

2025



Relatório de Práticas de Sustentabilidade & ESG

bistrô a agência
que 
se importa.

Sumário

CARTA DO CEO 3

2025: a virada ESG da Bistrô 3

QUEM SOMOS4

Nossa história: do estúdio de design à jornada B4

Linha do tempo — 2007 a 20255

O que nos move11

Propósito11

Missão11

Norteadores estratégicos12

ESG13

Uma jornada em construção.....13

AMBIENTAL14

Rotinas concretas para o dia a dia da agência14

Operação, monitoramento e eficiência ambiental.....16

Sustentabilidade no cotidiano17

Parcerias que ampliam a responsabilidade18

O próximo ciclo do pilar ambiental.....18

SOCIAL19

Pessoas no centro da nossa evolução19

Pluralidade como motor criativo20

Bem-estar, aprendizagem e trabalho decente.....22

Comunicação como impacto social23

Um espaço que acolhe diferentes realidades24

O próximo ciclo do pilar social.....25

GOVERNANÇA26

Estruturas que sustentam confiança.....26

Governança ESG na prática27

Integridade para orientar relações e decisões28

Inovação com responsabilidade29

Criatividade com responsabilidade cultural30

Parcerias construídas com confiança31

Responsabilidade integrada ao processo criativo32

Responsabilidade na cadeia e no território33

Escolhas responsáveis em toda a cadeia34

Compromisso com a comunidade e o entorno35

O próximo ciclo da governança36

O futuro que estamos construindo37

MATERIALIDADE E INDICADORES38

Temas prioritários para a nossa jornada ESG38

Indicadores e evidências da nossa evolução39

Resumo consolidado 2025.....39

Metas ambientais40

Metas sociais41

Metas de governança42

2025 foi um ano de amadurecimento.....44

Anexos - Indicadores SASB.....45

Sobre este relatório ESG47



→ 2025: a virada ESG da Bistrô

Há momentos em que uma empresa precisa olhar para a própria história e perguntar se aquilo que sempre defendeu em sua cultura também está suficientemente organizado em seus processos, indicadores e formas de prestação de contas.

Para a Bistrô, 2025 foi esse momento.

Ao longo da nossa trajetória, a comunicação nunca foi tratada apenas como ferramenta de venda. Desde os primeiros anos, ainda como um estúdio de design formado por poucas pessoas, aprendemos que cada escolha criativa carrega uma responsabilidade: sobre quem aparece, quem é ouvido, quais histórias ganham espaço e quais relações construímos com clientes, parceiros, comunidades e colaboradores.

Essa visão acompanhou o crescimento da agência. Chegamos até aqui como uma empresa de porte médio, com equipes diversas, clientes de diferentes segmentos e uma história marcada por campanhas, projetos e decisões internas que buscaram respeitar as pessoas, ampliar representatividade e construir relações de trabalho mais justas. O reconhecimento em rankings de diversidade do Great Place To Work é parte desse caminho, mas não encerra a nossa responsabilidade. Ao contrário: aumenta o nosso compromisso com aquilo que ainda precisamos melhorar.

Em 2025, decidimos dar um passo mais estruturado nessa direção. **Iniciamos uma aproximação consistente com os critérios do Sistema B**, uma referência global que nos ajuda a avaliar, medir e aprimorar práticas ambientais, sociais e de governança. Não se trata de buscar um selo como ponto de chegada. Trata-se de submeter a nossa cultura a um método mais rigoroso, capaz de transformar valores em evidências, metas e responsabilidades acompanhadas de forma contínua.

Esse movimento nasce de uma compreensão simples: **impacto não se sustenta apenas no discurso**. Ele aparece nas decisões do dia a dia, na forma como lideramos, contratamos, remuneramos, escutamos, criamos, compramos, nos relacionamos com fornecedores e respondemos aos desafios do nosso tempo.

Também aparece na coragem de reconhecer lacunas, ajustar rotas e tornar públicas as escolhas que orientam a gestão.

POR ISSO, FORTALECEMOS NOSSOS PILARES AMBIENTAL, SOCIAL E DE GOVERNANÇA, AMPLIAMOS MECANISMOS INTERNOS DE ACOMPANHAMENTO E PASSAMOS A TRATAR INDICADORES ESG COM MAIS PROFUNDIDADE. ESSE PROCESSO AINDA ESTÁ EM CONSTRUÇÃO.

Há avanços importantes, há aprendizados acumulados e há pontos que exigem mais maturidade, consistência e continuidade. Assumir isso com transparência é parte da jornada.

Em um contexto de transformação acelerada da comunicação e da tecnologia, esse compromisso também alcança o uso da inteligência artificial. **Na Bistrô, a inovação precisa caminhar com responsabilidade.** Então, estruturamos as Diretrizes de Treinamento para o uso da Inteligência Artificial, documento interno inspirado nos princípios do nosso Guia Diversível, para orientar o uso de IA com atenção à inclusão, à ética, à segurança da informação, à integridade criativa e ao respeito às pessoas.

Este relatório registra um ciclo de organização, amadurecimento e escolha. Ele apresenta o que já construímos, o que estamos medindo com mais cuidado e o que ainda precisa evoluir para que a Bistrô avance em sua jornada rumo ao Sistema B com coerência entre discurso e prática.

É um convite à corresponsabilidade, muito além de uma prestação de contas. Porque nenhuma transformação relevante é feita apenas por decisão de uma liderança. Ela depende de uma cultura viva, capaz de aprender, revisar seus próprios hábitos e construir, todos os dias, uma forma de fazer comunicação com mais **transparência, responsabilidade e atenção aos seus efeitos.**



Gabriel Beano

CEO da Agência Bistrô
e VP de Criação

Formado em Publicidade e Propaganda na UFRGS com Pós Graduação em Design Estratégico e Mestrando em Administração pela UNISINOS, trabalha há 20 anos com posicionamento estratégico e criativo de grandes e pequenas marcas, com a construção de narrativas e grandes apostas na diversidade e no afeto. É um ativista da causa LGBTQIAPN+ e supervisiona as áreas criativa, de mídia e relacionamento com o cliente.



Fernanda Aldabe

VP Institucional e de ESG

Formada em Comunicação Social na UFRGS com MBA em Marketing na Fundação Getúlio Vargas e Pós Graduada em Inteligência Estratégica na Escola de Administração da UFRGS, atua na área há mais de 20 anos. Uma das poucas vice-presidentes e sócio fundadoras mulheres do mercado publicitário do Sul do país, criou a cultura ESG na Bistrô. Responde pela área executiva e institucional da Agência, que compreende a coordenação e implementação de projetos que tragam inovações à empresa, assim como a coordenação do time administrativo e financeiro, pelas áreas de recursos humanos e comunicação institucional da marca Bistrô para o mercado e o público em geral.

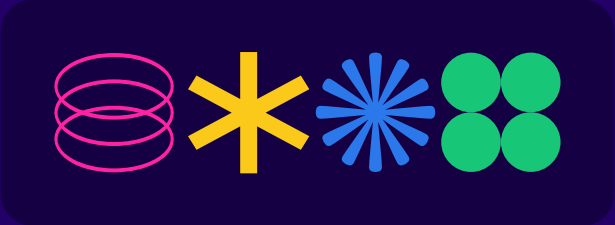
Nossa história: do estúdio de design à jornada B

A Bistrô nasceu em 2007, do encontro entre dois amigos, uma visão comum sobre criatividade e o desejo de construir uma forma diferente de trabalhar no mercado de comunicação: mais artesanal, próxima, colaborativa e conectada às necessidades de cada cliente.

O que começou como um pequeno estúdio de design cresceu, ampliou equipe, repertório, escopo de atuação e complexidade dos projetos. Ao longo de quase duas décadas, a Bistrô consolidou-se como uma agência de publicidade com atuação estratégica, atendendo marcas regionais, nacionais e multinacionais em diferentes segmentos, como educação, moda, mercado imobiliário, saúde, indústria, varejo e materiais de construção.

Nesse percurso, muita coisa mudou, mas uma convicção permaneceu: comunicação não é apenas entrega, é relação. **Relação com clientes, equipes, fornecedores, comunidades impactadas pelas mensagens e com a sociedade que toda marca influencia.** Por isso, a criatividade sempre esteve acompanhada de escuta, responsabilidade, diversidade, envolvimento e cuidado com as ideias que colocamos no mundo.

Nos últimos anos, valores que já faziam parte da cultura da Bistrô passaram a ser organizados de forma mais estruturada, com políticas, processos, indicadores e instâncias de acompanhamento. **Temas como Diversidade e Inclusão, responsabilidade institucional e impacto positivo deixaram de estar presentes apenas na prática cotidiana e passaram a integrar, cada vez mais, a gestão do negócio.**





EM 2025, ESSE MOVIMENTO GANHOU UM NOVO NÍVEL DE MATURIDADE COM O FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA ESG, A CONSOLIDAÇÃO DE COMITÊS INTERNOS (SOCIAL, GOVERNANÇA E MEIO-AMBIENTE), A AMPLIAÇÃO DOS MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E O APROFUNDAMENTO DA PREPARAÇÃO DA AGÊNCIA PARA OS CRITÉRIOS DO SISTEMA B, COM APLICAÇÃO PREVISTA PARA O INÍCIO DE 2026.

Essa trajetória representa a construção de uma visão de longo prazo: uma empresa que busca alinhar crescimento, criatividade, responsabilidade e geração de valor para diferentes públicos. A Jornada ESG da Bistrô segue em manutenção, orientada pelo compromisso de medir, revisar e evoluir continuamente a forma como a agência se relaciona com pessoas, marcas, território e sociedade.



Linha do tempo

2007

Fundada como estúdio de design, com a **marca Bistrô de Design**, ao começar sua trajetória, a empresa conquista uma série de clientes principalmente na área de educação em suas demandas de identidade visual, projeto gráfico, diagramação de publicações, webdesign e criação de pequenas campanhas.

2010

Conquista a conta da Gang, rede de lojas Top of Mind em moda jovem do estado do RS. Nesse trabalho com a marca, **a Bistrô começa a produzir campanhas publicitárias que apostam na diversidade, de forma pioneira no cenário nacional**. Nesse ano, também desenvolvemos campanhas institucionais para as setoriais de Juventude, Mulheres, Racial, Economia Solidária e Meio Ambiente, além de materiais comemorativos aos 30 anos do PT (Partido dos Trabalhadores) e seu novo site, o primeiro cliente nacional da Agência.

2008

A empresa vence grandes players concorrentes e tem a oportunidade de criar o design do novo site da Universidade Feevale, uma das maiores instituições de ensino superior do Rio Grande do Sul. Esse fato **traz visibilidade a uma organização de pequeno porte**, que contava com apenas três pessoas na equipe.

2011

A Bistrô lança sua nova marca, acompanhada do vídeo [Publicidade tem receita?](#), que se tornou um verdadeiro fenômeno para a época. Em um cenário em que as redes sociais ainda não tinham a estrutura de mídia, impulsionamento e segmentação que conhecemos hoje, **o vídeo alcançou mais de 40 mil visualizações orgânicas, viralizando em todo o país e virando pauta em blogs de publicidade**.

No mesmo período, **a carteira de clientes foi ampliada**, e a agência passou a atender novos segmentos, como as indústrias da moda, calçadista, agro, entre outros.

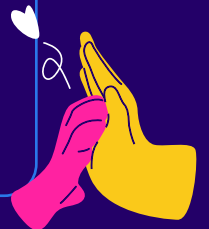
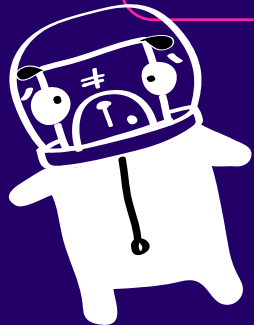
2009

A Agência **abandona o posicionamento como estúdio de design, passando a assinar apenas como Bistrô**. Essa mudança foi importante diante do **aumento expressivo das demandas de publicidade**, sobretudo no segmento educacional, em que ficou marcada pela conquista da conta da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG), de Caxias do Sul/RS.

Nesse mesmo ano, a **Bistrô também ganhou grande repercussão nacional com a ação Os Sucos Bárbaros, uma criação inspirada nos Doces Bárbaros** que transformava ícones da MPB em sabores fictícios de suco, como MaracuGil, GalRaná, AbaCaetano e Maria BeTâmara. A ação circulou amplamente na imprensa, com destaque na Revista IstoÉ impressa, capa da Globo.com e presença em diversos veículos, consolidando o reconhecimento da agência por ideias criativas, bem-humoradas e de forte apelo cultural.

2012

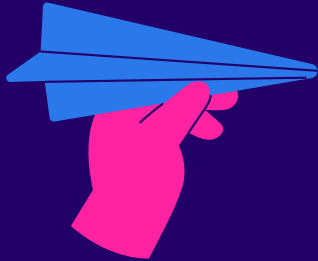
A Bistrô muda de sede, para um espaço maior, e chega a 15 trabalhadores. **Nesse ano, o cão Senhor Woffles se torna mascote da empresa, muito antes de as corporações falarem sobre ambientes pet-friendly**. Inicia uma cultura de valorização do endomarketing da Bistrô e do bem-estar dos funcionários a partir de uma abordagem afetiva e acolhedora representada pelo pug.



Linha do tempo

2013

Assume a conta do Canoas Shopping e amplia a sua atuação com a Gang. Com isso, **consolida uma equipe mais ampla**, dividida em diferentes setores (Atendimento, Planejamento, Criação, Mídia e Produção). É o ano em que os primeiros comerciais de TV criados pela Bistrô são veiculados regionalmente.



2016

A campanha **#NoFilter**, da Gang, vira um marco para o trabalho da Agência, com um elenco muito diverso, dando visibilidade a pessoas LGBTQIAPN+, negras, com deficiência, gordas e periféricas. O comercial de TV foi finalista do prêmio Melhor Comercial do Brasil, etapa regional do SBT. Nesse ano, também fomos finalistas do Top de Marketing ADVB-RS na categoria Seguros, com a Previsul, e vencemos o prêmio Colunistas Sul na categoria Inovação, com o case **O que você vê?**, uma exposição 100% acessível criada para o Canoas Shopping — desde o anúncio de jornal da exposição, o qual era possível ler em braile, até o projeto que, além de ser um case de acessibilidade e protagonismo de pessoas com deficiência, estimulava a empatia e percepção do público.



