



Mais do que ideias,
resultados para um
mundo melhor.





1 – Introdução

A sustentabilidade deve nortear as escolhas da sociedade, a inovação e a condução dos negócios, além da adoção de políticas públicas, se quisermos que os elevados padrões atuais de consumo garantam a possibilidade de uma boa qualidade de vida para as futuras gerações. Até hoje, a sociedade ainda busca soluções para diversos tipos de poluição, além da demanda crescente de energia, da disponibilidade de água e da disposição segura de resíduos sólidos, entre outros dilemas que ameaçam a nossa qualidade de vida.

O desenvolvimento ambientalmente correto, socialmente justo e economicamente viável é uma tarefa de toda a sociedade. O comércio, por ser o principal elo entre os consumidores e a indústria, é um veículo privilegiado na disseminação de comportamentos, tanto na produção quanto no consumo de bens e serviços. O ambiente de negócios do setor, no entanto, é fortemente determinado por decisões tomadas na indústria, repercutindo nos desejos e nas necessidades dos consumidores. É ainda influenciado por políticas públicas, que estimulam ou determinam, por meio de leis, novos limites e condutas tanto para a atividade empresarial quanto para o consumidor. Complementando o complexo cenário em que se insere o setor do comércio, a academia tem a possibilidade de desenvolver novos conhecimentos e formar profissionais e consumidores conscientes dos preceitos da sustentabilidade, capazes de lidar com a realidade e as potencialidades da sociedade brasileira relacionadas a eles.

Nesse contexto, a **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP)** tem como base o fomento de boas ideias e práticas, com o compromisso ético de apontar caminhos, atuar como guia e liderar o movimento de implantação de conceitos de sustentabilidade em empresas e entidades do seu campo de relacionamentos.

Alinhada a princípios similares, a **Fundação Dom Cabral (FDC)** trabalha para o desenvolvimento sustentável da sociedade por meio da educação e da capacitação de executivos, empresários e gestores públicos. Também coopera com organizações para a evolução de seus negócios, propondo debates sobre tendências e necessidades do ambiente corporativo.

Com tal visão conjunta, a FecomercioSP, por meio do seu Conselho de Sustentabilidade, e a FDC, com seu Centro de Desenvolvimento da Sustentabilidade no Varejo (CDSV), organizam o tradicional **Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**. Na 5ª edição, o concurso cultural almeja estimular a conciliação de resultados para as organizações e para a sociedade com os pilares da sustentabilidade, sem deixar de considerar a inovação como primordial linha de pensamento adotada desde a 3ª edição do Prêmio.

A finalidade do concurso cultural é estimular a prática de princípios da sustentabilidade por diversos atores da sociedade brasileira. Para atingir esse objetivo, é importante que os participantes estejam dispostos inclusive a correr riscos, trabalhando para obter resultados para o maior número de atores sociais, permeados com o desenvolvimento de novos elementos culturais no nosso país. O desafio da inovação não é ter apenas uma boa ideia, mas gerar processos de sustentação econômica, política e cultural para que novos modelos de negócios, serviços e produtos sejam criados e tenham sucesso nos mercados.

Essa jornada não é necessariamente dispendiosa do ponto de vista financeiro. Ao contrário, pode maximizar resultados, gerar lucros e reforçar a imagem de responsabilidade diante das demandas da sociedade. Os impactos da iniciativa também incluem o encorajamento de colaboradores com interesse e talento para criar propostas voltadas à sustentabilidade. Quanto mais estímulos, maior a proposição de ideias, formando-se um “círculo virtuoso” em que a busca por resultados e inovação melhora o desempenho da organização e da sociedade.

Para mostrar que isso é perfeitamente possível, o Prêmio mantém as mesmas categorias da 4ª edição, obedecendo ao preceito de ser um veículo de disseminação de boas práticas e comportamentos na sociedade como um todo. Os participantes do concurso – sejam empresas do setor de comércio e serviços, indústrias, entidades empresariais, órgãos públicos, professores, estudantes ou jornalistas – são chamados para apresentar casos reais, projetos de negócio viáveis, iniciativas públicas e estudos acadêmicos alinhados com as intenções do Prêmio.

