvolvimento sadio da juventude.

4. Defender os fumantes contra a estigmatização social.

5. Insistir no diálogo com as comunidades acadêmica e científica para desarmar posições radicais e permitir o diálogo produtivo.

6. Manter a publicação *Diálogo*, que é enviada bimestralmente a todos os congressistas e deputados estaduais.

*Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.*

## Histórico

*Como o tema foi tratado nos Ciclos de Diálogos anteriores*

Desde que os Ciclos de Diálogos tiveram início, em 2001, o tema da regulamentação está presente.

Os *stakeholders* presentes aos encontros anteriores disseram que a empresa deve divulgar intensamente, sobretudo ao Poder Legislativo, seus valores, suas ações de responsabilidade social e os assuntos relativos à indústria de cigarro.

Paralelamente, deve ampliar a divulgação de informações quanto aos riscos associados ao cigarro e promover campanhas educativas. Precisa também defender os direitos dos fumantes e divulgar o trabalho de sua área de pesquisa, em especial suas iniciativas para reduzir os riscos associados ao cigarro.



*“Existe, na cultura brasileira, uma visão que supõe que o chamado ‘outro lado’ não possui a mesma legitimidade social. Você exerce uma atividade legal, regulamentada, paga imposto, mas ainda assim não é como o lado justo: um seria o lado ‘bom’ e o outro, o ‘ruim’. Por isso, a metodologia deste Ciclo de Diálogos é importantíssima para construirmos uma sociedade efetivamente democrática.”*

*Stakeholder presente ao Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz*

As ações de responsabilidade social da Souza Cruz não refletem apenas uma carta de intenções para a sociedade. Fazem mais que isso ao traduzir na prática os valores que a empresa defende. A compreensão dessa questão foi consenso entre os *stakeholders* presentes ao Terceiro Ciclo de Diálogos. Eles deixaram como recomendação geral à empresa a necessidade de aumentar a visibilidade de suas realizações nesse campo. Somente assim, acreditam, ela conseguirá se fazer ouvir pelos segmentos da sociedade que se recusam a dialogar com a indústria de tabaco.

Os bons resultados que a Souza Cruz obteve nessa área coincidem com a adoção da AA 1000, norma internacional de gerenciamento de responsabilidade social, em 2001. Cinco anos depois, a Souza Cruz continua sendo a única empresa brasileira a implementá-la integralmente.

Entre as muitas ações desenvolvidas nos últimos anos, pode-se destacar a criação do Instituto Souza Cruz, em 2000. Trata-se de uma organização não governamental cuja atuação apóia-se no conceito de educação para o desenvolvimento humano sustentável.

Um *stakeholder* abordou também a questão do combate ao uso da mão-de-obra infantil na cultura do tabaco e questionou as providências da Souza Cruz. Um executivo da empresa explicou os trabalhos realizados nessa área em conjunto com o Sindifumo do Rio Grande do Sul, a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra) e o Ministério Público no programa O Futuro é Agora (*mais informações no capítulo 3*).

## Histórico

*Como o tema foi tratado nos Ciclos de Diálogos anteriores*

Este tema esteve presente também nas duas rodadas anteriores, bem como no Ciclo de Diálogos do Departamento de Fumo.

Em todas essas oportunidades, os *stakeholders* enfatizaram que a empresa deve ressaltar permanentemente sua postura ética e socialmente responsável, considerando que atua em uma indústria vista como controversa. A preocupação com a qualidade dos produtos deve ser parte dessa postura de respeito à sociedade, de maneira geral, e a seus consumidores, em particular.

Parlamentares, educadores, médicos, profissionais de saúde e representantes de organizações não governamentais presentes em diálogos anteriores sugeriram uma pesquisa para avaliar a percentagem atual de jovens que fumam, em comparação com décadas anteriores. Além disso, propuseram a criação de centros de prevenção a produtos derivados do fumo para menores de 18 anos.

Eles reconheceram os esforços da Souza Cruz nessa área, mas ressaltaram que a empresa deveria ampliar a divulgação de suas ações de responsabilidade social. Consideram que a companhia ainda não colhe suficientemente os frutos de suas iniciativas em responsabilidade social.



## Principais expectativas dos participantes dos diálogos quanto a este tema

1. A SOUZA CRUZ deve aumentar a divulgação de suas ações de responsabilidade social.
2. Manter os programas voltados ao desenvolvimento da comunidade.
3. Continuar apoiando e desenvolvendo programas de protagonismo juvenil.
4. Dar mais visibilidade às parcerias com entidades como o Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco) e o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente para estimular o debate na sociedade sobre responsabilidade social e direitos do consumidor.
5. Alertar para os riscos da intolerância social e divulgar exemplos de convivência harmônica na diversidade (por exemplo, entre pessoas de etnias e nacionalidades diferentes) a fim de combater a falsa idéia de que é possível separar as pessoas em categorias.
6. Manter os Ciclos de Diálogos, insistindo em convidar segmentos da sociedade que resistem a encontrar-se com a indústria de cigarro – como as comunidades científica e acadêmica.
7. Demonstrar sua postura propositiva em relação aos problemas que enfrenta e sua disposição de entendimento e diálogo.
8. Estudar soluções de continuidade de projetos que apóia e parcerias com o poder público para evitar que sejam desmobilizados quando há troca de governos.

*Leia sobre os planos nascidos a partir dos Diálogos no capítulo 5 – Os Desdobramentos deste Relatório Social.*

### LINKS RELACIONADOS

Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco)  
[www.etco.org.br](http://www.etco.org.br)

Instituto Akatu pelo Consumo Consciente  
[www.akatu.org.br](http://www.akatu.org.br)



# As respostas que a sociedade espera



Atender às expectativas legítimas manifestadas pelos *stakeholders* presentes ao Terceiro Ciclo de Diálogos, assim como foi feito por ocasião dos ciclos anteriores, será prioridade das ações da Souza Cruz a partir deste ano.

Os bons resultados obtidos com os Ciclos de Diálogos anteriores – incluindo o realizado pelo Departamento de Fumo, em 2005 – estreitaram os laços de confiança entre a empresa e os *stakeholders*. Além disso, ampliaram consideravelmente as expectativas dos públicos com que a companhia se relaciona por soluções para as questões apontadas durante os Diálogos.

O aumento da confiança dos *stakeholders* na Souza Cruz fez crescer a responsabilidade da companhia. Para corresponder à expectativa, a empresa se empenhará em implantar as propostas que dependem unicamente dela e buscará desenvolver parcerias para concretizar as demais.

Nas rodadas individuais e em grupos do Terceiro Ciclo de Diálogos, realizadas em outubro de 2005 e fevereiro de 2006, os *stakeholders* manifestaram a expectativa de que a Souza Cruz encontre saídas para questões consideradas importantes, apoiando-se na credibilidade construída nos 103 anos de existência e na influência que pode exercer em função disso. A seguir, a Souza Cruz explica o que já está fazendo, e o que vai fazer, para atender às expectativas apresentadas no Terceiro Ciclo de Diálogos.

# Ações que serão implementadas pela **Souza Cruz**

## RISCOS DO CIGARRO E INFORMAÇÕES AO CONSUMIDOR

*Empenho para diminuir os riscos do cigarro e aumentar as informações sobre o produto aos consumidores está entre as ações que serão desenvolvidas pela Souza Cruz*

**1.** Continuar os estudos de desenvolvimento de um produto que apresente menores riscos à saúde dos fumantes. A Souza Cruz tem realizado pesquisas e investido na área de novos produtos com reduzida exposição ao risco.

**2.** Manter a política de não criar centros de saúde próprios. Em resposta a uma sugestão em relação a esse tema, a empresa informa que não planeja fazê-lo. A Souza Cruz reconhece que o consumo de cigarros está estatisticamente associado a uma série de doenças, mas acredita que doenças coronarianas, câncer de pulmão, enfisema pulmonar e doenças respiratórias, entre outras, estão associadas a inúmeros outros fatores de risco, tais como: predisposição genética, estilo de vida, dieta alimentar, sedentarismo etc., não sendo possível identificar quais desses fatores foram responsáveis pela doença de um indivíduo em particular.

**3.** Realizar um amplo programa de Fumo e Saúde com os colaboradores internos e principais fornecedores para divulgar os riscos associados ao cigarro e outras informações sobre o produto.

**4.** Colocar à disposição dos consumidores e demais públicos interessados informações novas e atualizadas sobre

seus produtos e os riscos associados. As informações podem ser acessadas no site [www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br).

## ACESSO DE MENORES DE 18 ANOS AO CIGARRO

*Intensificação da mensagem contra a venda de cigarros a menores de 18 anos e valorização do varejo responsável estão entre as ações que serão desenvolvidas*

**1.** Desenvolver campanha em seus 200 mil pontos-de-venda para sensibilizar os varejistas a não vender cigarros para menores de 18 anos.

**2.** Viabilizar, em parceria com uma universidade brasileira, um prêmio para graduandos e pós-graduandos sobre o tema varejo responsável.

**3.** Viabilizar, em parceria com uma universidade brasileira, a publicação de um livro sobre varejo socialmente responsável.

## MEIO AMBIENTE

*Campanhas sobre temas ambientais e apoio a ações de reaproveitamento de embalagens estão entre as ações que serão desenvolvidas*

**1.** Analisar a possibilidade de desenvolver campanha sobre meio ambiente por meio de parceria com instituições ligadas ao varejo.

**2.** Produzir materiais educativos, como livros, sobre o tema água, em parceria com universidades e organizações não governamentais.



**3.** Estudar a possibilidade de usar materiais alternativos degradáveis na produção de cigarros.

**4.** Manter o apoio à campanha do Sindicato da Indústria do Fumo (Sindifumo) do Rio Grande do Sul para recolher embalagens de agroquímicos usados na lavoura do fumo.

## CONCORRÊNCIA DESLEAL

*Apoiar o combate ao comércio ilegal e alertar as autoridades sanitárias sobre os malefícios causados pelo cigarro ilegal estão entre as ações que serão desenvolvidas*

**1.** Manter o apoio ao Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial (Etco) e propor ações educativas para esclarecer a população sobre os malefícios causados pela concorrência desleal.

**2.** Divulgar regularmente pesquisas sobre a má qualidade dos cigarros ilegais.

**3.** Apoiar, por intermédio do Etco, estudos que demonstrem a relação entre tributação e crescimento da concorrência desleal no setor.

**4.** Manter o diálogo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), visando alertar sobre a má qualidade e os problemas advindos dos produtos ilegais.

