



Relatório de práticas de
Sustentabilidade e ESG

Sumário

I. MENSAGEM DA GOVERNANÇA	3
II. SOBRE A BISTRÔ	4
A. A Bistrô	4
B. Marcos Históricos	5
C. Norteadores Estratégicos	8
D. Presença de Mercado	9
E. Destaques do Ano de 2022	9
F. Destaques do Ano de 2023	9
G. Planejamento Estratégico	10
III. GOVERNANÇA	11
A. Estrutura de Governança	11
B. Ética e Transparência	12
C. Integridade	12
D. Combate à Corrupção	12
IV. RESPONSABILIDADE SOCIAL	13
A. Trabalhadores	13
B. Comunidade	17
C. Fornecedores	18
D. Clientes	18
E. Segurança de Dados - LGPD	19
V. RESPONSABILIDADE AMBIENTAL	19
A. Impacto das Operações	19
VI. COMPROMISSOS	20
VII. ANEXOS	21
VIII. SOBRE O RELATÓRIO DE PRÁTICAS	23
IX. CONTATO	23

Mensagem da Governança

Bistrô: um lugar de falas e de ecos do nosso planeta.

Organizações vivas, que aprendem permanentemente, precisam ser permeáveis à mudança e devem entender duas coisas essenciais para prosperar em qualquer época: seu papel social e o espírito do tempo. A Bistrô tem sido, desde a sua fundação em 2007, uma agência antenada às pautas que transformam a sociedade. Desde os primeiros trabalhos que colocamos nas ruas para os nossos clientes, tivemos o compromisso de impulsioná-los na direção de uma publicidade ética e socialmente responsável.

Recentemente, temos visto um movimento contínuo e (ora mais, ora menos) estruturado de empresas que pautam a diversidade como eixo estratégico de sua atuação. As iniciativas, que ocorrem em todo o mundo e em corporações de diferentes portes, são “imparáveis” - porque são justas e necessárias.

No mundo inteiro, empresas se debruçam sobre três letras na hora de avaliar suas carteiras: a sigla ESG (Ambiental, Social e Governança) aponta para um modelo de governança das empresas que considere as preocupações ambientais, sociais e de gestão para a construção de negócios com futuro. Na pauta de qualquer organização que pretende ser competitiva e desejável devem estar a sustentabilidade, as ações para a mitigação das mudanças climáticas, o acolhimento e promoção da diversidade, dos direitos humanos, dos animais e do consumidor, além de uma gestão com níveis internacionais de transparência, conformidade e integridade.

Por tudo isso, entendemos que chegou o momento de a Agência dar um novo passo. Apresentamos o primeiro Relatório ESG da Bistrô, um instrumento que dará publicidade à nossa cultura organizacional e que traz o registro das ações promovidas e dos seus impactos socioambientais nos anos de 2022 e 2023.

Este Relatório é mais um instrumento para qualificar nossa governança. Temos trabalhado com consultorias externas, como a PWR e a Geração Social, produzindo contratos e acordos de sócios, plano de cargos e salários, processos e ferramentas de gestão e controle mais transparentes. Criamos um site para dar suporte a uma integração segura

e afetiva de nossos trabalhadores, o Manual da Bistrô, que estabelece com clareza funções e posturas esperadas dos profissionais e reúne os norteadores estratégicos e os valores da Agência, bem como as informações necessárias para o bom desenvolvimento do trabalho. O modelo de home office, adotado a partir da pandemia de Covid-19, é um desafio para a cultura organizacional que temos superado com sucesso. Fazem parte de nossas rotinas atividades online de formação permanente (a Escola Bistrô) que abordam temas como saúde mental, bem-estar, criatividade, gestão de carreira, ancestralidades, identidades e sustentabilidade, entre outros. Também, realizamos uma convenção presencial anual de todo o time, que conta com neutralização de carbono das emissões geradas pelo evento.

Quando surgimos, nos propusemos a solucionar os problemas de comunicação de nossos clientes, orientando negócios para que gerem resultado e marcas para que criem valor com seus públicos. Temos feito isso com atenção, cuidado e afeto, sempre abertos ao novo, investindo na reinvenção e formação permanentes e com respeito à diversidade humana, à representatividade e à qualidade das relações interpessoais. O tempo é do diverso, do responsável, do sustentável. E nada pode ser mais importante para uma organização como a Bistrô do que entender profundamente o mundo do qual faz parte. Os ecos do planeta moldam novos compromissos, que assumimos com orgulho.

Gabriel Besnos
e Fernanda Aldabe
Sócios-fundadores da Bistrô

**bistrô**

Sobre a Bistrô

A Bistrô

A Bistrô é uma agência de publicidade que valoriza ser uma empresa próxima, afetiva, desburocratizada e com um trabalho cuidadoso. Surgimos a partir dos sonhos de dois amigos que se reuniam em restaurantes para criar um lugar legal e acolhedor para trabalhar. Assim como em um bistrô, o olhar personalizado para a entrega feita é o que caracteriza o nosso negócio e é a nossa missão.

Fernanda e Gabriel, atuais sócios-diretores da Agência e ex-colegas, já trabalhavam juntos em alguns projetos editoriais e de design, mas foi somente em 8 de outubro de 2007 que fundaram um estúdio de design, assinando como “Bistrô de Design”.



Fernanda Aldabe é nossa VP (vice-presidente) de Operações. Uma das poucas donas de agência mulheres do mercado publicitário do Sul do país, pós-graduada em Marketing e com formação em UI/UX pela Escola Britânica de Artes Criativas, responde pela área executiva e institucional da Bistrô, que compreende a coordenação e implementação de projetos que tragam inovações à empresa, sempre alinhados às práticas ESG, assim como pela coordenação do time administrativo e financeiro, pelas áreas de recursos humanos, relacionamento com o cliente e comunicação institucional, além do marketing da marca Bistrô para o mercado e o público em geral.



Gabriel Besnos é nosso VP (vice-presidente) de Criação. Trabalha há 15 anos com posicionamento estratégico e criativo de grandes 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.

O nosso nome é um símbolo de *cuidado*, *afeto* e *atenção aos detalhes*.

Nossa evolução ao longo dos anos também se reflete em transições de marca até chegarmos em nossa identidade atual.

bistrôdedesign

2007

bistrô

2008

AGÊNCIA BISTRÔ

2010

BISTRÔ

2017

bistrô

2019

Marcos Históricos

Nossa trajetória ao longo dos anos contribuiu para o posicionamento sólido que temos no mercado.

2007

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

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.

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.

2010

Conquista a conta da Gang, rede de lojas Top of Mind em moda jovem do estado. 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.

2011

Lança sua nova marca, assim como o vídeo “**Publicidade tem receita?**” que, na época, viraliza no país inteiro, com mais de 40 mil visualizações orgânicas nas redes sociais, virando matéria em blogs de publicidade. A carteira de clientes foi ampliada e passou a atender mais segmentos, como as indústrias da moda, calçadista, agro, entre outros.