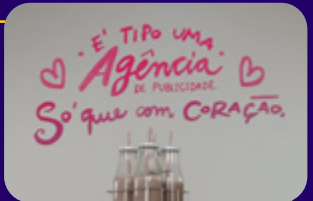
2014

O ano marca a conquista de novos clientes do setor de materiais de construção que ainda estão conosco, como a Redemac, rede associativa de lojas. Também expandimos a atuação na indústria calçadista. Nesse ano, conquistamos nosso primeiro prêmio de Publicidade com a Gang, no salão da Associação Rio Grandense de Propaganda (ARP) - Bronze na categoria Campanha Integrada com a ação **Like A Boss**, uma proposta de cocriação entre a marca e os clientes embaixadores.



2015

Começa a atuar no mercado financeiro com a conquista da conta da Previsul, seguradora de atuação nacional (posteriormente comprada pela Caixa Seguradora). Com o novo cliente, a equipe expande para 30 pessoas e inicia-se uma nova fase na agência, em que a representatividade dentro do time ganha maior foco, especialmente com a contratação de um diretor de criação negro. No mesmo ano, a agência lança a campanha institucional **É tipo uma agência, só que com coração**, que traduzia de forma leve e afetiva o jeito Bistrô, reforçando a cultura interna de talento, carinho, trabalho e proximidade. Uma forma bem-humorada de mostrar que a criatividade e a entrega sempre caminharam junto com afeto e humanidade na agência.



2017

A Bistrô supera os 40 trabalhadores na equipe e muda-se para outra sede, um prédio de 500m² no bairro Rio Branco, em Porto Alegre/RS. Uma ampla reforma é feita no espaço, visando à qualificação dos ambientes de trabalho. **A construção de um espaço físico afetivo e acolhedor na Bistrô foi reconhecida em uma matéria na revista Casa e Cia e no jornal Zero Hora.** Esse ano também marcou o início dos trabalhos com a ONG Instituto do Câncer Infantil.



Linha do tempo

2018

Conquista sua maior conta até então, a marca Dakota Calçados, indústria presente em diversos estados do Brasil e com distribuição nacional. A Agência patrocina a Parada Livre LGBT de Porto Alegre e realiza, de forma voluntária e gratuita, uma campanha de conscientização sobre a AIDS para o GAPA, ONG tradicional de Porto Alegre que aborda o tema da prevenção e acolhimento a quem vive com HIV.



Em 2018, a Bistrô assina campanhas de forte impacto simbólico, como **#FightRacism**, criada no Dia Internacional Contra a Discriminação Racial, reunindo publicitários negros de Porto Alegre em uma mensagem por mais presença negra no mercado publicitário nacional. A iniciativa, idealizada a convite do diretor de criação Alê Garcia, rompeu barreiras entre agências e deu visibilidade a uma pauta urgente para a comunicação.

No mês do Orgulho LGBTQ+, a agência também lançou a campanha **#PrideBistrô**, instalando uma bandeira de 10 metros na fachada de sua sede, no bairro Rio Branco, em Porto Alegre. A ação celebrou a diversidade presente dentro da empresa e reforçou a importância da representatividade nas campanhas publicitárias, afirmando o papel social da comunicação e o compromisso da Bistrô com um mercado mais plural, respeitoso e inclusivo.



2019

Lança sua nova marca e novo site, e realiza seu primeiro Censo Interno Anual da Diversidade, com o resultado compartilhado publicamente no site oficial, reforçando o posicionamento enquanto uma agência inclusiva e diversa. Esse compromisso também ganha as ruas da cidade de São Paulo com a campanha institucional **Na Bistrô Tem Lugar**, com o provocativo slogan "Temos vagas para homens brancos hétero". Com desdobramentos em mídia on e off, a ação usou humor e ironia para gerar uma reflexão sobre o que significa, de fato, praticar a diversidade no mercado de trabalho e reafirmar que a inclusão como cultura da agência desde a sua fundação.

No mesmo ano, idealiza a iniciativa **Criativas do Amanhã**, criada para inspirar meninas e jovens mulheres a enxergarem a criatividade como um caminho possível para o futuro. A campanha reforçava a importância de incentivar um mercado publicitário com mais mulheres na Criação.



2020

Com a chegada da pandemia de Covid-19 no Brasil, adotamos o modelo de trabalho remoto. Mesmo diante de um cenário desafiador, a empresa consegue se adaptar à nova realidade de mercado, conquistando novas contas e mantendo 80% de sua equipe, além de criar a Escola Bistrô, projeto de formação permanente dos trabalhadores que se tornou um importante espaço de troca, integração e fortalecimento dos vínculos entre a equipe. No segundo semestre, inicia uma trajetória ascendente em termos de receita e lucratividade na agência, que resultaria nos três melhores anos do ponto de vista financeiro para a empresa.



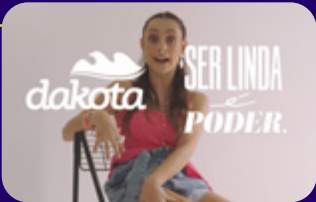
Linha do tempo

2021

A primeira licitação pública da qual a Bistrô participa, para o Sistema Fiergs, é vencida pela agência. Um projeto inovador para a Dakota conquista dois prêmios: a ação [Ser Linda É Poder](#), que lança calçados com novos recursos de acessibilidade para pessoas que usam órteses, ganha Prata no Top de Marketing ADVB e Ouro na categoria ESG do Salão da Associação Riograndense de Propaganda (ARP).

No mesmo ano, assina para a Tintas Killing a campanha [Toda Cor Conta](#), criada para celebrar o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+. Em parceria com o artista Renam Canzi, a ação homenageou a história de encontro, amor e família de um casal homoafetivo que tiveram suas vidas transformadas e coloridas com a chegada de um filho.

Para o Grupo Carrefour Brasil, a Bistrô realiza ações de prestação de contas à sociedade das ações antirracistas da companhia, o maior investimento privado da história do país em compromissos do tipo, por meio da plataforma [“Não Vamos Esquecer”](#). A Bistrô lança seu Manual online, um guia para integração dos trabalhadores de forma segura. O Manual registra todas as informações necessárias para a equipe, além de um plano de carreira estruturado e um sistema de feedbacks. Pela primeira vez, a Bistrô recebe o selo GPTW, com média 92.



2022

Contrata a consultoria PWR para estruturar a sua governança e estabelecer um estatuto, acordo de sócios, política de remuneração e distribuição de lucros, além da adequação de contratos à LGPD, cláusulas de confidencialidade e de compromisso com a Política de Diversidade da Agência, que é amplamente comunicada para a equipe. A Escola Bistrô, ganha fôlego com uma série de palestras e atividades online formativas, que abordam temas como saúde mental, nutrição, ancestralidades, orgulho LGBTQIA+, além de temáticas relacionadas à criatividade, mídia e conteúdo. É realizada a primeira convenção presencial da Agência, na Quinta da Estância Grande, em Viamão/RS, reunindo todos os nossos trabalhadores. O evento contou com neutralização de carbono. Em 2022, também é criado o Auxílio Pet, uma ação de apoio à causa animal, em que cada trabalhador que adota um animal de rua ganha um valor em dinheiro para despesas iniciais e, além disso, a Bistrô financia uma castração para a ONG Patas Dadas de Porto Alegre.



2023

Entra para o ranking de Diversidade do GPTW, na categoria LGBTQIA+, em 10º lugar, além de ser a 83ª melhor pequena empresa para trabalhar do país, de acordo com a organização. Patrocina a Parada Livre de Porto Alegre com um trio elétrico. Começa a ser signatária do Pacto Global das Nações Unidas como start para próximas certificações de ESG.

A campanha institucional [Lugar de Falas](#) é lançada no mesmo ano, reunindo imagens de ações da agência que evidenciam a representatividade e diversidade presentes em sua trajetória. A iniciativa afirma a diferença como valor criativo, cultural e de negócio.



Também em 2023, a Bistrô lança o Facilita Bistrô, iniciativa voltada à ampliação do acesso à educação e ao desenvolvimento profissional da equipe. Por meio de parcerias com diferentes instituições educacionais, o programa passa a oferecer descontos e cupons para cursos variados, incluindo idiomas, formações profissionalizantes, pós-graduação e mestrado, fortalecendo o compromisso da agência com a aprendizagem contínua e o crescimento das pessoas colaboradoras.



Linha do tempo

2024

Segue sendo reconhecida no ranking de Diversidade do GPTW, liderando como a melhor pequena empresa do Brasil para trabalhar nas categorias LGBTQIA+ e Étnico-Racial. Também recebe o **Prêmio TOP de Marketing da ADVB/RS**, na categoria Educação, com a campanha de Vestibular da Univates, reafirmando sua relevância criativa e estratégica no mercado.

A **Escola Bistrô** aprimora o uso de IA com curso in company para treinar e ensinar a equipe a usar as ferramentas de forma responsável. Um encontro foi feito especialmente para abordar a problemática do Racismo no Algoritmo.

Após a catástrofe histórica das enchentes de maio de 2024 no Rio Grande do Sul, a Bistrô mobiliza sua rede para apoiar pessoas atingidas, incluindo colegas da própria equipe. A agência coordena ações de voluntariado, realiza um bazar solidário, mobiliza clientes, fornecedores e parceiros para a arrecadação de donativos e adota uma ONG de moradores da Ilha do Pavão, em Porto Alegre, uma das áreas mais afetadas pela cheia do Guaíba. Internamente, oferece apoio financeiro, emocional e logístico a trabalhadores impactados pelas enchentes, **totalizando R\$ 18 mil em doações**.

No mesmo ano, conclui a mudança para sua nova sede, projetada com base em compromissos de sustentabilidade, bem-estar e acessibilidade. O novo espaço prioriza o reaproveitamento de materiais da sede anterior, o uso de iluminação natural, equipamentos de baixo consumo, lâmpadas e tomadas wi-fi, torneiras e descargas otimizadas para economia de água, separação correta de resíduos, uso de produtos ecológicos e a eliminação de plásticos descartáveis. A sede também incorpora princípios de design biofílico, com plantas, horta e parede verde de musgo natural, além de espaços voltados ao cuidado, como



sala de amamentação e cantinho kids. E pela primeira vez, a Bistrô, com apoio da Planton, realiza o inventário de emissões e compensação da pegada de carbono mapeada por meio de créditos certificados internacionalmente.

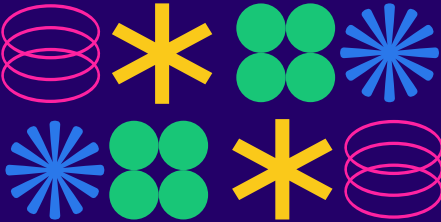
Dando sequência à Jornada ESC, a Bistrô promove a criação dos comitês temáticos Ambiental, Social, de Governança e de Inteligência Artificial, com participação de lideranças e pessoas da equipe. Também passa a utilizar a plataforma BeCompliance para fortalecer a gestão de documentos, riscos, conflitos e treinamentos internos, ampliando a cultura de conformidade. Como parte dessa iniciativa, oferece treinamentos EAD para todos os trabalhadores, abordando temas como ética, compliance básico, conflitos de interesses e governança corporativa.

A agência também se torna signatária do Pacto Global da ONU, reforçando seu compromisso com princípios internacionais ligados a direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Publica seu Código de Ética e Conduta, assinado por toda a equipe, com o objetivo de fortalecer a segurança dos trabalhadores, a transparência nas relações e o respeito às políticas internas da agência.

No Dia Internacional dos Direitos Humanos, lança o Guia para uma Publicidade Diversensível, material gratuito e público que oferece diretrizes e orientações práticas para que marcas e agências desenvolvam campanhas mais inclusivas e alinhadas aos princípios de diversidade. O guia consolida aprendizados

de uma trajetória marcada por cases e iniciativas que traduzem o compromisso da Bistrô com representatividade, equidade e comunicação responsável.

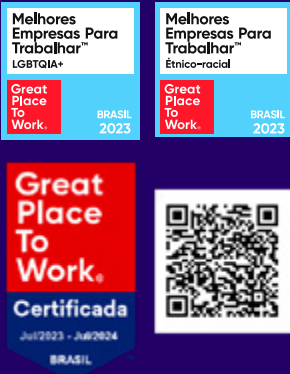
Em um cenário de acelerada transformação no mercado de trabalho, a Bistrô também se prepara para o futuro ao disponibilizar um curso de Inteligência Artificial voltada à Publicidade para quase a totalidade dos trabalhadores da agência, fortalecendo a formação interna e o uso consciente de novas tecnologias.



Linha do tempo

2025

A Bistrô segue fortalecendo sua cultura organizacional e sendo reconhecida por sua atuação em diversidade, inclusão, bem-estar e qualidade das relações de trabalho. No ciclo de 2025, a agência conquistou o 1º lugar entre as pequenas empresas no ranking GPTW Diversidade LGBTQIA+, o 3º lugar no ranking Étnico-Racial e o 8º lugar entre as Melhores Agências de Publicidade - Pequenas Empresas. Também manteve média acima de 90 na pesquisa Great Place To Work, reafirmando a Bistrô como um ótimo lugar para trabalhar e atestando o acolhimento da equipe.



No mesmo ano, a Bistrô recebeu o selo Mental Health Certified, da consultoria Great People, reconhecendo o investimento contínuo da agência em iniciativas voltadas ao bem-estar emocional dos trabalhadores. A certificação reforça o compromisso com uma cultura organizacional mais empática, saudável e humana, considerando dimensões como engajamento, propósito, segurança emocional, reconhecimento e justiça.

Como parte dessa agenda de cuidado, a agência implantou a parceria com o Conexa Saúde para todos os trabalhadores, ampliando o acesso a serviços de saúde física, mental e bem-estar. A iniciativa oferece atendimento psicológico com até quatro consultas online



por mês, uma consulta online de nutrição por mês, uma consulta médica online especializada por mês, pronto atendimento virtual ilimitado e mapeamento de saúde mental pela metodologia DASS-21, permitindo o acompanhamento contínuo da equipe. A parceria também inclui benefícios adicionais, como academia digital, consultoria jurídica e financeira, descontos em farmácias e laboratórios, 15% de desconto em exames e 10% em vacinas.

