

# **PACTO CONTRA A COVID-19**

## **GUIA PARA CEOs E LIDERANÇAS**

Como liderar na crise da COVID-19



**Pacto Global**  
Rede Brasil



# PACTO CONTRA A COVID-19

---

## GUIA PARA CEOs E LIDERANÇAS

*O momento de agir contra a pandemia é agora. Você, como líder, tem um papel essencial nesta luta, ao atuar de forma responsável, solidária e flexível ante os desafios trazidos pela crise atual*

A pandemia da doença COVID-19, causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, tem alterado de maneira bastante significativa o dia a dia das pessoas ao redor do mundo. A rápida velocidade de propagação do vírus representa um enorme desafio para governos, sistemas de saúde e empresas – e a perspectiva de que a proliferação da COVID-19 ainda está por atingir sua fase mais aguda no Brasil torna crucial a necessidade de se agir no sentido de tentar reduzir sua capacidade de contágio.

As empresas estão no centro desses esforços – tanto por serem diretamente afetadas pelas consequências da COVID-19, que têm causado problemas nas cadeias de fornecimento, distribuição e consumo, quanto por sua responsabilidade em limitar o contágio entre seus colaboradores, clientes e demais públicos de contato. Além disso, também são vulneráveis às prováveis consequências de médio prazo que serão causadas pela pandemia – como uma possível recessão econômica global.

A intenção deste breve Guia para CEOs e Lideranças da Rede Brasil do Pacto Global é reforçar alguns dos cuidados indispensáveis para que as empresas possam superar esse difícil momento com o mínimo de impactos negativos sobre suas equipes ou suas operações. Também busca chamar a atenção das principais lideranças sobre a responsabilidade de sua organização com a sociedade, que pode vivenciar uma situação crítica nos próximos meses. Essas medidas devem sempre estar de acordo com os Dez Princípios do Pacto Global, que balizam os pontos considerados indispensáveis nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção.

As próximas semanas e meses serão cruciais para que o mundo supere as dificuldades trazidas pela COVID-19 – e isso só será possível se ajudarmos uns aos outros. Entre pessoas, entre empresas ou entre governos, solidariedade é um conceito essencial para que possamos proteger uns aos outros.

## Local de trabalho

- Para minimizar a propagação da COVID-19, as pessoas devem ficar em suas casas. Assim, as empresas e organizações podem desenvolver políticas para funcionários, estagiários e terceirizados. Assegurar formas não presenciais pelas quais eles poderão continuar a exercer suas atividades, como o *home office*, é uma medida eficiente para ajudar neste momento.
- A conscientização dos colaboradores sobre as formas de contágio, disseminação, além de práticas comportamentais e de higiene é indispensável.
- Para os colaboradores que não puderem ter acesso ao *home office*, deverá ser garantida a higiene dos locais de trabalho, com a limpeza de superfícies que podem abrigar o vírus e facilitar o contágio, e o acesso a produtos como álcool gel e máscaras de proteção. Especial cuidado deverá ser tomado com relação a equipamentos de uso coletivo, como maçanetas de portas, aparelhos de telefone, máquinas. Além disso, esses funcionários devem receber as orientações necessárias de higiene, comportamento e novas formas para desempenhar o seu trabalho, evitando o contágio.
- Contatos periódicos entre gestores e suas equipes são úteis para manter as equipes devidamente informadas e evitar boatos ou *fake news*.
- A organização deve acompanhar o impacto psicológico da situação nos funcionários e oferecer mecanismos de apoio.
- Funcionários que apresentem sintomas da COVID-19, que trabalham em áreas onde não é possível a prática do *home office*, devem ficar em casa, repousando. O mesmo se aplica a colaboradores que precisam prestar assistência a familiares.
- Medidas como redução de horário de trabalho e concessão de folgas remuneradas a funcionários pertencentes ao grupo de risco (pessoas idosas ou portadores de doenças crônicas) devem ser estimuladas.
- De forma alinhada aos Dez Princípios do Pacto Global, as medidas voltadas aos colaboradores devem ser adotadas sem qualquer tipo de discriminação por raça, cor, origem social, gênero etc.
- Viagens de colaboradores a trabalho devem ser canceladas, optando-se por alternativas remotas de atuação.
- Em caso de antecipação de folgas ou concessão de férias coletivas, é necessário que não se prejudique financeiramente os colaboradores – o que pode deixá-los em situação vulnerável durante a pandemia. Embora desafiadores, os esforços da empresa para minimizar o impacto econômico devido à COVID-19 não devem ser feitos às custas dos direitos dos trabalhadores.

## Reuniões

- Reuniões presenciais devem ser evitadas, a fim de limitar a propagação do vírus, não apenas em razão do contato entre os participantes no local de encontro, mas também da necessidade de deslocamento, que amplia as chances de contágio. A opção por videoconferências e outras modalidades de contato à distância deve ser estimulada.
- Os impactos da disseminação da COVID-19 sobre diversas atividades têm aumentado o grau de incerteza das pessoas com relação a compromissos anteriormente marcados. É importante manter um contato constante com participantes de reuniões *online*, mantendo-os atualizados sobre a realização ou não do encontro.
- Eventos mais complexos, como *workshops*, treinamentos ou aulas, podem ser realizados também no ambiente virtual, sem prejuízo do conteúdo a ser disseminado e de forma segura a todos os participantes.