2012

A Bistrô muda de sede, para um espaço maior, e chega a 15 trabalhadores. Nesse ano, o pug **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.

**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.

2014

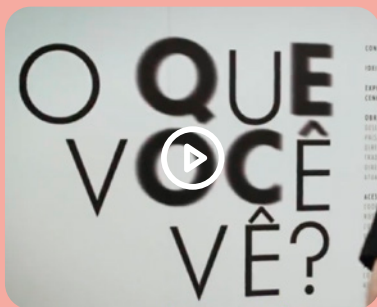
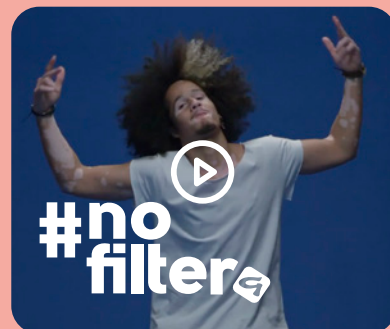
O ano marca a conquista de novos clientes do setor de materiais de construção que ainda estão conosco, como a Redemac, rede associativa de lojas. Também expandimos a atuação na indústria calçadista. Nesse ano, conquistamos nosso primeiro prêmio de Publicidade com a Gang, no salão da Associação Rio Grandense 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. 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.

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.

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. Este ano também marcou o início dos trabalhos com a ONG Instituto do Câncer Infantil.

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.

2019

➡ **Lança sua nova marca e novo site**, e realiza seu primeiro **Censo Interno Anual da Diversidade**. O resultado do censo é compartilhado publicamente no site da Agência e o posicionamento enquanto agência inclusiva e diversa estampa uma **campanha institucional da Bistrô em mídia externa na cidade de São Paulo**. Ampliamos o apoio às causas da diversidade.

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. 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.

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).



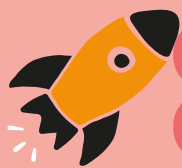
Para o Grupo Carrefour Brasil, a Bistrô realiza ações de prestação de contas à sociedade das ações antirracistas da companhia, o maior investimento privado da história do país em compromissos do tipo, por meio da plataforma "Não Vamos Esquecer". A Bistrô lança seu Manual online, um guia para integração 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. O projeto Escola Bistrô, de formação permanente dos trabalhadores, 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. Além disso, foi criada uma ação de apoio à causa animal, em que cada trabalhador que adota um animal de rua ganha R\$ 300 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.



Norteadores Estratégicos

Os norteadores estratégicos são pilares fundamentais que guiam nossa atuação para a tomada de decisões e alcance de metas ambiciosas em tudo que acreditamos que contribua para um mundo melhor. Essas referências são pontos que moldam a cultura corporativa e garantem que todos os esforços estejam alinhados com a visão e os valores da Bistrô.

Quem somos #propósito

A Bistrô é uma empresa que procura trazer visibilidade e oportunidades a pessoas que estão, normalmente, às margens. Isso tem a ver com o nosso DNA de diversidade e representatividade de grupos minorizados na equipe (incluindo cargos de liderança) e também com um olhar inclusivo para as estratégias de comunicação e posicionamento de marca de nossos clientes, para que as marcas que atendemos construam suas narrativas e defendam suas próprias bandeiras com orgulho.

Como mudamos o mundo #missão

A Bistrô está comprometida com a solução dos problemas de comunicação de nossos clientes, orientando negócios para que gerem resultado e marcas para que criem valor com seus públicos. Fazemos isso com atenção, cuidado e afeto, sempre abertos ao novo, investindo na reinvenção e formação permanentes, com respeito à diversidade humana, à representatividade e à qualidade das relações.

O que almejamos #visão

Nossa visão de mundo é marcada pela origem da Agência como estúdio de design, em 2007. É por isso que as texturas, cores e ilustrações fazem parte de nossas vidas e trabalhos. Queremos construir uma agência afetiva e sensorial, e conquistar um espaço de destaque no mercado nacional de comunicação a partir do reconhecimento ao valor e adequação de nossas ideias para os clientes e sociedade.



O que nos move #valores

Diversidade

Acreditamos que a publicidade, como área aplicada da comunicação social, tem um papel de representar e respeitar a diversidade humana, dando espaço e voz à diferença.

Respeito

Promovemos um ambiente de respeito, integridade e valorização de todos que fazem parte do processo de trabalho - clientes, gestores, trabalhadores, fornecedores.

Diálogo

A Bistrô é um lugar em que há espaço para o diálogo construtivo, para as reivindicações e para a crítica: é assim, com uma postura ética, que resolvemos conflitos.

Criatividade

Talento, transpiração e envolvimento para encontrar as soluções dos problemas: em qualquer projeto existe uma oportunidade de solução criativa - e também de absorver conhecimento e informação.

Resultado

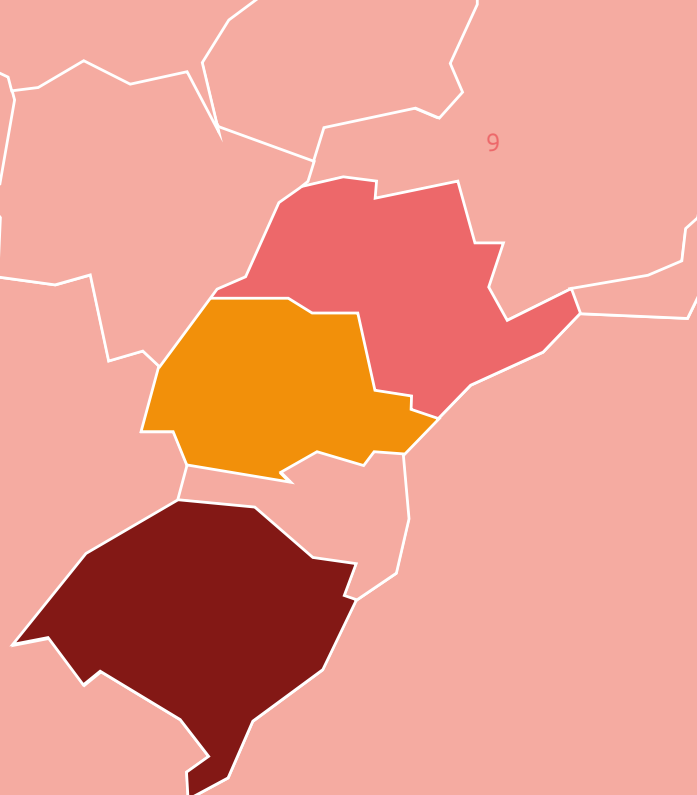
Todo investimento do cliente em comunicação deve ser bem tratado. Por isso, estamos comprometidos com ideias e ações que gerem resultado e que sejam relevantes para as marcas que atendemos.

Presença de Mercado

Crescemos a partir do olhar atento, cuidadoso e personalizado para o universo dos nossos clientes.

Diversidade, beleza e afeto estão espalhados por todo o nosso portfólio, que, por meio de duas unidades, uma em Porto Alegre e outra em São Paulo, alcança negócios pelo país e pelo mundo afora.