Em 2025, a Bistrô também aprofunda sua jornada de alinhamento aos critérios do Sistema B, transformando valores históricos da agência em indicadores, metas e compromissos acompanháveis. Esse movimento marca uma etapa importante de maturidade ESG, ao estruturar práticas que já faziam parte da cultura da empresa em processos mais mensuráveis, rastreáveis e alinhados a padrões internacionais de impacto positivo.

No que se refere ao Meio Ambiente, a Bistrô começa a monitorar suas contas de água, luz e além de separar os lixos corretamente fecha uma parceria com a Coadesc para encaminhar mensalmente os resíduos recicláveis.

No campo criativo, a agência é reconhecida no Salão da ARP 2025 por projetos com impacto social e responsabilidade comunicacional. Em parceria com o Instituto da Mama do Rio Grande do Sul, desenvolve de forma pro bono a campanha *Antes de tudo, primeiro eu*, para o Outubro Rosa 2025 do IMAMA, voltada à conscientização sobre autocuidado e prevenção do câncer de mama. O projeto, composto por filme, jingle, key visual e estratégia narrativa, recebeu Prata em Criatividade - Áudio/Rádio.

Também para o Pride 2025, a Bistrô cria a campanha *Museu do Orgulho*, uma provocação sobre o risco de tratar diversidade como tendência passageira. Com filme manifesto, landing page, tour virtual e conteúdos educativos sobre o impacto econômico e social da diversidade, a campanha recebeu Bronze em Inovação e Bronze em Projeto ESG no Salão da ARP 2025.



→ O que nos move

PROPÓSITO

No coração da Bistrô está o compromisso de iluminar as margens, transformando o periférico em central através da comunicação que empodera, inclui e inspira.

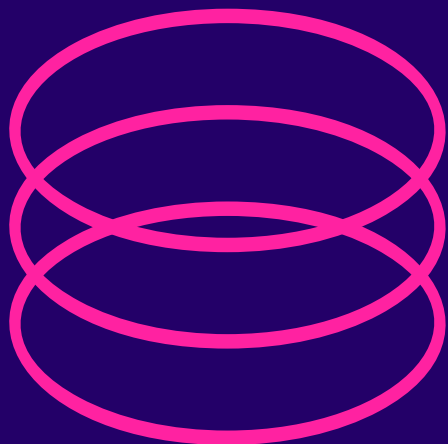
MISSÃO

Solucionar os problemas de comunicação dos clientes, impulsionando negócios e marcas para gerar resultado, valor para seus públicos e impacto positivo na comunidade. Atuar com o compromisso de respeito ao meio ambiente e à diversidade, promovendo equidade e inclusão, através de uma postura ambientalmente responsável, socialmente justa e com padrões éticos e transparentes de gestão. Manter-se aberta ao novo e investir no desenvolvimento contínuo de competências, apostando em uma cultura de dedicação, cuidado, afeto e qualidade nas relações interpessoais.



→ O que nos move

NORTEADORES ESTRATÉGICOS



Pluralidades protagonistas

Valorizamos a diversidade em todas as formas, promovendo inclusão e protagonismo em nossa equipe e campanhas.



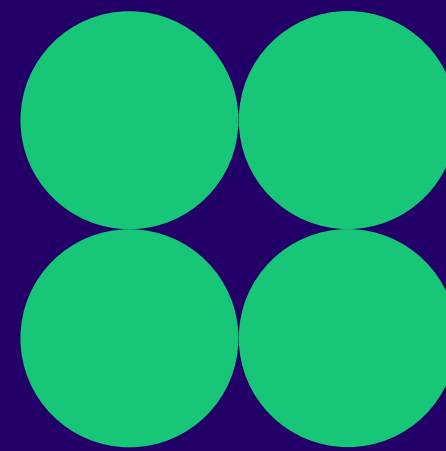
Ética colaborativa

Trabalhamos com integridade e diálogo, celebrando a autoria coletiva e a colaboração com colegas, clientes e parceiros.



Impacto criativo

Transformamos ideias em soluções reais para nossos clientes, gerando resultados concretos e otimizando investimentos.



Compromisso sustentável

Adotamos práticas que minimizam consequências ambientais e promovem o desenvolvimento social, em conexão com a comunidade.

→ Uma jornada em construção

A jornada ESG da Bistrô não começou em 2025. Ela vem sendo construída de forma gradual, a partir da evolução da cultura da agência, da ampliação das responsabilidades assumidas ao longo do tempo e da compreensão de que comunicação também gera impacto social, ambiental e reputacional. Antes mesmo de organizar essa agenda em políticas, comitês, indicadores e relatórios, muitos dos compromissos hoje associados ao ESG já estavam presentes na prática cotidiana da empresa: **no cuidado com as pessoas, na valorização da diversidade, na responsabilidade sobre as mensagens que colocamos no mundo, na relação com clientes e fornecedores e na atenção aos impactos da operação.**

Nos últimos anos, essa trajetória passou a ganhar mais estrutura. Entre 2022 e 2023, a Bistrô iniciou a organização mais formal de sua agenda ESG, com a consolidação de diretrizes, compromissos institucionais e discussões internas sobre diversidade, sustentabilidade, governança e responsabilidade na comunicação. Em 2024, esse movimento avançou com a formalização de políticas internas, a publicação do Código de Ética e Conduta, o fortalecimento de práticas de integridade, saúde mental, diversidade e responsabilidade ambiental, além da **criação de comitês temáticos voltados aos pilares Ambiental, Social, Governança e Inteligência Artificial.**

Em 2025, a Bistrô entrou em uma nova etapa de maturidade, tendo o Sistema B como objetivo estratégico por reunir parâmetros internacionais reconhecidos para empresas comprometidas com impacto positivo, responsabilidade socioambiental, governança e geração de valor para múltiplos públicos. Esse ciclo foi marcado por uma preparação intensa: **fortalecimento da governança ESG, ampliação dos processos de acompanhamento, organização de indicadores e construção de evidências capazes de tornar os compromissos da agência mais mensuráveis, rastreáveis e consistentes.**

Esse movimento representa uma virada importante. Diferente de empresas que primeiro constroem o discurso para depois buscar a prática, **a Bistrô percorreu o caminho inverso: partiu de uma cultura já existente e passou a normatizar, medir e comunicar com mais clareza aquilo que já orientava sua forma de atuar.** A aproximação com os critérios do Sistema B funciona, nesse contexto, como uma referência metodológica para avaliar como a agência gera valor para pessoas, clientes, comunidade, meio ambiente e governança.

Este relatório apresenta essa evolução: uma agenda ainda em construção, mas cada vez mais integrada à gestão do negócio. Ao reunir metas, evidências, indicadores e aprendizados, a Bistrô fortalece sua capacidade de prestar contas, revisar práticas e transformar compromissos em ações contínuas ao longo do tempo.

→ CONFIRA O
RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
E ESG 2022/2023

→ CONFIRA O
RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
E ESG 2024



Rotinas concretas para o dia a dia da agência

Na Bistrô, responsabilidade ambiental começa nas escolhas que fazemos todos os dias: como usamos a sede, consumimos energia e água, descartamos resíduos, contratamos fornecedores, planejamos deslocamentos e orientamos nossas equipes.

Em 2024, a enchente no Rio Grande do Sul trouxe mudanças significativas para a rotina da Bistrô e impulsionou uma revisão sobre o uso da nossa sede física. A partir desse contexto, a agência passou a ocupar um espaço menor, mais alinhado ao modelo home office consolidado após a Covid-19 e mais coerente com nossos compromissos ambientais. A nova sede foi pensada para integrar novas formas de trabalho, bem-estar, acessibilidade e práticas sustentáveis no cotidiano, com monitoramento de energia e água, sinalizações acessíveis, orientações de uso responsável dos espaços e alinhamento aos princípios do ISO Bistrô.

→ O ISO Bistrô, um sistema interno de gestão ambiental inspirado nos princípios da ISO 14001:2015 e adaptado à realidade de uma agência de comunicação e serviços criativos. O ISO Bistrô não substitui nem equivale a uma certificação formal, mas funciona como uma ferramenta proprietária de organização, monitoramento e melhoria contínua.

Em 2025, avançamos na estruturação do nosso Pilar Ambiental ao transformar boas práticas em um sistema mais organizado de gestão, monitoramento e melhoria contínua. Esse processo permitiu reunir indicadores, responsabilidades, metas e evidências relacionadas ao desempenho ambiental da agência, além de consolidar um manual de sustentabilidade para orientar o uso consciente da sede pelas equipes.

Entre os principais avanços do ciclo estão a realização do inventário de emissões, a compensação da pegada de carbono mapeada, a busca por maior eficiência energética, a gestão mais responsável de resíduos, o uso consciente da água e a consolidação de uma sede pensada para integrar trabalho, bem-estar, acessibilidade e menor impacto ambiental.



Essa evolução também reforça uma compreensão importante para empresas de serviços criativos: mesmo quando o impacto ambiental direto é menor do que em setores industriais, ele existe e precisa ser medido. A operação de uma agência consome recursos, gera resíduos, mobiliza fornecedores, influencia hábitos e participa da construção de narrativas sobre sustentabilidade.

Por isso, nossa atuação ambiental combina gestão interna e responsabilidade comunicacional. Queremos reduzir impactos na rotina da Bistrô e, ao mesmo tempo, contribuir para que marcas comuniquem suas práticas socioambientais com mais clareza, evidências e cuidado contra o greenwashing.

→ Em linha com os ODS priorizados pela agência (água, energia, cidades, consumo e clima) seguimos ampliando ações que contribuem para o fortalecimento de uma operação cada vez mais consciente



Rotinas concretas para o dia a dia da agência

Esse trabalho também se conecta aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável priorizados pela Bistrô, especialmente nos temas mais próximos da nossa operação, da gestão da sede, da relação com fornecedores e dos impactos diretos e indiretos da atividade criativa.

6

ÁGUA POTÁVEL
E SANEAMENTO



7

ENERGIA LIMPA
E ACESSÍVEL



11

CIDADES E
COMUNIDADES
SUSTENTÁVEIS



12

CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



13

AÇÃO CONTRA A
MUDANÇA GLOBAL
DO CLIMA





Operação, monitoramento e eficiência ambiental

A agenda ambiental da Bistrô vem evoluindo a partir da consolidação de **práticas mais estruturadas de acompanhamento, eficiência operacional e monitoramento dos impactos ligados ao funcionamento da agência.**

Desde a implantação da nova sede, em 2024, seguimos fortalecendo soluções voltadas ao uso mais consciente dos recursos e à construção de uma operação mais alinhada às diretrizes ambientais da empresa. Essa orientação também está presente no **guia de sustentabilidade da sede**, que reúne boas práticas para o uso dos espaços, dos equipamentos, da energia, da água e dos recursos compartilhados.



A sede opera com mecanismos de eficiência energética que incluem aproveitamento de luz natural, iluminação em LED e sistemas de controle de luminosidade, contribuindo para a redução do consumo elétrico ao longo do dia. Também avançamos no acompanhamento do consumo hídrico da operação, ampliando o monitoramento interno sobre o uso da água e fortalecendo práticas voltadas à redução de desperdícios e ao uso racional dos recursos da sede.

Além disso, a sede conta com sinalizações de acessibilidade e orientações visuais que apoiam uma experiência mais segura, inclusiva e consciente para as pessoas que circulam pelo espaço. Esses elementos reforçam a conexão entre sustentabilidade ambiental, cuidado com as pessoas e qualidade do ambiente de trabalho.

Em 2025, a Bistrô renovou o selo Planton, reforçando a continuidade do compromisso da agência com práticas ambientais conectadas à compensação de impactos e à construção de uma operação mais responsável.

Com apoio da Planton, realizamos o inventário de emissões da Bistrô e compensamos a pegada de carbono mapeada por meio de créditos certificados internacionalmente.

[→ Confira a jornada sustentável da Bistrô](#)

Além disso, a agência passou a incorporar o **Uber Planet** como solução complementar de compensação ambiental relacionada aos deslocamentos realizados pela plataforma.

A gestão de resíduos segue apoiada por uma política formal de **separação na origem, com lixeiras identificadas**, conteúdos de orientação e monitoramento mais estruturado sobre descarte e destinação correta dos materiais recicláveis.



Os resíduos separados são destinados a cooperativas parceiras, **fortalecendo práticas de economia circular e contribuindo para cadeias que também possuem impacto social e econômico.**

O reaproveitamento de materiais continua sendo parte importante dessa estratégia. **Aproximadamente 60% do mobiliário da sede anterior foi reutilizado**, reduzindo descartes e ampliando a vida útil de estruturas já existentes.

Sustentabilidade no cotidiano

A responsabilidade ambiental não depende apenas da infraestrutura da sede, mas se constrói a partir dos hábitos que orientem o uso dos espaços, dos recursos e dos equipamentos ao longo do dia.

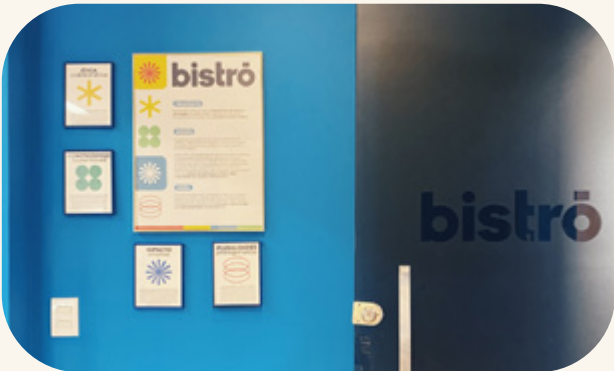
Em 2024, realizamos uma **Jornada Ambiental** com ações de engajamento interno voltadas à educação, mobilização e corresponsabilidade das equipes. A programação incluiu gincana ecológica, bazar e outras iniciativas que estimularam a reflexão sobre consumo consciente, reaproveitamento de materiais, descarte adequado e práticas sustentáveis aplicadas à rotina da agência.

