

PROCEDIMENTO DE CONSULTA AOS STAKEHOLDERS

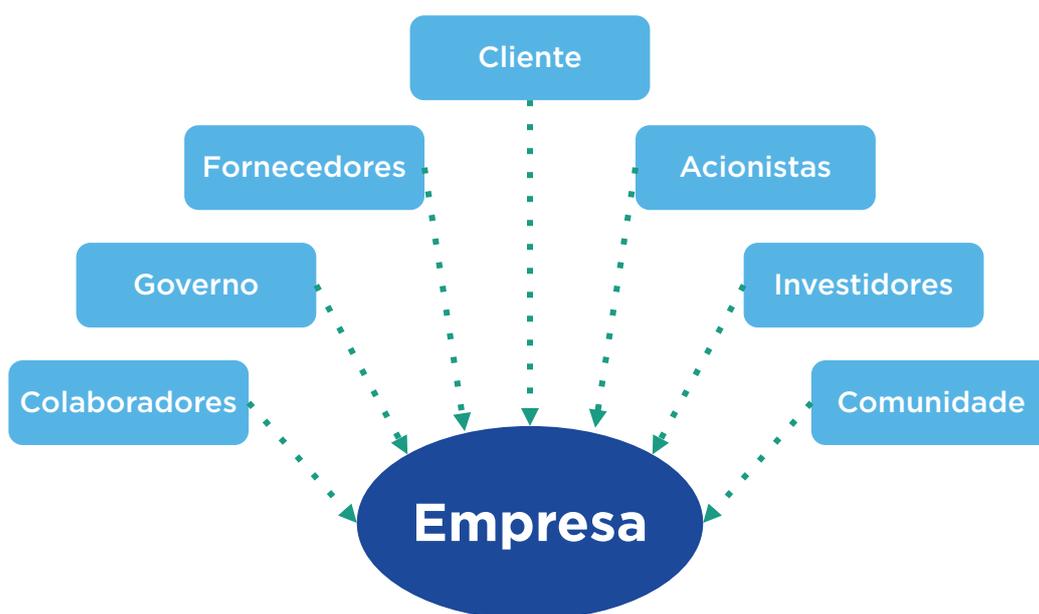
1. Objetivos

Considerando que a organização se preocupa com a Sustentabilidade Ambiental, Gestão Social e Governança Corporativa, a presente Política estabelece o procedimento de consulta aos stakeholders e é utilizada para apoiar o mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades.

2. Definições Gerais

No desenvolvimento de um projeto ou negócio é de suma importância o levantamento de quem são os elementos principais envolvidos. Principalmente quando o assunto é o desenvolvimento de um sistema com foco em gestão corporativa e sustentável respaldado na ESG, definir as partes interessadas (stakeholders) da organização é crucial.

Na língua inglesa, a palavra “stake” significa interesse, participação, risco. Já “holder”, quer dizer aquele que possui. Dessa forma, entende-se que stakeholders são as partes interessadas. São pessoas, grupos ou organizações que podem impactar ou serem impactados por decisões, atividades ou entregas do projeto.



Os stakeholders podem ser internos e externos, de acordo com o relacionamento que possuem com a empresa.

Stakeholders internos: são indivíduos ou grupos que possuem intercâmbio financeiro direto com o negócio, o que inclui funcionários, diretores, fornecedores, proprietários, credores e clientes.