## REGULAMENTAÇÃO

*Monitorar projetos de lei que impactem os negócios da empresa e defender a liberdade de expressão em sentido amplo estão entre as ações que serão desenvolvidas*

**1.** Continuar acompanhando projetos de lei relacionados a seus negócios, durante tramitação no Congresso Nacional, nas assembleias legislativas estaduais e nas câmaras municipais.

**2.** Continuar apresentando seus pontos de vista no Congresso Nacional, em assembleias legislativas e câmaras municipais para buscar uma regulamentação sensata com relação ao cigarro.

**3.** Prestar assessoria a entidades representativas do varejo para defender seus interesses nos órgãos reguladores.

**4.** Realizar esforços para defender a liberdade de expressão e de comunicação do cigarro em todas as instâncias.

**5.** Manter o diálogo com a Anvisa para defender seus pontos de vista sob a ótica de um marco regulatório sensato.

## CONDUTA CORPORATIVA RESPONSÁVEL

*Aumentar a eficiência da comunicação de suas ações de Responsabilidade Social, defender os direitos dos fumantes e apoiar a erradicação do trabalho infantil estão entre as ações que serão desenvolvidas*

### • Comunicação

**1.** Manter a política de prioridade dos investimentos em ações de Responsabilidade Social em relação às verbas para comunicação externa.

**2.** Divulgar nos pontos-de-venda as ações de Responsabilidade Social da empresa, para manter os consumidores informados.

**3.** Analisar a possibilidade de criar um instrumento de comunicação com os varejistas para informá-los sobre as ações de Responsabilidade Social da companhia.

**4.** Estender o programa Diálogos Universitários às principais universidades do país para divulgar as ações de

Responsabilidade Social da empresa e contribuir para a formação dos estudantes.

**5.** Analisar a possibilidade de estender os Ciclos de Diálogos a outros públicos, a partir de 2007.

**6.** Em 2007, prosseguir com o Ciclo de Diálogos do Departamento de Fumo, estudando um formato novo para atender demandas e expectativas regionais.

**7.** Manter o programa de Pesquisas de Fumo na Paraíba e em Pernambuco, levando os programas sociais Clube da Árvore e Hortas Escolares.

**8.** Apoiar cadernos de jornais e revistas de grande circulação para divulgar ações de Responsabilidade Social.

**9.** Criar outros materiais de divulgação das ações de Responsabilidade Social, disseminando-os entre seus principais públicos.

**10.** Participar dos principais prêmios de Responsabilidade Social do país para divulgar as realizações da empresa nessa área.

### • Proteção dos direitos de fumantes e não-fumantes

**1.** Apoiar evento nacional que promova a discussão de temas como direito de escolha, tolerância e liberdade de expressão.

**2.** Manter o apoio ao programa Convivência em Harmonia.

**3.** Ampliar os *smoking points* em shopping centers e aeroportos, com base na decisão judicial favorável lavrada pelo Poder Judiciário.

**4.** Firmar parcerias com instituições

tecnológicas de credibilidade para avaliar a qualidade do ar em locais selecionados.

**5.** Analisar soluções tecnológicas inovadoras que permitam acomodar interesses de fumantes e não-fumantes, a exemplo do *smoking point*.

**6.** Realizar *show cases* sobre as soluções tecnológicas para fumar em locais públicos. O objetivo é mostrar a possibilidade de convivência harmoniosa entre fumantes e não-fumantes.

**7.** Implantar nas dependências da empresa uma política de fumar em público que sirva como referência para outras organizações.

#### • Margem varejista

**1.** Firmar parceria com entidades representativas do varejo para encaminhar pedido de retirada do cigarro do imposto a pagar da legislação do Simples. O objetivo é eliminar a dupla tributação atual.

#### • Erradicação do trabalho infantil

**1.** Manter a participação no programa O Futuro é Agora, em parceria com a Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra) e o Sindifumo-RS, para erradicar o trabalho infantil na lavoura de fumo

**2.** Expandir o programa Jornada Ampliada. O objetivo é melhorar o nível educacional dos filhos de produtores de fumo com o uso da parcela de Imposto de Renda a pagar, por meio do Fundo de Infância e Adolescência.

**3.** Manter o apoio às unidades do Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural (Cedejor) no Rio Grande do Sul, em Santa Catarina e no Paraná.

#### • Relacionamento com as áreas científica e acadêmica

**1.** Consolidar o Comitê Científico Consultivo Externo, criado com o intuito de estreitar o relacionamento com a comunidade científica e acadêmica, obtendo subsídios que permitam verificar o alinhamento, ao pensamento científico externo, das pesquisas para o desenvolvimento de um produto que possa apresentar potencial redução dos riscos à saúde associados ao seu consumo.

**2.** Submeter ao Comitê Consultivo Externo da Souza Cruz a análise de possíveis parcerias com instituições médicas de credibilidade para realizar estudos e programas científicos.

#### • Educação

**1.** Manter o foco de educação para o consumo, do programa Responsabilidade Social: Aqui Tem.

**2.** Desenvolver o programa SOL Rural, sobre segurança, organização e limpeza na propriedade rural. Analisar com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) a possibilidade de incluir noções de saúde no conteúdo do programa.

**3.** Em resposta à sugestão de estimular o turismo por meio do Instituto Souza Cruz, a empresa informa que a ONG já teve entre seus objetivos

apoiar o desenvolvimento do turismo sustentado, em parceria com outras entidades. No entanto, optou por focar a atuação em atividades relacionadas ao desenvolvimento do jovem rural, sendo o turismo rural uma possibilidade futura.

**4.** Em resposta à sugestão de criar um centro de estudos na área onde funcionava a fábrica no Recife, a Souza Cruz esclarece que mantém negociações com o poder público de Pernambuco para a venda do imóvel conforme condições que protejam seus interesses empresariais perante os acionistas.



**BUREAU  
VERITAS**

## BUREAU VERITAS

Informe independente de garantia de qualidade

Para: Souza Cruz

O Bureau Veritas Brasil afirma que este informe, baseado em resultados de garantia de qualidade, expressa uma opinião independente. O Bureau Veritas não tem nenhum outro interesse comercial significativo com relação às atividades da Souza Cruz no Brasil a não ser a prestação de serviços de garantia de qualidade de terceiros.

### 1. PARECER

O Bureau Veritas ficou satisfeito com o fato de as informações contidas no terceiro Relatório Social para o período de abril de 2004 a março de 2006 – indicadas como verificadas – serem fidedignas e não conterem nenhuma incorreção ou parcialidade. Seu conteúdo é de fácil entendimento e permite que os stakeholders da Souza Cruz compreendam melhor as questões compartilhadas e o tratamento a elas dispensado pela Souza Cruz.

O gerente de Responsabilidade Corporativa e a Diretoria da Souza Cruz examinaram as expectativas e as aspirações dos stakeholders internos e externos para se assegurarem de que elas estão realmente sendo atendidas de forma apropriada. Eles também se referem ao processo de contabilidade e apresentação de relatórios para se assegurarem de que os valores, os propósitos e os objetivos da Souza Cruz são acompanhados e observados conforme um cronograma pré-acordado e realista. A alta administração se assegura de que o desempenho atende tanto às expectativas dos stakeholders como às exigências da norma do processo AA 1000 para auditoria e relato de questões sociais e éticas.

A Souza Cruz deve agora se basear em esforços contínuos de acompanhamento, avaliação e apresentação de relatórios de seu desempenho quanto aos objetivos e metas selecionados para demonstrar o compromisso contínuo com a apresentação de relatórios e com os interesses dos stakeholders, considerando os resultados dos diálogos conduzidos no escopo do terceiro Relatório Social no período acima mencionado, e também levando em consideração o relatório escrito pelo Departamento de Fumo, o qual foi integrado ao acompanhamento, à avaliação e aos relatórios de prestação de contas gerais do Terceiro Ciclo de Diálogos.

#### 1.1 Alinhamento e Comentário - AA 1000 AS (ASSURANCE STANDARD)/GRI E IBASE

Os marcadores de conformidade VeriSEAR usados no primeiro e no segundo Ciclo de Diálogos, não foram usados para o Departamento de Fumo e para a Souza Cruz como um todo, já que se está considerando uma transição para o AA 1000 AS (Assurance Standard) neste relatório geral do Terceiro Ciclo de Diálogos, ocorrido no segundo semestre de 2005 e de janeiro a março de 2006.

Realizou-se uma verificação dos dados expressos nos relatórios Ibase e GRI, em relação à consistência e exatidão. Ambos expressam os índices de desempenho econômico, social e ambiental da Souza Cruz em consonância com os princípios AA 1000 AS, especialmente os de inclusividade dos stakeholders por meio do processo de materialidade, completude e responsividade.

##### 1.1.1 Pré-diálogo

A Souza Cruz começou a preparar relatórios segmentados que tratam de temas específicos relacionados com o seu negócio. O escopo do presente

trabalho é levantar questões diretamente associadas ao Departamento de Fumo. Em 12 e 13 de setembro de 2005, o Bureau Veritas visitou a fábrica de Cachoeirinha e teve a oportunidade de entrevistar 18 empregados, escolhidos de maneira aleatória; suas posições a respeito do processo de relato das questões sociais puderam ser discutidas e relatadas.

##### 1.1.2 Diálogos

Foram realizadas duas rodadas de diálogo com os stakeholders durante o processo com o Departamento de Fumo e duas rodadas de diálogo com stakeholders da Souza Cruz em outubro de 2005 e fevereiro de 2006, além de encontros com políticos de diversos partidos, em encontros individuais. O facilitador, ex-embaixador brasileiro na França, na Itália e na Organização dos Estados Americanos (OEA), declarou sua independência no início de cada rodada de diálogos. Uma organização independente registrou a ata dos processos.

Em cada uma das duas rodadas de diálogos, a Souza Cruz apresentou um resumo do processo e explicou aos stakeholders o que deveria ser esperado ao final do ciclo de relatórios. O facilitador convidou o verificador externo do Bureau Veritas a explicar o seu papel em uma rápida apresentação do processo de garantia de qualidade AA 1000 durante os diálogos ocorridos no Terceiro Ciclo. Os diálogos transcorreram sem restrições e os stakeholders puderam levantar e explorar questões que consideravam importantes.