Em 2025, **fortalecemos essas ações de educação ambiental com sinalizações internas voltadas a práticas simples e recorrentes**, como apagar luzes, desligar equipamentos eletrônicos e encerrar o uso da climatização ao final das atividades. A proposta é criar uma cultura de corresponsabilidade, em que cada pessoa reconheça seu papel na redução de desperdícios.



Também avançamos em soluções de mobilidade mais sustentável. Para os deslocamentos até a sede realizados por aplicativo, a Bistrô passou a **disponibilizar o Uber Planet para as pessoas colaboradoras**, incorporando uma alternativa complementar de compensação ambiental. A sede também conta com **bicicletário exclusivo, seguro e acessível**, incentivando deslocamentos não motorizados e oferecendo melhores condições para quem opta pela bicicleta no trajeto casa-trabalho.

Essa infraestrutura está conectada ao **ODS 11, voltado a cidades e comunidades sustentáveis**, e reforça a importância de pensar o **deslocamento urbano como parte da agenda ambiental** das empresas.



Sustentabilidade no cotidiano

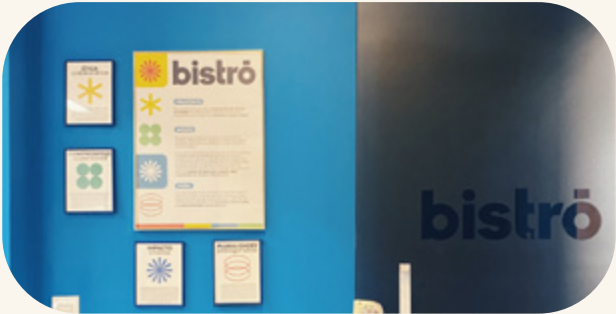
Energia	Água	Emissões	Resíduos	Reaproveitamento
Monitoramento do consumo energético com uso de iluminação LED, controle de luminosidade e aproveitamento de luz natural. Consumo total (em consolidação) + redução estimada de 30%. MONITORAMENTO 2025 MONITORAMENTO 2025 MONITORAMENTO 2024	Acompanhamento do consumo hídrico e fortalecimento de práticas voltadas ao uso racional da água. Consumo total (em consolidação) + redução estimada de 30%. MONITORAMENTO 2025 MONITORAMENTO 2024	Inventário realizado e compensação das emissões inventariadas por meio de créditos certificados, com apoio da Planton. O modelo de trabalho remoto também contribuiu para a redução da pegada de carbono da Bistrô, evitando deslocamentos diários entre casa e trabalho. Estima-se que, em 2025, aproximadamente 15,7 t de CO₂e deixaram de ser emitidas em razão do trabalho remoto. Acesse a página da Bistrô na Planton.	Separação na origem, monitoramento interno e destinação correta dos recicláveis por meio de cooperativas parceiras. Acesse a planilha com a pesagem de resíduos.	Manutenção do reaproveitamento de aproximadamente 60% do mobiliário oriundo da sede anterior.

O ciclo de 2025 marca o início de uma mensuração ambiental mais estruturada na Bistrô. Os indicadores absolutos de consumo, como kWh, litros de água e volume de resíduos, estão em fase de consolidação e passarão a compor uma base mais completa a partir de 2026, permitindo maior precisão, comparação entre períodos e definição de novas metas de redução.

Parcerias que **ampliam** a responsabilidade

Ao longo de 2025, mantivemos e fortalecemos parcerias com organizações e iniciativas que ajudam a ampliar a atuação socioambiental da Bistrô para além da operação direta da agência.

- Entre os destaques estão:
- **Coadesc, cooperativa responsável pela destinação correta de resíduos recicláveis;**
 - **Lixo Zero Canoas, iniciativa voltada à conscientização e gestão responsável de resíduos;**
 - **Heróis do Lacre, projeto de impacto social e ambiental ligado à reciclagem e inclusão.**



Essas parcerias reforçam uma compreensão importante da nossa jornada ESG: uma empresa não transforma seu entorno sozinha. Ela precisa se conectar a redes, reconhecer quem já atua no território e fortalecer iniciativas que tenham conhecimento, legitimidade e presença nas comunidades.

Ao integrar essas relações à rotina da agência, ampliamos a responsabilidade sobre os resíduos que geramos, incentivamos práticas de educação ambiental e contribuimos para que o impacto da Bistrô seja construído de forma mais coletiva, rastreável e conectada à realidade local.

O próximo ciclo do **pilar ambiental**

Para 2026, definimos compromissos de evolução alinhados ao ISO Bistrô, aos ODS priorizados pela agência e aos objetivos ambientais de longo prazo até 2030.

O foco do próximo ciclo será consolidar uma base mais precisa de dados, fortalecer rotinas de acompanhamento e transformar práticas já implementadas em metas monitoráveis. Essa evolução permitirá comparar resultados ao longo do tempo, identificar oportunidades de redução de impacto e orientar decisões com mais segurança.

- Compromissos Ambientais para 2026**
- Manter o inventário anual de emissões da sede e a compensação das emissões mapeadas.
 - Ampliar ações de eficiência energética, com acompanhamento do consumo em kWh.
 - Avaliar a viabilidade de migração para o uso de energia renovável, com o objetivo de alcançar uma matriz 100% solar na sede.
 - Fortalecer critérios ESG na seleção e avaliação de fornecedores.
 - Consolidar parceiro fixo para descarte adequado de resíduos eletrônicos.
 - Expandir treinamentos de educação ambiental para equipes e lideranças.
 - Aprimorar o monitoramento de água, energia e resíduos, com indicadores absolutos e comparáveis.

Esses compromissos representam o avanço de uma etapa importante: sair de práticas ambientais pontuais para uma gestão mais mensurável, capaz de acompanhar infraestrutura, rotina e cultura com maior precisão.



Pessoas no **centro** da nossa evolução

Na Bistrô, o **Pilar Social** nasce da compreensão de que **comunicação é feita por pessoas**, atravessa relações humanas e influencia a forma como marcas, culturas e sociedades se conectam.

Por isso, a responsabilidade social não se limita às campanhas que produzimos. **Ela aparece, também, na maneira como estruturamos nossa cultura, desenvolvemos lideranças, acolhemos diferentes trajetórias e criamos condições para que as pessoas possam trabalhar com segurança, pertencimento e possibilidade real de crescimento.**

Em 2025, seguimos fortalecendo práticas ligadas à **diversidade, saúde mental, desenvolvimento humano, acessibilidade, bem-estar e segurança psicológica**, ampliando a integração desses temas à gestão cotidiana da agência.

Esse movimento reforça uma responsabilidade importante para a Bistrô: compreender que impacto social não acontece apenas dentro da empresa, mas também nas narrativas, projetos e posicionamentos que ajudamos a colocar em circulação.

Estruturamos uma **cultura de cuidado, escuta e responsabilidade contínua** e consolidamos as iniciativas, seguindo coerente com os compromissos que assumimos.



Frentes sociais estruturadas em 2025

Saúde e bem-estar
Vale Saúde
+ Wellhub
+ ações de cuidado contínuo



Acessibilidade e acolhimento
Infraestrutura inclusiva e apoio à parentalidade



Desenvolvimento humano
Escola Bistrô
+ formação contínua



Diversidade e inclusão
Censo interno + políticas de diversidade



Segurança psicológica
Conexa
+ espaços de escuta

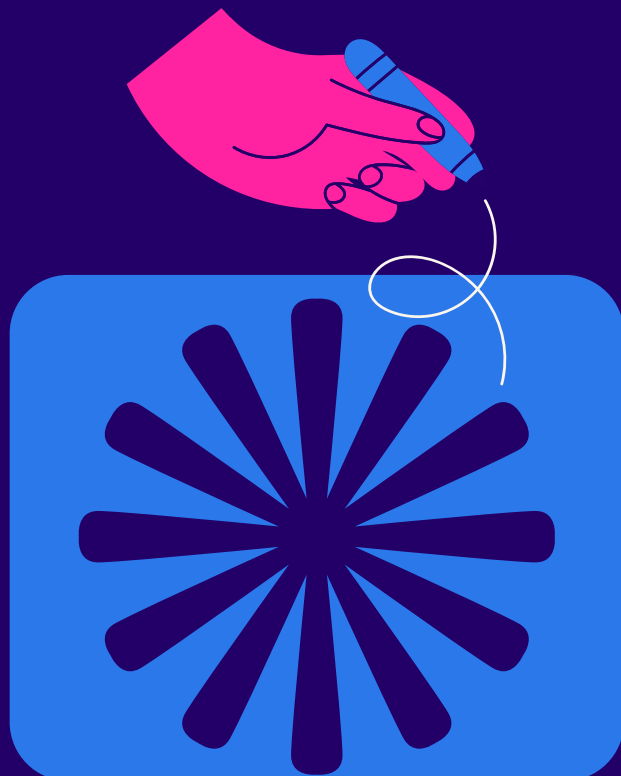


Estamos em um momento de consolidação dos indicadores quantitativos relacionados a diversidade, engajamento e bem-estar, a partir do Censo Interno de Diversidade de 2025 e 2026, ocorrido em julho do mesmo ano.

Pluralidade como motor criativo

A diversidade sempre fez parte da forma como a Bistrô entende criatividade, cultura e responsabilidade. Em uma agência de comunicação, repertórios diferentes mudam as perguntas que fazemos, as referências que acionamos, as histórias que contamos e os estereótipos que escolhemos não repetir.

Por isso, equipes plurais são importantes para a qualidade do trabalho e para a coerência da nossa atuação. Uma agência que ajuda marcas a se relacionarem com a sociedade precisa olhar para dentro e perguntar quem participa das decisões, quem tem espaço para criar, quem é escutado e quais trajetórias ainda precisam ser mais bem representadas.



EM 2025, SEGUIMOS FORTALECENDO POLÍTICAS E PRÁTICAS VOLTADAS À INCLUSÃO, À EQUIDADE E AO ENFRENTAMENTO DE QUALQUER FORMA DE DISCRIMINAÇÃO. ESSE COMPROMISSO SE EXPRESSA EM PROCESSOS SELETIVOS, DIRETRIZES INTERNAS DE LINGUAGEM, TREINAMENTOS CONTÍNUOS E FERRAMENTAS PROPRIETÁRIAS COMO O **GUIA PARA UMA PUBLICIDADE DIVERSENSÍVEL**, QUE ORIENTA A CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS MAIS RESPONSÁVEIS, INCLUSIVAS E ATENTAS AOS IMPACTOS DA COMUNICAÇÃO.

Avançamos na construção de um ambiente seguro e acolhedor, onde diferentes identidades, expressões, corpos, crenças, idades, origens e trajetórias possam coexistir com respeito, pertencimento e possibilidade real de desenvolvimento.



A Bistrô é a melhor empresa do Brasil, entre as pequenas empresas, no ranking GPTW 2024/2025 Diversidade LGBTI+ e terceiro lugar no ranking Étnico-Racial.



A Bistrô também está presente no ranking GPTW na categoria Melhores Agências de Publicidade - Pequenas Empresas.

Pluralidade como motor criativo

Frentes sociais estruturadas em 2025

30% de pessoas não brancas na equipe

EM PROCESSO

HOJE TEMOS 23,6%

50% de mulheres na equipe e na criação

META CUMPRIDA

HOJE TEMOS 63,6% EM TODA A EQUIPE

Acolhimento à população LGBTQIA+ incluindo pessoas trans nas áreas fim

META CUMPRIDA

HOJE TEMOS 50,9% DE REPRESENTATIVIDADE LGBTQIA+ ENTRE TRABALHADORES, INCLUINDO 5,5% DE PESSOAS TRANS



Presença de PCDs na equipe

META CUMPRIDA

HOJE TEMOS 3,6%

Presença de pessoas 50+ na equipe

META EM DESENVOLVIMENTO



Dados referentes ao nosso Censo Interno de Diversidade de 2025 / 2026.



Como medimos diversidade

Os dados são coletados por censo interno, com participação voluntária, respostas anônimas e autodeclaração. Essa metodologia respeita a privacidade das pessoas e permite acompanhar a evolução dos compromissos de diversidade ao longo do tempo.

Bem-estar, aprendizagem e trabalho decente

Na Bistrô, cuidado e desenvolvimento humano fazem parte da forma como entendemos sustentabilidade nas relações de trabalho. E em 2025, fortalecemos **práticas ligadas à saúde mental, aprendizagem contínua, segurança psicológica e qualificação das condições de trabalho**, buscando construir um ambiente mais saudável, equilibrado e sustentável para as equipes.

A **Escola Bistrô** segue como uma das principais plataformas de desenvolvimento interno da agência, promovendo formações ligadas à criatividade, tecnologia, ESG, ética, diversidade e uso responsável de inteligência artificial.

Também avançamos na estruturação da comunicação interna e dos processos de gestão de pessoas com a implementação do **Feedz**, plataforma interna da Bistrô que reúne informações importantes sobre a agência e seus clientes, facilita trocas entre equipes, apoia feedbacks, reuniões 1:1 e o acompanhamento do clima da empresa, incluindo o termômetro de humor das pessoas colaboradoras.

Mantivemos ainda **iniciativas voltadas ao bem-estar emocional e à escuta das equipes**, incluindo programas de apoio psicológico, ações de clima organizacional e fortalecimento de espaços seguros de diálogo.



* Mental health certified

Como parte dessa agenda, a Bistrô manteve o selo Mental Health Certified, da consultoria Great People, reforçando a continuidade dos investimentos relacionados à saúde emocional das equipes.

* Diretrizes da NR-1

Como parte da agenda de saúde e segurança no trabalho, a Bistrô iniciou a adequação às diretrizes atualizadas da NR-1, com atenção ao gerenciamento de riscos psicossociais. No ciclo, foram atualizados documentos obrigatórios como PGR, PCMSO e LTCAT.

Programa de Gerenciamento de Riscos
(vigência: abr/2025 a abr/2027)

Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional
(vigência: abr/2025 a abr/2026)

Laudo Técnico das Condições Ambientais de Trabalho
(vigência: abr/2025 a abr/2027)

O Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) será lançado no prazo de 26 de maio de 2026, em conformidade com a atualização da NR-1.