## Planejamento

- É necessário que a empresa estabeleça um plano de continuidade de suas operações em um cenário marcado pela proliferação da COVID-19. Nesse planejamento devem ser consideradas formas de reduzir a atividade em ambientes que sejam propícios ao contágio de colaboradores, clientes ou outros públicos de interesse.
- Da mesma forma, é importante estabelecer uma forma de garantir a centralização das decisões, por meio da criação de um comitê de crise ou de gerenciamento de riscos. Assim, será possível fazer a avaliação diária da situação, e tomar as medidas necessárias com rapidez.
- Se a organização tiver um conselho de administração ou consultivo, este deverá analisar constantemente o assunto, por meio de reuniões semanais ou quinzenais.
- Flexibilidade é a palavra-chave nesse período. A empresa deve estar preparada para responder de forma rápida e eficiente às situações que surgirem ao longo do tempo.
- Também é importante buscar analisar o impacto que a redução das atividades da empresa terá sobre sua sustentabilidade financeira, e buscar formas de lidar com a questão – renegociando contratos ou empréstimos, por exemplo.
- A liquidez é fundamental para a preservação do negócio. Testes de stress, a partir de alguns cenários construídos, são necessários para avaliar as medidas exigidas em cada situação.
- Dependendo da atividade da empresa, a continuidade de suas operações pode ser essencial para atender às pessoas durante essa crise – caso, por exemplo, do fornecimento de alimentos e serviços médicos.
- Planos de contingência devem considerar além do lucro, a sustentabilidade financeira e o papel social da organização – na manutenção de empregos, em evitar o aumento nos preços dos produtos e serviços que oferta e no apoio às comunidades.

## Responsabilidade sobre a cadeia de valor

- A cadeia de valor é item essencial para a continuidade do negócio de qualquer organização. Assim, em seu plano de atuação, considere este stakeholder na definição e priorização das ações que serão realizadas.
- Avalie o impacto das medidas de confinamento e como sua organização pode apoiar outras, de menor porte, contribuindo para a permanência das operações dessas empresas parceiras neste momento.
- Analise quais são as necessidades dos seus principais fornecedores e que tipo de apoio poderia ser relevante e significativo neste momento.

## Responsabilidade com a sociedade

Consciente da importância de agir nesse momento crítico, empresas de diversos setores vêm buscando formas de contribuir para a sociedade no combate à COVID-19:

- No Brasil, a Ambev anunciou a doação de 500 mil garrafas de álcool gel para hospitais públicos. A companhia utilizará sua própria linha de produção de cerveja, e cuidará do envase em garrafas pet e da logística de distribuição.
- O Grupo Pão de Açúcar passou a oferecer, entre 6h e 7h, atendimento exclusivo para pessoas com idade a partir de 60 anos.

- Nos EUA, empresas dos setores de biotecnologia e farmacêutico estão trabalhando em conjunto com autoridades de saúde do país no desenvolvimento de vacinas e outros produtos para combater a COVID-19.
- Google anunciou que irá permitir acesso gratuito a algumas das funcionalidades que oferece para teleconferências, ao mesmo tempo em que a Microsoft disponibilizou uma licença-teste de seis meses para uso do Microsoft Teams.
- Starbucks estabeleceu uma política que permite que qualquer funcionário seu que contraiu o vírus ou entrou em contato com alguém infectado terá direito a 14 dias de remuneração integral durante seu período de isolamento.
- Na Itália, um dos países mais atingidos pela COVID-19, a companhia de moda Giorgio Armani doou US\$ 1,43 milhão para hospitais e ações de proteção civil.
- Outras empresas têm optado por contribuir para fundos, como o Plano Estratégico de Preparação e Resposta (SPRP, na sigla em inglês), que agrega informações sobre atividade e recursos necessários a organizações de saúde em todo o mundo – incluindo a Organização Mundial da Saúde (OMS).

## Comunicação corporativa

- A empresa deve ser o mais transparente possível, privilegiando mensagens concisas e baseadas em fatos.
- Sua comunicação deve abranger todos seus públicos de interesse: colaboradores, terceirizados, fornecedores, clientes, investidores, acionistas etc. É importante que se abordem os temas mais relacionados com cada um deles, e que se possibilite sua interação e contribuição, permitindo uma troca de informações e percepções sobre o problema e seus possíveis desdobramentos.
- A comunicação deverá ser centralizada, a fim de evitar a eventual propagação de informações incorretas ou parciais.
- É necessário sempre comunicar o que a empresa vem efetivamente fazendo para conter a propagação da COVID-19, de forma tanto a estabelecer tanto uma homogeneidade nas informações quanto a tranquilizar os diversos públicos de interesse.

## Organizações envolvidas no combate à COVID-19

- Fundação Oswaldo Cruz: [portal.fiocruz.br/](http://portal.fiocruz.br/)
- Johns Hopkins University - Monitoramento global: [gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6](https://gisanddata.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6)
- Ministério da Saúde - Plataforma Integrada de Vigilância em Saúde (Ivis): [plataforma.saude.gov.br/novocoronavirus/](http://plataforma.saude.gov.br/novocoronavirus/)
- Ministério da Saúde: [coronavirus.saude.gov.br/](http://coronavirus.saude.gov.br/)
- Organização das Nações Unidas (ONU) – Brasil: [nacoesunidas.org/tema/coronavirus/](http://nacoesunidas.org/tema/coronavirus/)
- Organização Mundial da Saúde (OMS): [who.int/eportuguese/countries/bra/pt/](http://who.int/eportuguese/countries/bra/pt/)
- Organização Pan-Americana da Saúde (Opas): [paho.org/bra/](http://paho.org/bra/)
- Portal Regional da Biblioteca Virtual em Saúde (BVS): [bvsalud.org](http://bvsalud.org)
- Sistema Universidade Aberta do SUS (UNA-SUS): [unasus.gov.br/especial/covid19](http://unasus.gov.br/especial/covid19)



**Pacto Global**  
Rede Brasil