##### 1.1.3 Pós-diálogo

A Souza Cruz reconheceu e registrou devidamente as principais questões de preocupação levantadas pelos participantes durante a primeira rodada de diálogos, realizada em outubro de 2005. Essas questões foram apresentadas



aos stakeholders em fevereiro de 2006. A Souza Cruz definiu e desenvolveu diversas metas para as áreas e para as questões levantadas durante a primeira rodada de diálogos, que foram verificadas antes do final do Terceiro Ciclo de Diálogos. As informações contidas no Relatório Social permitem que os stakeholders entendam a posição da Souza Cruz com relação às questões levantadas principalmente nos Diálogos. O verificador ficou satisfeito com o fato de as informações indicadas como verificadas serem fidedignas e não conterem nenhuma incorreção ou parcialidade. O verificador ficou satisfeito com o fato de a Souza Cruz continuar com o processo de contabilidade e apresentação de relatórios – com base em evidências orçamentárias e comunicações internas –, com o objetivo de assegurar a regularidade e o cumprimento dos prazos durante todo o processo de Responsabilidade Social Corporativa.

A importância e a qualidade das respostas para as questões identificadas pelos stakeholders no relatório são relevantes para eles. A Souza Cruz discutiu suas respostas para as principais questões com profundidade suficiente e respondeu a elas de forma adequada.

## 2. O ESCOPO DA DECLARAÇÃO E DA GARANTIA DE QUALIDADE

O Bureau Veritas comprometeu-se a fornecer um exame rigoroso e equilibrado do processo de apresentação do Relatório Social da Souza Cruz. Durante todo o período do relatório, a empresa foi submetida a um exame de auditoria de um verificador do Bureau Veritas no Brasil, com o uso de uma metodologia consistente.

A declaração do Bureau Veritas neste relatório abrange somente as operações da Souza Cruz, e a garantia de qualidade foi realizada visando a dois objetivos

principais:

- Fornecer um exame contínuo da adaptação e da implementação dos princípios AA 1000 AS conforme aplicados ao Departamento de Fumo e à Souza Cruz como um todo.
- Verificar se as informações contidas no Relatório Social refletem de forma correta e verdadeira as atividades e o desempenho da Souza Cruz.

A presente declaração abrange o processo de apresentação de relatórios sociais da Souza Cruz. O Bureau Veritas não foi coagido pela Souza Cruz no trabalho de cobertura do processo ou na auditoria das informações contidas no relatório. O processo de garantia de qualidade dos Diálogos com base nas questões/expectativas foi o principal trabalho no relatório da Souza Cruz. A garantia de qualidade do Bureau Veritas não consiste em verificar as declarações de crença, intenção e anseio da Souza Cruz.

## 3. METODOLOGIA DE GARANTIA DE QUALIDADE

Utilizamos várias técnicas de auditoria para verificar a exatidão das informações apresentadas. Essas técnicas incluem inspeção de registros e documentos, pesquisas internas e externas, confirmação de fontes e da veracidade de informações e observação direta dos diálogos.

O verificador participou da primeira rodada de diálogos do Departamento de Fumo e demais rodadas do Terceiro Ciclo para que avaliasse a liberdade de expressão dos stakeholders, o entendimento das questões levantadas e a correlação dessas questões com as respostas e os compromissos publicados no relatório. Também pôde verificar os registros feitos para a rodada de feedback dos Diálogos.

No corpo do relatório, indicamos em que ponto verificamos o conteúdo, usando três símbolos de garantia de qualidade:



### Garantia de Qualidade de Dados Básicos

Dados básicos: os fatos relatados ou as reivindicações apresentadas foram confirmados por meio de pesquisa ou outras técnicas de auditoria



### Garantia de Qualidade Numérica

Dados numéricos foram verificados quanto à exatidão e/ou fonte



### Garantia de Qualidade do Processo

A exatidão das informações foi verificada e se confirmou que elas foram obtidas por meio de um processo de verificação AA 1000. Por exemplo, os resultados das partes interessadas (stakeholders)

Bureau Veritas, 2006  
Razão social completa da BV Brasil acima  
Abril de 2006





# Os participantes dos diálogos

Participaram do Terceiro Ciclo de Diálogos promovido pela Souza Cruz representantes das seguintes instituições:

- Associação Brasileira Comunitária e de Pais para a Prevenção do Abuso de Drogas (Abraço), Minas Gerais
- Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (Abih)
- Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (Abresi)
- Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais (Abamec)
- Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra)
- Associação Nacional de Jornais (ANJ)
- Clínica Psiquiátrica Santana, Minas Gerais
- Clínica São Vicente, Rio de Janeiro
- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cedbs)
- Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN)
- Fundação Zerbini
- GFK Indicator (empresa de pesquisa de mercado)
- Hospital Albert Einstein, São Paulo
- Instituto Akatu pelo Consumo Consciente
- Instituto Vox Populi (empresa de pesquisa de mercado)
- Medial Saúde (empresa de medicina de grupo)

- Pro-Natura (ONG especializada em desenvolvimento sustentável)
- Schubert e Associados (empresa de pesquisa de mercado)
- Secretaria de Educação de Pernambuco

Em rodadas individuais, foram ouvidos parlamentares dos seguintes partidos e estados:

Deputados estaduais

- PDT-SP
- PMDB-RS
- PMDB-SP
- PPS-MG
- PT-PR

Deputados federais e senadores:

- PMDB-GO
- PMDB-RJ
- PSB-PE
- PT-RS
- PTB-PE
- PTB-RS

Além deles, participaram também:

- Diretores e executivos da Souza Cruz.
- Representante do Bureau Veritas Quality International (BVQI), responsável pela verificação do relatório.
- Embaixador Carlos Alberto Leite Barbosa, moderador.

O Terceiro Ciclo de Diálogos foi realizado em duas etapas:

- Primeira etapa  
– Diálogo com os *stakeholders* (Rio de Janeiro, 20, 21 e 25 de outubro de 2005).
- Diálogos individuais com parlamentares

ao longo dos meses de novembro e dezembro de 2005.

- Segunda etapa  
– Apresentação das propostas da Souza Cruz aos *stakeholders* (Rio de Janeiro, fevereiro de 2006).

## LINKS RELACIONADOS

- **Abraço** – [www.abracomg.org](http://www.abracomg.org)
- **Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (Abih)** – [www.abih.com.br](http://www.abih.com.br)
- **Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip)** – [www.abip.org.br](http://www.abip.org.br)
- **Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (Abresi)** – [www.abresi.com.br](http://www.abresi.com.br)
- **Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais (Abamec)** – [www.abamec.com.br](http://www.abamec.com.br)
- **Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra)** – [www.afubra.com.br](http://www.afubra.com.br)
- **Associação Nacional de Jornais (ANJ)** – [www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)
- **Bureau Veritas Quality International (BVQI)** – [www.bureauveritas.com.br](http://www.bureauveritas.com.br)
- **Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cedbs)** – [www.cebds.org.br](http://www.cebds.org.br)
- **Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN)** – [www.fbcn.org.br](http://www.fbcn.org.br)
- **Fundação Zerbini** – [www.zerbini.org.br](http://www.zerbini.org.br)
- **GFK Indicator** – [www.gfkindicator.com](http://www.gfkindicator.com)
- **Hospital Albert Einstein** – [www.einstein.br](http://www.einstein.br)
- **Instituto Akatu pelo Consumo Consciente (Akatu)** – [www.akatu.net](http://www.akatu.net)
- **Instituto Vox Populi** – [www.voxpopuli.com.br](http://www.voxpopuli.com.br)
- **Medial Saúde** – [www.medialsaude.com.br](http://www.medialsaude.com.br)
- **Pro-Natura** – [www.pronatura.org.br](http://www.pronatura.org.br)
- **Souza Cruz** – [www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br)

Indicadores:

# a Souza Cruz, o meio ambiente e a sociedade



## OS ÍNDICES DA SOUZA CRUZ, DE ACORDO COM REQUISITOS DA GRI

*As informações a seguir foram extraídas do relatório sobre meio ambiente, saúde e segurança (EHS) da Souza Cruz e foram agrupadas para atender os requisitos da Global Reporting Initiative (GRI, junho de 2000). A previsão é de que esses indicadores se modifiquem com o tempo, refletindo novas iniciativas e mudanças no foco ambiental, além dos interesses dos stakeholders da empresa.*

# ÁREA Energia

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
Serão estabelecidos programas de conservação de energia e metas anuais para melhorar a eficiência de energia. Combustíveis com baixo teor de enxofre serão usados quando disponíveis. As caldeiras e fornalhas deverão ser regularmente mantidas e conservadas para minimizar as emissões.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energia total utilizada</li> <li>• Uso total de energia/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• Redução de energia em comparação com o desempenho do ano anterior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.251.596 giga joules</li> <li>• 10,46 giga joules/milhão de cigarros equivalentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.445.365 giga joules</li> <li>• 10,76 giga joules/milhão de cigarros equivalentes</li> </ul>	<p>O aumento de consumo de energia em 2005 deve-se à entrada de novos processos.</p> <p>O valor tonelada métrica, adotado até 2003, não é mais usado como valor de medida. A partir de 2004 a unidade de medida passa a ser “cigarro equivalente”.</p>

# ÁREA Materiais

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>Os riscos associados a substâncias perigosas serão avaliados e medidas de controle adequadas serão adotadas e mantidas. As medidas de controle incidirão sobre o fornecimento de análises sobre meio ambiente, saúde e segurança (EHS), planilhas de segurança de materiais (MSDS), armazenagem adequada e treinamento de todas as pessoas que trabalham com substâncias perigosas. Outras avaliações poderão ser efetuadas e documentadas quando houver contato dos materiais com o produto.</p> <p>A aquisição, o uso e a eliminação de todas as substâncias perigosas serão feitos obedecendo às regulamentações nacionais e internacionais pertinentes.</p> <p>Serão mantidas e armazenadas de forma centralizada listas precisas e atualizadas e planilhas sobre segurança de material de todas as substâncias perigosas nas dependências da empresa, para facilitar a recuperação em caso de emergência.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo total de material que podem se transformar em produtos</li> <li>• Total de material em toneladas/milhão de cigarros equivalentes (materiais diretos)</li> <li>• Emprego de produtos químicos/materiais perigosos</li> <li>• Objetivos para reposição de materiais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 95.239 toneladas métricas</li> <li>• 0,44 tonelada</li> <li>• 1,1 kg/hectare de ingrediente ativo</li> <li>• Existência de listas atualizadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 88.879 toneladas métricas</li> <li>• 0,39 tonelada</li> <li>• 1,1 kg/hectare de ingrediente ativo</li> <li>• Existência de listas atualizadas</li> </ul>	<p>A redução no consumo total de material deve-se à eliminação de alguns materiais, no ano de 2005.</p> <p>O valor tonelada métrica, adotado até 2003, não é mais usado como valor de medida. A partir de 2004 a unidade de medida passa a ser “cigarro equivalente”.</p> <p>Redução de mais de 80% no uso de agrotóxicos nas lavouras de fumo nos últimos dez anos, caindo de 6,6 kg/hectare de ingrediente ativo em 1991 para 1,1 kg/hectare em 2001. O uso de brometo de metila pela Souza Cruz foi eliminado em 1999.</p> <p>A substituição de substâncias perigosas por substâncias menos perigosas em uso deve ser periodicamente analisada e documentada. Todas as novas substâncias perigosas que passarem a ser usadas devem ser as que representem o menor risco possível.</p>