* Movimento salário digno

A Bistrô também é uma empresa comprometida com o **Movimento Salário Digno** e reconhece a remuneração digna como elemento central do trabalho decente e da justiça social. A empresa adota como referência a metodologia do Anker Research Institute, que define salário digno como a remuneração suficiente para assegurar condições adequadas de vida a uma pessoa trabalhadora e sua família, considerando uma jornada integral, custos locais de moradia, alimentação, transporte, saúde, educação e outras necessidades essenciais.



Atualmente, o salário digno orienta a evolução das práticas de remuneração da Bistrô, em alinhamento às diretrizes do Sistema B Brasil e aos princípios do Pacto Global da ONU.



Comunicação como impacto social

As narrativas que ajudamos a construir impactam comportamento, cultura, representatividade e percepção pública sobre diferentes temas. **Por isso, responsabilidade social também faz parte da forma como pensamos campanhas, posicionamentos e projetos criativos.**

Além da atuação interna, a agência mantém iniciativas voltadas ao desenvolvimento de projetos pro bono e campanhas alinhadas a **impacto social, diversidade, saúde e direitos humanos.**

* Política de trabalho pro bono

A atuação pro bono da **Bistrô** busca apoiar instituições, causas e iniciativas alinhadas aos valores da agência e à construção de impacto positivo na sociedade. Em 2025, a agência desenvolveu projetos voltados à conscientização, saúde, diversidade e transformação social, conectando criatividade, estratégia e responsabilidade cultural.



* Cases



OUTUBRO ROSA 2025 - IMAMA

Em parceria com o Instituto da Mama do Rio Grande do Sul, a Bistrô desenvolveu uma campanha voltada à conscientização sobre autocuidado e prevenção do câncer de mama.

O projeto incluiu filme, jingle, KV e estratégia narrativa construída para transformar pequenos gestos cotidianos em um convite à priorização da própria saúde.

A campanha foi desenvolvida de forma **pro bono** e recebeu Prata em Criatividade – Áudio/Rádio no Salão da ARP 2025.



MUSEU DO ORGULHO - BISTRÔ

Criada para o Pride 2025, a campanha Museu do Orgulho nasceu como uma provocação sobre o risco de tratar diversidade como tendência passageira.

O projeto contou com um filme manifesto, landing page, tour virtual e conteúdos educativos relacionados ao impacto econômico e social da diversidade.

A campanha recebeu Bronze em Inovação e Bronze em Projeto ESG no Salão da ARP 2025.



Um espaço que acolhe diferentes realidades

Na Bistrô, o cuidado com as pessoas também se expressa no desenho da sede e na forma como o espaço acolhe diferentes corpos, rotinas e necessidades.

A agência conta com banheiro acessível para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, contribuindo para autonomia, dignidade e melhores condições de circulação e permanência.

Também adotamos banheiros sem distinção de gênero, reforçando nosso compromisso com o respeito às diferentes identidades e com a construção de um ambiente mais seguro para pessoas LGBTQIA +.

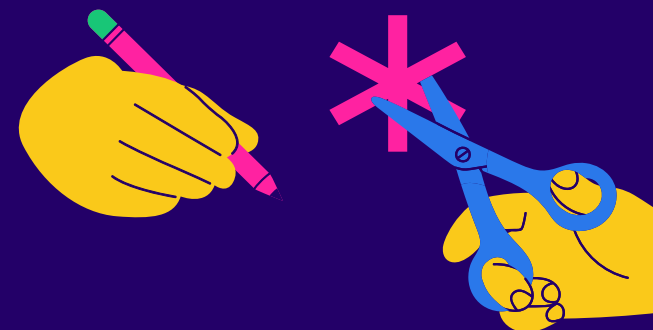
Em 2025, mantivemos estruturas de apoio à parentalidade e ao zelo familiar, como espaço kids, trocador de fraldas em área comum, espaço de amamentação e suporte em situações emergenciais familiares.

Essas escolhas partem de uma compreensão simples: pessoas vivem realidades diferentes fora do trabalho, e uma cultura de cuidado precisa reconhecer essa complexidade. Ao adaptar espaços e rotinas, buscamos criar uma experiência profissional mais humana, inclusiva e compatível com as necessidades concretas de quem faz parte da Bistrô.



Apoio à parentalidade e ao cuidado familiar

- Espaço kids;
- Trocador de fraldas em área comum;
- Espaço de amamentação;
- Suporte em situações emergenciais familiares.



O próximo ciclo do pilar social

Para 2026, a Bistrô seguirá fortalecendo o Pilar Social com foco em cuidado, diversidade, desenvolvimento, acessibilidade e mensuração. Depois de consolidar práticas importantes em 2025, o próximo ciclo será dedicado a acompanhar melhor seus resultados, ampliar a consistência das políticas internas e transformar percepções em dados comparáveis ao longo do tempo.

Compromissos Sociais para 2027

- ➔ Ampliar programas de formação e letramento ESG, com temas relacionados à diversidade, direitos humanos, comunicação responsável, saúde mental, ética e sustentabilidade.
- ➔ Fortalecer políticas de diversidade e inclusão, com acompanhamento das metas já estabelecidas e revisão das práticas de recrutamento, desenvolvimento e permanência.
- ➔ Evoluir ações de saúde mental e bem-estar, integrando programas, escutas internas e aprendizados do processo de certificação Mental Health.
- ➔ Ampliar práticas de acessibilidade física e digital, considerando tanto os espaços da agência quanto os conteúdos, documentos, canais e experiências produzidos pela Bistrô.
- ➔ Consolidar iniciativas de apoio à parentalidade e ao cuidado familiar, tornando mais claras as práticas disponíveis e os critérios de acesso.
- ➔ Monitorar indicadores de clima, pertencimento e segurança psicológica, com base em pesquisas internas, censo de diversidade e outros instrumentos de escuta.
- ➔ Aplicar o Programa de Gerenciamento de Riscos, em conformidade com a NR-1.



O próximo ciclo reforça uma compreensão central para a Bistrô: a transformação social não começa apenas nas campanhas que colocamos no mundo. Ela começa também dentro da empresa, na forma como contratamos, escutamos, cuidamos, desenvolvemos e criamos condições para que diferentes pessoas possam permanecer e crescer.

Estruturas que sustentam confiança

Na Bistrô, governança significa organizar como decisões são tomadas, responsabilidades são distribuídas e condutas são orientadas no cotidiano da agência.

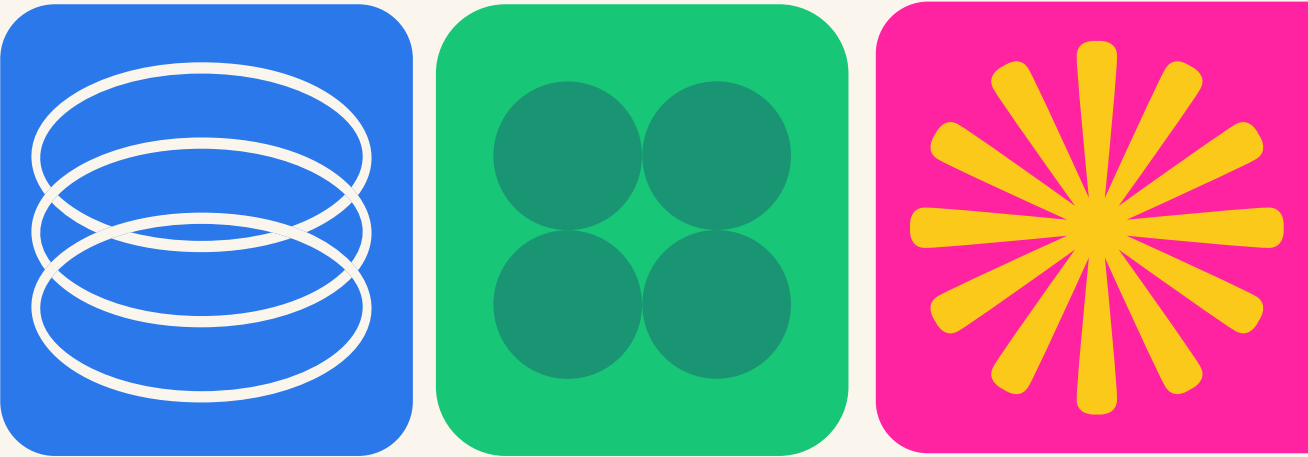
Além de ser um conjunto de normas, entendemos a governança como a **base que ajuda a sustentar a coerência entre aquilo que defendemos publicamente e a forma como operamos internamente**. Ela **cria critérios, reduz improvisos, fortalece a transparência e dá mais segurança** às relações com colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores e sociedade.

O ciclo de 2025 consolidou as políticas internas, fluxos de acompanhamento, mecanismos de conformidade e instâncias de decisão voltadas à sustentabilidade do negócio no longo prazo. Esse movimento amplia nossa capacidade de gestão, reduz riscos reputacionais e operacionais e fortalece a confiança dos públicos com os quais nos relacionamos.



O Código de Ética e Conduta da Bistrô formaliza os valores, princípios e comportamentos esperados de todas as pessoas que atuam com a agência. **O documento orienta uma visão ética das relações de trabalho, com foco em respeito mútuo, diversidade, responsabilidade, integridade e transparência.**

A governança é o elo que conecta estratégia, cultura e evidências. É por meio dela que compromissos deixam de depender apenas da intenção das pessoas e passam a fazer parte de processos, registros e responsabilidades.



→ Governança ESG na prática

Em 2025, a Bistrô deu mais clareza à sua estrutura de governança ESG, definindo papéis, responsabilidades e rotinas de acompanhamento para os temas ambientais, sociais e de governança.

Essa organização permite que a agenda de sustentabilidade deixe de depender de iniciativas dispersas e passe a ser conduzida por instâncias com atribuições mais claras, capacidade de análise e responsabilidade sobre encaminhamentos.



Comitê ESG - Pilar Ambiental

Acompanha temas ligados à infraestrutura da sede, gestão de resíduos, consumo de energia e água, inventário de emissões, compensação de carbono e critérios socioambientais para fornecedores.



FERNANDA



GABRIELA



MARTHA



TAINÁ



Comitê ESG - Pilar Social

Atua sobre diversidade, bem-estar, clima organizacional, pertencimento, saúde mental, desenvolvimento e iniciativas de apoio à parentalidade.



LEONARDO



HIAGO



JORDANA



YASMIN



BENI



FEVI



Comitê ESG - Pilar Governança

Acompanha compliance, ética, riscos internos, políticas corporativas, canal de denúncias, integridade nas relações e transparência na gestão.



FERNANDA



JULIANA



DOUGLAS



Comitê de IA e Inovação

Orienta o uso responsável da inteligência artificial, com atenção às boas práticas criativas, à inclusão, à segurança da informação e aos impactos do uso de tecnologia no trabalho da agência.



PAULA



ISRAEL



OTÁVIO



GABRIELA



RAFAEL



LÉO



COMO MONITORAMOS
A GOVERNANÇA ESG DA BISTRÔ
SE APOIA EM UMA ROTINA
DE REUNIÕES PERIÓDICAS,
ACOMPANHAMENTO DE
INDICADORES, REVISÃO DE METAS
E REGISTRO DE DECISÕES. ESSE
PROCESSO AJUDA A ORGANIZAR
PRIORIDADES, AVALIAR AVANÇOS,
IDENTIFICAR DESAFIOS E MANTER
RASTREABILIDADE SOBRE OS
ENCAMINHAMENTOS DEFINIDOS EM
CADA FRENTE.

Essa estrutura fortalece a corresponsabilidade e integra a sustentabilidade à gestão do negócio. Em vez de concentrar a agenda em uma única área ou liderança, a Bistrô **distribui responsabilidades e cria mecanismos para que diferentes temas sejam acompanhados com mais regularidade e consistência.**

Integridade para orientar relações e decisões

Na Bistrô, integridade significa criar condições para que decisões importantes não dependam apenas da boa intenção das pessoas. Elas precisam estar apoiadas em diretrizes claras, responsabilidades definidas, registros e mecanismos de acompanhamento.

Em 2025, seguimos fortalecendo políticas e práticas voltadas à ética corporativa, à prevenção de riscos e à transparência nas relações com colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores e demais públicos da agência.

Esse eixo se manifesta na aplicação do Código de Ética e Conduta, na formalização de diretrizes internas, no acompanhamento dos processos de contratação de fornecedores, na conformidade legal das práticas ambientais e na atuação periódica dos comitês responsáveis pelos temas ESG.

Como agência de comunicação, também reconhecemos uma responsabilidade específica: a integridade das narrativas que ajudamos a colocar no mundo. Por isso, reforçamos a atenção à prevenção de greenwashing, à coerência entre discurso e prática e à ética na comunicação de marcas, causas e compromissos socioambientais.

✱ Onde a integridade aparece na prática



PARA A BISTRÔ, TRANSPARÊNCIA É CONSTRUIR RELAÇÕES DE CONFIANÇA A PARTIR DE EVIDÊNCIAS, LIMITES RECONHECIDOS E COMPROMISSOS QUE POSSAM SER ACOMPANHADOS AO LONGO DO TEMPO.

Inovação com responsabilidade

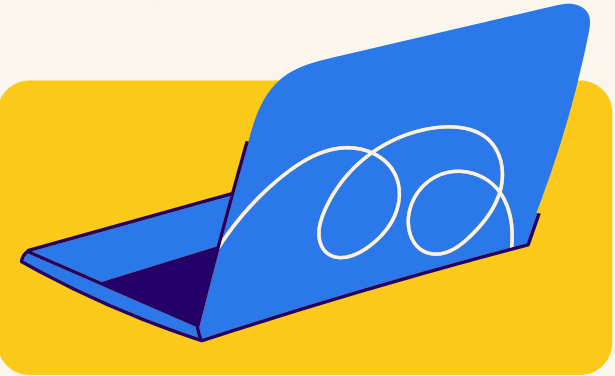
Em um cenário de transformação acelerada, a governança da Bistrô também se estende à forma como utilizamos tecnologia, dados e inteligência artificial no cotidiano da agência.