Os vencedores serão escolhidos com base nos resultados demonstrados ou potenciais, no conteúdo de inovação das ações e projetos, e na capacidade de influenciar clientes e parceiros, estendendo iniciativas para toda a cadeia de produção e consumo.

2 – Princípios Fundamentais do Varejo Responsável

Os Princípios Fundamentais do Varejo Responsável são constituídos por 16 elementos, construídos como resultado dos trabalhos de pesquisa e de validação de conteúdo realizados pelo CDSV, e representam, em síntese, uma sugestão de conduta a ser adotada pelas empresas em suas práticas de negócios.

O conteúdo dos trabalhos que deram origem a esses princípios encontra-se disponível para consulta e download no site www.fdc.org.br e os referidos princípios são descritos a seguir.

- **Ética nos negócios**

Os varejistas devem pautar suas decisões de negócio e suas relações com as partes interessadas de acordo com valores éticos que garantam um comportamento que equilibre os aspectos globais e locais da sustentabilidade.

- **Procedência dos produtos**

Os varejistas devem buscar e oferecer aos consumidores informações transparentes, verdadeiras e compreensíveis sobre a origem e a produção dos produtos e serviços que comercializa, além dos seus impactos nos princípios da sustentabilidade.

- **Cadeia de suprimentos**

Os varejistas devem influenciar a operação de sua cadeia de suprimentos, especialmente na criação e no reforço de condições sociais e institucionais comprometidas com os princípios da sustentabilidade.

- **Empregados**

Os varejistas devem implementar proteções e garantias de trabalho decente para todos os seus empregados. Práticas e políticas de pessoal devem revigorar as relações humanas, trazendo significado para a vida das pessoas e criando ambientes abertos à manifestação de opiniões e à geração de ideias.

- **Operações do negócio**

Os varejistas devem atuar dentro da legalidade em todas as etapas e em todos os locais de suas operações, prestando contas à sociedade de seus impactos econômicos, sociais e ambientais.

- **Logística**

Os varejistas devem estruturar seus processos de compra, transporte, armazenagem, comercialização e distribuição, considerando a minimização dos impactos sociais, econômicos e ambientais do conjunto das partes interessadas.

- **Atributos de qualidade dos produtos e serviços**

Os varejistas devem considerar no repertório de qualidade dos produtos e serviços comercializados atributos como durabilidade, simplicidade, acessibilidade, clareza de informação, impactos econômicos, sociais e ambientais, excelência no atendimento e reconhecimento das ideias dos consumidores.

- **Atendimento**

Os varejistas devem atender seus clientes com cortesia e atenção, procurando compreender suas necessidades de consumo e orientar suas opções de compra conforme os princípios do consumo consciente e da sustentabilidade, além de transmitir essa cultura a todos os empregados como sendo um importante diferencial do seu negócio.

- **Marketing**

Os varejistas devem adotar estratégias de marketing que atendam às reais necessidades do consumidor. As campanhas de publicidade devem evidenciar a qualidade dos produtos e serviços que asseguram a saúde e a segurança do consumidor, incentivar o consumo consciente e desestimular o consumo supérfluo e o desperdício.

- **Consumo consciente**

Os varejistas devem contribuir ativamente para a elevação do grau de consciência do consumidor em relação à real necessidade de consumo, às propriedades do que é consumido e à destinação de todos os descartes associados ao consumo.

- **Crédito responsável**

Os varejistas devem contribuir ativamente para educar e estimular a responsabilidade e a competência do consumidor no uso do crédito como insumo saudável para sua vida financeira.

- **Concorrência**

Os varejistas devem promover, como elo entre todos os componentes da cadeia de suprimentos e o consumo, um ambiente de colaboração com seus concorrentes em temas referentes a interesses e responsabilidades mútuos e coletivos.

- **Interatividade com as comunidades**

Os varejistas devem liderar, promover ou participar de parcerias com o poder público e/ou de movimentos articulados com as comunidades que visem a melhoria das condições de vida da sociedade.

- **Mercados inclusivos**

Os varejistas devem conhecer os impactos de suas operações – e da produção e do consumo dos produtos e serviços que comercializa – sobre a geração de renda e o acesso ao consumo por parte das populações mais pobres, contribuindo para a sustentabilidade do País e das regiões que eles podem influenciar.

