

ENGAJAMENTO COM STAKEHOLDERS

1. OBJETIVO

A gestão empresarial e o modelo de governança corporativa seguidos pela Embraer nos inspiram a focar na perenização do negócio e na geração de valor para os stakeholders, com o principal objetivo de promover a construção de um futuro sustentável.

A partir de uma estratégia de engajamento com stakeholders, a Embraer realiza de maneira participativa, por meio da sua liderança, círculos virtuosos de relacionamentos com os representantes de cada um deles, identificando e compreendendo seus requisitos, necessidades e expectativas e incorporando-os nos processos decisórios.

Este documento define procedimentos, responsabilidades e abrangência para assegurar a correta identificação e interação com os stakeholders, bem como métodos de comunicação do engajamento.

2. DEFINIÇÕES

Stakeholders: Públicos de interesse, envolvidos em um determinado processo. Refere-se a qualquer pessoa ou entidade que afeta ou é afetada pelas atividades de uma empresa, por uma decisão ou projeto, ou que se reúne por uma causa ou interesse comum.

Exemplos: acionistas, empregados, clientes, fornecedores, sindicatos, governo, comunidade, ONG's, entre outros.

Engajamento com stakeholders: Descreve o processo de relacionamento mais amplo, inclusivo e contínuo entre uma empresa e aqueles potencialmente impactados, abrangendo os esforços da empresa para compreender e envolver as preocupações das partes interessadas em atividades e processos de tomada de decisão.

3. PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

ENS 000001 - Manual do SEE (Sistema de Empresariamento Embraer)

ENS 003333 - Política Global Anticorrupção

Pacto Global das Nações Unidas

4. DESCRIÇÃO

A Embraer deve nortear suas ações de engajamento com stakeholders considerando:

4.1 Aderência aos valores Embraer, ao Código de Ética e Conduta e aos padrões de Compliance

O processo de engajamento com stakeholders da Embraer deve ser permeado pela aderência aos seus valores corporativos, expressos em seu código de valores, bem como ao Código de Ética e Conduta que norteia as ações e decisões que devem ser seguidas por todos os responsáveis pelo engajamento, e ainda pelo cumprimento dos padrões de Compliance.

4.2 Coerência entre ações

Todas as unidades da Embraer devem realizar ações de engajamento com stakeholders coerentes com as diretrizes corporativas referentes ao tema, uma vez que esses inputs servirão como norteadores para tomadas de decisão e redução de riscos ao negócio.

4.3 Abrangência

Este procedimento tem como escopo todas as unidades, subsidiárias e controladas da Embraer no Brasil e exterior e deve ser cumprido em todos os níveis e processos da Empresa.

4.4 Identificação dos stakeholders, sua relevância e seus interesses

Os principais stakeholders da Embraer foram identificados no processo de definição do Modelo de Gestão da Embraer e são anualmente avaliados na análise crítica do sistema de gestão. São identificados e analisados como principais representantes da Embraer os seguintes stakeholders: sociedade, acionistas, parceiros, clientes, pessoas e meio ambiente. O relacionamento com esses stakeholders é item essencial no processo de planejamento estratégico da Embraer, conforme demonstrado na figura 4.4 a).

Figura 4.4 a)



As partes interessadas relevantes são aquelas que mais demandam eficácia ou resultados da empresa, e são as partes cuja satisfação ou insatisfação podem comprometer mais diretamente a sustentabilidade da empresa.

Na figura 4.4 b) estão relacionados os representantes, necessidades e expectativas dos stakeholders:

Figura 4.4 b)

Stakeholders	Necessidades e expectativas (valor)
Acionista; Representantes: Conselho de Administração	Crescimento sustentável; saúde financeira; desempenho econômico.
Clientes	Segurança; disponibilidade; desempenho (produtos e serviços); ofertas/soluções competitivas.
Pessoas – Empregados	Realização profissional e pessoal.
Fornecedores e Parceiros	Respeito aos acordos; (preço, <i>forecast</i> , pagamento e estabilidade na demanda); desenvolvimento da competência dos parceiros; integridade no relacionamento e perenidade com crescimento sustentável.
Sociedade; Representantes: Governo, comunidades do entorno, órgãos reguladores.	Respeito ao meio ambiente, saúde e segurança e a sociedade; geração de riqueza e bem estar.

4.5 Métodos e mecanismos de identificação, necessidades e expectativas, engajamento, comunicação e reclamação

No que se refere à comunicação dos resultados do engajamento, a Embraer utiliza o Relatório Anual como principal veículo ao público externo e também estabelece as comunicações deste engajamento com seu público interno, por meio da sua liderança, em reuniões de Diretoria e comunicações internas específicas.