Com atendimentos realizados em três estados do Brasil (Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo), a Bistrô possui uma carteira de clientes diversificada, com marcas relevantes em nível regional e nacional, atendendo setores como agroindústria, indústria, varejo, serviços e organizações.



Destaques do Ano de 2022



Com uma equipe comprometida, superamos desafios e alcançamos grandes marcos.

Os destaques do ano da Bistrô refletem a busca incessante por avanços significativos e compartilham o quanto a empresa tem evoluído em diferentes cenários.



**Somos
Great Place
To Work!**

Com **média 96**, a partir de pesquisa realizada com os trabalhadores, conquistamos a **certificação GPTW 2022**, que atesta a Agência como um ótimo lugar para trabalhar. Em absoluto destaque, a **nota 100** que a Bistrô recebeu para a pergunta “posso ser eu mesmo por aqui?”, mesma nota recebida na questão “as pessoas aqui são bem tratadas independentemente da sua cor ou etnia e de sua orientação sexual”. Esse resultado reafirma o compromisso da Agência com a diversidade - 100% dos respondentes afirmaram ainda que a **Bistrô é um lugar seguro para trabalhar**.

Neste mesmo ano, também fomos certificados como a **10ª melhor empresa do Brasil para pessoas LGBTQIA+** trabalharem, de acordo com o Ranking Diversidade do GPTW 2022.

Destaques do Ano de 2023



Representatividade de mulheres

50% na equipe **70%** em cargos de liderança **43%** em cargos de criação/digital

Representatividade de negros (pretos e pardos)

26% na equipe **40%** em cargos de liderança **20%** em cargos de criação/digital **4%** amarelos e indígenas

Representatividade de pessoas LGBTQIAPN+

50% na equipe **40%** em cargos de liderança **57%** em cargos de criação/digital **5%** pessoas trans

PcDs

2% na equipe

Pessoas 40+

8% na equipe

* O cálculo desses percentuais é feito a partir de autodeclaração voluntária anônima da equipe, e a avaliação sistemática desses índices, anualmente, é parte da estratégia da Bistrô de medir o nível de inclusão e acolhimento à diversidade na equipe. Este Censo foi realizado no primeiro semestre de 2023.

22 clientes atendidos em 2023

1 organização apoiada

R\$ 508,79 investimento em projetos sociais

Em 2023, alcançamos o **1º lugar entre as melhores pequenas empresas para trabalhar no Brasil nos rankings de Diversidade LGBTI+ e Étnico-Racial**, além de estarmos presentes no ranking de melhores agências de publicidade do Brasil para trabalhar (6º lugar). Além disso, fomos reconhecidos como uma das melhores empresas de pequeno porte para trabalhar no Brasil, na 83ª posição. Essas conquistas materializam o compromisso da Bistrô com o acolhimento e a representatividade de grupos minorizados, atestando o sucesso das políticas de diversidade e inclusão que são parte de nosso propósito e missão.



Planejamento Estratégico



O planejamento estratégico representa a visão de futuro de nossa empresa e reflete os compromissos de cuidado com as pessoas e com o planeta, com objetivos a curto, médio e longo prazo alinhados à sustentabilidade e relevância positiva que queremos levar para a sociedade.

Expressamos nossa missão de promover um mundo mais equitativo e solidário para as próximas gerações, determinados a inspirar nossos trabalhadores, clientes e demais parceiros de negócio, fortalecendo um legado de responsabilidade e prosperidade para impactar cada vez mais todas as conexões.

Estratégia em Sustentabilidade

Objetivos a curto prazo

Iniciar o processo de certificações de sustentabilidade da empresa, começar a fazer uso ético de ferramentas de Inteligência Artificial e ampliar os benefícios à equipe.

Objetivos a médio prazo

Revisitar nossa cadeia de fornecedores para obter uma melhor produtividade, ampliar nosso número de clientes e ampliação de sua lucratividade. Colocar em prática as ações de sustentabilidade. Incluir mais pessoas trabalhadoras subrepresentadas, como indígenas, negres, PcDs e pessoas de baixa renda e periféricas na equipe.

Objetivos a longo prazo

Ser uma agência de destaque no Brasil, conquistando um número maior de clientes de âmbito nacional. Consolidar a política ESG, torna-a referência no mercado de comunicação.





Governança

Mais do que apenas uma estrutura hierárquica, a Governança da Bistrô é o conjunto de princípios e políticas que guiam e regulam as operações de nosso trabalho. É através dela que estabelecemos as bases para tomar decisões sólidas, com responsabilidade, transparência e equidade em todas as esferas. De práticas que asseguram uma hierarquia forte, criativa e diversa, até iniciativas que contribuem com a construção de uma conduta ética, a Governança promove a confiança das pessoas trabalhadoras e a sustentabilidade para todas as partes interessadas através de ações concretas que somam ao desempenho empresarial.

Estrutura de Governança

A Bistrô é uma agência de publicidade com um trabalho envolvente, que gera conversas nas redes e traz resultados reais. Atua com estratégia, comunicação, conteúdo e performance, comprometida com a diversidade humana, a representatividade e a qualidade das relações interpessoais.

Visando as melhores práticas de Governança, a Bistrô possui um Conselho de Administração composto por seis membros, que atua de forma estratégica para orientar o trabalho da diretoria, com reuniões frequentes para a tomada de decisões que agregam valor às atividades realizadas na empresa.

O Conselho possui 60% de representação feminina e 100% dos membros são provenientes de grupos minoritários.

O Conselho não possui nenhum órgão de assessoramento, mas faz parte do nosso compromisso com a Governança a formalização de comitês temáticos, que irão contribuir com as decisões estratégicas do conselho.

Presidente do Conselho



Fernanda Aldabe

Vice-Presidente



Gabriel Besnos

Diretora Executiva



Paula Flôres

Diretora Financeira



Sonia Ferreira

Conselheiros



Juliana Lazuta



Leonardo Viana

Ética e Transparência

A ética e a transparência são pilares essenciais para estabelecer relacionamentos de confiança, na construção de reputações sólidas e para garantir parcerias duradouras com clientes, trabalhadores e partes interessadas, pois contribuem com a construção de negócios saudáveis, responsáveis e sustentáveis.

A Bistrô espera que as pessoas saibam levar sua vida profissional com ética e capacidade de dialogar sobre questões que envolvam decisões complexas e possam afetar a reputação da empresa, como discriminação, assédio, responsabilidade social e ambiental, corrupção, uso de dados, confidencialidade, entre outras que afetam a confiança dos clientes e o bem-estar dos trabalhadores, para que seja possível atuar em um bom clima organizacional.

A pessoa trabalhadora que entra na Bistrô, em qualquer área, assume de imediato um compromisso com a confidencialidade. Informações sobre clientes, projetos, investimentos, concorrências, prospecções, devem ser mantidas em total sigilo. Essa é uma postura profissional básica esperada pela Bistrô em um mercado acostumado com o vazamento de informação. Esse compromisso de confidencialidade se estende após a saída da empresa e está registrado nos contratos de trabalho.