- **Autorregulação e interatividade com o poder público**

Os varejistas devem interagir com o poder público, contribuindo para o estabelecimento das leis aplicáveis à realização de seus negócios e, sempre que possível, adiantar-se ao estabelecido pela legislação, autorregulando seu comportamento e disseminando essas práticas em seu setor e em seus locais de influência.

- **Meio ambiente**

Os varejistas devem assumir sua responsabilidade na redução da pegada social e ecológica da humanidade. Metas radicais e desafiadoras que contribuam para a melhoria das condições socioambientais devem ser adotadas e perseguidas.

3 – Categorias

O 5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade aceitará a inscrição de trabalhos nas seguintes categorias:

a. Empresas

- a.1. São consideradas empresas dos setores de comércio e serviços, empresas varejistas ou atacadistas que exerçam atividade comercial, empresas de turismo e prestadoras de serviços em geral, indústrias inseridas na cadeia de valor do setor e as entidades empresariais (sindicatos e entidades de classe), classificadas conforme previsto no item a.3.
- a.2. As empresas candidatas não precisam ser associadas a qualquer sindicato filiado ou à própria FecomercioSP.
- a.3. Para a avaliação dos trabalhos desta categoria, as empresas serão classificadas em grupos de acordo com a natureza ou o faturamento bruto referente ao exercício de 2013, conforme a seguir:
 - Microempresa de comércio, serviços e turismo, assim considerada aquela com faturamento anual de até R\$ 360.000,00.
 - Pequena/Média empresa de comércio, serviços e turismo, assim considerada aquela com faturamento anual superior a R\$ 360.000,01 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00.
 - Grande empresa de comércio, serviços e turismo, assim considerada aquela com faturamento anual superior a R\$ 3.600.000,01.
 - Entidades empresariais (independentemente do porte).
 - Indústrias (independentemente do porte).

a.4. Todo projeto deverá indicar o nome de um responsável (pessoa física), independentemente de ter sido produzido por um grupo de pessoas ou a inscrição ter sido realizada por pessoas jurídicas e órgãos públicos. Esse responsável responderá juridicamente pela inscrição, representando a equipe, a pessoa jurídica ou o órgão público em todo o processo, recebendo inclusive o Prêmio durante a cerimônia de premiação. O responsável, se pessoa física, terá seu nome divulgado nas ações de comunicação e gravado no troféu. Nos demais casos, a divulgação e gravura no troféu serão em nome das próprias pessoas jurídicas ou órgãos públicos vencedores.

b. Órgãos Públicos

b.1. São considerados os órgãos integrantes da administração direta ou indireta, nos três poderes nas esferas federal, estadual ou municipal, que exerçam atividades ligadas aos interesses do varejo, de sua cadeia de valor ou do consumidor de produtos ou serviços.

b.2. Todo projeto deverá indicar o nome de um responsável (pessoa física), independentemente de ter sido produzido por um grupo de pessoas ou a inscrição ter sido realizada por pessoas jurídicas e órgãos públicos. Esse responsável responderá juridicamente pela inscrição, representando a equipe, a pessoa jurídica ou o órgão público em todo o processo, recebendo inclusive o Prêmio durante a cerimônia de premiação. O responsável, se pessoa física, terá seu nome divulgado nas ações de comunicação e gravado no troféu. Nos demais casos, a divulgação e gravura no troféu serão em nome das próprias pessoas jurídicas ou órgãos públicos vencedores.

c. Academia

c.1. Para a avaliação dos trabalhos desta categoria, os concorrentes serão classificados em dois grupos distintos:

- Professores universitários em atividade.