A Embraer acredita que ouvir a parte interessada fortalece e valida suas ações, tornando-as mais pertinentes a partir do envolvimento desses stakeholders. Além de ouvir, busca-se responder e considerar os stakeholders nas decisões estratégicas dos negócios.

Os principais métodos e mecanismos de engajamento utilizados pela Embraer estão representados na figura 4.5 e fazem parte do exercício de interação da liderança com os stakeholders:

Figura 4.5 a)

PI	Evento	Objetivo	Responsável/Frequência
Clientes	EOC / EEOC - Conferência com Operadores	Conferências, reuniões dedicadas e <i>workshop</i> com operadores são realizados para manter e aprimorar o relacionamento e discutir assuntos relativos às aeronaves (manutenção, operação e itens de campo). É um meio para os clientes se manifestarem de maneira regular e frequente expondo suas necessidades, anseios, satisfação, itens técnicos e experiências com os produtos. As áreas de Suporte ao Cliente coletam, analisam, priorizam e desenvolvem planos de ação para a implementação de melhorias nos produtos e processos. É um processo de melhoria contínua.	Áreas de Suporte ao Cliente / Anual
	Kaizen em clientes	Auxiliar na implementação de melhorias em seus produtos e processos, melhorando os processos de interface do cliente com a Embraer.	Áreas de Suporte ao Cliente / conforme demanda
	Estudos para desenvolvimento ou melhoria de produtos	Os conhecimentos técnicos de operação de aviões de alguns clientes são utilizados nos projetos de melhorias de produto. Para tanto, estes são contactados pela Embraer para realização de reuniões e estudos.	Inteligência de Mercado, Suporte ao Cliente e Engenharia / conforme demanda
	Pesquisas de satisfação de Clientes	Realização de pesquisas sobre o nível de satisfação dos clientes	Áreas de Suporte ao Cliente/Anual
	Feiras Aeronáuticas	Objetivo principal é divulgar e apresentar produtos a potenciais clientes e vender aeronaves.	Área de vendas / conforme calendário
Fornecedores	ESC - <i>Embraer Suppliers Conference</i>	Alinhamento estratégico, apresentação dos cenários futuros, alinhamento de expectativas dos fornecedores e da Embraer e Premiação dos Melhores fornecedores do Ano.	CEO, VPs das Unidades de Negócio e Diretores / Anual
	SCA - <i>Supply Chain Alignment</i> SQA - <i>Supply Chain Quality Alignment</i>	Alinhamento estratégico e operacional, apresentação dos cenários e desafios do ano, alinhamento de expectativas dos fornecedores e da Embraer, planos de trabalho e de ação.	Gerentes e Diretores de Programa e Área da Qualidade de Fornecedores / Anual
	<i>Executive Meeting</i> (Plano de Ação, <i>Book</i> de Indicadores com os Fornecedores)	Acompanhamento dos indicadores e planos de ação, alinhamento de expectativas dos fornecedores e da Embraer.	CEO, VPs das Unidade de Negócio e Diretores / Trimestral
	CSM - <i>Customer Support Meeting</i>	Reunião dedicada ao <i>aftermarket</i> com objetivo de acompanhar junto aos executivos dos nossos fornecedores os assuntos que impactam a frota e os nossos operadores. Nestas reuniões executivas são discutidos e apresentados planos de ação para assuntos técnicos e comerciais para a frota e para operadores individuais.	CEO, VPs das Unidade de Negócio e Diretores / Trimestral
	PRM - <i>Program Review Meeting</i>	Acompanhamento técnico / operacional das atividades de desenvolvimento dos programas, série e	Diretores e Gerentes de Programas