# ÁREA Água

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>As unidades operacionais devem criar um programa de gerenciamento do uso e do rejeito da água, incluindo procedimentos de rotina para monitorar a qualidade da água e minimizar o consumo e o rejeito.</p> <p>A natureza e o volume de toda a água de rejeito devem ser identificados, caracterizados e documentados.</p> <p>Deve ser evitado lançar efluentes sem tratamento diretamente nas águas de superfície (por exemplo, rios, lagos ou mar).</p> <p>Deverá ser implementado um nível adequado de equipamentos de controle de poluição para garantir o cumprimento ininterrupto dos limites de descarga regulamentados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consumo total de água (em metros cúbicos)</li> <li>• Total de água usada/milhão de cigarros e /tonelada métrica do produto</li> <li>• Redução do uso de água em comparação com o desempenho no ano anterior</li> <li>• Fonte direta de água e se a água é tratada no local antes de ser utilizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 649.170 metros cúbicos</li> <li>• 3,01 metros cúbicos/ milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• Redução de 15% em relação ao consumo de água/ milhão de cigarros equivalentes utilizada em 2003</li> <li>• Em linha com o objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 645.740 metros cúbicos</li> <li>• 2,80 metros cúbicos/ milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• Redução de 10% em relação ao consumo de água/ milhão de cigarros equivalentes utilizada em 2004</li> <li>• Em linha com o objetivo</li> </ul>	<p>A performance da Souza Cruz no que se refere ao indicador consumo de água é benchmark dentro do grupo British American Tobacco (BAT).</p> <p>Continuamos investindo na reutilização de efluentes líquidos para reduzir o consumo de água.</p> <p>Sempre que possível, a empresa procura usar a menor quantidade de água proveniente do serviço público municipal.</p> <p>Da água consumida pela Souza Cruz, 95% provém dos serviços municipais de abastecimento e de poços de água subterrânea. E 5% da água consumida é proveniente de tratamento próprio.</p>

# ÁREA Emissões, efluentes e rejeitos

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>Todas as unidades operacionais deverão identificar a natureza e o volume de todas as emissões atmosféricas e descargas de água e rejeitos, mantendo registros desses dados.</p> <p>As licenças e/ou permissões apropriadas deverão ser obtidas na forma exigida pelas regulamentações locais ou nacionais.</p> <p>Toda emissão importante de partículas e gases deverá ser controlada por meio de melhor ajuste das operações de processamento do tabaco e/ou da implementação de medidas de redução. Equipamentos de controle da poluição deverão ser instalados onde forem necessários para atender os limites de emissão adequados ou em resposta a demandas legítimas da população.</p> <p>Quando necessário, as unidades deverão atualizar os registros originais, após qualquer modificação na fábrica, na concepção dos processos ou nas normas de operação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emissões de gás de efeito estufa (toneladas métricas equivalentes de CO<sub>2</sub>)</li> <li>Substâncias depressoras de ozônio</li> <li>Total de rejeitos gerados (toneladas métricas) no ar, na terra e na água</li> <li>Total de rejeitos/milhão de cigarros equivalente</li> <li>Redução de rejeitos em comparação com o desempenho do ano anterior</li> <li>Quantidade de rejeitos reciclados ou reutilizados</li> <li>Gerenciamento no local e fora do local</li> <li>Detalhes específicos dos resíduos para o solo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>204.277 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO<sub>2</sub></li> <li>1,58 toneladas de consumo de CFCs</li> <li>19.077 toneladas métricas de rejeitos gerados, dos quais 4,3% foram enviados a aterros</li> <li>0,09 tonelada métrica/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>Acréscimo de 28% em comparação com 2003</li> <li>18.244 toneladas métricas ou 95,7% de rejeitos reciclados ou reutilizados</li> <li>Todos os rejeitos administrados fora do local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>43.838 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO<sub>2</sub></li> <li>Dados ainda não disponíveis, porque o fechamento ocorre em abril de cada ano</li> <li>23.955 toneladas métricas de rejeitos gerados, dos quais 3,4% foram enviados a aterros</li> <li>0,11 tonelada métrica/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>Acréscimo de 26% em comparação com 2004</li> <li>23.138 toneladas métricas ou 96,6% de rejeitos reciclados ou reutilizados</li> </ul>	<p>A redução de emissões equivalentes de CO<sub>2</sub> está associada ao fato de termos adotado o critério de não computar o CO<sub>2</sub> gerado da queima de lenha de reflorestamento próprio.</p> <p>Ressalte-se que os números relacionados à reciclagem são consistentes e excepcionais, acusando um índice de reciclagem de quase 100%.</p>

# ÁREA Emissões, efluentes e rejeitos

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>Sempre que os odores provenientes das operações de processamento do tabaco causarem transtornos aos vizinhos, ou sempre que houver regulamentos locais, todas as unidades operacionais deverão instalar equipamentos de redução de odores e monitorar suas emissões para que não persistam odores do tabaco que incomodem a população circunvizinha. Caso não exista coleta municipal adequada de efluente (esgoto) nem recursos de tratamento, todas as unidades operacionais deverão instalar uma planta de tratamento de efluente local. Se possível, resíduos sólidos de tabaco não devem ser lançados nos efluentes líquidos; devem ser empregadas alternativas como aterros ou incineração.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emissões equivalentes de CO2 em função de resíduos enviado para aterros (toneladas métricas)</li> <li>• Emissão de CO2/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• Descarga de processo e esgoto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 816 toneladas métricas de resíduos para aterros</li> <li>• 691 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2</li> <li>• 0,95 tonelada/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• 94% do esgoto gerado foi tratado. Apenas 6% foi despejado na rede</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos os rejeitos administrados fora do local</li> <li>• 784 toneladas métricas de resíduos para aterros</li> <li>• 823 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2</li> <li>• 0,19 tonelada/milhão de cigarros equivalentes</li> <li>• 94% do esgoto gerado foi tratado. Apenas 6% foi despejado na rede</li> </ul>	

# ÁREA Transporte

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>O emprego de métodos de transporte alternativos e mais amigáveis ao meio ambiente deve sempre ser considerado antes de se optar pelo transporte rodoviário.</p> <p>Sempre devemos considerar tipos mais limpos de combustível.</p> <p>Deverá ser feito planejamento e agendamento adequados das expedições. Os contêineres devem ser integralmente utilizados e, se possível, as viagens de volta devem ser realizadas com carga plena para evitar o desperdício de combustível.</p> <p>Todos os caminhões ou outros métodos de transporte de propriedade da Souza Cruz ou contratados devem estar em boas condições de funcionamento, com manutenção e atendimento adequados, para reduzir os níveis de emissão de poluentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Viagem de negócios, inclusive frota de carros (emissões equivalentes de CO2)</li> <li>Frete (emissões equivalentes de CO2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4.836 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2, em viagens de negócios</li> <li>17.391 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2, na distribuição de produto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6.754 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2, em viagens de negócios</li> <li>14.993 toneladas métricas de emissões equivalentes de CO2, na distribuição de produto</li> </ul>	<p>Houve aumento significativo do número de viagens em 2005, comparado ao ano anterior.</p>



# ÁREA Fornecedores

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
Uma avaliação completa dos impactos ambientais, de saúde e segurança dos produtos e processos deverá abranger a análise dos processos de produção empregados pelos fornecedores. Devem ser promovidos padrões semelhantes de desempenho de gerenciamento para atividades <i>upstream</i> e <i>downstream</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempenho de fornecedores com relação aos componentes ambientais dos programas</li> <li>Número e tipo de incidências de não-cumprimento dos padrões nacionais e internacionais vigentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% dos fornecedores mundiais e que fornecem localmente produtos para a Souza Cruz foram pesquisados de acordo com o programa BEST, da British American Tobacco (BAT)</li> <li>Não há medição atualmente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100% dos fornecedores mundiais e que fornecem localmente produtos para a Souza Cruz foram pesquisados de acordo com o programa BEST, da British American Tobacco (BAT)</li> <li>Não há medição atualmente</li> </ul>	

# ÁREA Produtos e serviços

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
As empresas deverão manter procedimentos formalmente documentados para avaliar todos os impactos ambientais, de saúde e segurança causados por seus produtos e serviços.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principais questões ambientais e impactos associados ao uso de produtos e serviços</li> <li>• Programas ou procedimentos para evitar ou minimizar os impactos ambientais potencialmente adversos dos produtos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência do Sistema QuEnSH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência do Sistema QuEnSH</li> </ul>	Para mais informações sobre procedimentos de documentação de impactos ambientais, de saúde e segurança (EHS), vide case sobre QuEnSH no Relatório Social 2003 ( <a href="http://www.souzacruz.com.br">www.souzacruz.com.br</a> ).