- Estudantes regularmente matriculados em cursos de graduação e pós-graduação (lato sensu ou stricto sensu), em qualquer fase.
- c.2. Todo projeto deverá indicar o nome de um responsável (pessoa física), independentemente de ter sido produzido por um grupo de pessoas ou a inscrição ter sido realizada por pessoas jurídicas e órgãos públicos. Esse responsável responderá juridicamente pela inscrição, representando a equipe, a pessoa jurídica ou o órgão público em todo o processo, recebendo inclusive o Prêmio durante a cerimônia de premiação. O responsável, se pessoa física, terá seu nome divulgado nas ações de comunicação e gravado no troféu. Nos demais casos, a divulgação e gravura no troféu serão em nome das próprias pessoas jurídicas ou órgãos públicos vencedores.

d. Reportagem Jornalística

- d.1. Poderão concorrer nesta categoria trabalhos jornalísticos de autoria de um ou mais jornalistas. O responsável deverá ter registro profissional – que terá de ser oportunamente comprovado por meio do envio de cópia digitalizada do registro – no Ministério do Trabalho e Emprego, no momento da inscrição.
- d.2. Para concorrer ao Prêmio nesta categoria serão considerados aptos a julgamento apenas os trabalhos apresentados em língua portuguesa e publicados em veículo de comunicação sediado no Brasil.
- d.3. No caso de reportagens realizadas por equipes, deverá ser indicado no ato de inscrição o responsável pelo projeto, que representará o grupo em todo o processo. O nome do representante indicado será divulgado como vencedor da categoria na cerimônia de premiação e nas ações de comunicação, além de ser impresso no troféu.
- d.4. Para a avaliação dos trabalhos desta categoria, os concorrentes serão classificados em três grupos distintos:
- Reportagem em mídia impressa (jornais e revistas).

- Reportagem em emissora de TV ou Rádio.
 - Reportagem online (publicada na internet).
- d.5. Cada jornalista interessado em concorrer ao Prêmio poderá inscrever até três trabalhos, isoladamente ou integrando uma equipe.
- d.6. Para cada trabalho inscrito por um jornalista ou por uma equipe, deverá ser preenchida uma ficha de inscrição com todas as exigências descritas neste regulamento.
- d.7. Em caso de trabalhos sem assinatura ou sob pseudônimo, a autoria deverá ser atestada pela direção ou chefia da publicação/empresa jornalística, em documento escrito com assinatura e identificação do responsável, que deverá acompanhar a documentação da inscrição desde o início.
- d.8. Somente serão aceitos para concorrer nesta categoria os trabalhos jornalísticos publicados pela primeira vez no período de 30 de agosto de 2014 a 30 de agosto de 2015.
- d.9. Serão desclassificadas as reportagens veiculadas anteriormente ou apenas republicadas no período mencionado na cláusula anterior.
- d.10. O(s) autor(es) inscrito(s) será(ão) responsável(eis) pela originalidade e autenticidade do(s) trabalho(s), assumindo, exclusivamente, a responsabilidade decorrente de seu conteúdo perante terceiros.
- d.11. Além dos Princípios Fundamentais do Varejo Responsável, mencionados no item 2 deste regulamento, os trabalhos inscritos nesta categoria poderão abordar outros temas empresariais, relacionados ao desenvolvimento sustentável, que identifiquem iniciativas inovadoras de interesse dos setores de comércio, serviços e turismo.

4 – Período e forma de inscrição

1. As inscrições para o **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** são gratuitas e poderão ser realizadas no período de 9 de dezembro de 2014 a 30 de agosto de 2015, exclusivamente pelo site www.fecomercio.com.br/sustentabilidade.
2. Para efetivar a inscrição pela internet, o participante deverá responder todas as informações solicitadas no formulário, anexando eventuais documentos obrigatórios previstos para sua categoria.
3. A inscrição implicará integral concordância do participante com os termos deste regulamento.
4. Com exceção do limite estabelecido para a categoria “Reportagem Jornalística”, conforme previsto na cláusula d.5 do item 3 deste regulamento, não haverá limite de número de trabalhos inscritos para os participantes das demais categorias.
5. Não podem participar do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**:
 - Empregados ou prestadores de serviços terceirizados de instituições envolvidas na organização ou no patrocínio ao Prêmio.
 - Empresas concessionárias de serviços públicos.
 - Organizações do terceiro setor (igrejas, entidades filantrópicas, OSCIPs, fundações e institutos).
 - Grupos formados simultaneamente por professores e estudantes.
 - Grupos formados simultaneamente por autores pertencentes a categorias diversas.