Integridade

Acreditamos firmemente que cada trabalhador contribui significativamente para o sucesso e a identidade da nossa empresa, e é por isso que os encorajamos a destacar suas realizações durante o período em que estiveram conosco, como forma de enriquecer seus perfis profissionais. É importante ressaltar que essas peças, que refletem a dedicação e o empenho da equipe, também fazem parte do portfólio da empresa, e representam o comprometimento com a excelência e a criatividade em todas as nossas entregas.

Contudo, para preservar a integridade e a ética do nosso trabalho, é fundamental que as peças não sejam incorporadas ao portfólio ou prospecto comercial de qualquer outra empresa concorrente. Reforçamos essa diretriz ética para garantir que o trabalho e o compromisso dos trabalhadores não sejam mal direcionados. A integridade é uma parte essencial da nossa cultura, e respeitar a autoria e a contribuição de cada indivíduo é um reflexo desse compromisso.



Combate à corrupção

Em um mundo em constante evolução, o combate à corrupção se torna um pilar fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa. Esse tema desempenha um papel crucial na formação de um ambiente de trabalho no qual todos possam prosperar e contribuir de maneira significativa para um mundo melhor.

Todos os trabalhadores são livres para apresentar assuntos para consideração sobre a conduta da Bistrô relacionada aos direitos humanos, direitos trabalhistas, meio ambiente ou combate à corrupção, através de um Canal de Comunicação Interno que garante a confidencialidade e a não retaliação do relator.

Conheça os Compromissos em **Combate à Corrupção**:

- Elaboração de um Programa de Combate à Corrupção.





Responsabilidade Social

A responsabilidade social deixou de ser uma obrigação das empresas e se tornou um princípio fundamental para sua existência. A adesão de compromissos contínuos que geram impacto positivo para a sociedade, para o meio ambiente e para o planeta reforça a consciência ética, a visão de longo prazo e impulsiona o crescimento sustentável. Exploramos nosso papel no mundo como um agente de transformação por meio de programas que promovam o bem-estar, a educação de qualidade e a diversidade, para que cada pessoa seja quem quiser ser na Bistrô e no mundo, e uma força para enfrentar os desafios globais como um catalisador de mudanças positivas.



**Nossos
trabalhadores
são o coração
que move
a Bistrô.**



Trabalhadores

Esperamos que pessoas gostem do que fazem. Que estejam dispostas a aprender, a trabalhar em equipe e a compartilhar conhecimento. Que saibam levar sua vida profissional com ética, capacidade de dialogar sobre as questões e atuar para um bom clima organizacional. Que saibam distinguir entre informações que são confidenciais e aquelas que podem dividir com os amigos e família, a fim de construir uma imagem positiva da empresa. Valorizamos o conceito de autonomia. Procuramos pessoas capazes de autoavaliação constante e que assumam responsabilidades. Gente que sabe que não há espaço de crescimento para quem “lava as mãos”. O trabalhador que cresce na empresa é aquele que sabe trabalhar em grupo, mas também consegue desenvolver uma tarefa sozinho, com autonomia, e entrega o trabalho no nível de exigência que a Bistrô mantém.

Celebrar as conquistas - Temos um compromisso com a autoestima do time: é importante elogiar pequenas e grandes ações e apontar os pontos positivos e questões relevantes. Seja com críticas no privado ou reconhecimentos públicos. Criamos um espaço para escutar e acolher críticas, que sempre devem ser encaminhadas de forma respeitosa e responsável.

Respeito e gentileza - Prezamos por pequenos gestos, cumprimentos, interesse pelos estados de humor e ânimo dos colegas, oferta de ajuda em atividades do dia a dia. Respeito às identidades e subjetividades de quem compartilha o trabalho com você. Gentileza gera gentileza.

Incentivo à autonomia - Funções devem ser delegadas, e não concentradas, em uma aposta no crescimento e no potencial do outro. Erros fazem parte do processo e devem ser apontados com objetividade, sem drama. Aqui, valorizamos a autonomia e a autoria.

Coerência e transparência - Devemos buscar sempre praticar os valores de nossa cultura organizacional e cumprir os acordos estabelecidos, sendo o mais transparentes possível. Isso não significa “agradar a todos”, mas ser íntegro em relação ao que se propôs.

Valorização das pessoas - A Bistrô é uma empresa que vende um olhar sobre o mundo e os negócios - e, por isso, tem como maior diferencial justamente a sua cultura de valorização da equipe e de consideração por cada indivíduo em sua singularidade, com uma gestão sensível.

Engajamento

O engajamento da equipe é uma peça-chave para o sucesso de qualquer empresa, e a realização de pesquisas internas é uma maneira eficaz de medir e melhorar esse engajamento. Participamos anualmente do processo de certificação do GPTW – Great Place to Work, com o objetivo de identificar a qualidade do ambiente de trabalho e da cultura organizacional, o que nos permite traçar ações e projetos de melhoria contínua.

Em 2022, a Bistrô foi certificada pelo GPTW a partir da avaliação de 56 trabalhadores que responderam à pesquisa voluntariamente, o que representa 89% de participação da equipe, e obteve 86 comentários feitos com base nas questões abertas.

Nosso resultado final foi **nota 96**  no índice de satisfação geral.

Em 2023, a Bistrô foi novamente certificada pelo GPTW, contando com a avaliação de 61 trabalhadores da Agência, que responderam à pesquisa voluntariamente. Esse número representa 91% de participação da equipe, contando ainda com 101 comentários nas questões abertas.

O resultado final, em 2023, foi **nota 92** no índice de satisfação geral.

Bem-estar

Não adianta ter um trabalho incrível se não cuidarmos do bem-estar de quem atua com a gente, por isso respeitamos todas as vidas, famílias e sonhos, para que estejam bem dentro e fora do escritório, oferecendo benefícios que vão além do básico.

Vale-Alimentação ou Vale-Refeição

Todo mês, o trabalhador recebe um crédito diário que soma, em média, R\$ 650 por mês. Esse valor é creditado no cartão Flash e o funcionário pode usar em supermercados ou restaurantes (desde que esses estejam categorizados como pessoas jurídicas). Importante lembrar que o valor vale apenas para dias úteis e não é creditado durante as férias.

Auxílio Home-Office

Todo mês, mesmo no período de férias, os trabalhadores recebem R\$ 300, creditados no cartão Flash, para ajudar nos gastos do teletrabalho. Esse valor pode ser usado para pagar contas de luz, internet, gás e água. Além disso, Tok&Stok, Ponto Frio, Airbnb, Americanas, Casa Riachuelo, Casas Bahia, Shoptime Spicy, Mobly e Ultragás também aceitam o Flash.

Incentivo à adoção de pets

Cada trabalhador que adotar um pet de rua, postar nos seus stories do Instagram e marcar a @agencia_bistro ganha um incentivo de R\$ 300,00 para investir com seu novo amiguinho. Esta ação busca melhorar a qualidade de vida da equipe, uma vez que animais de estimação ajudam em questões como ansiedade, depressão e outras relacionadas à saúde mental. Além disso, a Bistrô doa para uma ONG o valor de uma castração.