Em 2025, consolidamos as **Diretrizes de Treinamento para o ChatGPT**, documento interno construído com base nos princípios do Guia para uma Publicidade Diverssensível. O objetivo é orientar o uso ético, seguro e responsável da inteligência artificial, preservando a qualidade criativa, a proteção das informações e o respeito às pessoas representadas nas narrativas que produzimos.

O material estabelece parâmetros para criação de prompts, segurança da informação, proteção de dados, linguagem inclusiva, responsabilidade autoral, integridade criativa e prevenção de vieses discriminatórios.



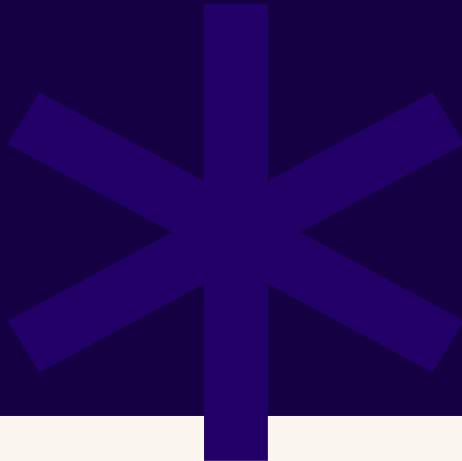
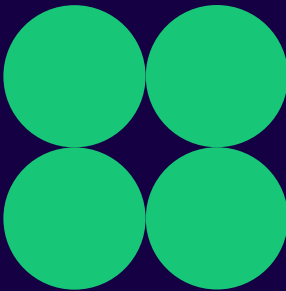
Além de incorporar novas ferramentas, buscamos garantir que a tecnologia esteja a serviço das pessoas, da criatividade responsável e da confiança nas relações. Para a Bistrô, inovação só faz sentido quando amplia possibilidades sem enfraquecer direitos, segurança, autoria e diversidade.



CONFORMIDADE COM A LGPD (LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS)

A BISTRÔ MANTÉM PROCESSOS E INSTRUMENTOS VOLTADOS À CONFORMIDADE COM A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD), BUSCANDO ASSEGURAR O TRATAMENTO RESPONSÁVEL, SEGURO E TRANSPARENTE DAS INFORMAÇÕES COM AS QUAIS TRABALHA.

ENTRE AS PRÁTICAS ADOTADAS ESTÃO A INCLUSÃO DE CLÁUSULAS DE PROTEÇÃO DE DADOS EM CONTRATOS, A DEFINIÇÃO DE POLÍTICAS INTERNAS DE TRATAMENTO E ARMAZENAMENTO DE INFORMAÇÕES, O USO DE TERMOS DE CONSENTIMENTO QUANDO APLICÁVEL, A REALIZAÇÃO DE TREINAMENTOS SOBRE PRIVACIDADE E SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E A NOMEAÇÃO DE PESSOA RESPONSÁVEL PELO ACOMPANHAMENTO DA CONFORMIDADE COM A LGPD.



Criatividade com responsabilidade cultural

Na Bistrô, entendemos que uma parte importante da governança está no que fazemos todos os dias: comunicar.

Como agência, nosso trabalho vai além da criação de campanhas, marcas e conteúdos. Participamos da construção de narrativas que influenciam percepções, repertórios e conversas públicas. Por isso, cada estratégia, conceito criativo e peça desenvolvida carrega uma responsabilidade sobre o modo como pessoas, causas, territórios e comportamentos são representados.

EM 2025, FORTALECEMOS A INTEGRAÇÃO ENTRE CRIATIVIDADE, RESPONSABILIDADE SOCIAL E COMPROMISSO AMBIENTAL NAS ENTREGAS AOS CLIENTES. ESSE MOVIMENTO APARECE NA FORMA COMO ORIENTAMOS NARRATIVAS MAIS INCLUSIVAS, EVITAMOS ESTEREÓTIPOS, CUIDAMOS DA COMUNICAÇÃO DE TEMAS SOCIOAMBIENTAIS E BUSCAMOS COERÊNCIA ENTRE AQUILO QUE AS MARCAS AFIRMAM E AS PRÁTICAS QUE CONSEGUEM DEMONSTRAR.

Acreditamos que a comunicação pode ampliar debates, estimular escolhas mais conscientes e abrir espaço para múltiplas vozes nas campanhas e nos ambientes de decisão. Mas esse potencial exige método, escuta e responsabilidade. Não basta comunicar boas causas; é preciso fazer isso com evidências, respeito às pessoas envolvidas e atenção aos efeitos culturais de cada mensagem.

**Nosso negócio é
comunicação.
Nosso impacto
também é cultural.**

Em 2025, a Bistrô desenvolveu campanhas, ativações e projetos que reforçaram o papel da comunicação na construção de percepções, comportamentos e relações entre marcas, pessoas e sociedade.



Nosso compromisso é criar narrativas que estejam conectadas ao tempo em que vivemos, respeitem a diversidade, evitem estereótipos e promovam vínculos mais conscientes entre marcas e seus públicos. Essa responsabilidade aparece desde a estratégia até a revisão final das entregas, passando pela escolha de linguagem, imagens, personagens, referências culturais e mensagens-chave.

A aplicação do [Guia para uma Publicidade Diverssensível](#) e das diretrizes internas de linguagem inclusiva segue sendo uma ferramenta importante para criação, revisão e validação dos trabalhos. Esses materiais ajudam as equipes a identificar riscos, ampliar repertórios e qualificar decisões criativas com mais atenção à representatividade, à inclusão e aos impactos sociais da comunicação.

Também reforçamos critérios de responsabilidade reputacional nas entregas aos clientes, com atenção à prevenção de greenwashing, à apropriação indevida de causas sociais, ao uso superficial de pautas identitárias e à reprodução de discursos excludentes.

Buscamos campanhas coerentes, capazes de gerar resultados para as marcas sem abrir mão de evidência, respeito, responsabilidade cultural e integridade na mensagem.

Como avaliamos responsabilidade nas campanhas



1. A narrativa evita estereótipos?
2. A causa comunicada tem evidências reais por trás?
3. As pessoas representadas foram retratadas com respeito e contexto?
4. A promessa da marca é proporcional ao que ela consegue comprovar?

Parcerias construídas com confiança

A relação com clientes é uma dimensão importante do impacto da Bistrô. Como agência de comunicação, influenciamos a forma como marcas se posicionam, dialogam com seus públicos e tornam visíveis seus compromissos, desafios e responsabilidades.

Em 2025, atendemos clientes de diferentes setores, incluindo materiais de construção, mercado imobiliário, saúde, indústria, e-commerce/ varejo e educação. Essa diversidade amplia nosso repertório criativo e também aumenta a responsabilidade sobre as narrativas que ajudamos a construir em mercados com impactos sociais, ambientais e reputacionais distintos.

Ao longo do ciclo, seguimos incorporando critérios ESG em projetos estratégicos, fortalecendo o papel consultivo da agência junto aos clientes. Esse trabalho aparece na orientação de posicionamentos institucionais, na revisão de mensagens, na prevenção de riscos reputacionais e no cuidado para que campanhas e conteúdos mantenham coerência entre discurso, evidências e prática.

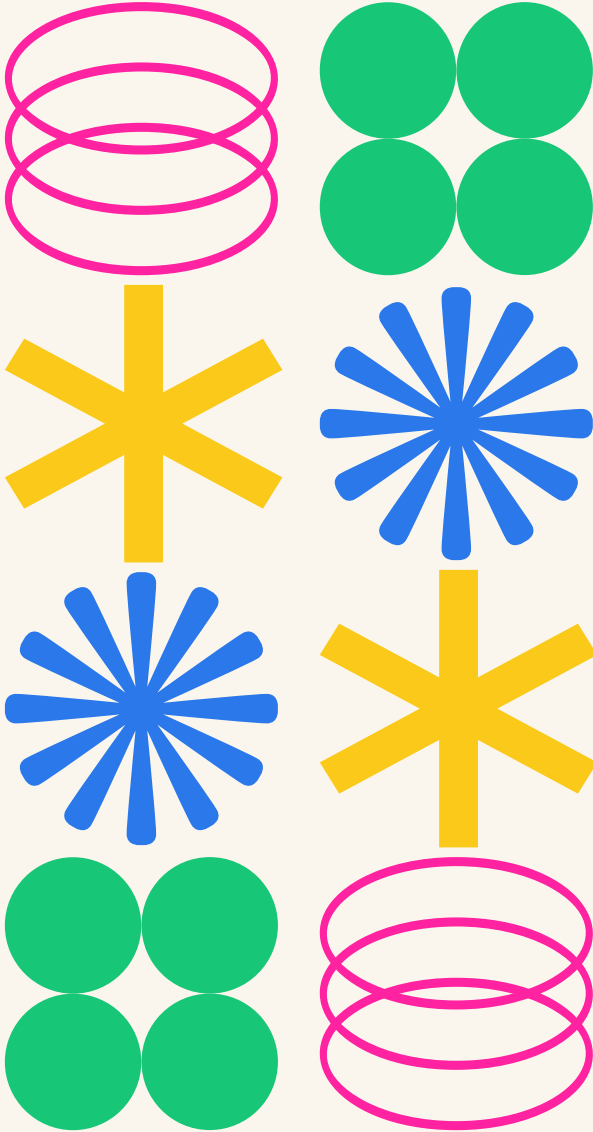
Nosso modelo de relacionamento valoriza escuta, proximidade e construção colaborativa. Mais do que entregas pontuais, buscamos relações consistentes, muitas vezes desenvolvidas ao longo de anos de parceria, com confiança suficiente para aprofundar conversas, revisar caminhos e qualificar decisões de comunicação.

Essa proximidade permite que a Bistrô contribua para além da criação de campanhas. Atuamos também na construção de reputação, no fortalecimento de narrativas institucionais e no alinhamento das marcas a agendas sociais, ambientais e de governança cada vez mais presentes nas expectativas da sociedade e do mercado.

14 clientes atendidos de diferentes setores

MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO;
MERCADO IMOBILIÁRIO;
SAÚDE;

INDÚSTRIA;
E-COMMERCE / VAREJO;
EDUCAÇÃO.



Responsabilidade integrada ao processo criativo

Em 2025, avançamos na consolidação de critérios socioambientais, éticos e reputacionais dentro do nosso processo de entrega.

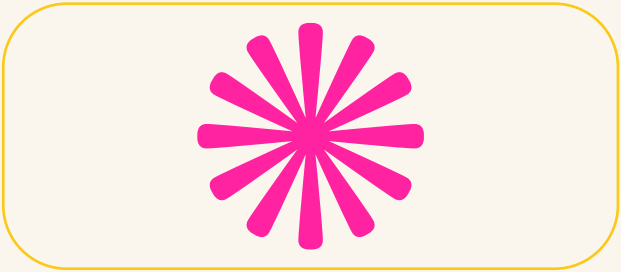
Na prática, isso significa que **temas como sustentabilidade, diversidade, linguagem inclusiva, segurança reputacional e prevenção de greenwashing** passaram a compor de forma mais estruturada os fluxos de briefing, criação, revisão e aprovação.

A análise de risco narrativo começa ainda nas primeiras etapas do projeto. Observamos a coerência entre a mensagem proposta e as práticas da marca, a forma como pessoas e grupos são representados, os dados que sustentam afirmações socioambientais e os possíveis efeitos culturais de cada campanha ou conteúdo.

Esse cuidado qualifica a criação. Entregas construídas com escuta, evidência e responsabilidade tendem a ser mais consistentes para clientes e mais respeitosas com os públicos.

* Critérios aplicados ao processo criativo

- Linguagem inclusiva
- Prevenção de greenwashing
- Responsabilidade social da mensagem
- Segurança reputacional
- Coerência com o propósito e as práticas da marca
- Representatividade e prevenção de estereótipos
- Uso responsável de dados, imagens e referências culturais



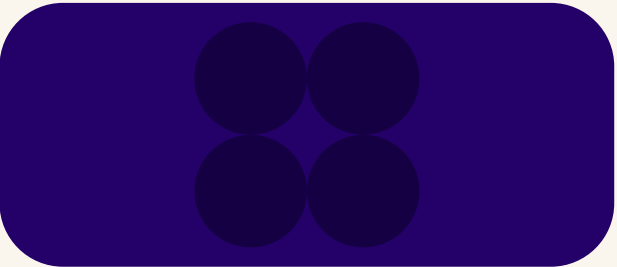
Responsabilidade na cadeia e no território

O impacto da Bistrô não se limita às equipes internas nem às entregas realizadas para clientes. Ele também se expressa na forma como nos relacionamos com fornecedores, parceiros, comunidades, clientes e demais stakeholders que fazem parte do nosso ecossistema.

Como agência de comunicação, atuamos em rede. Dependemos de profissionais, empresas e organizações que participam da produção de campanhas, eventos, conteúdos, ativações, tecnologia, infraestrutura e serviços especializados. Por isso, a maturidade ESG da Bistrô também passa pela forma como escolhemos, contratamos, orientamos, acompanhamos e avaliamos essa cadeia.

A partir de 2024, avançamos na mensuração das práticas e percepções relacionadas aos nossos clientes e stakeholders. Esse movimento incluiu a elaboração de relatórios sobre práticas de clientes, a coleta de depoimentos para o nosso site e o fortalecimento da diversidade de vozes que ajudam a refletir a forma como a Bistrô se relaciona com o mercado, seus parceiros e os públicos impactados por sua atuação.

Em 2025, seguimos ampliando essa visão com a criação de um Programa de Monitoramento de Bem-estar e Satisfação de Clientes, alinhado à política ESG da agência. A iniciativa estabelece um processo contínuo, estruturado e transparente para acompanhar os resultados das campanhas e estratégias desenvolvidas pela Bistrô, bem como a qualidade da relação, a satisfação, o bem-estar e o nível de fidelização dos clientes.