# ÁREA Uso da terra /biodiversidade

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
As unidades operacionais deverão assegurar-se de que o suprimento de madeira é totalmente sustentável e de que o uso da madeira é auto-suficiente e gerenciado com a maior eficiência possível, ao empregar madeira como combustível para curar tabaco ou construir galpões para curar tabaco.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume de terra que a organização possui, aluga, administra ou que de alguma forma é afetada pela organização</li> <li>• Alterações no habitat devido a operações + volume de habitat protegido ou restaurado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8.837 hectares</li> <li>• 2.679 hectares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8.837 hectares</li> <li>• 2.679 hectares</li> </ul>	

# ÁREA

# Legislação social

## e ambiental - Conformidade

POLÍTICA DA SOUZA CRUZ	INDICADOR DE DESEMPENHO + REFERÊNCIA DO GRI	DESEMPENHO EM 2004	DESEMPENHO EM 2005	COMENTÁRIOS
<p>A Souza Cruz exige que suas unidades operacionais cumpram o seguinte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atingir alto nível de desempenho ambiental, de saúde e de segurança, que ultrapasse a conformidade com as leis e os regulamentos locais.</li><li>• Obedecer a todas as leis e regulamentos nacionais e internacionais que afetem as atividades comerciais.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Magnitude e natureza das penalidades por não-conformidade</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Não houve penalidades por não-conformidade</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Não houve penalidades por não-conformidade</li></ul>	



## Indicadores sociais da Souza Cruz conforme modelo IBASE (2004/2005)

1. Base de Cálculo		2005 (R\$ Mil)		2004 (R\$ Mil)			
Receita Líquida (RL)		3.726.985		3.479.918			
Resultado Operacional (RO)		965.777		962.724			
Folha de Pagamento Bruta (FPB)1		240.700		162.961			
Faturamento Líquido/Funcionários (R\$ mil)		567,4		584,3			
2. Indicadores sociais internos		Valor (R\$ Mil)	% sobre a FPB	% sobre a RL	Valor (R\$ Mil)	% sobre a FPB	% sobre a RL
Alimentação		9.992	2,97%	0,08%	10,164	3,40%	0,08%
Alimentação		25.308	10,5%	0,6%	20.807	12,7%	0,6%
Encargos sociais compulsórios		63.474	26,3%	1,7%	53.555	32,8%	1,5%
Previdência privada		12.412	5,1%	0,3%	41.590	25,5%	1,1%
Saúde		14.435	5,9%	0,3%	4.554	2,8%	0,1%
Segurança e medicina no trabalho		933	0,3%	0,02%	3.731	2,2%	0,1%
Educação		425	0,1%	0,01%	200	0,1%	0%
Cultura		-	-	-	-	-	-
Capacitação e desenvolvimento profissional		5.196	2,1%	0,1%	7.409	4,5%	0,2%
Creches ou auxílio-creche		81	0,03%	0%	60	0%	0%
Participação nos lucros ou resultados		74.126	30,7%	1,9%	32.341	19,8%	0,9%
Outros (benefícios adicionais)		6.694	2,7%	0,1%	6.082	3,7%	0,1%
TOTAL - INDICADORES SOCIAIS INTERNOS		203.085	84,3%	5,4%	170.329	104,5%	4,8%
3. Indicadores sociais externos		Valor (R\$ Mil)	% sobre a RO	% sobre a RL	Valor (R\$ Mil)	% sobre a RO	% sobre a RL
Total das contribuições para a sociedade		15.308	1,5%	0,4%	13.889	1,4%	0,3%
Tributos (excluídos os encargos sociais)		4.540.914	470%	121,8%	4.333.119	450%	124,5%
TOTAL - INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS		4.556.222	471%	122,2%	4.347.008	451%	124,9%
4. Indicadores ambientais (6)		Valor (R\$ Mil)	% sobre a RO	% sobre a RL	Valor (R\$ Mil)	% sobre a RO	% sobre a RL
TOTAL DOS INVESTIMENTOS EM MEIO AMBIENTE		2.130	0,2%	0,05%	6.768	0,7%	0,2%
5. Indicadores do corpo funcional		2005		2004			
Número de empregados(as) ao final do período		6.569		5.955			
Número de admissões durante o período		3.149		1.764			
Número de estagiários(as)		75		70			
Número de empregados(as) acima de 45 anos		1.050		731			
Número de mulheres que trabalham na empresa		857		686			
Porcentagem de cargos de chefia ocupados por mulheres		17,5%		14%			
Número de negros(as) que trabalham na empresa		141		447			
Porcentagem de cargos de chefia ocupados por negros(as)		0%		0,01%			
Número de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais		125		112			
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial			2005		Metas 2006		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos:		( ) pela direção (X) pela direção e gerências ( ) por todos(as) os(as) empregados(as)		( ) pela direção (X) pela direção e gerências ( ) por todos(as) os(as) empregados(as)			
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos:		( ) pela direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)		( ) pela direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)			
A previdência privada contempla:		( ) direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)		( ) direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)			
A participação nos lucros ou resultados contempla:		( ) direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)		( ) direção (X) pela direção e gerências (X) por todos(as) os(as) empregados(as)			
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:		( ) não são considerados ( ) são sugeridos (X) são exigidos		( ) não são considerados ( ) são sugeridos (X) são exigidos			
Quanto à participação dos empregados em programas de voluntariado, a empresa:		( ) não se envolve (X) apoia e incentiva ( ) organiza		( ) não se envolve (X) apoia e incentiva ( ) organiza			
7. Outras Informações							
Indicadores			2005		2004		
Índice acidentes/funcionário com afastamento		Índice	0,19%		Índice		0,19%
Índice acidentes/funcionário sem afastamento		Índice	1,12%		Índice		1,11%

<sup>1</sup> Incluindo encargos.

Observação: houve alteração na metodologia de cálculo dos indicadores financeiros e sociais entre os anos de 2004 e 2005.

# Relação de **projetos sociais** apoiados pela **Souza Cruz**

## APOIO DA SOUZA CRUZ A INICIATIVAS DE INTERESSE DA SOCIEDADE

### Meio Ambiente

- **Projeto:** Parque Ambiental Souza Cruz.
  - **Locais:** Santa Cruz do Sul e Cachoeirinha (RS).
  - **Público-alvo:** estudantes.
  - **Parcerias:** Fundação Gaia e Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).
  - **Início:** 2001.
  - **Características:** parques ambientais cravados no entorno de plantas industriais da Souza Cruz.
  - **Objetivos:** preservação e enriquecimento de fauna e flora, transformação da área em um modelo de difusão de experiências ambientais voltadas à educação ambiental e integração da planta industrial ao meio ambiente.
  - **Resultados:** iniciativas ambientais promovem a consciência ecológica dos estudantes, que são levados por trilhas interpretativas em Santa Cruz do Sul e Cachoeirinha. Funcionários e comunidade em geral são beneficiados pela preservação ambiental em ambas as unidades.
- 
- **Projeto:** Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN).
  - **Local:** Sinimbu (RS).
  - **Público-alvo:** estudantes e comunidade acadêmica.
  - **Parcerias:** projeto apoiado por SOS Mata Atlântica, Associação Nacional dos Proprietários de RPPN e Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc).
  - **Início:** 2005 (em fase de criação legal da RPPN).
  - **Características:** na área de 385 hectares de Mata Atlântica doada à Universidade de Santa Cruz do Sul, alunos, pesquisadores e outras instituições estudam a biodiversidade *in loco*.
  - **Objetivos:** criar área de preservação ambiental e proporcionar espaço para estudo, análise e pesquisa da comunidade acadêmica.
  - **Resultados:** estão sendo realizados os procedimentos necessários para a criação da RPPN e para gerar oportunidade de estudo e análises ecológicas que beneficiem toda a comunidade. A Unisc será a primeira Universidade do Brasil a ter uma RPPN.
- 
- **Projeto:** Programa de Recolhimento de Embalagens de Agroquímico.
  - **Locais:** Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná,
  - **Público-alvo:** produtores integrados à Souza Cruz.
  - **Entidades responsáveis:** Sindicato da Indústria do Fumo do Rio Grande do Sul (Sindifumo-RS) e Associação de Fumicultores do Brasil (Afubra).
  - **Início:** safra 2000/2001.
  - **Características:** os produtores são orientados a fazer a tríplice lavagem das embalagens flexíveis de agroquímicos e entregá-las para o sistema itinerante de recolhimento. Dessa forma, não precisam se deslocar até postos de coleta, que, muitas vezes, ficam longe de sua propriedade.
  - **Objetivos:** atender à legislação brasileira de agroquímicos, segundo a qual o usuário deve devolver embalagens em pontos licenciados.
  - **Resultados:** apoio à preservação ambiental. Depois de projeto piloto realizado em Lajeado e Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul, o programa foi ampliado para todos os municípios produtores de fumo do estado e de Santa Catarina.

## Relacionamento com a Comunidade

- **Projeto:** Empregue um Amigo Especial.
- **Locais:** Santa Cruz do Sul (RS), Blumenau (SC), Rio Negro (PR).
- **Público-alvo:** funcionários das usinas de fumo e pessoas com deficiência.
- **Parcerias:** Centro Ocupacional de Deficientes de Santa Cruz do Sul (Codesc) e Associação dos Deficientes Físicos do Vale do Rio Pardo (Adefi).
- **Início:** 2005, em continuidade a um trabalho iniciado em 2001 focado nas usinas de fumo.
- **Características:** campanha interna que estimula o emprego de pessoas com deficiência em unidades da Souza Cruz. Os funcionários indicam pessoas de seu convívio social, amigos e conhecidos que possam ocupar vagas na companhia.
- **Objetivos:** inclusão social de pessoas com deficiência no mercado de trabalho e disseminação da importância desse tipo de integração entre os demais funcionários da empresa.
- **Resultados:** nesta safra, o Departamento de Fumo operou com 161 pessoas com deficiência trabalhando nas usinas. Dessas, 28 foram contratadas devido à campanha.

Ao estimular a inserção social de pessoas com deficiência, a Souza Cruz desperta a discussão e a mobilização na comunidade, gera oportunidades e promove desenvolvimento econômico e social. Os funcionários, por sua vez, sentem que sua participação é fundamental.

## Relacionamento com os Fornecedores-Produtores Rurais

- **Projeto:** Plante Milho e Feijão após a Colheita do Fumo.
- **Locais:** cerca de 200 municípios produtores de fumo da região Sul
- **Público-alvo:** produtores rurais.
- **Parcerias:** Secretaria do Desenvolvimento Rural e da Agricultura de Santa Catarina (Epagri) e Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Rio Grande do Sul (Emater-RS).
- **Início:** 1984.
- **Características:** os produtores são orientados a promover a rotação de culturas, o uso racional do solo, da mão-de-obra, de equipamentos e instalações, além de reduzir a incidência de pragas, doenças, ervas e custos na criação de animais e melhorar a alimentação no campo.
- **Objetivos:** maximizar a rentabilidade e auxiliar a viabilização da pequena propriedade.
- **Resultados:** o projeto gera produtividade e economia de custos. A rotação de culturas mantém o solo protegido, reduz a ocorrência de pragas e doenças e otimiza a utilização dos insumos de produção. A empresa mostra responsabilidade com o negócio e a sustentabilidade do fornecedor.