Wellhub (Gympass)

A fim de melhorar a qualidade de vida da equipe, a Bistrô fechou uma parceria com a Wellhub (Gympass). O aplicativo possui diversos tipos de incentivos: desde academias presenciais, passando por terapias, acompanhamento nutricional e os apps mais legais do momento, como meditação, por exemplo.

Política dos Jubilados

A Bistrô valoriza os trabalhadores que apostam na empresa e fazem parte da nossa história institucional. Com isso, adotamos uma política de premiação aos jubilados, a fim de homenagear quem tanto ajudou nossa agência a se tornar referência no mercado publicitário, premiando sempre ao final do ano trabalhadores com: 3 anos, 5 anos, 7 anos e 10 anos de Bistrô.

Recesso, folgas e feriados

Ainda é possível que seja realizado um recesso no final do ano, normalmente no período entre o Natal e o Ano Novo, de, no mínimo, 10 dias, que são contabilizados como férias coletivas para todos os trabalhadores.

A partir de 2022, a Bistrô também garante a todas as pessoas negras da equipe o Dia da Consciência Negra (20/11) como ponto facultativo. A ideia é iniciar um movimento de pressão na sociedade gaúcha para que esse dia entre no calendário oficial dos feriados estaduais.

Trabalhadores que seguem religiões com feriados próprios, nos quais o trabalho seja proibido, poderão negociar a dispensa especial nessas datas junto aos seus gestores, como é o caso das celebrações mais importantes do Judaísmo, o 1º dia de Rosh Hashaná (Ano Novo Judaico) e o Iom Kipur (Dia do Perdão).



Bistrô Pet-Friendly

Ainda que estejamos trabalhando de forma remota, todos os trabalhadores podem levar o seu pet quando forem utilizar o espaço físico da Bistrô para reuniões internas ou trabalho regular.

Jornada Profissional

Entendemos que todo profissional deseja mais do que apenas salário ao estabelecer um contrato com uma empresa. Mais responsabilidades, novos desafios e oportunidades de crescimento, além de um ambiente que seja acolhedor a sua identidade, são aspectos fundamentais quando pensamos em uma carreira dentro da Bistrô.

Para que isso aconteça da melhor forma possível, criamos a Jornada Profissional, que tem como objetivo formalizar as condições para promoção e desenvolvimento dos trabalhadores na empresa através de uma Matriz de Desempenho.

Essa matriz dá transparência aos fatores que são avaliados pela Bistrô nas promoções verticais, ou seja, quando há mudança de nível do trabalhador, e também nas horizontais, ou seja, quando há um aumento de salário por reconhecimento, mas sem mudança de nível hierárquico.

100%
trabalhadores
avaliados

Somos reconhecidos como uma “casa de formação” para estagiários no mercado gaúcho.

Temos a tradição de acolher estudantes, formá-los, capacitá-los e promover seu crescimento pessoal e profissional. Os estagiários na empresa têm a função de assistentes nos núcleos em que estão alocados, com seus trabalhos supervisionados por profissionais da agência, nos diferentes setores.

Escola Bistrô

O desenvolvimento dos trabalhadores é uma pauta muito importante. Acreditamos que o aprendizado contínuo é chave para o progresso, por isso entendemos que, assim como a tecnologia e as tendências evoluem, nós também devemos evoluir.

Valorizamos a criatividade, o pensamento crítico, as habilidades interpessoais e sempre encorajamos o compartilhamento de experiências e o aprendizado colaborativo, para que todos tenham oportunidade de contribuir e aprender. Assim, preparamos nossa equipe para os desafios do presente e do futuro.

12 treinamentos e 30 horas de aprendizado (média) ao longo de 2022 e 2023

Desde 2020, quando adotamos o trabalho remoto, sentimos falta de um ambiente de convivência. Foi assim que nasceu a Escola Bistrô, onde aprendemos e trocamos experiências por meio de palestras, aulas e workshops ministradas por profissionais convidados ou por trabalhadores que queiram apresentar algum assunto interessante para seus colegas.

Os encontros são realizados fora do horário de expediente e a participação é facultativa. Acontecem, em média, duas vezes ao mês, e estão sempre abertos a novas ideias de temas e para que nossos trabalhadores sejam palestrantes nos encontros.



Principais temas que já exploramos em nossos encontros:

- **A criação na Bistrô** (Semana de Criatividade), por Gabriel Besnos;
- **Criando marcas como ativos valiosos** (Semana de Criatividade), por Ana Virtuoso;
- **Bites 1 // Pequenas reflexões sobre o trabalho criativo**, por Guilherme Achiles;
- **Bites 2 // O poder da vagina: um case sobre a Goope**, por Guilherme Achiles;
- **Técnica Zoom Out para ampliação de repertório**, com Otávio Santos;
- **Criação para todes** - Convenção Bistrô 15 anos, por Gabriel Besnos;
- **Guia de Social Media** - Convenção Bistrô 15 anos, por Barbara Carrion;
- **Não deixe o off morrer**, por Jéssica Machado;
- **É impressão minha ou a mídia tá on?** por Emi Machado e Benjamin de Castro;
- **Comportamento e consumo - Como é o consumidor de 2023**, por Léo Barros;
- **Ancestralidades: Aprendendo sobre povos originários**, por Amanda Siebra;
- **Segurança Psicológica no Trabalho**, por Jonnahn Nascimento;
- **Você sabe o que é ESG**, por Bruna Molessani;
- **Inteligência Artificial**, por Leonardo Barros e Fernanda Aldabe.

Política de Diversidade

Nossa empresa se contrapõe a qualquer decisão, processo, prática ou comportamento que represente a violência física ou simbólica a alguém.

Abraçar a diversidade não é apenas uma atitude responsável do ponto de vista humano, é fundamental para gerar ambientes de trabalho mais inclusivos. Diversos estudos demonstram que organizações mais diversas têm uma vantagem competitiva em relação às demais. Na Bistrô, nós celebramos essas cores, as múltiplas identidades e participamos ativamente das lutas contra todo tipo de discriminação. Essa atuação afirmativa tem reduzido as desigualdades na equipe.

De acordo com o nosso Censo Interno da Diversidade de 2023/1, realizado semestralmente de forma anônima, voluntária e a partir de autodeclaração, nossa equipe é 50% feminina, 26% negra e 50% LGBTQIAPN+. Temos especial preocupação com a aceleração de carreiras das pessoas pertencentes a grupos minorizados, e por isso temos hoje, em cargos de liderança, 70% de mulheres, 40% de negros e 40% de pessoas LGBTQIAPN+.

Nosso time conta ainda com a presença de três pessoas trans, uma pessoa indígena, uma pessoa amarela e uma pessoa com deficiência. Combatemos o etarismo, contando com 8% de pessoas acima de 40 anos no time. Algumas de nossas lutas por mais diversidade estão adiantadas, outras exigem ainda maior maturação – mas os reconhecimentos que temos obtido indicam que estamos no caminho certo.