5 – Estrutura de apresentação de trabalhos

1. Os participantes das categorias “Empresas”, “Órgãos Públicos” e “Academia” poderão apresentar um ou mais trabalhos, na forma de estudo de caso, considerando a seguinte estrutura:
 - Apresentação com, no máximo, 20 páginas, contendo: capa, índice, resumo, conteúdo e referências.
 - Anexos com, no máximo, cinco páginas.
 - Formatação do texto em fonte Arial 12.
 - Indicação de quais Princípios Fundamentais do Varejo Responsável são atendidos e reforçados com as práticas contidas no projeto inscrito.
 - Descrição dos aspectos de inovação verificados nas práticas contidas no projeto inscrito.
 - Descrição dos benefícios e dos resultados obtidos – ou potenciais – para as organizações envolvidas, as comunidades afetadas e a sociedade brasileira, considerando-se os resultados alcançados ou esperados com as práticas contidas no projeto inscrito.
14. Para a categoria “Reportagem Jornalística”, aplicam-se os requisitos a seguir:
 - Os autores de reportagens publicadas em veículos impressos poderão inscrever as reportagens em formato PDF.
 - Para as reportagens em áudio ou vídeo, o autor deverá informar o link da internet no qual a matéria estará disponível para acesso, sendo responsabilidade do autor garantir que o link esteja ativo até o fim do Prêmio, sob pena de eliminação.

- As reportagens em áudio e vídeo não precisam estar hospedadas nos sites dos veículos em que foram publicadas, admitindo-se sua disponibilidade em outros canais da web (como no site YouTube), desde que essa informação seja devidamente esclarecida no momento da inscrição.
- Os trabalhos deverão atentar para a qualidade de sua apresentação, principalmente em relação à definição do arquivo enviado e à qualidade do áudio e das imagens disponibilizadas, a fim de permitir uma avaliação criteriosa.
- 3. As inscrições efetuadas em desconformidade com as orientações aqui registradas, bem como os arquivos e links encaminhados com desatenção aos requisitos previstos neste regulamento, importarão em eliminação do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**.

6 – Critérios de avaliação dos trabalhos

1. Os projetos inscritos nas categorias “Empresas”, “Órgãos Públicos” e “Academia” serão avaliados de acordo com os seguintes critérios:
 - Inovação: grau de novidade e aperfeiçoamento que tenha, como resultado, processos, produtos ou serviços novos/melhorados.
 - Resultados para as organizações envolvidas, as comunidades afetadas e toda a sociedade brasileira, considerando-se aqueles já alcançados pelas práticas, comprovando sua eficácia ou seus potenciais, desde que estimados no projeto.
 - Relevância para o negócio das empresas e para a missão das organizações envolvidas: concretude dos benefícios sociais, ambientais e econômicos gerados internamente com sua implantação.

- Relevância para as demais partes interessadas: concretude dos benefícios sociais, ambientais e econômicos gerados para as partes interessadas com sua implantação.
- Amplitude: número de pessoas, organizações e/ou regiões beneficiadas pelo trabalho.
- Nível de Atendimento aos Princípios Fundamentais do Varejo Responsável: atendimento das práticas relatadas a um ou mais Princípios Fundamentais do Varejo Responsável.

A avaliação do Nível de Atendimento aos Princípios Fundamentais do Varejo Responsável será ponderada de acordo com os pesos específicos atribuídos conforme apresentado ao lado. As avaliações da inovação e dos resultados serão valorizadas em relação aos demais critérios com os seguintes fatores:

- Inovação: 2 vezes
 - Resultados planejados: 1,5 vez
 - Resultados relatados: 2 vezes
2. Os projetos inscritos na categoria “Reportagem Jornalística” serão avaliados de acordo com os seguintes critérios:
- Criatividade e solidez na abordagem do tema.
 - Conteúdo apresentado com acurácia (informativa e ortográfica).
 - Tema bem explorado, com informações sólidas.
 - Fontes diversificadas, com várias perspectivas.
 - Impacto sobre o público.