		aftermarket. Acompanhamento de plano de ação e correção de rotas.	/ Semestral
Acionistas	Reunião do Conselho de Administração	Acompanhamento do desempenho da empresa e aprovação do PE (Plano Estratégico) e do PA.(Plano de Ação)	VP Jurídica / conforme calendário
	CEST - Comitê de Estratégia	Assessoramento no estabelecimento de políticas e diretrizes PE e PA, acompanhamento da gestão e resultados.	VP Jurídica / conforme calendário
	CRH - Comitê de Recursos Humanos	Gerenciamento de riscos e auditoria estatutária.	VP Jurídica / conforme calendário
	CAR - Comitê de Auditoria e Riscos	Assessoramento na eleição ou destituição de Diretores e estabelecimento de suas respectivas funções, definição de políticas de remuneração e de RH, etc.	VP Jurídica / conforme calendário
	Portal de Relações com Investidores	Ter canal de comunicação entre empresa e seus investidores / acionistas, a fim de transmitir informações com transparência e equidade, zelando pela governança corporativa.	Diretoria Relações com Investidores / contínuo
	Relatório Anual	Ferramenta de comunicação e transparência aos stakeholders, sobre as práticas sustentáveis da companhia, focada no tripé da sustentabilidade	Gerência de Sustentabilidade Corporativa/ Anual
	Embraer Day	Criar momento de interação da companhia com seus principais analistas e investidores, com foco nas principais informações da empresa no período.	Diretoria Relações com Investidores / semestral
Sociedade	Reuniões Ministério do Trabalho e Emprego	Relacionamento com Órgãos Reguladores, inspeção rotineiras e atendimento de legislação.	Gerência de Segurança do Trabalho, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente / Bimestral
	Reuniões CETESB, Vigilância, Sanitária Polícia Federal / Estadual Ministério do Exército, Prefeitos, Secretários Municipais de Educação, entidades de classe e associações empresariais brasileiras	Relacionamento com Órgãos Reguladores, inspeções rotineiras e atendimento a legislação. Reuniões para levantamento de necessidades e expectativas do município relacionadas à educação e desenvolvimento social. Discussões estratégicas e políticas setoriais, além de uma maior integração e aprendizado com diversos setores.	Gerência de Sustentabilidade Corporativa/ Ao longo do exercício vigente Gerência de Segurança do Trabalho, Saúde Ocupacional e Meio Ambiente / Quinzenal
	Participação em fóruns e organizações internacionais (WEF, ATAG, IATA, ICAO, UNDP, Global Compact, OMC, AWG, etc)	Contribuir para o debate, propondo estratégias, melhores práticas e soluções para temas globais, além de apoiar o diálogo público-privado	Diretoria de Relações Externas e Gerência de Sustentabilidade Corporativa/ Ao longo do exercício vigente
	Reuniões com governo federal, estadual, prefeituras e agências governamentais	Garantir entendimento pleno sobre ações e projetos da Embraer; elaborar mecanismos para o fortalecimento da relação da sociedade privada e governo; e contribuir para formulação de políticas públicas de interesse da indústria aeroespacial.	Diretoria de Relações Externas e Gerência de Sustentabilidade Corporativa/ Ao longo do exercício vigente
Pessoas	Blog do Diretor Presidente	Canal de comunicação direta do presidente com todos os funcionários.	Presidente / contínuo
	Ciclo de Valores	Eventos entre Líder e empregados para disseminação e internalização dos Valores Embraer. Dividido em ciclos integrados: prática individual, prática coletiva e adequação de processos, ferramentas e políticas.	Diretoria de Gestão da Marca e Comunicação Interna / Bimestral
	Reuniões de acompanhamento de PA/PMS e Alinhamento Semestral	Reuniões para acompanhar evolução do PA e do PMS, onde o líder dá instruções e toma ações de correção de rota para atingimento das metas acordadas.	Líderes / no mínimo trimestral
	Pesquisa de Clima e Reuniões entre Líderes e empregados	Realização de pesquisas para conhecimento do nível de satisfação dos empregados e Encontros com os empregados de divulgação, elaboração de planos de ação setoriais e acompanhamento da evolução destas ações de melhoria do clima.	Líderes /contínuo
	Help Line	Ferramenta confidencial para que os funcionários e partes interessadas possam informar ou buscar apoio sobre questões éticas e de comportamento relacionadas à possíveis violações das políticas da Embraer ou de leis e regulamentos	Diretoria de Compliance / contínuo
	Dia Azul	Encontros para refletir sobre as práticas dos valores da companhia e celebrá-los	Diretoria de Gestão da Marca e Comunicação Interna / Bimestral
	Mensagens aos Gestores	Instrumento de comunicação para toda a liderança, que visa suportar os líderes a orientar os funcionários em assuntos específicos .	Diretoria de Gestão da Marca e Comunicação Interna / contínuo

5 RESPONSABILIDADES

5.1 - Da Diretoria de Desenvolvimento Organizacional:

Garantir que o processo de engajamento ocorra e seja aplicado em todas as unidades da Embraer, por meio da: definição de diretrizes; controle e reporte sobre as ações de engajamento e ações para melhoria realizadas; performance nos índices de sustentabilidade.

5.2 - Da Liderança:

Realizar as ações de engajamento com os diferentes públicos, desenvolvendo círculos virtuosos de relacionamento com stakeholders, assumindo o papel de mantenedor do diálogo e interação constantes com esses públicos.

6 CONTROLE E APRENDIZADO

Este procedimento é analisado criticamente a cada 2 anos ou a qualquer momento, por demanda interna ou externa que a Embraer julgue aplicável, sendo estabelecido que:

Stakeholders: são analisados criticamente quando da revisão do SEE;

Requisitos, necessidades e expectativas: são identificados pelas lideranças, responsáveis pela interação e analisados no ciclo PE/PA;

Diretrizes, métodos e mecanismos: são analisados quanto a sua eficácia no âmbito do P3E.