

1. Objetivo

Este documento aborda as orientações que guiam o nosso **investimento social**. Ele deve ser utilizado para o planejamento das ações, acompanhamento dos resultados e orientação a decisões relativas às ações na comunidade. A revisão deve ocorrer a cada dois anos, após **pesquisa de satisfação da comunidade**.

1.1. Objetivo Geral

Contribuir para o **desenvolvimento das comunidades** onde temos operações, a partir das competências únicas do nosso negócio e das demandas das próprias comunidades.

1.2. Objetivos Específicos

- Atuar em iniciativas que contribuam para o desenvolvimento das comunidades;
- Articular parceiros, participar de movimentos sociais e reforçar políticas públicas relacionadas aos nossos focos de atuação;
- Otimizar os recursos investidos, no sentido de maximizar os impactos sociais positivos;
- Oportunizar oportunidades de desenvolvimento individual para nossos funcionários;
- Reforçar a imagem de responsabilidade social da empresa.

2. Área de Aplicação

As orientações do investimento social abrangem todas as plantas e unidades onde possuímos operações: Brasil, Eslováquia, China, Estados Unidos, México e Itália.

Cada unidade poderá adicionar focos de atuação àqueles definidos globalmente, conforme as necessidades das comunidades locais e de acordo com a cultura, legislação e desejos dos funcionários e da **comunidade**.

3. Orientações Gerais de Atuação

3.1. Focos de Atuação

- Áreas prioritárias: **Educação e Meio Ambiente**
- Públicos prioritários: **Crianças e Adolescentes**

4. Formas de Atuação

4.1. Programas sociais próprios

São os programas idealizados, realizados e financiados por nós, com a participação de atores sociais e parceiros relevantes. Eles estão completamente alinhados com nossos focos de atuação e são planejados, executados e monitorados de forma sistemática.

Os programas sociais próprios atenderão aos seguintes princípios:

- Alinhamento com as orientações: alinhamento total aos objetivos e ao foco do investimento social;
- Relevância social: conformidade com diagnóstico social e com as necessidades e prioridades apontadas pela comunidade;
- Alinhamento com o negócio: alinhamento com agendas relevantes para o negócio, definidas no planejamento estratégico;
- Viabilidade: existência de equipe técnica, orçamento e capacidade de realização compatível com o objetivo proposto;
- Potencial de resolução do problema ou continuidade do programa: perspectiva de resolução do problema proposto ou existência de um plano de continuidade para o programa, seja por meio da continuação do programa próprio, seja por meio da transferência planejada do programa para outra organização;
- Convênios e parcerias: atuação em conjunto com outras organizações relevantes para a realização do objetivo proposto;
- Políticas públicas: reforço de políticas públicas locais ou nacionais relevantes;
- Engajamento de funcionários: oferecimento de oportunidades para participação e/ou atuação voluntária dos funcionários;
- Mensuração de sucesso: clareza de objetivos e indicadores para medir o sucesso dos processos, resultados e impactos sociais gerados;
- Comunicação: utilização de meios de comunicação e outras formas de divulgação, dentro e fora da empresa, para promover a causa, as histórias e os resultados gerados pelo programa.

4.2. Programa de voluntariado

O programa de voluntariado promove a atuação voluntária dos funcionários e familiares junto a organizações parceiras, que trabalham para o desenvolvimento das comunidades.

O programa de voluntariado adota os seguintes princípios:

- Alinhamento com as orientações: alinhamento aos objetivos e ao foco do investimento social na atração de organizações parceiras e encaminhamento de voluntários;
- Acolhimento do foco de atuação dos voluntários: caso algum voluntário tenha vontade de trabalhar em uma causa ou organização específica que vá além do foco de atuação do investimento social, este desejo é acolhido;
- Trabalho em grupo: atuação voluntária em grupos, coordenada por um líder que tenha legitimidade junto ao grupo;
- Valorização do voluntário: oferecimento de treinamento, acompanhamento periódico ao líder do grupo, disponibilização de recursos necessários para a atuação voluntária e reconhecimento do trabalho dos voluntários;
- Parcerias: atuação em conjunto com organizações que realizam um trabalho social relevante para a comunidade e que queiram receber voluntários;
- Mensuração de sucesso: acompanhamento de indicadores que medem a abrangência da atividade voluntária e a satisfação das organizações parceiras;
- Comunicação: utilização de meios de comunicação e outras formas de divulgação, dentro e fora da empresa, para promover a causa, as histórias e os resultados gerados.

4.3. Doações de produtos

As doações de produtos são realizadas a partir de demandas de organizações sem fins lucrativos ou de programas públicos ou privados voltados a eficiência energética. As doações podem incluir máquinas, compressores, refrigeradores, materiais de escritório, entre outros. Elas estão sujeitas à disponibilidade do produto e devem seguir os seguintes critérios:

- Alinhamento com as orientações: priorização de organizações cuja atuação esteja alinhada com os objetivos e o foco do investimento social;
- Relevância social: conformidade com diagnóstico social e com as necessidades e prioridades apontadas pela comunidade;

- Convênios e parcerias: atuação em conjunto com outras organizações relevantes para a realização do objetivo proposto, com prioridade àquelas que já possuem algum vínculo com a empresa;
- Comunicação: utilização de meios de comunicação e outras formas de divulgação, dentro e fora da empresa, para promover a causa, as histórias e os resultados gerados pelo programa.

4.4. Apoios e patrocínios a ONGs e o governo

Os apoios e patrocínios são a transferência de recursos financeiros com o objetivo de apoiar ações sociais. Elas podem utilizar ou não **incentivos fiscais** e gerar ou não **benefícios de imagem**.