Nesse processo, desenvolvemos indicadores formais de **NPS** e **CSAT**. O NPS, Net Promoter Score ou Índice Líquido de Promotores, mede o grau de lealdade e satisfação dos clientes a partir da probabilidade de recomendarem a agência, seus produtos ou serviços. Já o CSAT, Customer Satisfaction Score ou Índice de Satisfação do Cliente, avalia a satisfação com a entrega e com a experiência de atendimento, considerando aspectos como qualidade da interação, clareza dos processos, alinhamento estratégico, percepção de valor, inclusão, acessibilidade e resultados percebidos.

Também estruturamos uma política de **SLA**, Service Level Agreement ou Acordo de Nível de Serviço, estabelecendo expectativas, prazos de entrega e padrões de qualidade para trazer mais transparência, previsibilidade e eficiência às relações com clientes e equipes internas. Em conjunto, NPS, CSAT e SLA fortalecem uma cultura de escuta, melhoria contínua e prestação de contas, permitindo que a Bistrô acompanhe suas relações com mais consistência e transforme feedbacks em ajustes de processos, treinamentos e ações de aprimoramento.

Essa agenda exige um olhar atento para além da entrega final. Ela envolve critérios de contratação, respeito às relações de trabalho, práticas ambientais, integridade nas negociações, valorização de parceiros locais, qualidade no atendimento e cuidado com os impactos que cada projeto pode gerar nos territórios onde acontece.

Escolhas responsáveis em toda a cadeia

Em 2025, a Bistrô avançou na incorporação de critérios socioambientais e éticos na seleção e no relacionamento com fornecedores.

Esse movimento está alinhado às diretrizes do ISO Bistrô, nosso sistema interno de gestão ambiental, que orienta requisitos relacionados à conformidade legal, à responsabilidade ambiental e à melhoria contínua das práticas que sustentam a operação da agência.

A avaliação de parceiros passou a considerar, além de qualidade e prazo, aspectos como:

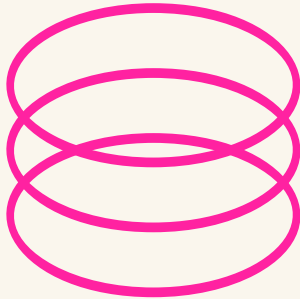
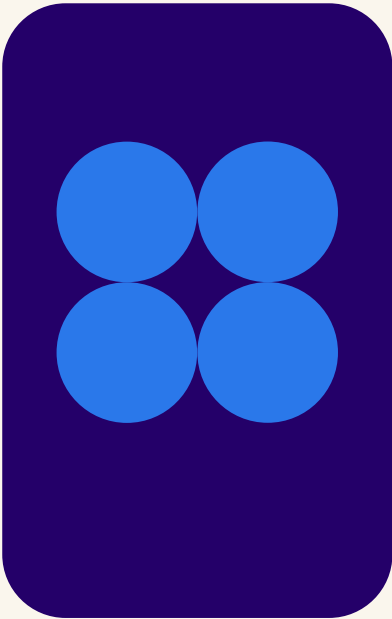
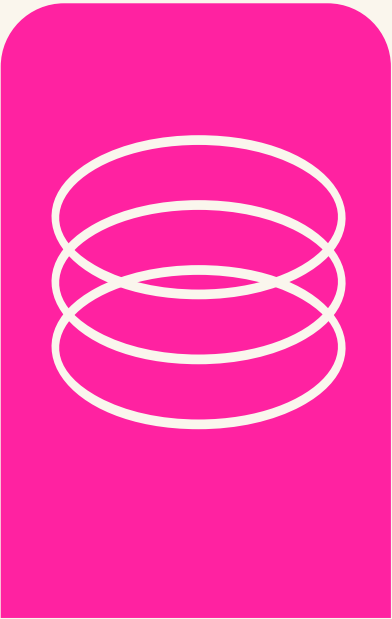
- conformidade legal e fiscal;
- práticas ambientais;

- reputação e integridade;
- alinhamento com diversidade e inclusão;
- destinação adequada de resíduos e materiais.

Priorizamos fornecedores que compartilham princípios de responsabilidade, transparência, respeito às pessoas e cuidado com os impactos ambientais e sociais de suas atividades.

Em 2026, avançaremos na formalização de um modelo estruturado de avaliação ESG de fornecedores, com critérios padronizados, registros de acompanhamento e revisão periódica. O objetivo é tornar essa análise mais consistente, comparável e integrada às decisões de contratação.

A sustentabilidade também aparece nas escolhas que fazemos ao contratar.



Compromisso com a comunidade e o entorno

A Bistrô reconhece que seu papel social passa pela relação com a comunidade e com o território onde está inserida. Uma empresa não existe isolada: **ela ocupa espaços, movimenta redes, estabelece parcerias e influencia a vida ao seu redor.**

Em 2025, seguimos apoiando e articulando iniciativas conectadas à sustentabilidade, inclusão e cidadania, buscando fortalecer vínculos com o ecossistema local e contribuir para uma cidade mais colaborativa, acessível e atenta às pessoas.

Essa atuação se conecta ao **ODS 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis**, que orienta ações voltadas a territórios mais inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis. [inserir selo da ODS]

Queremos construir relações consistentes com organizações, iniciativas e pessoas que compartilham uma visão de desenvolvimento baseada em responsabilidade, diversidade e cuidado com o território.



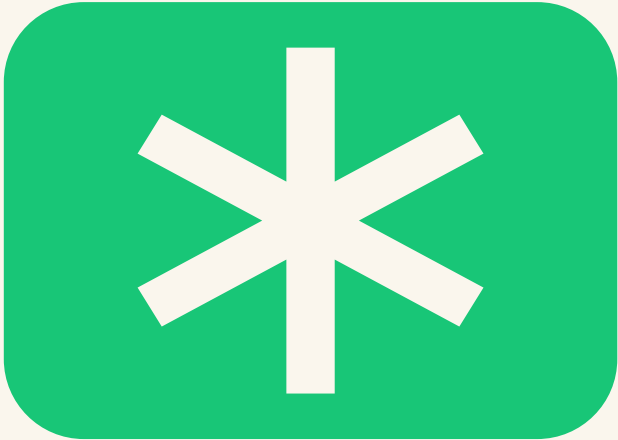
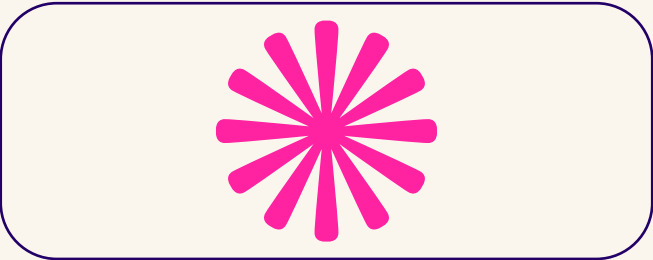
O próximo ciclo da governança

Para 2026, a Bistrô seguirá avançando na consolidação de uma governança mais estruturada, contínua e integrada à operação da agência.

Depois de um ciclo dedicado à criação de políticas, comitês e diretrizes institucionais, o próximo passo será fortalecer mecanismos de acompanhamento, monitoramento e evolução contínua das práticas de governança.

Compromissos de Governança para 2027			
Ética, compliance e monitoramento	IA, reputação e comunicação responsável	Cadeia de valor e relacionamento com fornecedores	Impacto e evolução contínua
→ Revisar e atualizar políticas internas de compliance e integridade. → Consolidar indicadores de acompanhamento dos comitês ESG. → Fortalecer mecanismos de monitoramento e auditoria interna. → Ampliar treinamentos sobre ética, proteção de dados e segurança da informação.	→ Expandir práticas de uso responsável de inteligência artificial. → Fortalecer processos de revisão reputacional e prevenção de greenwashing. → Ampliar o uso de frameworks ESG nas entregas da agência. → Apoiar clientes em posicionamentos sustentáveis e inclusivos baseados em evidências.	→ Ampliar critérios ESG na seleção e avaliação de fornecedores. → Monitorar riscos reputacionais relacionados à cadeia de parceiros. → Fortalecer parcerias com cooperativas, organizações sociais e iniciativas locais.	→ Consolidar métricas relacionadas ao impacto e à percepção das campanhas. → Desenvolver ações de educação ambiental conectadas à rotina da agência e ao território. → Apoiar iniciativas alinhadas à diversidade, cidadania e transformação social.

A evolução da governança reforça uma compreensão central para a Bistrô: estruturas, políticas e controles só geram valor quando ajudam a transformar princípios em decisões concretas, relações responsáveis e compromissos sustentáveis ao longo do tempo.



→ O futuro que **estamos construindo**

A jornada ESG da Bistrô é construída com visão de longo prazo. Para isso, buscamos estruturar uma evolução contínua da agência, integrando sustentabilidade, governança, responsabilidade cultural e impacto positivo à forma como conduzimos nosso negócio.

Nosso objetivo é estabelecer e consolidar os compromissos estratégicos desta agenda até 2028. Caso seja necessário ampliar prazos para amadurecimento, mensuração ou implementação de determinadas metas, a Bistrô poderá estender esse horizonte até 2030, em alinhamento à agenda global da ONU e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Os próximos ciclos serão dedicados ao fortalecimento dessa agenda, com foco em mensuração, amadurecimento institucional, revisão contínua e aprofundamento dos compromissos assumidos publicamente. A partir deste relatório, a Bistrô também passa a adotar uma periodicidade bianual de reporte ESG. Assim, o próximo relatório contemplará o ciclo 2026/2027 e será lançado em 2028.



AGENDA ESTRATÉGICA		
2026/27 Estruturação e aplicação dos critérios Sistema B	Até 2030 Consolidação da maturidade ESG	2030 Horizonte de alinhamento global
2026/27 será um ciclo voltado à consolidação das bases que sustentam a evolução ESG da Bistrô, com foco na preparação e aplicação aos critérios do Sistema B, no fortalecimento dos comitês ESG, na consolidação de indicadores ambientais, sociais e de governança e na evolução de políticas internas, critérios de compliance e mecanismos de acompanhamento. Esse ciclo será fundamental para transformar práticas já existentes em estruturas cada vez mais consistentes, comparáveis e com continuidade ao longo dos anos.	Após a consolidação das estruturas iniciais, os anos até 2030 serão dedicados ao aprofundamento da maturidade ESG da agência e ao estabelecimento dos compromissos estratégicos assumidos nesta agenda. As prioridades incluem o fortalecimento da cultura de mensuração e prestação de contas, a evolução dos processos de monitoramento e revisão de metas, a ampliação das práticas de diversidade, acessibilidade e desenvolvimento humano, a integração mais estruturada de critérios ESG nas relações com clientes e fornecedores e a expansão das práticas de governança sobre tecnologia, inteligência artificial e responsabilidade reputacional. Esse período marca a transição entre estruturação e consolidação de uma agenda ESG integrada à gestão da Bistrô.	Embora a Bistrô tenha 2028 como horizonte interno para estabelecer seus principais compromissos ESG, 2030 permanece como referência global de longo prazo, em alinhamento aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Até lá, quando aplicável, a agência poderá aprofundar, revisar ou ampliar compromissos relacionados à rastreabilidade ambiental da operação, à consolidação de indicadores públicos e comparáveis, à diversidade, pertencimento e bem-estar, à responsabilidade cultural e comunicação responsável, ao impacto positivo no território e à governança ética, transparente e integrada ao modelo de negócio. Acreditamos que essa é uma construção contínua. Evoluir exige acompanhamento, revisão constante e responsabilidade sobre os impactos que geramos ao longo do caminho.

Temas prioritários para a nossa jornada ESG

A construção deste relatório parte do princípio de materialidade: **identificar os temas mais relevantes para a Bistrô, para sua estratégia de negócio e para os públicos com os quais a agência se relaciona.**

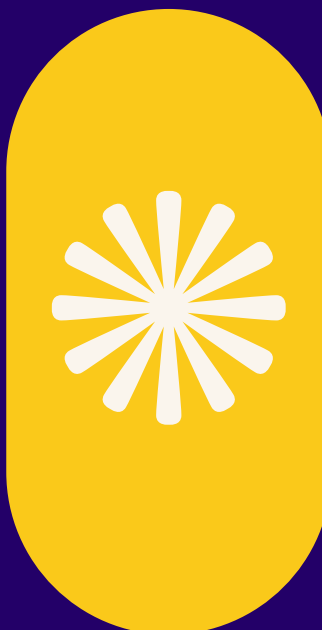
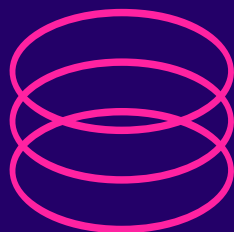
Em 2025, aprofundamos a leitura dos temas que mais impactam nossa operação, nossa cultura, nossa reputação e nossa capacidade de gerar valor com responsabilidade. Esse exercício considerou a relação da Bistrô com colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores, comunidade e demais públicos envolvidos em sua atuação.

A priorização levou em conta duas dimensões principais: **a relevância de cada tema para o negócio e sua importância para os stakeholders.** A partir dessa análise, foram definidos temas materiais que orientam os capítulos deste relatório, os compromissos de evolução e a construção de indicadores para os próximos ciclos.

Entre os temas considerados prioritários, destacam-se:

- diversidade, inclusão e pertencimento;
- saúde mental e bem-estar;
- ética e transparência;
- uso responsável de inteligência artificial;
- eficiência energética e consumo consciente;
- resíduos e economia circular;
- responsabilidade reputacional nas campanhas;
- cadeia de fornecedores;
- impacto social no território.

Esses temas ajudam a organizar a jornada ESG da Bistrô porque conectam aquilo que somos como agência, os riscos e oportunidades do nosso setor e as expectativas de quem caminha conosco.

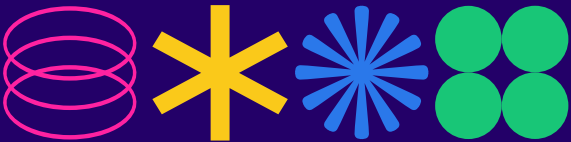


Nota metodológica: em 2025, a Bistrô iniciou a estruturação de sua análise de materialidade a partir da revisão de práticas internas, compromissos públicos, riscos do setor, temas ESG prioritários e expectativas de seus principais públicos de relacionamento. A metodologia será aprimorada nos próximos ciclos com novos instrumentos de escuta e priorização.

