

GUIA DE
RELACIONAMENTO

MERCUR

A Mercur S.A., empresa estabelecida desde 1924, se preocupa em conduzir as suas relações de acordo com padrões éticos e comerciais, através do cumprimento da legislação e das referências deste Guia.

Seu Posicionamento Institucional contribui para que a empresa possa, cada vez mais, buscar uma forma de atuar que tenha relevância para as pessoas, grupos e sociedade. Baseado em duas referências centrais: o foco nas pessoas e a espontaneidade, com ênfase na contribuição da marca ao Bem-Estar. Essas referências são norteadoras dos relacionamentos da Mercur com todos os seus públicos.

Através do posicionamento, a empresa legitima a sua área estratégica de atuação: BEM-ESTAR. Entendendo que o bem-estar parte do individual para o coletivo, das partes para o todo, da competição para a cooperação, a Mercur busca a construção conjunta, considerando “O mundo de um jeito bom pra todo o mundo”.



POR QUE ESTE MATERIAL FOI DESENVOLVIDO?

Este material foi desenvolvido considerando um amplo conjunto de princípios construídos para orientar a todos que direta ou indiretamente se envolvem no cotidiano da empresa.

A Mercur, através deste documento, orienta os caminhos para uma atuação compatível e alinhada com seus valores e o disponibiliza para seus colaboradores e qualquer um dos demais públicos, aqui implicados, como fonte de consulta e de diálogo.

Sua aplicação prática certamente comportará aperfeiçoamentos, sempre alinhados com as crenças e valores que correspondam a uma atuação que prima pela transparência, equidade e responsabilidade compartilhada.

Toda pessoa poderá buscar o esclarecimento para eventuais dúvidas em relação a este documento, além de contribuir com sugestões para o seu aperfeiçoamento contínuo.

COMO ATUAMOS?

A Mercur busca, cada vez mais, servir a pessoas e sociedade, participando de seus sonhos por um mundo melhor. Procura potencializar a construção de soluções conjuntas para que a evolução do bem-estar na humanidade, não se dê ao custo de se acentuar problemas sociais e ambientais.



SEUS PRINCÍPIOS GLOBAIS DE RELACIONAMENTO QUANTO A:

TRABALHO INFANTIL:

Não utilizar mão-de-obra infantil e cumprir integralmente todas as leis locais aplicáveis a respeito de idade mínima dos funcionários. A idade mínima deve

ser igual ou superior à idade mínima legal de emprego e deve estar conforme as regulamentações vigentes da Organização Internacional do Trabalho. Denúncia comprovada de trabalho infantil causará rompimento da relação comercial.

TRABALHO FORÇADO/INVOLUNTÁRIO, COERÇÃO E ASSÉDIOS:

Atuar com respeito e dignidade, não compactuando com trabalho forçado ou penoso, com punição física ou mental de qualquer natureza e nem outras formas de assédio ou abuso físico, sexual, psicológico, verbal ou moral.

LEGISLAÇÃO:

Zelar pelo cumprimento da legislação como forma de comprometimento com o desenvolvimento social.

DISCRIMINAÇÃO:

Não praticar a discriminação na contratação ou no emprego de colaboradores no que se refere à DIVERSIDADE (raça, religião, pessoas com deficiência, idade, sexo, origem social ou étnica, filiação política e preferência sexual). Qualquer atitude que discrimine as pessoas, não será aceita porque não condiz com seus princípios.

AMBIENTE E CONDIÇÕES DE TRABALHO:

Buscar a melhoria contínua das condições de saúde e segurança dos colaboradores, primando por ambientes de trabalho seguros e saudáveis e em conformidade com as leis aplicáveis.

MEIO AMBIENTE:

Atentar para a construção de um meio ambiente saudável para as futuras gerações, reduzir o consumo de recursos, além de priorizar o uso de matérias-primas de fontes renováveis que gerem menor impacto ao meio ambiente.

“Incentivamos o destino correto de resíduos gerados nas operações, reprocessando e reutilizando o que for possível ou encaminhando para uso em outras cadeias produtivas. Assim como realizamos o inventário de emissões dos gases de efeito estufa, buscando a redução e/ou compensação dos mesmos.”