Os critérios para avaliação das solicitações de apoios e patrocínios são os seguintes:

- Alinhamento com as orientações: priorização de projetos e organizações cuja atuação esteja alinhada com os objetivos e o foco do investimento social;
- Relevância social: conformidade com diagnóstico social e com as necessidades e prioridades apontadas pela comunidade;
- Viabilidade: existência de equipe técnica, orçamento e capacidade de realização compatível com o objetivo proposto;
- Capacidade de gestão: apresentação periódica de relatórios técnicos e financeiros que mostram a aplicação dos recursos e os resultados atingidos;
- Potencial de continuidade do programa: existência de um plano de continuidade para o programa;
- Convênios e parcerias: atuação em conjunto com outras organizações relevantes para a realização do objetivo proposto, com prioridade àquelas que já possuem algum vínculo com a empresa;
- Políticas públicas: reforço de políticas públicas locais ou nacionais relevantes;
- Engajamento de funcionários: oferecimento de oportunidades para participação e/ou atuação voluntária dos funcionários;
- Comunicação: utilização de meios de comunicação e outras formas de divulgação, dentro e fora da empresa, para promover a causa, as histórias e os resultados gerados pelo programa, assim como a marca da Embraco.

Os patrocínios institucionais sem incentivos fiscais deverão ser estabelecidos por meio de um Termo de Responsabilidade, assegurando que atendam aos objetivos das partes interessadas. As solicitações de patrocínios institucionais poderão ser analisadas em conjunto pelas áreas de sustentabilidade das unidades de negócios da Whirlpool S.A. Os patrocínios de cunho comercial serão analisados pela área de marketing, conforme os interesses do negócio. Dimensões econômicas, sociais e ambientais devem ser consideradas na análise dos patrocínios.

O investimento social com benefícios fiscais seguirá os procedimentos previstos nas respectivas leis. Os projetos sociais e as respectivas documentações serão previamente analisados pela área jurídica e pela controladoria, que emitirão um parecer técnico. Já a área de sustentabilidade analisará os referidos projetos considerando este procedimento de investimento social e levará suas recomendações para a aprovação do **comitê de sustentabilidade**.

Para fins de transparência, nós nos comprometemos a publicar os apoios e patrocínios no **relatório de sustentabilidade**, discriminando aqueles que contaram com o benefício dos incentivos fiscais.

5. Processo de Gestão

5.1. Planejamento

No início de cada ano, são definidas as ações sociais que serão executadas naquele ano em cada unidade da empresa, assim como os indicadores de sucesso.

5.2. Execução e acompanhamento

Ao longo do ano, as ações sociais planejadas são executadas e os indicadores de sucesso são acompanhados pela equipe de sustentabilidade (equipes locais e corporativa), assim como pelo comitê de sustentabilidade.

5.3. Revisão do procedimento de investimento social

A cada dois anos, uma pesquisa deve ser aplicada junto à comunidade de entorno de cada uma das nossas unidades, a fim de identificar as necessidades da comunidade e a sua satisfação com as ações sociais existentes.

A partir do resultado desta pesquisa, o procedimento de investimento social deve ser revisado, considerando as necessidades da comunidade, o grau de satisfação da comunidade com

as ações sociais existentes, a vocação da empresa e os interesses do negócio. Esta revisão deve ser aprovada pelo comitê de sustentabilidade.

6. Papeis e Responsabilidades

6.1. Comitê executivo (staff do presidente)

Responsável pela aprovação do procedimento de investimento social e do orçamento corporativo.

6.2. Comitê de sustentabilidade

Formado por representantes de áreas estratégicas, é responsável por:

- Acompanhar os indicadores de sucesso dos processos, resultados e impactos sociais gerados;
- Aprovar doações de produtos, apoios e patrocínios corporativos;
- Analisar, recomendar e aprovar mudanças do procedimento de investimento social;
- Promover o investimento social dentro e fora da empresa.

6.3. Equipe de Sustentabilidade

Responsável pela gestão do investimento social, inclusive por:

- Executar os programas próprios, gerir o programa de voluntariado, operacionalizar as doações de produtos e realizar os apoios e patrocínios;
- Estabelecer, acompanhar e melhorar os indicadores de sucesso dos processos, resultados e impactos sociais gerados;
- Convocar as reuniões do comitê de sustentabilidade;
- Prezar pelo cumprimento do procedimento de investimento social.

7. Glossário

7.1. Comunidade

Grupo de pessoas ligadas por valores e comportamentos comuns, que apresentam solidariedade e união, resultantes de relações afetivas, costumeiras e tradicionais, que podem sofrer influências positivas e/ ou negativas decorrentes das relações entre seus membros, outras comunidades e a sociedade. Comunidade é o local da identidade coletiva, enquanto Sociedade é o

local da personalidade individual. Numa comunidade os indivíduos estão unidos apesar de tudo aquilo que os separa; numa sociedade, eles estão separados a despeito de tudo aquilo que os une. (Fonte: Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial – www.fiepr.org.br/fiepr/cpce)

7.2. Investimento social

É o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Incluem-se neste universo as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou constituídos por famílias ou indivíduos. A preocupação com o planejamento, o monitoramento e a avaliação dos projetos é intrínseca ao conceito de investimento social privado e um dos elementos fundamentais na diferenciação entre essa prática e as ações assistencialistas. Diferentemente do conceito de caridade, que vem carregado da noção de assistencialismo, os investidores sociais estão preocupados com os resultados obtidos, as transformações geradas e o envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação. (Fonte: Grupo de Institutos Fundações e Empresas – GIFE, <http://www.gife.org.br/>).