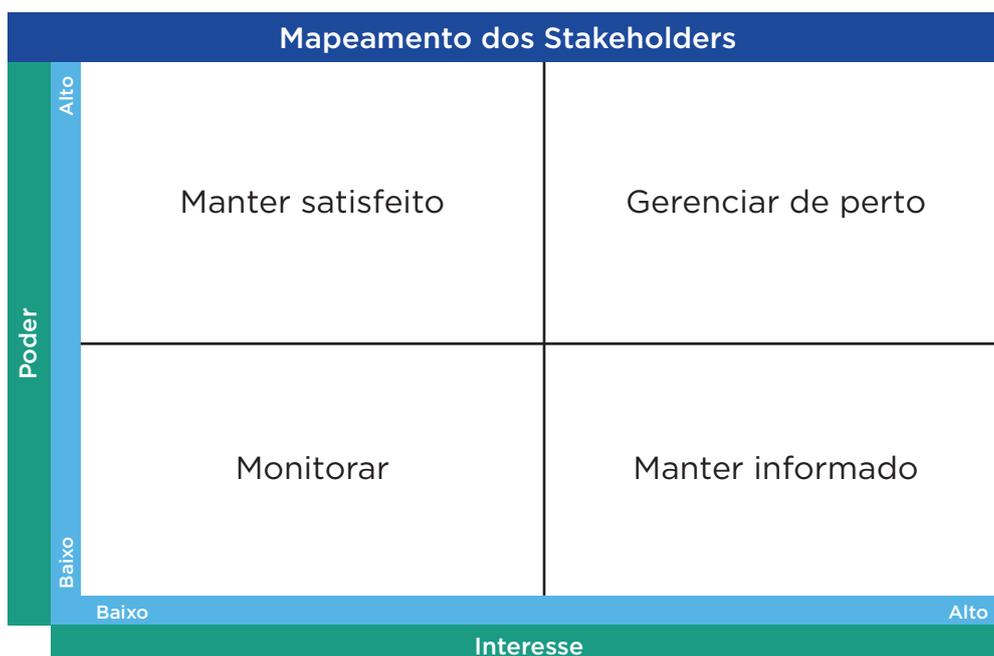
Stakeholders externos: são grupos que não têm intercâmbio econômico direto com o negócio, mas que podem influenciá-lo de outras maneiras. Isso inclui o governo, que pode afetar os negócios por meio de políticas e leis tributárias, bem como a mídia, os sindicatos e a comunidade local.

3. Levantando e Mapeando os Stakeholders

A planilha base para a realização da análise e mapeamento é o MAPEAMENTO DE STAKEHOLDERS.

Passo 1: Na aba Levantamento de Stakeholders deve-se adicionar as partes interessadas pertinentes, adicionando seus respectivos detalhes. Durante a atualização do documento, deve-se excluir as partes que não se aplicam mais à organização;

Passo 2: Após o levantamento dos stakeholders, é necessário realizar a avaliação destes na aba Mapeamento dos Stakeholders. Todas as partes identificadas precisam ser enquadradas em uma das seções da figura abaixo, de acordo com seu grau de poder e interesse;



- **Monitorar (baixo poder, baixo interesse):** exerce o mínimo de esforço possível no monitoramento, pois esta parte não pode exercer grande impacto no negócio já que tem baixo poder e interesse;
- **Manter informado (baixo poder, alto interesse):** geralmente são os clientes dos produtos e/ou serviços prestados. Deve-se manter essas partes informadas a respeito do negócio, já que elas têm alto interesse;
- **Manter satisfeito (baixo poder, alto interesse):** é necessário identificar e gerenciar as expectativas dessas partes, já que elas têm alto poder de impactar o negócio;
- **Gerenciar de perto (alto poder, alto interesse):** são as partes interessadas que precisam estar muito satisfeitas e muito informadas a respeito do negócio, pois têm alto poder e interesse a respeito das atividades da organização.

Passo 3: Então, na mesma aba deve-se descrever as expectativas e os requisitos para cada uma das categorias de stakeholders. Ou seja, dizer o que esses stakeholders esperam do negócio e o quanto eles esperam;

Passo 4: Um plano de comunicação deve ser descrito para cada uma das categorias de stakeholders, dizendo quando estes serão comunicados, quando e por qual meio. O plano de comunicação deve ser posto em prática e deve existir evidências disso.

4. Processo de Consulta aos Stakeholders

No processo de consulta, a organização deverá apresentar aos stakeholders as informações de sustentabilidade, sociais e de governança mais relevantes, comunicando aquelas que o grupo de stakeholder poderá contribuir mais significativamente para o seu aprimoramento e evolução.

A opinião dos stakeholders deverá ser considerada e avaliada pela alta direção, que irá traçar as medidas estratégicas baseadas na consulta.