LOGÍSTICA REVERSA:

Implementar política de logística reversa de insumos, produtos, embalagens e outros materiais utilizados nas operações, considerando, prioritariamente, o grau e a extensão do impacto à saúde pública e ao meio ambiente, dos resíduos gerados.

Premissas:

-Priorizar a aquisição de insumos, produtos, embalagens e outros materiais de fontes renováveis e/ou recicladas e com menor agressividade ao meio ambiente;

-Desenvolver produtos com maior vida útil, de acordo com a finalidade a que se destina;

-Disponibilizar informações para o correto descarte do produto e embalagens ao consumidor;

-Priorizar o desenvolvimento de embalagens e produtos monocomponentes ou que possibilitem a separação das partes que o compõem para permitir o reuso ou a reciclagem;

-Adequar o dimensionamento de produtos e embalagens de acordo com a finalidade a que se destina, para evitar desperdícios;

-Priorizar o desenvolvimento local de parcerias com empresas, cooperativas ou outras formas de associação, para dar destino correto aos materiais;

-Desenvolver campanhas e diálogos junto aos consumidores, clientes, fornecedores e colaboradores para disseminar informações e ampliar o conhecimento sobre logística reversa e responsabilidade compartilhada;

-Reduzir a geração de resíduos e aparas em todos os processos, reusando, reciclando ou destinando de forma ambientalmente adequada;

-Destinar adequadamente os produtos e embalagens, sendo os rejeitos encaminhados para disposição final.

CONFLITO DE INTERESSES / CORRUPÇÃO:

Primar pela ética em todas as relações e atitudes. Independente da posição social ou profissional, não gerar conflitos de interesses pessoais. Os relacionamentos serão transparentes, preservando a integridade das relações entre as partes envolvidas e considerando as suas realidades.

Confiabilidade dos Dados de Acesso

e Proteção de Propriedade:

Prezar pela veracidade e confiabilidade dos dados disponibilizados, respeitando e resguardando toda e qualquer propriedade de terceiros sob sua responsabilidade.

BRINDES INSTITUCIONAIS:

Agir com integridade e bom senso no oferecimento e recebimento de brindes institucionais de qualquer valor, a fim de preservar a autonomia ou vínculos que possam comprometer a ética nas relações.

Na Mercur, estes serão revertidos para a empresa, para uso interno ou sorteio entre os colaboradores.

Presentes pessoais e bebidas alcoólicas não serão aceitos e nem oferecidos.

PRINCÍPIOS DE RELACIONAMENTO COM SEUS PÚBLICOS

A Mercur reconhece os interesses legítimos da sociedade como um elemento central para o desenvolvimento de seus produtos e serviços. Deseja estar em meio à diversidade e pautar sua relação por meio de seus valores, considerando as necessidades das pessoas.

Procura atuar junto à **comunidade**, respeitando o direito das futuras gerações quanto à satisfação das suas necessidades em um mundo socialmente mais justo e ambientalmente equilibrado.

Nas relações com as **instituições** e o **poder público**, o atendimento às solicitações destes agentes, será

pautado pela ética, o respeito mútuo, o cumprimento da legislação vigente, aberto e transparente.

Assim, também, em relação à **mídia**, cuja intenção é a constituição de uma relação de transparência e autonomia.

Perante **todos os seus públicos**, a Mercur assume o compromisso de unir pessoas e organizações para a construção de soluções sustentáveis, baseadas no propósito de engajamentos capazes de nos levar, cada vez mais, a construções colaborativas e compartilhadas.

REFERÊNCIAS

Organização Internacional do Trabalho - OIT

<http://www.oit.org.br>

Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA

LEI Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990.

Associação brasileira dos fabricantes de brinquedo

Abrinq - www.abrinq.com.br

Norma de Responsabilidade Social - SA 8000

www.gdksa.com/info/NORMA_SA_8000_2008.pdf

Instituto Ethos - www.ethos.org.br

Natura - www.natura.com.br

Global Reporting Initiative - GRI

<http://bit.ly/1kbkiBW>

Código de Conduta da Alta Administração Federal

<http://bit.ly/TyrFcF>

GUIA DE RELACIONAMENTO

MERCUR

1ª Edição: Fevereiro de 2014

WWW.MERCUR.COM.BR