Investir em diversidade é uma decisão de gestão que costuma premiar as empresas que o fazem com possibilidades maiores de sucesso. Na Bistrô, temos experimentado um crescimento médio de 20% no faturamento todos os anos, há mais de uma década.



Postura que esperamos em todas as nossas relações

- **Uma luta de todos:** A luta contra o machismo, o racismo, a LGBTfobia, o etarismo, a gordofobia e o capacitismo deve ser uma luta da sociedade, logo pertence a todos nós. Nunca desvalorize essa pauta, não é “mimimi”. Na Bistrô, é algo que faz parte de quem somos como empresa.
- **Busque conhecimento:** Converse com pessoas que integram algum grupo minorizado na sociedade, e do qual você não faz parte; escute-as e respeite suas vivências. Mas é importante lembrar que elas não são necessariamente uma “enciclopédia” do tema! Seja proativo na busca de conhecimento: Google it!
- **Respeite a intimidade:** Não invada a intimidade das pessoas com perguntas que você não gostaria que lhe fizessem. É completamente descabido perguntar sobre a genitália de algum colega de trabalho, por exemplo, assim como não interessa “qual a deficiência” de uma pessoa que está desempenhando suas atribuições na empresa. Não faça nenhuma pergunta a qual você poderia se sentir constrangido ao responder.
- **Se errar, peça desculpas:** Respeite a forma como as pessoas desejam ser tratadas (nomes, pronomes): o único nome que importa é o que a pessoa utiliza na hora de se apresentar a você. Refira-se às travestis sempre no feminino e jamais use termos pejorativos. Se errar, peça desculpas.
- **Sem “piadas”:** Piadas muitas vezes são a ponta de um iceberg de muita violência. Não seja a pessoa a ativar um gatilho negativo em alguém! Nós não admitimos na Bistrô um ambiente em que pessoas sejam ridicularizadas por sua orientação sexual, identidade de gênero, cor, origem, religião, idade ou qualquer outra condição: é inadequado e, em alguns casos, configura crime.

Metas e compromissos em diversidade

Pensando em deixar a Bistrô cada vez mais plural, definimos metas e compromissos em diversidade para nossas equipes. E não estamos falando só de raça, mas também de diferentes vivências e jeitos de pensar. Desejamos proporcionar oportunidades para que, cada vez mais, possamos somar à equipe trabalhadores com perspectivas distintas, uma vez que acreditamos que uma equipe diversa demonstra maior criatividade e sensibilidade às tendências.

Aspiramos por um ambiente e uma cultura em que todos se sintam valorizados, independentemente de quem sejam. Queremos um espaço para que as ideias fluam com naturalidade e todos deem o seu melhor sem medo, em um lugar onde a diversidade e o respeito são vivenciados diariamente.

A absorção dos valores culturais da Bistrô é item imprescindível para o crescimento de profissionais dentro da empresa. Por isso, as lideranças da Agência têm um papel fundamental no compartilhamento dos valores de diversidade com a equipe e no engajamento com as ações propostas, inclusive em processos de recrutamento e seleção. Em toda entrevista de emprego, os valores de diversidade da Bistrô são comunicados e alinhados com os candidatos.

Comunidade

À medida que crescemos, queremos que nossa influência se estenda para além das operações comerciais, para que possamos desempenhar papéis significativos como membros ativos e responsáveis na comunidade onde estivermos inseridos. A realização de iniciativas em atendimento às necessidades locais, aliadas ao engajamento proativo em questões sociais, faz parte de uma contribuição construtiva, que estabeleça laços com as pessoas e promova, assim, uma sociedade mais inclusiva, justa e harmônica.

Nossas bandeiras

Abraçar a diversidade não é apenas uma atitude responsável do ponto de vista humano. Ela é fundamental para gerar ambientes de trabalho mais inclusivos para todos. Diversos estudos demonstram que organizações mais diversas têm uma vantagem competitiva em relação às demais.

A Bistrô acredita que é preciso que as marcas identifiquem suas próprias bandeiras e as defendam com orgulho. E é por isso que celebramos as cores,



as múltiplas identidades e participamos ativamente das lutas contra todo tipo de discriminação.

Criativas do Amanhã

Mulheres são apenas 26% dos profissionais na criação das grandes agências brasileiras. Em cargos criativos de liderança, o número diminui para 14%. Para inspirar um futuro diferente, a Bistrô reuniu 10 meninas em um workshop lúdico. Com a ajuda das criativas da agência, elas criaram anúncios a partir de briefings reais. As peças criadas pelas meninas se transformaram em um anuário. O material foi distribuído para grandes agências do Rio Grande do Sul, e a ação também virou um videocase com 30 mil visualizações nas redes sociais.



Clique para baixar:
[Anuário Criativas do Amanhã](#)

#FightRacism

No Dia Internacional Contra a Discriminação Racial, publicitários negros de Porto Alegre se uniram e se reuniram fisicamente na Bistrô para eliminar as barreiras de agências em nome de uma causa importante: clamar por maior presença negra no mercado publicitário nacional. Interpretando uma frase de Nelson Mandela, mandaram uma mensagem clara: #FightRacism.



Clique para baixar:
[Vídeo #FightRacism](#)

#PrideBistrô

No mês de junho, em que é comemorado o Pride LGBTQIAPN+, a Bistrô criou a tradição de instalar na fachada do seu prédio uma bandeira com as cores do arco-íris de 10 metros de altura. A iniciativa marca o orgulho pela diversidade que existe dentro da empresa.



**Clique para baixar:
Vídeo #PrideBistrô**

Fornecedores

Em um contexto de crescente conscientização ambiental e social, estamos cada vez mais cientes da necessidade de adotar práticas sustentáveis em toda a nossa cadeia de relações comerciais. A seleção de fornecedores com base em critérios sustentáveis não contribui apenas para o desempenho das operações e qualidade dos produtos e serviços que oferecemos, mas também na provocação de impactos significativos nas questões ambientais e sociais associadas ao nosso negócio. Queremos promover o desenvolvimento sustentável e a criação de organizações resilientes e competitivas.

Considerando as compras realizadas em comunidades próximas e/ou no entorno de Porto Alegre, cidade onde a sede da empresa está localizada, foi possível identificar que 80% de nossas compras foram realizadas com fornecedores locais no último ano.

mais de
R\$ 540 mil reais
destinados a fornecedores locais.

Clientes

O relacionamento com os clientes é um aspecto vital para o sucesso dos negócios. Indo além do empreendimento, queremos criar experiências memoráveis para explorar elementos fundamentais que transformam as relações comerciais em laços duradouros. Queremos conhecer essa relação de forma profunda, ouvindo necessidades, expectativas e feedbacks para que possamos evoluir com inovação e excelência em tudo que oferecemos. Também queremos, no médio e longo prazo, inserir práticas de ESG com nossos clientes.