- 
- **Projeto:** SOL Rural – Segurança Organização e Limpeza.
  - **Locais:** Santa Catarina (experiência inicial) e Paraná.
  - **Público-alvo:** produtores rurais.
  - **Parceria:** Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar-PR).
  - **Início:** 2005.
  - **Características:** o programa leva informações sobre segurança, organização e limpeza aos produtores rurais, que aprendem novas formas de cuidar melhor da propriedade, produzir fumo limpo e

entender o impacto dessas ações no meio ambiente.

- **Objetivos:** melhorar as condições de produção do fumo nas propriedades para que os produtores possam acompanhar a demanda qualitativa do mercado de fumo e criar a mentalidade de produção de fumo limpo, da sementeação à comercialização.
- **Resultados:** o SOL Rural promove a melhoria da propriedade e da qualidade de vida do produtor de fumo. O programa pretende atingir 100% dos produtores do Paraná ligados à Souza Cruz. Será expandido, posteriormente, para Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

## Relacionamento com o Governo e a Sociedade

- **Projeto:** Jornada Escolar Ampliada.
- **Locais:** Lagoão, Sinimbu, Camaquã (RS), Guamiranga (PR), Irani, Agrolândia e Vitor Meirelles (SC) e Lajedo (PE).
- **Público-alvo:** alunos do Ensino Fundamental.
- **Parcerias:** prefeituras e Conselhos Municipais da Criança e do Adolescente das cidades participantes.
- **Início:** 2002.
- **Características:** implementação da jornada escolar ampliada. Em cada município, a aplicação dos recursos atende atividades específicas. Em 2004, ocorreram implementações do segundo turno escolar em Agrolândia e Vitor Meirelles, municípios localizados no Alto Vale do Itajaí (SC), e em Camaquã (RS).
- **Objetivos:** melhorar a qualidade do Ensino Fundamental e usar a educação como instrumento de erradicação do trabalho infantil, por meio de alternativas de ocupação e entretenimento educativo das crianças no contraturno escolar.
- **Resultados:** o projeto cria condições para melhorar o processo educacional e erradicar o trabalho infantil. A empresa aprimora suas relações com a comunidade externa.



- **Projeto:** Jardim Sensorial.
- **Local:** Cachoeirinha (RS).
- **Público-alvo:** portadores de deficiência visual, sociedade em geral.
- **Início:** 2005.
- **Características:** no Parque Ecológico de Cachoeirinha (RS), foi criado um jardim sensorial com plantas que podem ser apreciadas por portadores de deficiência visual. O jardim é aberto à visita de todos.
- **Objetivos:** em primeiro lugar, incluir socialmente os cegos e, em segundo lugar, envolver a comunidade em geral com a preservação ambiental.
- **Resultados:** as visitas monitoradas permitem o acesso de membros de toda a sociedade e têm gerado retorno positivo dos participantes. Funcionários, familiares e comunidade em geral são beneficiados com a oportunidade.

### Relacionamento com os Funcionários

- **Projeto:** Educar.
- **Locais:** Uberlândia (MG), Santa Cruz do Sul, Rio Pardo e Vera Cruz (RS), Blumenau, Gaspar e Mafra (SC), Rio Negro (PR).
- **Público-alvo:** funcionários e familiares.

#### PARCERIAS:

- **Uberlândia (MG):** Serviço Social da Indústria (Sesi).
- **Santa Cruz do Sul (RS):** Núcleo Municipal de Educação de Jovens e Adultos, Sesi e Secretaria Municipal de Educação e Cultura.
- **Blumenau (SC):** Centro de Educação de Jovens e Adultos (Ceja), Centro Municipal de Educação de Jovens e Adultos (Cemeja), Programa de Educação de Jovens e Adultos (Promēja), Sesi.
- **Rio Negro (PR):** Centro Estadual de Educação Básica de Jovens e Adultos,

Sesi, Secretaria Municipal de Educação e Cultura.

- **Início:** 1995.
- **Características:** colaboradores com Ensino Fundamental e Médio incompletos são estimulados a voltar a estudar. Prédios e salas de aula são recuperados e pintados e os centros de educação recebem condicionadores de ar, computadores, suprimentos de informática, material didático e mobiliário.
- **Objetivos:** facilitar o acesso e a conclusão do Ensino Fundamental e Médio por meio de parcerias com programas de educação de vários estados do país, resgatar o espírito de cidadania, contribuir para a qualificação profissional e melhorar a qualidade de vida.
- **Resultados:** por meio de pesquisas com participantes e análises de relatórios das instituições parceiras, a Souza Cruz conclui que os funcionários sentem que estão mais integrados à empresa.



Como evolução natural dos projetos e ações na área social, a empresa criou, em julho de 2000, o Instituto Souza Cruz, organização não governamental sediada no Rio de Janeiro e com atuação nacional, comprometida com a causa da Educação para o Desenvolvimento Humano Sustentável. O Instituto projeta no campo social os valores e princípios que sempre nortearam a cultura da Souza Cruz e sua criação significou a ampliação e o aprofundamento de um efetivo compromisso com o bem comum, que acompanha a empresa há mais de cem anos. O Instituto busca criar condições para que pessoas, grupos, organizações e comunidades possam adquirir conhecimentos, valores, atitudes e habilidades que lhes permitam se situar perante sua realidade e atuar sobre ela de maneira solidária, produtiva, criativa e transformadora. Reconhecido pelo Ministério da Justiça como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) em 12 de dezembro de 2001, o Instituto Souza Cruz atua ao lado de pessoas e organizações que lutam por um país melhor, especialmente no que se refere à educação e à formação do jovem do campo.

## RESUMO DA ATUAÇÃO DO INSTITUTO SOUZA CRUZ

- **Programa:** Empreendedorismo do Jovem Rural.
- **Locais:** Rio Pardo (RS), Santa Cruz do Sul (RS), Lauro Müller (SC) e Irati (PR).
- **Público-alvo:** jovens do campo de 17 a 22 anos, com Ensino Médio completo. Entidade parceira: Cedejor e poder público local.
- **Início:** 2001.
- **Características:** o programa Empreendedorismo do Jovem Rural pretende cooperar com o desenvolvimento local sustentável de comunidades rurais por meio do incentivo à participação ativa dos jovens. Sua implementação é orientada por concepções e práticas apoiadas no paradigma do desenvolvimento humano e voltadas à sustentabilidade ambiental, econômica, social, cultural e política com vistas à “construção de alternativas

de intervenção na realidade de forma protagonista e comprometida com a formação de novos empreendimentos nas regiões de origem”<sup>1</sup> dos jovens.

- **Objetivos:** o Cedejor e o Instituto Souza Cruz acreditam que a educação é a melhor forma de transformar a realidade local. Nesse contexto, o Cedejor recebe apoio pedagógico, gerencial e financeiro para promover o desenvolvimento local sustentável e o empreendedorismo por meio de processos educativos e participativos, integração comunitária, sustentabilidade e aumento da qualidade de vida no meio rural.
- **Resultados:** o projeto incentiva processos sustentáveis por meio da formação de jovens empreendedores, com senso de responsabilidade e capacidade de autogestão, aptos a exercer papel de liderança e inovação no desenvolvimento local.

- 
- **Programa:** Hortas Escolares.
  - **Locais:** 42 municípios do Vale do Rio do Pardo (RS).
  - **Público-alvo:** alunos do Ensino Fundamental.
  - **Parcerias:** Grupo Gazeta de Comunicações e prefeituras municipais.
  - **Início:** 1985.
  - **Características:** após efetivação da participação das escolas, pelas secretarias municipais de Educação, a Souza Cruz disponibiliza material pedagógico e hortalças para a horta que será mantida pelos próprios alunos.
  - **Objetivos:** integrar educação alimentar e conscientização ambiental nas escolas públicas de Ensino Fundamental. Resultados: ao levar às escolas e aos estudantes os princípios estabelecidos pela Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), o Hortas Escolares agrega valor à comunidade.

- 
- **Programa:** Cuidar.
  - **Locais:** Iguatu, Jucás, Orós, Quixelô e Acopiara (CE); Juiz de Fora, Araxá e Pará de Minas (MG); Campinas (SP); Vila Velha (ES); Rio Pardo e Santa Cruz do Sul (RS).
  - **Início:** 2000.
  - **Características:** considerando que o comportamento dos jovens diante de

situações de risco, como as drogas, por exemplo, reflete sua atitude perante a vida, o programa Cuidar propõe uma educação para valores baseada na ética do cuidado, do autocuidado, do respeito e da valorização de si mesmo e da vida. A educação para valores ocorre pela inclusão de temas transversais no currículo escolar, conforme previsto nos Parâmetros Curriculares Nacionais do Ministério da Educação, sem acréscimo de disciplinas ou carga horária nem prejuízo de outros conteúdos. Em atividades docentes e extraclasses, valoriza-se a ética inclusiva e fomentam-se a participação social e o protagonismo juvenil. Os direitos autorais do programa foram cedidos para o Instituto Ayrton Senna, que dará continuidade ao Cuidar.

- **Objetivos:** sua meta é desenvolver a autonomia, a solidariedade e a competência para o desempenho de um papel social construtivo.
- **Resultados:** anualmente, participam do programa mais de 90 mil pessoas, entre alunos e professores.

- 
- **Programa:** Clube da Árvore.
  - **Locais:** 647 municípios de 20 estados.
  - **Público-alvo:** estudantes.
  - **Parcerias:** secretarias municipais de Educação e de Meio Ambiente das cidades que possuem o Clube da Árvore.
  - **Início:** o programa foi criado na Souza Cruz em 1982. O Instituto assumiu a coordenação em julho de 2000.
  - **Características:** as escolas participantes recebem um kit com o material do programa no início do ano letivo. Durante o ano, são realizadas promoções ligadas à preservação ambiental, como coleta de sementes para aumentar a diversificação das espécies, desenhos, colagens, redações e histórias em quadrinhos. Acontece também a edição do jornal *Clube da Árvore*.
  - **Objetivos:** incentivar a consciência ecológica por meio de atividades teóricas ligadas à educação ambiental.
  - **Resultados:** motivada, a comunidade adota ações concretas para interromper processos de degradação, recuperar e preservar a natureza. Mais de 15 milhões de mudas de árvores já foram plantadas.

