RL higiene

O VALOR DA LIMPEZA

GUIA DE

PRINCÍPIOS CULTURA PRÁTICAS

SUMÁRIO

1. Manifesto 4

2. Visão, Missão, Valores e Ambição Estratégica 5

3. Estrutura operacional 7

4. O que fazemos 9

- O Valor da Limpeza e Limpeza 360º 9
- Pitch e Elevator Pitch 10

5. Cultura & Práticas 12

- Relações com Sócios 12
- Relações com Colaboradores 12
- Relações com Clientes 14
- Relações com Fornecedores 15
- Relações com Concorrentes 16
- Relações com Esfera pública 17
- Relacionamento com Meio Ambiente e Sociedade 17

6. Comunicação & Marca 18

Responsabilidade 18
Brand Persona 18
Tom de voz 19
Premissas da comunicação 19
Redes Sociais 21
Cuide da nossa Marca 22

7. Sustentabilidade 23

Empresa B Certificada 23
Compensação de Carbono 23
Compensação de Resíduos 23
Certificação FSC 24
Selo Sustentabilidade ABNT 24
Adoção de Entidades Sociais 24
Apoio à Entidades do Terceiro Setor 24
Campanhas de Consumo Consciente 24
O Que Você Pode Fazer 25

8. Compliance 26

Canal de Escuta Interno 26
Canal de Escuta Externo 26

1. MANIFESTO

ACREDITAMOS QUE:

- Não existe empresa bem-sucedida em um mundo insustentável;
- A higiene e limpeza profissional é um meio de garantir um nível superior de saúde das pessoas nos seus ambientes de trabalho e de lazer, além de produzir um ambiente mais seguro e mais bonito para realização das mais variadas atividades, portanto de produzir maior qualidade de vida;
- O valor gerado pela empresa deve ser compartilhado, não apenas pelos sócios, mas, também, por todos as demais partes interessadas: colaboradores, clientes, fornecedores, sociedade e meio-ambiente;
- O mundo é um sistema cujas partes estão inter-relacionadas e são interdependentes. Alterar uma das partes geralmente afeta as demais e todo o sistema.

A PARTIR DESTAS CRENÇAS, ENTENDEMOS QUE DEVEMOS (PRINCÍPIOS):

- Pautar nossas ações com base em nossos valores;
- Promover um ambiente de trabalho baseado na confiança;
- Tratar a todos com justiça e transparência;
- Combater qualquer atitude preconceituosa relacionada à diversidade e quaisquer outras formas de discriminação;
- Considerar nas estratégias e ações, o melhor interesse da sociedade, incluindo os efeitos de curto e longo prazo sobre os sócios; colaboradores; fornecedores, clientes; comunidade; e meio ambiente;
- Comprometer-nos a respeitar as normas da boa governança corporativa e leis em todas as instâncias governamentais.

2. VISÃO, MISSÃO, VALORES E AMBIÇÃO ESTRATÉGICA

VISÃO

Ser a melhor escolha no mercado ao gerar valor aos clientes com soluções diferenciadas em Higiene & Limpeza, garantindo assim a longevidade da empresa.

MISSÃO

Por amor e respeito à vida, nossas soluções de higiene e limpeza promovem a saúde e o bem-estar das pessoas e contribuem para um mundo mais sustentável.

VALORES

INTEGRIDADE · COLABORAÇÃO · PERENIDADE
RESPEITO · PAIXÃO · EXCELÊNCIA

INTEGRIDADE

Nossas ações, pensamentos e sentimentos são coerentes. Acreditamos no que fazemos, somos transparentes e pautamos nossas decisões nos preceitos éticos da empresa, do mercado e do planeta.

COLABORAÇÃO

A melhor maneira de fazer o nosso trabalho é fazê-lo juntos. Gostamos de trabalhar uns com os outros, respeitando diferenças, convergindo os interesses do grupo e colocando-os à frente dos individuais.

PERENIDADE

Somos dedicados a promover o crescimento sustentável e a perenidade do nosso negócio e, para isso, oferecemos sempre as soluções de Higiene & Limpeza que mais agregam valor ao nosso cliente e ao planeta.

RESPEITO

Valorizamos a vida acima de tudo. Demonstramos isso através da preservação de um ambiente de trabalho saudável e ações que contribuam para a sustentabilidade do planeta e o bem-estar de todas as pessoas.