Engajamento da Diversidade

Estudos apontam de forma sistemática a diversidade como uma vantagem competitiva para as organizações. Entender esse aspecto de forma mais profunda talvez seja a última fronteira que precisa

ser vencida para que o debate sobre diversidade saia de vez de uma posição periférica nas organizações, associada quase sempre a uma visão assistencial, para tomar o centro da mesa. É no que apostamos aqui na Bistrô.

O relatório “Diversity Wins” (2019), da consultoria McKinsey, revela que organizações com maior diversidade de gênero chegam a ter 25% mais chances de apresentar resultados acima da média do mercado do que empresas com menor diversidade. Considerando a diversidade cultural e étnica, esse número sobe para 36%.

Imbuídos com este propósito, trouxemos pessoas LGBTQIAPN+ para protagonizar campanhas publicitárias antes de qualquer grande marca brasileira, com a Gang, rede de lojas de moda jovem Top of Mind do Rio Grande do Sul. Realizamos uma exposição 100% acessível, com protagonismo de pessoas com deficiência, na praça de eventos do Canoas Shopping, na região metropolitana de Porto Alegre. Fomos os responsáveis pela criação da plataforma online de prestação de contas à sociedade das ações antirracistas do Grupo Carrefour Brasil.

Criamos o programa interno de diversidade e superação da desigualdade de gênero da Volvo do Brasil e uma campanha de conscientização sobre assédio para a siderúrgica Gerdau. Apoiamos a sociedade civil organizada em suas causas mais nobres: o Instituto do Câncer Infantil e o IMAMA – Instituto da Mama do Rio Grande do Sul, que tiveram criações da Bistrô para suas campanhas e ações de captação de recursos. Atendemos associações de lojistas de materiais de construção, que trabalham em modelo de cooperativa, no Rio Grande do Sul e no Paraná, e promovemos ações de fortalecimento do vínculo dessas redes com a comunidade, por meio de ações solidárias e concursos culturais.

Com a Dakota, importante indústria calçadista do país, desenvolvemos uma linha de produtos com novos recursos de acessibilidade para pessoas que usam órteses, em uma cocriação com a digital influencer PcD Isabella Savaget. Criamos também o posicionamento de mercado de uma marca de calçados que aposta na sustentabilidade, a Kolway, que utiliza materiais como EVA reciclado, fibras de bambu, fio pet, algodão desfibrado e palmilhas que recuperam resíduos de espumas e têxteis. Ao longo dos últimos anos, muitas foram as campanhas de conscientização socioambiental desenvolvidas para nossos clientes, de todos os portes e em múltiplas plataformas de comunicação.

Segurança de Dados - LGPD

A privacidade e a segurança dos dados é uma preocupação recorrente na Bistrô, sendo a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) um orientador de como garantimos a guarda das informações de nossos trabalhadores, clientes e parceiros de negócio. A legislação define a maneira como as empresas devem lidar com os dados e estabelece um padrão de transparência e responsabilidade, explorando as implicações para sua operação, desde a coleta de dados até as medidas necessárias para garantir a conformidade da segurança dessas informações. A proteção dos direitos individuais é uma peça central para a construção da confiança e credibilidade através de nossas práticas de governança corporativa.



Responsabilidade Ambiental

A conscientização sobre a importância da responsabilidade ambiental não é vista como uma escolha, mas sim como parte das práticas corporativas. Ao explorar nossa realidade ambiental, construímos compromissos para minimizar nosso impacto no meio ambiente, e para promover a sustentabilidade em prol da preservação do planeta por meio da atenção ao uso da água, do solo, na elaboração de estratégias para a gestão de resíduos e até o investimento em energia limpa, iniciativas que farão parte de nossa cultura e essenciais para um DNA mais verde dentro e fora da empresa.

Impacto das Operações

Sempre colocamos nossas atenções no “S” do ESG (em português, Ambiental, Social e Governança). A Bistrô adota, desde 2020, o modelo de trabalho remoto para 100% da equipe. Com isso, além dos benefícios para o meio ambiente, sem as emissões geradas pelo deslocamento diário no trajeto de casa para a Agência e da Agência para casa, contribuímos para a qualidade de vida dos trabalhadores.

Disponibilizamos o valor mensal de R\$ 300 de Auxílio Home-Office, com o objetivo de cobrir os gastos domésticos que os trabalhadores terão acrescidos devido ao modelo de trabalho adotado. Além disso,

criamos a Escola Bistrô, um espaço de aprendizado e troca de experiências com atividades sobre diversos assuntos, visando à formação contínua sobre temas relevantes e atuais, importantes para a qualificação da equipe, assim como para a integração entre os trabalhadores. Desde 2022, realizamos anualmente uma convenção com toda a equipe. A convivência em momentos de descanso e atividades fora do horário de trabalho garante a união e a criação de boas relações, e temos orgulho de ter uma equipe altamente cooperativa e sinérgica.

Nosso objetivo é planejar, criar e implementar uma série de ações concretas que nos permitirão agregar para a responsabilidade ambiental e contribuir positivamente para um futuro mais sustentável. Estamos ansiosos para essa jornada e empenhados em fazer a nossa parte na construção de um mundo melhor para todos.

Energia Elétrica

A energia elétrica que alimenta nossos prédios é totalmente proveniente da rede local, caracterizada como fonte não renovável. Durante o ano de 2022, nossos escritórios consumiram, em média, 14.276.8 kW/h de energia elétrica. Reconhecendo a necessidade de aprimorar a eficiência energética nos escritórios e alinhar as práticas com metas ambientais mais ambiciosas, estamos explorando a viabilidade de adotar fontes de energia sustentável para abastecer nossas instalações. Queremos promover a transição para fontes de energia mais limpas e renováveis, e desempenhar um papel importante na promoção da responsabilidade ambiental e na contribuição para a mitigação das mudanças climáticas.

Água

Os recursos hídricos utilizados pela empresa são obtidos através das redes de distribuição locais. Durante o período abrangido por este relatório, o consumo total de água foi de 24,8 m³. É relevante destacar que a maior parte desse consumo, equivalente a 80%, provém da utilização da água nas instalações compartilhadas do prédio, que abriga diversas empresas. Reconhecemos a importância de uma gestão responsável dos recursos hídricos, especialmente em um contexto em que a demanda por água potável está em constante crescimento, sendo parte de nossos compromissos a adoção de medidas que otimizem o uso da água e que promovam a conscientização dos trabalhadores sobre sua conservação, buscando maneiras de reduzir seu consumo.



Compromissos

Firmar compromissos ESG (Ambiental, Social e Governança) é essencial para promover a responsabilidade corporativa e a sustentabilidade a longo prazo. Esses compromissos demonstram um comprometimento claro com práticas de negócio éticas, cuidado ambiental e equidade social.

Com o objetivo de reforçar sua aderência aos princípios ESG em suas operações corporativas, a Bistrô estabeleceu uma série de compromissos que orientarão suas próximas ações, buscando assim aprimorar seu desempenho como empresa, em benefício de seus trabalhadores, clientes e comunidade.