## Fornecedores que se comprometeram a combater o comércio ilegal de cigarros

- 3M do Brasil Ltda.
- Apiário Isis Comércio de Mel e Cera
- Artes Gráficas Publicitárias
- Barry Callebaut Brasil S.A.
- Baumgarten Gráfica Ltda.
- C.E. Roeper GmbH
- Cargill Agrícola S.A.
- Clariant S.A.
- Danisco Brasil Ltda.
- Duas Rodas Industrial Ltda.
- Ebel Empresa Brasileira de Embalagens
- Festo Automação Ltda.
- Friboi Ltda.
- Givaudan do Brasil Ltda.
- Gráfica Santa Cruz Ltda.
- Helsten Indústria e Comércio de Facas e Ferramentas Ltda.
- IFF Essências e Fragrâncias Ltda.
- Igel Embalagens S.A.
- Inapel Embalagens Ltda.
- Indeca Indústria e Comércio de Cacau Ltda.
- Indústria Mecânica J.F. Ltda.
- Itap Bemis Ltda.
- Klabin S.A.
- Mafco Worldwide Corporation
- Mané do Brasil Indústria e Comércio Ltda.
- Mercocítrico Fermentações S.A.
- Newsul Embalagens Ltda.
- Nortel Materiais Elétricos
- Novelprint Sistemas de Etiquetagem
- Prova S.A.
- Purac Sínteses Indústria e Comércio Ltda.
- Rolamentos Paulista RPL Ltda.
- Sampla Belting
- Scapini Transportes e Comércio Ltda.
- Siegling Brasil
- Sun Chemical S.A.
- Tecelagem Endles
- Transportadora Barrense Ltda.
- Transportadora Transbrasileira Ltda.
- Transporte Excelsior Ltda.
- V & R Comércio e Participação Ltda.

## Entidades beneficiadas com doações do programa **Frota Social**

<b>Organização</b>	<b>Cidade</b>
Ação Brasileira de Assistência e Conscientização à Cidadania (Abracci)	São Paulo (SP)
Associação Aliança de Misericórdia	São Paulo (SP)
Associação Beneficente Amigos da Região do Vale do Itajaí	Florianópolis (SC)
Associação Beneficente Cristã (ABC)	Porto Alegre (RS)
Associação Beneficente do Bairro da Boa Vista	Ibimirim (PE)
Associação Beneficente em Prol da Infância e Juventude	Camaquã (RS)
Associação Comunitária das Mães Carentes de Solidão	Solidão (PE)
Associação Comunitária dos Moradores de Baixa Verde	Dionísio (MG)
Associação da Casa da Criança de Jardinópolis	Jardinópolis (SP)
Associação das Damas de Caridade de São Vicente de Paulo	Jaboticabal (SP)
Associação das Senhoras da Campanha dos Bebês	Canoas (RS)
Associação de Desenvolvimento Comunitária da Coxilha de Amaral Ferrador	Amaral Ferrador (RS)
Associação de Desenvolvimento do Setor Saco dos Bois e Adjacências	Triunfo (PE)
Associação de Pais e Amigos de Excepcionais de Triunfo	Triunfo (RS)
Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Camanducaia	Camanducaia (MG)
Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Jundiá do Sul	Jundiá do Sul (PR)
Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Novo Hamburgo	Novo Hamburgo (RS)
Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Uberaba	Uberaba (MG)
Associação de Prevenção e Tratamento dos Dependentes Químicos e Portadores do Vírus HIV (Transforme)	Brasília (DF)
Associação de Trabalhadores Rurais Sul-cerrograndense	Cerro Grande do Sul (RS)
Associação Desenvolvimento Rural do Bimbarra	Malacacheta (MG)
Associação dos Moradores da Vila Anair	Cachoeirinha (RS)
Associação dos Moradores do Distrito de Muriti	Crato (CE)
Associação dos Portadores de Deficiência Física do Vale do Rio Pardo	Rio Pardo (RS)
Associação Feminina e Comunitária Santantonense	Santo Antonio do Jacinto (MG)
Associação Itapolitana de Educação e Assistência	Itápolis (SP)
Associação Jesus Senhor	Caxias do Sul (RS)
Associação Obras Sociais Irmã Dulce	Salvador (BA)
Associação Pão e Vida – Caeté, Fé Sem Fome	Caeté (MG)
Associação Promocional Nova Gênese – Horto de Deus	Taquaritinga (SP)
Associação Senhor Bom Jesus	Ibitinga (SP)

# Entidades beneficiadas com doações do programa **Frota Social**

<b>Organização</b>	<b>Cidade</b>
Câmara de Dirigentes Lojistas da Cidade de São Paulo	São Paulo (SP)
Centro de Desenvolvimento Comunitário de Arcoverde	Arcoverde (PE)
Centro de Educação Profissional São João Calábria	Porto Alegre (RS)
Centro de Triagem da Vila Pinto	Porto Alegre (RS)
Centro Social Professor Adaauto Carvalho	Serra Talhada (PE)
Comunidade Terapêutica Fazenda Renascer	Novo Hamburgo (RS)
Corpo de Bombeiros Voluntários de Itapetininga	Itapetininga (SP)
Creche Comunitária Jardim Felicidade	Belo Horizonte (MG)
Estatuto do Traperos Movimento Emaús	Fortaleza (CE)
Fraternidade de Aliança Toca de Assis	Fortaleza (CE)
Fundação Desafio Amazônico	Macapá (AP)
Fundação Dorina Nowill para Cegos	São Paulo (SP)
Fundação Educativa e Cultural Brumado dos Pavões	Patrocínio (MG)
Fundação Juvenília Loiola	Tauá (CE)
Fundação para o Progresso da Ciência – Hall Of Science	Porto Alegre (RS)
Fundação Thiago de Moraes Gonzaga	Porto Alegre (RS)
Fundação Vale do Rio Turvo Para o Desenvolvimento Sustentável	Santo Augusto (RS)
Instituto Caminho das Artes (ICA)	Brasília (DF)
Instituto Ayrton Senna	São Paulo (SP)
Instituto Brasileiro de Promoção de Parceria	Brasília (DF)
Instituto Cultural São Francisco de Assis	Porto Alegre (RS)
Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social do Sudoeste	Vitória da Conquista (BA)
Instituto Social Paulo Melo	Saquarema (RJ)
Liga Feminina de Combate ao Câncer de Campo Bom	Campo Bom (RS)
Movimento de Educação Promocional do Espírito Santo	Anchieta (ES)
Obra das Filhas do Amor de Jesus Cristo	Colares (PA)
Obras Sociais Wantuil de Freitas	Cuiabá (MT)
Prefeitura de Tambaú	Tambaú (SP)
Programa do Voluntariado Paranaense (Provopar)	Tamarana (PR)
Programa do Voluntariado Paranaense (Provopar) – Ação Social de Marechal Cândido Rondon	Marechal Cândido Rondon (PR)
Rede Cidadania de Ribeirão	Ribeirão (PE)
Serviço de Tecnologia Alternativa	Glória do Goitá (PE)
Sociedade Beneficente Espiritualista	Montenegro (RS)
Sociedade Porto Alegrense de Auxílio aos Necessitados	Porto Alegre (RS)
União das Associações de Bairros	Caxias do Sul (RS)
União dos Pequenos Produtores Amigos da Natureza	Arambaré (RS)

# Entidades beneficiadas com patrocínios e doações da Souza Cruz



## Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
Associação Brasileira dos Analistas do Mercado de Capitais (Abamec)	RJ	I Fórum de Analistas de Investimentos sobre Ética Concorrencial e Responsabilidade Social Empresarial
Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje)	SP	Atividades de comunicação empresarial e organizacional especificadas no objeto do seu Estatuto Social
Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo (Abresi)	SP	18º Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (Cihat); 18o Congresso Brasileiro de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo
AD-2000 Editorial Sociedade Simples Ltda.	RS	Colaborar na viabilização, execução e manutenção de site de serviços e informações na Internet ( <a href="http://www.politicaparapoliticos.com.br">www.politicaparapoliticos.com.br</a> )
Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB)	RJ	Fórum de Debates Político-Empresarial (ADVB) durante o ano de 2005
Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Rio de Janeiro (ADVB-Rio)	RJ	Segunda edição do Fórum dos Governadores, com a participação do governador do Rio Grande do Sul, Germano Rigotto
Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Rio de Janeiro (ADVB-rio)	RJ	Terceira edição do Fórum dos Governadores, com a participação do governador de Santa Catarina, Luiz Henrique da Silveira
Álvaro Afonso de Almeida Franco	RS	Publicação do livro Imigração Italiana – 130 Anos
Andrea Jakobsson Estúdio Editorial Ltda.	RJ	Projeto Fragmentos da Mata Atlântica: edição de livro sobre o processo de fragmentação da mata atlântica de Pernambuco e Alagoas
Associação Nacional de Jornais (ANJ)	DF	Projeto Empresa Parceira da ANJ
Associação de Amigos do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (Assmam)	RJ	Projeto Plano Anual de Atividades do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2005
Associação Beneficente das Senhoras Canadenses de São Paulo	SP	Desfile beneficente Fashion Show 2005
Associação Comercial do Rio de Janeiro	RJ	Eventos comemorativos dos 185 anos de fundação da Associação Comercial do Rio de Janeiro

## Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Rio de Janeiro	RJ	Prêmio Personalidade do Ano – homenagem ao ministro Antonio Palocci
Associação Mercado de Trabalho em Engenharia	SP	Simpósio de Sustentabilidade: Responsabilidade Corporativa Ativada
Associação Riograndense de Bibliotecários	RS	Projeto Pró-Biblioteca, doação de 135 coleções de livros
Câmara de Comércio Americana.	RJ	Assembléia-Geral e posse da nova diretoria de 2005, seguido de almoço-palestra com a participação do ministro da Fazenda, Antonio Palocci
Câmara de comercio americana	RJ	Almoço-palestra com a participação do presidente do Banco Central, Henrique Meirelles
Carlos Branco & Cia. Ltda.	RS	Projeto Piano Brasil II
Carlos Humberto Lelis de Souza	BA	Quarta edição do Projeto Cultural Mostra de Arte e Cultura Popular do Vale do Rio São Francisco
Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds)	RJ	Congresso Ibero-Americano sobre Desenvolvimento Sustentável
Centro Brasileiro de Relações Internacionais (Cebri)	Rj	Projetos de cunho político, acadêmico e estatutário, como eventos internacionais, relatórios, seminários, montagem de uma biblioteca de relações internacionais
Centro de Capacitação, Treinamento e Cultura Terra Verde	MG	Projeto para publicação do livro Uma Saga Italiana
Centro de Estudos do Instituto de Psiquiatria HC/FMUSP	SP	Projeto ReAção, sob coordenação do prof. dr. Wagner F. Gattaz
Centro para Inovação e Competitividade (CIC)	RJ	I Encontro de Auditores de Sistemas de Gestão
Comunidade Evangélica Luterana São Paulo	RS	Instalação de cem lixeiras no campus da Universidade Luterana do Brasil (Ulbra)
Confederação Latino-Americana do Comércio Lojista	DF	VI Encontro Latino-Americano de Líderes

## Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
Conselho Brasileiro de Relações Internacionais	DF	Oitava edição da conferência internacional Americas Model United Nations (Amum) (Modelo das Nações Unidas para a América)
Cora Pavan de Oliveira Capparelli	MG	Projeto Pró-Música em Concerto
Doria Associados Consultoria e Comércio Ltda.	SP	Quatro almoços-debate do Grupo de Líderes Empresariais (LIDE)
Doria Associados Consultoria e Comércio Ltda.	SP	Seminário LIDE sobre Reforma Tributária
Doria Associados Consultoria e Comércio Ltda.	SP	Seminário LIDE sobre Reforma Trabalhista
Editora Tocalino Ltda.	SP	Sexta edição de evento em homenagem às empresas certificadas em conformidade com a Norma ISO 14001
Eurico Kluwe Salis	RS	Publicação do livro Caminhos Gaúchos – O Olhar dos Viajantes
Fabio Korsakov	SP	Projeto Aquecendo o Inverno, que prevê a realização de diversos concertos
FBL e Associados, Comunicações Ltda.	RJ	Lançamento do DVD Tancredo Neves Mensageiro da Liberdade
Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul	RS	11ª Edição do Prêmio Líderes e Vencedores
Festa do Feijão e Feira Agroindustrial de Sobradinho	RS	12ª Festa do Feijão e Feira Agroindustrial de Sobradinho, entre os dias 21 a 29 de janeiro de 2006
Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.	SP	Evento Fispal Alimentos e Bebidas 2005
Fotolegenda Produções Ltda	RJ	Exposição de fotografias Brasil a la Une, de Custódio Coimbra
Fundação Bienal de Artes Visuais do Mercosul	RS	5ª Bienal de Artes Visuais do Mercosul
Fundação Cultural de Uberaba	MG	Projeto Revitalização de Museus
Fundação Cultural Pablo Komblós	RJ	Construção do Teatro da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre – Primeira Etapa

## Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
Fundação de Desenvolvimento da Pesquisa	MG	Publicação da segunda série de três volumes da coleção literária Viagem ao Brasil, de Alexandre Rodrigues Ferreira
Fundação Dom Cabral	MG	Criação do Centro de Referência em Gestão Responsável para a Sustentabilidade
Fundação Getulio Vargas	RJ	Seminário ISO 14064 e as Mudanças Climáticas
Fundação Getulio Vargas	RJ	Inauguração do Capítulo Brasileiro do Clube de Roma e Reunião Anual do Think Tank 30 do Clube de Roma
Fundação Getulio Vargas	RJ	V Seminário de Responsabilidade Social
Fundação Getulio Vargas	RJ	III Seminário Nacional de Competitividade Industrial
Fundação Semco	SP	Projeto DNA Brasil
Fundação Zerbini	SP	Prêmio Zerbini – Edição 2005
Gianguido Bonfanti	RJ	Projeto Bonfanti na Saison Brésil-Bresils, no Ano do Brasil na França (2005) – Exposição e livro de Gianguido Bonfanti
Instituto Brasileiro de Aperfeiçoamento e Desenvolvimento Profissional S/C Ltda. (Ibradep)	RJ	Congresso Profissional Ibero-Americano de Comunicação Empresarial e Cerimonial
Instituto Mazeredo de Arte Nova Ltda. (Iman)	RJ	Projeto Universo – exposições
Instituto Brasileiro de Administração Iba	MG	Implantação de cinco telecentros nos Comandos Militares para acesso às novas tecnologias de informação e comunicação
Instituto do Ceará	CE	Projeto Organização e Disponibilização do Acervo Documental do Instituto do Ceará
Instituto Spiralís	SP	Projeto de edição do livro Jardins Submarinos
Jorgina Jandira Moraes	RS	42ª Expo-Feira Agropecuária de Rio Pardo

## Entidades beneficiadas por patrocínios da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
L. S. Participações	RS	Publicação dos livros O Rio Grande, de Erico Verissimo, e A Porto Alegre, de Mario Quintana
Laser Press Comunicação Ltda.	RS	Projeto 170 Anos da Revolução Farroupilha: O Legado de Bento Gonçalves e Garibaldi
Leonid Streliaev	RS	Reedição do livro O Rio Grande, de Erico Verissimo
Luciano Silva de Deos	RS	Exposição Design Arte
Martha Mamede Batalha	RJ	Edição de livro documental do projeto O Melhor do Pasquim
Museu de Arte Moderna de São Paulo	SP	Plano Anual de Atividades 2005
Opus Assessoria e Promoções Artísticas Ltda.	RS	Publicação do livro Almanaque Gaúcho, do projeto Coleção de Livros Culturais 2003
Opus Assessoria e Promoções Artísticas Ltda.	RS	Projeto Dança em Pauta
Rbs Zero Hora Editora Jornalística S.A.	RS	Editoração publicitária no Caderno Meio Ambiente do jornal Zero Hora
Renata Valéria dos Santos	RJ	Publicação do livro Árvore-Cidade: A Árvore no Cotidiano dos Cariocas
Sociedade Orquestra Filarmônica do Rio de Janeiro	RJ	Projeto Concertos Especiais
The British Chamber of Commerce and Industry in Brazil	RJ	Quatro almoços mensais da Britcham Rio realizados de agosto a novembro de 2005
Tisara Arte Produções Ltda.	RJ	Projeto Daisy Xavier – exposição



## Entidades beneficiadas por doações da Souza Cruz

Patrocinado	Estado	Objeto
Ação Comunitária do Rio de Janeiro	RJ	Realização de obra assistencial
Associação Comunitária João Nogueira Duarte	MG	Projeto Núcleo de Pesquisa e Educação Ambiental da Serra do Cipó
Associação de Amigos do Centro de Reabilitação Vita	RS	Atividades de atendimento à comunidade de baixa renda
Centro de Estudos de Toxicologia do Rio Grande do Sul	RS	Aquisição de equipamento de informática (microcomputador)
Centro Terra Verde	MG	Projeto Circuito MG Instrumental
Centro Terra Verde	MG	Projeto A Música que Vem de Minas
Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior	RJ	Projetos de cunho político, acadêmico e estatutário, como eventos internacionais, relatórios, seminários, montagem de uma biblioteca de relações internacionais, publicação de livros e publicações com resultados de estudos e pesquisas
Governo do Estado do Rio Grande do Sul	RS	Aquisição de mantimentos para o programa Família Faz Bem
Instituto Fernand Braudel de Economia Mundial	SP	Publicações e demais atividades de pesquisa, debates públicos e ações sociais
Instituto Humanitas Faap	RS	Manutenção do programa Lázaro de Betânia – Casa Irmãos Koch
Instituto Maximiano Campos (IMC)	PE	Projeto cultural Pernambuco das Artes
Prefeitura Municipal do Capão do Leão	RS	Aquisição de um equipamento de <i>datashow</i>
República Democrática Socialista do Sri Lanka	DF	Auxílio às vítimas do tsunami no Sri Lanka
Saca Produções e Promoções Ltda.	PE	Projeto Dançando o Nordeste
Universidade Federal de Pelotas	RS	Aquisição de equipamento de informática ( <i>notebook</i> ) e GPS

# Envie seus comentários

A Souza Cruz acredita na importância do diálogo com seus *stakeholders* como forma de melhorar as práticas de negócio promovidas pela empresa.

Seus comentários sobre este Relatório Social e os temas abordados são muito bem-vindos.

Veja como entrar em contato:

**E-mail**

jose.cosmo@souzacruz.com.br

**Telefone, fax ou carta**

José Roberto Cosmo  
Gerente de Planejamento e Estratégia  
Diretoria de Assuntos Corporativos  
Rua Candelária, 66 – 7o andar  
Rio de Janeiro – RJ  
CEP: 20091-900  
Brasil  
Tel.: (55-21) 3849-9612  
Fax: (55-21) 3849-9888

**Mais informações no site da Souza Cruz**  
[www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br)

## DIRETORIA

Andrew Gray  
*Presidente*

Dante João Letti  
*Diretor Financeiro e de Relações  
com Investidores*

Constantino Luis Nunes de Mendonça  
*Diretor*

Michael Stevens  
*Diretor*

Carlos Wagner  
*Diretor*

Antonio Francisco Lima de Rezende  
*Diretor*

Waldir Iath Teixeira  
*Diretor*

Francisco José Leme Barreto  
*Diretor*

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Antonio Monteiro de Castro Filho  
*Presidente*

Flavio de Andrade  
*Vice-Presidente*

Nicandro Durante  
*Membro*

Andrew Gray  
*Membro*

Luiz Felipe Palmeira Lampreia  
*Membro*

Carlos Geraldo Langoni  
*Membro*

Celio de Oliveira Borja  
*Membro*

Rudolf Hohn  
*Membro*

João Pedro Gouvêa Vieira Filho  
*Membro*

Maria Silvia Bastos Marques  
*Membro*

Israel Vainboim  
*Membro*

## CONTADOR

Moisés da Cunha Mouta  
CRC-RJ 087277/O-0

## COMITÊ DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Luiz Felipe Lampreia  
*Chairman, ex-ministro  
das Relações Exteriores*

Carlos Ivan Simonsen Leal  
*Presidente da Fundação Getulio Vargas*

Maria Silva Bastos Marques  
*Executiva ex-presidente da CSN*

Sidnei Basile,  
*Diretor de relações  
Institucionais da Editora Abril*

Andrew Gray  
*Presidente da Souza Cruz*

Constantino Mendonça  
*Diretor de Assuntos Corporativos  
da Souza Cruz*

José Roberto Cosmo  
*Secretário-executivo,  
gerente de Planejamento e  
Estratégia em Assuntos Corporativos*

## COMITÊ DE AUDITORIA

Celio de Oliveira Borja  
*Presidente*

Humberto Casagrande Neto  
*Membro*

Nelson Laks Eizirik  
*Membro*

Rudolf Hohn  
*Membro*

[www.souzacruz.com.br](http://www.souzacruz.com.br)