PAIXÃO

Acreditamos no que fazemos e compartilhamos dos mesmos propósitos. Trabalhamos com paixão, atendendo com alegria e servindo com prazer.

EXCELÊNCIA

Garantimos qualidade superior em tudo o que fazemos, promovendo melhoria contínua e oferecendo os mais altos padrões de produtos e serviços, sendo reconhecidos pelo nosso cliente como a melhor solução em Higiene & Limpeza.

AMBIÇÃO ESTRATÉGICA

Promover o Valor da Limpeza proporcionando sucesso dos clientes e satisfação dos colaboradores, de maneira inovadora e sustentável e, dessa forma, alcançar sucesso financeiro.

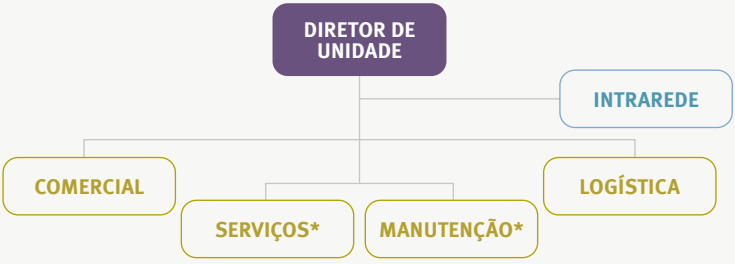
3. ESTRUTURA OPERACIONAL

A RL Higiene opera em um formato de rede no estado de São Paulo. A **Rede RL** é composta por unidades localizadas em São Paulo, Campinas, Presidente Prudente, Sorocaba e Vale do Paraíba, que atuam com equipes de vendas e distribuição em cada uma das suas respectivas regiões. Além das unidades regionais, há também a Unidade Less, que opera a loja online da RL.

Cada unidade conta com um sócio (diretor executivo) e equipes de vendas e distribuição, com autonomia gerencial e de operação.

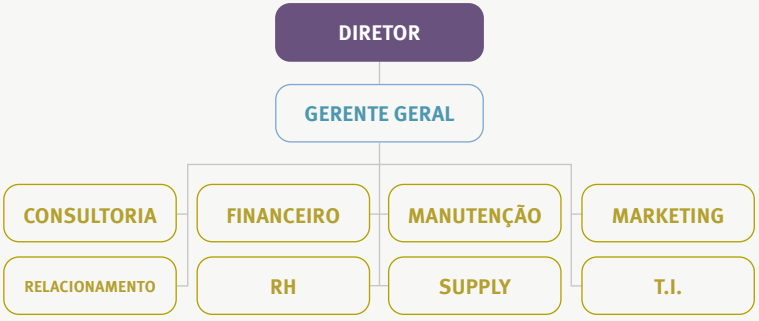
Localizada em São Paulo, a sede da RL abriga a holding Guaycurus, controladora majoritária das unidades e o CSC - Centro de Serviços Compartilhados, unidade responsável pelos serviços administrativos, financeiros, de relacionamento, recursos humanos, consultoria, TI, manutenção & instalação e marketing de toda a Rede RL.

ORGANOGRAMA UNIDADE DE NEGÓCIO



* Área de Serviços e Manutenção apenas na unidade de Presidente Prudente

ORGANOGRAMA CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADO - CSC



A RL é uma das fundadoras da ALLIA, uma rede de empresas de distribuição de produtos e soluções de limpeza cujo objetivo é o de atender clientes que possuem operações em diversos estados do Brasil. A RL é a responsável pelo atendimento em todo o estado de São Paulo. Com a ALLIA, a RL pode atender clientes em todo o território nacional.

A ALLIA é, por sua vez, parceira de redes nos EUA (Network) e Europa (Inpacs) para clientes multinacionais que precisem de atendimento no Brasil e vice-versa.

4. O QUE FAZEMOS

A RL promove O Valor da Limpeza através da Limpeza 360°

4.1 O Valor da Limpeza é o resultado de tudo aquilo que os clientes obtêm para o sucesso dos seus negócios através de uma limpeza profissional bem estruturada e executada. O que é valor varia de segmento para segmento, de cliente para cliente. Pode ser tangível ou perceptível.