PRINCÍPIOS	EMPRESAS				Entidades
	Micro	Pequena/ Média	Grande	Indústria	
Ética	5	5	5	5	5
Procedência	4	3	3	3	4
Cadeia de suprimentos	5	3	3	3	4
Empregados	4	5	5	5	4
Operações	4	4	4	4	4
Logística	5	4	4	4	4
Qualidade	4	4	4	4	4
Atendimento	4	5	4	4	4
Marketing	4	4	3	3	4
Consumo consciente	3	4	5	5	3
Crédito responsável	3	4	4	4	3
Concorrência	4	4	4	4	4
Comunidades	3	3	4	4	3
Mercados inclusivos	4	4	4	4	3
Poder público	3	3	3	3	5
Meio ambiente	5	5	5	5	5

PRINCÍPIOS	ÓRGÃOS PÚBLICOS	Academias	
		Professor	Estudante
Ética	5	5	5
Procedência	4	4	4
Cadeia de suprimentos	3	3	3
Empregados	4	3	3
Operações	5	3	3
Logística	3	3	3
Qualidade	4	4	4
Atendimento	5	4	4
Marketing	4	4	4
Consumo consciente	4	5	5
Crédito responsável	3	4	4
Concorrência	4	4	4
Comunidades	3	4	4
Mercados inclusivos	4	4	4
Poder público	5	5	5
Meio ambiente	5	5	5

- No caso de vídeo, é importante que as imagens sejam relevantes.
- Atendimento aos Princípios Fundamentais do Varejo Responsável.
- Conteúdo de inovação retratado no material.
- Resultados alcançados ou expectativas de resultados.

7 – Etapas do julgamento

1. O processo geral de julgamento dos trabalhos inscritos ocorrerá entre agosto e setembro de 2015 e será constituído por cinco etapas, descritas a seguir:
 - Triagem – os projetos serão analisados para verificar sua conformidade com as disposições previstas neste regulamento. O projeto que apresentar desconformidade será desclassificado e seu autor devidamente comunicado da decisão, com a correspondente justificativa.
 - Avaliação – os trabalhos serão analisados pelas Bancas Julgadoras para avaliar as iniciativas nas categorias concorrentes. Haverá a seleção dos três melhores projetos em cada uma delas, respeitando os critérios previstos no item 6 deste regulamento.
 - Divulgação dos finalistas – os nomes dos finalistas serão divulgados pelo site www.fecomercio.com.br/sustentabilidade em setembro de 2015.
 - Julgamento do Comitê de Premiação – o Comitê de Premiação avaliará os trabalhos e escolherá os vencedores, respeitando os critérios previstos neste regulamento.

- Divulgação dos vencedores – a FecomercioSP anunciará os vencedores em cerimônia oficial que tornará público o resultado da avaliação do Comitê de Premiação, com o nome dos vencedores do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**.
- 2. Todas as datas descritas anteriormente poderão ser prorrogadas, a critério da Comissão Organizadora. Nessa hipótese, será dada publicidade às alterações efetuadas no calendário do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** pelo site www.fecomercio.com.br/sustentabilidade.

8 – Comissão Organizadora, Bancas Julgadoras e Comitê de Premiação

1. O **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** será coordenado por uma Comissão Organizadora integrada por representantes da FecomercioSP e da FDC, a quem compete a designação e o convite aos integrantes das Bancas Julgadoras e do Comitê de Premiação.
2. Para o julgamento dos trabalhos serão constituídas Bancas Julgadoras, responsáveis pela avaliação dos trabalhos e pela indicação dos finalistas de cada uma das categorias existentes (“Empresas”, “Órgãos Públicos”, “Academia” e “Reportagem Jornalística”).
3. As Bancas Julgadoras serão constituídas oportunamente pela Comissão de Organização em função da quantidade de trabalhos a serem julgados.
4. O Comitê de Premiação será responsável pela avaliação dos trabalhos finalistas selecionados pelas Bancas Julgadoras, atribuindo as correspondentes classificações para fins de premiação.
5. O Comitê de Premiação será composto por três integrantes e presidido por José Goldemberg, presidente do Conselho de Sustentabilidade da FecomercioSP, ex-ministro do Meio Ambiente e professor da USP.