Abaixo são elencados alguns métodos que poderão ser utilizados no processo de comunicação e consulta aos stakeholders sobre os tópicos ESG.

Por escrito (e-mail/impresso):

- Para comunicação formal;
- Para divulgar informações;
- Para envio de convites ou anúncios;
- Para alcançar as partes interessadas que são menos susceptíveis a participar dos engajamentos presenciais;
- Confirmar o recebimento de queixas e incidentes e atualizar as partes interessadas sobre como seus problemas, queixas e incidentes foram abordados.

Cartazes, folhetos, boletins informativos:

- Atualizar periodicamente as partes interessadas sobre a operação e iniciativas relacionadas à mina de forma simplificada, com diagramas e descrições curtas e simples, utilizando linguagem não técnica;
- Alcançar as partes interessadas que são menos suscetíveis a participar dos engajamentos presenciais;
- Explicar o mecanismo de queixas e compartilhar detalhes de contato;
- Divulgar ofertas de emprego e oportunidades de contratação locais.

Mídia local (jornal, rádio, mídias sociais):

- Anunciar notícias ou mensagens importantes para uma ampla gama de partes interessadas;
- Anunciar próximas reuniões e eventos públicos;
- Divulgar sobre oportunidades de emprego e de contratação, fornecer atualizações específicas de progresso;
- Compartilhar histórias sobre eventos passados;
- Compartilhar detalhes de contato e informar as partes interessadas sobre onde elas podem obter mais informações.
- Website:
 - Divulgar documentos da Avaliação ESG e planos de ação;
 - Divulgar informações relevantes relacionadas ao Fórum de Engajamento da Comunidade, por exemplo, atas de reuniões, agendas para as próximas reuniões.

Pesquisas e formulários de feedback (e-mail, online, telefone ou presencial):

- Reunir dados qualitativos ou quantitativos, informações e feedback de uma ampla gama de partes interessadas para fins de avaliação e monitoramento;
- Obter uma melhor compreensão das necessidades, questões e preocupações das partes interessadas;
- Obter uma melhor compreensão das percepções das partes interessadas em relação à operação.

Dia aberto/open house:

- Convidar as partes interessadas para ir ao site ou em um local acessível revisar informações em um momento que lhes convém, utilizando cartazes, painéis informativos, recursos visuais e folhetos;
- Ter equipe para responder perguntas e orientar as partes interessadas.

Entrevistas/reuniões individuais:

- Recolher feedback, pontos de vista, opiniões das partes interessadas específicas;
- Permitir que as partes interessadas falem livremente e confidencialmente sobre questões sensíveis;
- Permitir uma discussão aprofundada sobre questões específicas;
- Construir relações pessoais com as partes interessadas;
- Coletar dados de referência (baseline);
- Usar para responder a queixas e incidentes conforme necessário;
- Permitir consulta para um grupo vulnerável ou sensível ao gênero.

Reuniões com grupos focais/pequenos grupos:

- Permitir uma discussão aberta e aprofundada e o desenvolvimento conjunto de soluções para questões específicas entre grupos específicos de partes interessadas;
- Apoiar a realização de apresentação ou entrega de informativos para comunicar mensagens-chave, ou aplicação de questionários para coletar informações;
- Permitir consulta para um grupo vulnerável ou sensível ao gênero.
- Realizar reuniões formais;
- Apresentar informações a um grupo de partes interessadas compartilhando interesses semelhantes;
- Compartilhar documentos técnicos;
- Obter feedback, pontos de vista e opiniões;
- Construir relações formais de alto nível com partes interessadas.

Workshops/mesas redondas:

- Apresentar informações para um grupo de diversas partes interessadas;
- Discutir de forma facilitada onde todos os participantes têm o mesmo “status”;
- Permitir que as partes interessadas forneçam os seus pontos de vista, opiniões e perguntas em formato aberto;
- Utilizar exercícios participativos para facilitar discussões em grupo, analisar informações, desenvolver recomendações e estratégias;
- Podem ser pontuais ou parte de grupos ou em fóruns regulares.