Indicadores e evidências da nossa evolução

Em 2025, a Bistrô avançou na consolidação de uma base de indicadores para acompanhar sua jornada ESG com mais consistência.

Parte das medições ambientais ainda está em fase de fechamento, especialmente os dados absolutos de consumo de energia, água e volume de resíduos. Ainda assim, o ciclo permitiu organizar indicadores-chave, estimativas comparativas e evidências de práticas estruturadas em diferentes frentes da agência.



RESUMO CONSOLIDADO 2025	
Negócio	• 14 clientes atendidos; • atuação em 6 setores estratégicos: materiais de construção, mercado imobiliário, saúde, indústria, e-commerce/varejo e educação.
Ambiental	• inventário de emissões da sede realizado; • compensação das emissões inventariadas por meio de créditos certificados internacionalmente; • redução estimada de até 30% no consumo de energia em comparação com o modelo anterior de sede; • redução estimada de até 30% no consumo de água em comparação com a estrutura anterior; • reaproveitamento de aproximadamente 60% do mobiliário da sede anterior; • gestão de recicláveis com separação na origem e destinação à cooperativa parceira.
Social	• reconhecimento no ranking GPTW Diversidade LGBTI+ e Étnico-Racial; • manutenção de espaços inclusivos e acessíveis na sede; • continuidade de programas de saúde, bem-estar e desenvolvimento; • acompanhamento de metas de diversidade com base no Censo Interno 2024; • manutenção do selo Mental Health Certified, com nota 76/90.
Governança	• fortalecimento dos comitês ESG; • aplicação do Código de Ética e Conduta; • estruturação das diretrizes internas para uso responsável de IA; • processos voltados à conformidade com a LGPD; • avanço na prevenção de greenwashing e riscos reputacionais nas entregas.
Indicadores complementares de consumo energético, consumo hídrico e volume de resíduos serão atualizados após a consolidação da base 2025. A partir de 2026, esses dados passarão a compor uma série mais estruturada para comparação entre ciclos.	



Além de registrar avanços, este relatório organiza uma agenda de evolução para os próximos ciclos. A jornada ESG da Bistrô segue em construção, com metas que deverão ser acompanhadas, revisadas e aprimoradas à medida que novos dados forem consolidados.

Indicadores e evidências da nossa evolução

RESUMO CONSOLIDADO 2025		
META: AMBIENTAL		
OBJETIVO	COMPROMISSOS	STATUS
Fortalecer a gestão ambiental da Bistrô, reduzindo impactos da operação e consolidando uma cultura de consumo consciente. 	Realizar o inventário anual da sede e compensar as emissões inventariadas por meio de créditos certificados internacionalmente.	Meta cumprida.
	Consolidar a base completa de indicadores ambientais, incluindo consumo de energia, água e resíduos até 2026.	Em andamento.
	Manter práticas de separação na origem e destinação dos recicláveis à cooperativa parceira.	Meta cumprida.
	Ampliar ações de eficiência energética e hídrica, partindo da redução estimada de 30% já alcançada.	Meta em evolução.
	Avaliar a viabilidade de migração para energia renovável, com objetivo de alcançar uma matriz 100% solar na sede.	Em avaliação para até 2027.
	Consolidar parceiro fixo para descarte adequado de resíduos eletrônicos.	Em andamento.
	Expandir treinamentos e ações de educação ambiental para equipes e lideranças.	Em evolução para 2026.
	Incentivar práticas de mobilidade mais sustentável, incluindo bicicletário e uso do Uber Planet em deslocamentos por aplicativo.	Meta cumprida em 2025 e em evolução.
	Manter e fortalecer parcerias ambientais com iniciativas como Centro Sama, Lixo Zero Canoas e Heróis do Lacre.	Meta em evolução.
	Estruturação do ISO Bistrô.	Meta cumprida.

Indicadores e evidências da nossa evolução

RESUMO CONSOLIDADO 2025

META: SOCIAL

OBJETIVO	COMPROMISSOS	STATUS
Promover um ambiente de trabalho inclusivo, seguro e acolhedor, com foco em diversidade, pertencimento, saúde mental, desenvolvimento humano e valorização econômica das pessoas. 	Manter políticas estruturadas de diversidade e inclusão, incluindo linguagem inclusiva, processos seletivos e práticas internas.	Meta cumprida.
	Fortalecer programas de saúde mental, bem-estar e segurança psicológica	Meta cumprida em 2025 e em evolução para 2026.
	Consolidar indicadores quantitativos de diversidade, engajamento e bem-estar.	Censo de 2025/2026 realizado; análise em consolidação.
	Ampliar práticas de acessibilidade física e digital e iniciativas de apoio à parentalidade.	Meta em evolução.
	Avançar progressivamente para que o salário digno, segundo a referência Anker 2024, torne-se uma diretriz consolidada nas políticas internas de remuneração da Bistrô até 2035.	Compromisso assumido; implementação em avaliação progressiva.
	Manter a parceria com Conexa Saúde, ampliando o acesso a atendimento psicológico, médico, nutricional e ações de bem-estar.	Meta cumprida em 2025 e em evolução para 2026.
	Aplicar o Programa de Gerenciamento de Riscos, em conformidade com a atualização da NR-1 e atenção aos riscos psicossociais.	Meta em andamento para 2026.
	Manter e ampliar iniciativas de desenvolvimento humano por meio da Escola Bistrô e formações contínuas em ESG, ética, diversidade, tecnologia e IA responsável.	Meta em evolução.
	Manter projetos pro bono e campanhas de impacto social alinhados a saúde, diversidade, direitos humanos e transformação social.	Meta cumprida em 2025 e em evolução.

Indicadores e evidências da nossa evolução

RESUMO CONSOLIDADO 2025		
META: GOVERNANÇA		
OBJETIVO	COMPROMISSOS	STATUS
Consolidar uma governança ética, transparente e responsável, integrando ESG à gestão, aos processos internos e ao uso de tecnologia. Além disso, ampliar o impacto positivo da Bistrô por meio da comunicação responsável, da relação com clientes, fornecedores e comunidade. 	Manter estrutura formal de comitês ESG com acompanhamento de indicadores, revisão de metas e registro de decisões.	Meta cumprida.
	Desenvolvimento e aplicação do Código de Ética e Conduta.	Meta cumprida.
	Desenvolver processos e instrumentos voltados à conformidade com a LGPD.	Meta cumprida.
	Fortalecer mecanismos de prevenção de greenwashing, riscos reputacionais e conformidade com a LGPD.	Meta em evolução.
	Revisar e atualizar políticas internas de compliance até 2027.	Em andamento.
	Ampliar treinamentos de ética, segurança da informação e IA responsável.	Meta em evolução.
	Implementação do Canal de Denúncias.	Meta cumprida.
	Definição do Conselho de Administração.	Meta cumprida.
	Manter-se uma empresa reconhecida pelo selo GPTW.	Meta cumprida, com nota 91 na última avaliação.
	Implementação do Feedz, plataforma de gestão de desempenho e engajamento organizacional.	Meta cumprida.
	Sustentação da Pesquisa de Clima anual.	Meta cumprida.
	Incorporar critérios ESG nos fluxos de briefing, criação, revisão e aprovação de campanhas.	Meta cumprida.
	Ampliar o uso de frameworks ESG nas entregas para clientes até 2026	Em andamento.

Indicadores e evidências da nossa evolução

RESUMO CONSOLIDADO 2025		
META: GOVERNANÇA		
OBJETIVO	COMPROMISSOS	STATUS
Consolidar uma governança ética, transparente e responsável, integrando ESG à gestão, aos processos internos e ao uso de tecnologia. Além disso, ampliar o impacto positivo da Bistrô por meio da comunicação responsável, da relação com clientes, fornecedores e comunidade.	Formalizar modelo estruturado de avaliação ESG de fornecedores.	Em andamento para até 2027.
	Fortalecer parcerias com cooperativas, ONGs e iniciativas locais de impacto socioambiental.	Meta em evolução.
	Consolidar o Programa de Monitoramento de Bem-estar e Satisfação de Clientes, com indicadores de NPS, CSAT e SLA.	Em implementação / Em evolução.
	Manter rotina de reuniões periódicas dos comitês ESG, com registro de decisões, revisão de metas e acompanhamento de indicadores.	Meta cumprida e em continuidade.
	Consolidar diretrizes internas de uso responsável de IA, incluindo proteção de dados, linguagem inclusiva, prevenção de vieses e integridade criativa.	Meta cumprida e em evolução.
	Fortalecer a análise de risco narrativo nos fluxos de briefing, criação, revisão e aprovação, com atenção a estereótipos, evidências socioambientais e responsabilidade cultural.	Meta cumprida e em evolução.



2025 foi um ano de amadurecimento.

Um ciclo de organização.

De escuta.

De escolhas mais conscientes.



**Transformamos parte da nossa cultura em processo.
Parte dos nossos valores em evidências.
Parte dos nossos compromissos em metas.**



Este relatório registra um marco na jornada ESG da Bistrô. Não como ponto de chegada, mas como uma forma de prestar contas sobre o que já construímos, reconhecer o que ainda precisa evoluir e assumir, publicamente, o caminho que escolhemos seguir.

Seguimos avançando para que a sustentabilidade esteja cada vez mais presente na gestão, nas relações, na criatividade e nas decisões que tomamos todos os dias.

ANEXOS

Indicador SASB	Código SASB	Informação	ODS relacionado
Discussão de políticas e práticas relacionadas à publicidade comportamental e à privacidade do consumidor.	SV-AD-220a.1	Pág. 29-30	ODS 16
Porcentagem de impressões de publicidade online direcionadas a públicos personalizados.	SV-AD-220a.2	0	ODS 16
Montante total de perdas financeiras decorrentes de processos legais associados à privacidade do consumidor.	SV-AD-220a.3	0	ODS 16
Montante total de perdas financeiras decorrentes de processos legais associados à publicidade falsa, enganosa ou injusta.	SV-AD-270a.1	0	ODS 16
Porcentagem de campanhas revisadas quanto à adesão aos procedimentos do Conselho Autorregulatório de Publicidade (ASRC), porcentagem daquelas em conformidade.	SV-AD-270a.2	0	ODS 16
Porcentagem de campanhas que promovem produtos de álcool ou tabaco.	SV-AD-270a.3	0	ODS 16
Número de pedidos de informações de usuários por autoridades policiais.	TC-IM-220a.4	0	ODS 16
Lista de países onde os produtos ou serviços principais estão sujeitos a monitoramento, bloqueio, filtragem de conteúdo ou censura exigidos pelo governo.	TC-IM-220a.5	0	ODS 16
Número de solicitações governamentais para remover conteúdo, percentual de conformidade com as solicitações.	TC-IM-220a.6	0	ODS 16
Alcance médio de anúncios e campanhas de marketing.	SV-AD-000.A	406.531	ODS 16

ANEXOS

Indicador SASB	Código SASB	Informação	ODS relacionado
Número de exposições a anúncios ou campanhas de marketing.	SV-AD-000.B	490.428	ODS 16
Frequência média de exposições.	SV-AD-000.C	1,40	ODS 16
Porcentagem de funcionários que são estrangeiros trabalhando no país sede.	TC-SI-330a.1	0	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Porcentagem de funcionários que trabalham fora do país sede.	TC-SI-330a.1	0	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Porcentagem de engajamento dos funcionários.	SASB TC-SI-330a.2	91% - Pág. 42	ODS 8
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos para cargos de gestão.	SV-AD-330a.1	0	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos profissionais.	SV-AD-330a.1	0	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos e de todos os outros funcionários.	SV-AD-330a.1	Pág. 21	ODS 5, ODS 8, ODS 10
Total consumido (rede elétrica e energia renovável) em kW/h.	TC-SI-130a.1	0	ODS 12
Porcentagem da rede elétrica e porcentagem renovável.	TC-SI-130a.1	0	ODS 7, ODS 12
Total de água consumida em m².	TC-SI-130a.2	0	ODS 6, ODS 12
Total consumido em regiões de estresse hídrico ou extremamente alto.	TC-SI-130a.2	0	ODS 6, ODS 12
Discussão sobre medidas mitigatórias para risco ambiental, análise dos dados ambientais e plano estratégico para diminuição das emissões (elétrica e hídrica).	C-SI-130a.3	Págs. 14-18, 40	ODS 6, ODS 7, ODS 12, ODS 13

Sobre este relatório ESG

Este relatório foi elaborado com base em documentos internos, evidências operacionais, políticas institucionais, dados de gestão e materiais consolidados ao longo de 2025. Além disso, foram aproveitadas informações do Censo Interno de Diversidade de 2025/2026, ocorrido em julho do mesmo ano.

Sua estrutura está organizada a partir dos pilares ESG (Ambiental, Social e Governança) e alinhada à jornada da Bistrô rumo ao Sistema B, aos ODS priorizados pela agência e ao ISO Bistrô, nosso sistema interno de gestão ambiental inspirado em princípios da ISO 14001:2015.

Parte dos indicadores apresentados ainda está em processo de amadurecimento metodológico. Nos próximos ciclos, a Bistrô avançará na consolidação de bases comparáveis, no detalhamento de métricas e na ampliação da transparência sobre resultados, aprendizados e desafios.

Este documento é uma etapa da nossa jornada de prestação de contas. Ele reúne avanços, reconhece pontos em desenvolvimento e reforça o compromisso da Bistrô com uma gestão cada vez mais responsável, mensurável e coerente com os valores que orientam a agência.



bistrô

Contato

bistro@agenciabistro.com

Escrita e Revisão

Bistrô

CONHEÇA NOSSOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO:



Os reports que produzimos, notícias de campanhas, clientes e artigos.



O dia a dia da empresa, nosso portfólio, nossa equipe e nossas bandeiras.

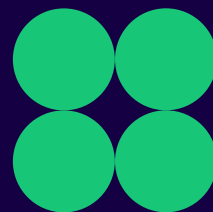
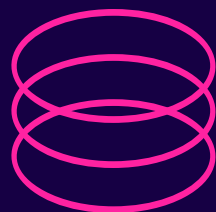


Filmes de campanhas e cases.



Playlists de músicas alinhadas com nossas bandeiras.

bistrô



*a agência
que se
importa.*