Compromissos em Governança

Para promover o contínuo desenvolvimento e a transparência na governança da instituição, serão implementadas ações destinadas a distribuir o processo de forma acessível a todos os trabalhadores. Entre esses compromissos, destacam-se:

- Estabelecimento de comitês formalizados;
- Desenvolvimento de um código de ética;
- Implementação de um programa de combate à corrupção.

Esses compromissos promovem a transparência, a integridade e a responsabilidade, construindo uma cultura organizacional sólida que não apenas fortalece a confiança dos stakeholders, mas também contribui para um ambiente de negócios mais ético e justo.

Compromissos Sociais

Através dos compromissos sociais, a Bistrô busca ajudar a tornar nossa sociedade mais justa e igualitária. Além disso, deseja fortalecer sua reputação e seus laços com funcionários, clientes e investidores que valorizam e apoiam quando a empresa faz ações ESG.

Para que isso ocorra de forma progressiva e satisfatória, estabeleceram-se compromissos em várias áreas, abrangendo a diversidade dos trabalhadores, o compromisso social com a comunidade e a segurança dos dados de todas as pessoas relacionadas à organização.

Compromissos em Diversidade:

- Equidade de gênero na criação/digital;
- Acolhimento das pessoas LGBTQIAPN+;
- Presença de pessoas trans na equipe;
- Presença de 30% de negros na equipe;
- Presença de mulheres, negros e LGBTQIAPN+ em cargos de liderança;
- Presença de pessoas com deficiência (PcDs) na equipe;
- Presença de pessoas 40+ na equipe.

Compromissos com a Comunidade:

- Criação de uma Política de Direitos Humanos contemplando: mulheres, indígenas, refugiados, cultura e liberdade de expressão;
- Elaboração de avaliação socioambiental dos fornecedores;
- Inclusão da garantia de Direitos Humanos e de Trabalho nos contratos com parceiros, clientes e fornecedores;
- Elaboração de uma Política de Fornecedores contemplando Compras Locais.

Compromissos com a Segurança de Dados (LGPD):

- Revisão de Política de Segurança e Privacidade Digital.

Compromissos Ambientais

Compromissos ambientais são fundamentais para enfrentar desafios globais como as mudanças climáticas e a preservação dos recursos naturais. A Bistrô estabelece metas estratégicas que visam à redução de emissões de carbono, adoção de práticas de gestão sustentável de recursos e promoção da conservação da biodiversidade. Por meio de tais metas, a empresa demonstra seu compromisso em mitigar os impactos ambientais negativos e contribuir para um futuro mais sustentável.

Os compromissos assumidos são:

- Zerar as emissões de carbono de produções;
- Contratação de Energia Sustentável;
- Descartar de forma consciente o lixo eletrônico;
- Elaboração de uma Política Ambiental que contemple as temáticas: água, flores, biodiversidade, uso do solo, resíduos e uso de energia;
- Elaboração de Programa de Descarte de Eletrônicos (doação a instituições);
- Adaptação do prédio para uso de energia solar;
- Formação de um Comitê Ambiental.

Assim, planeja-se contribuir para a preservação ambiental e responsabilizar a empresa pelos efeitos que ela causa no meio ambiente.

Anexos

Indicadores SASB:

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. 22	
Porcentagem de impressões de publicidade online direcionadas a públicos personalizados.	SV-AD-220a.2	0	
Montante total de perdas financeiras decorrentes de processos legais associados à privacidade do consumidor.	SV-AD-220a.3	0	
Montante total de perdas financeiras decorrentes de processos legais associados a publicidade falsa, enganosa ou injusta.	SV-AD-270a.1	0	
Porcentagem de campanhas revisadas quanto à adesão aos procedimentos do Conselho Autorregulatório de Publicidade (ASRC), porcentagem daquelas em conformidade.	SV-AD-270a.2	0	
Porcentagem de campanhas que promovem produtos de álcool ou tabaco.	SV-AD-270a.3	0	
Número de pedidos de informações de usuários por autoridades policiais.	TC-IM-220a.4	0	
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	
Número de solicitações governamentais para remover conteúdo, percentual de conformidade com as solicitações.	TC-IM-220a.6	0	
Alcance médio de anúncios e campanhas de marketing.	SV-AD-000.A	406.531	
Número de exposições a anúncios ou campanhas de marketing.	SV-AD-000.B	490.428	

Indicador SASB	Código SASB	Informação	ODS relacionado
Frequência média de exposições.	SV-AD-000.C	1,40	
Porcentagem de funcionários que são estrangeiros trabalhando no país sede.	TC-SI-330a.1	0	  
Porcentagem de funcionários que trabalham fora do país sede.	TC-SI-330a.1	0	  
Porcentagem de engajamento dos funcionários.	SASB TC-SI-330a.2	Pág. 22	
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos para cargos de gestão.	SV-AD-330a.1	Pág. 18	  
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos profissionais.	SV-AD-330a.1	Pág. 18	  
Porcentagem de representação de gênero e grupos raciais/étnicos e de todos os outros funcionários.	SV-AD-330a.1	Pág. 19	  
Total consumido (rede elétrica e energia renovável) em kW/h.	TC-SI- 130 a.1	Pág. 19	
Porcentagem da rede elétrica e porcentagem renovável.	TC-SI- 130 a.1	Pág. 19	 
Total de água consumida em m².	TC-SI-130a.2	Pág. 19	 
Total consumido em regiões de estresse hídrico ou extremamente alto.	TC-SI-130a.2	Não se aplica	 
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	Pág. 20	   



Sobre o Relatório de Práticas

É por meio do Relatório de Práticas ESG que nós, da Bistrô, dividimos com clientes, parceiros, trabalhadores e comunidade um compilado de nossas conquistas e progresso em relação a ESG e à Sustentabilidade, nos conectando com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Ficamos empolgados em compartilhar nossos últimos resultados e mostrar indicadores que apresentam o amadurecimento de nossas ações em direção à sustentabilidade e refletindo nosso compromisso em fazer a diferença. Comunicamos nossos avanços para que todos possam ver os impactos positivos que geramos, tanto dentro da empresa quanto na comunidade e nas conexões de negócio.

Construímos nosso documento de forma leve e transparente, para apresentar os resultados de acordo com o Conselho de Padrões Contábeis de Sustentabilidade (SASB), compilados de janeiro de 2022 a dezembro de 2023, com ações e projetos realizados nas unidades de Porto Alegre (RS) e São Paulo (SP), tendo todo o conteúdo supervisionado e avaliado por nossos sócios, para que seja possível transmitir a cultura da Bistrô do começo ao fim de sua leitura.

Se envolva com as mudanças que estamos fazendo no mundo e compartilhe nosso Relatório de Práticas ESG com suas conexões!

Contato

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.

Contato

bistro@agenciabistro.com

Coordenação

Bruna Molessani da Geração Social
Giselle Veiga da Geração Social
Lucas Martinez da Geração Social

Consultoria ESG e Sustentabilidade

Geração Social

Escrita

Bistrô e Geração Social

Revisão

Bistrô e Geração Social