6. Os integrantes das Bancas Julgadoras e do Comitê de Premiação, em qualquer das fases de julgamento, terão total autonomia para tomar decisões, até mesmo sobre questões eventualmente não previstas neste regulamento, não cabendo nenhum recurso de suas decisões.
7. A Banca Julgadora da categoria “Reportagem Jornalística”, dadas as peculiaridades do segmento e dos critérios de avaliação, será composta por membros jornalistas que poderão representar associações de jornalistas, órgãos independentes de imprensa ou poderão ser profissionais reconhecidos na área.

9 – Reconhecimento

1. Os trabalhos vencedores, selecionados pelo Comitê de Premiação, receberão o Troféu do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** durante a cerimônia de Premiação. Os trabalhos serão divulgados nas mídias da FecomercioSP e no site oficial do Prêmio.
2. Além do reconhecimento da forma da cláusula anterior, serão distribuídos títulos na forma de capitalização ou previdência aos vencedores de cada um dos grupos do **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade**, como incentivo simbólico aos seus autores, da seguinte forma:
 - Categoria “Empresa”: contemplará integrantes dos cinco grupos previstos (Microempresa, Pequena/Média empresa, Grande empresa, Entidade empresarial e Indústria), com o valor de R\$ 15 mil em títulos de capitalização.
 - Categoria “Órgão Público”: contemplará um projeto vencedor, com o valor de R\$ 15 mil em títulos de capitalização.
 - Categoria “Academia”: contemplará integrantes dos dois grupos previstos (professores e estudantes), com o valor de R\$ 15 mil em títulos de capitalização ou previdência por projeto vencedor.

- Categoria “Reportagem Jornalística”: contemplará integrantes nos três grupos previstos (Reportagem em mídia impressa; Reportagem em emissora de TV ou Rádio; e Reportagem online), com o valor de R\$ 15 mil em títulos de capitalização ou previdência por projeto vencedor.
- 3. Os títulos de capitalização ou previdência, mencionados nesta cláusula, serão disponibilizados às pessoas físicas ou jurídicas inscritas por meio do encaminhamento do termo que conterà as informações sobre as condições e os documentos exigidos para o recebimento da premiação. A FecomercioSP disponibilizará o prêmio em até 60 (sessenta) dias, contados da data de entrega da documentação.
- 4. Às pessoas jurídicas vencedoras do prêmio, serão disponibilizados apenas títulos de capitalização. Já as pessoas físicas poderão escolher entre títulos de capitalização e de previdência. Conforme constará do termo de informação aos vencedores, para o recebimento dos títulos de capitalização ou previdência, o vencedor deverá encaminhar, quando solicitada, documentação comprobatória de sua qualificação jurídica.

10 – Considerações finais

1. Este regulamento estará disponível no site www.fecomercio.com.br/sustentabilidade e na sede da FecomercioSP, na Rua Doutor Plínio Barreto, 285, Bela Vista, São Paulo – SP.
2. Os trabalhos não selecionados como vencedores poderão ou não ser divulgados, ficando a critério da Comissão de Organização.
3. Os trabalhos não serão devolvidos aos participantes e poderão ser utilizados pelos organizadores do Prêmio como material de pesquisa, para cessão ou doação a organizações interessadas ou, ainda, serem mantidos em arquivo para futuro aproveitamento e/ou consulta.

4. A inscrição no **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** implica concordância dos candidatos com todas as condições previstas neste regulamento, bem como a utilização, sem ônus, de seu nome, sua imagem e seu trabalho para divulgação em qualquer meio de comunicação, nacional ou internacional, em língua portuguesa ou traduzida para outros idiomas, na forma impressa ou eletrônica.
5. Assim como nas edições anteriores, o **5º Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade** tem finalidade meramente cultural, buscando reconhecer e divulgar práticas que contribuam para a difusão dos ideais da cultura do desenvolvimento sustentável, não possuindo caráter comercial, não objetivando resultados financeiros e sem nenhuma vinculação dos participantes à aquisição do uso de produtos e serviços das entidades organizadoras ou dos parceiros.
6. Suspeitas de conduta antiética na elaboração dos projetos, bem como de desrespeito a este regulamento, serão analisadas e julgadas pela Comissão Organizadora e podem resultar na desclassificação do projeto inscrito.