De um modo geral podemos listar alguns desses resultados como sendo: melhoria da reputação da marca, maior satisfação dos clientes, bem-estar dos funcionários, aumento da produtividade e qualidade do trabalho, redução de absenteísmo e do presenteísmo, fidelidade dos clientes, preservação dos ativos com o aumento da vida útil dos edifícios, maior eficiência energética, redução de riscos de contaminação em áreas de produção, redução da transmissão e proliferação de vírus e consequentemente de queixas de saúde.

A Limpeza 360° é o que permite concretizar o Valor da Limpeza.
Está apoiada em três eixos:

PROCESSOS - A EVOLUÇÃO DA LIMPEZA
Inteligência aplicada: diagnóstico, processos personalizados, especificação de produtos, ferramentas para gestão.

PRODUTOS - PERFORMANCE DE A A Z
Um portfólio completo de produtos e equipamentos duráveis e de alto rendimento para atender a todas as demandas de higiene e limpeza profissional.

PESSOAS - REFORÇO PARA OS TIMES
Capacitação de equipes e campanhas para engajamento: as pessoas são corresponsáveis para garantir saúde, bem-estar e consumo consciente.

De uma outra maneira podemos dizer que promove:

ECONOMIA - MAIS EFICIÊNCIA

Economia por efetividade e produtividade, redução de desperdício, desgaste e contaminação, diminuição do absenteísmo por doenças.

SAÚDE E BEM-ESTAR - LIMPAR FAZ BEM.

Cuida das pessoas e valoriza os ambientes: mais conforto, respeito aos operadores, maior segurança e bem-estar.

SUSTENTABILIDADE - UMA PARCEIRA PARA O ESG.

Pioneira em limpeza sustentável: produtos certificados e o compromisso de reduzir o impacto ambiental em todas as ações de limpeza e higiene.

4.2 Pitch

Ao proporcionar uma abordagem abrangente para aprimorar a eficiência e a qualidade das operações de limpeza, a RL ajuda a sua empresa a prosperar.

Começando pelas pessoas, entendemos que sua equipe e os usuários do ambiente desempenham um papel vital. É por isso que oferecemos treinamentos completos e conscientização sobre o uso de nossos recursos de limpeza. Capacitamos e engajamos seus colaboradores e clientes, tornando-os parte integrante do sucesso da sua empresa.

Quando se trata dos produtos, temos um portfólio completo. Oferecemos produtos de alto rendimento e ferramentas ergonômicas, garantindo que suas operações de limpeza sejam eficazes e eficientes.

Nossos processos são a espinha dorsal de nossa experiência de 47 anos de know-how acumulado. Fazemos diagnósticos e gerenciamos o consumo, compartilhando nosso conhecimento para otimizar suas operações.

Transformamos sua empresa em um ambiente mais limpo, seguro, produtivo, saudável e com colaboradores conscientes.

Não somos apenas uma empresa de limpeza; somos parceiros do seu negócio. Junte-se a nós e experimente a diferença de uma abordagem completa para o sucesso empresarial.

Estamos aqui para ajudar você a prosperar.

Elevator Pitch

A RL Higiene é uma distribuidora de produtos de higiene e limpeza com quase 50 anos de experiência. Aqui nós acreditamos em um conceito que chamamos de o Valor da Limpeza: ambientes limpos e higienizados garantem saúde e bem-estar, maior produtividade, preservação do patrimônio das instituições, além de ganhos financeiros e redução de impactos ambientais.

Para levarmos esse Valor para nossos clientes, realizamos um diagnóstico de gargalos e necessidades de sua operação e, a partir daí, construímos com vocês um projeto para desenvolvimento e implementação de processos estruturados e de soluções de higiene e limpeza.

Nós vamos trabalhar juntos com um cronograma de treinamento das equipes, conscientização no consumo de recursos e utilizando produtos e ferramentas adequados para cada operação, tudo isso com um custo ajustado para gerar resultados positivos para seu negócio.

5. CULTURA & PRÁTICAS

As práticas cotidianas definem a cultura da empresa. A descrição das práticas têm o objetivo de facilitar o entendimento e orientar a aplicação das crenças e princípios nos processos de negócio e nas atitudes e comportamentos da sua força de trabalho que, por sua vez, deve, além de segui-las, zelar pelo seu cumprimento.

5.1 Relações com Sócios

Os sócios da RL se comprometem a atuar de maneira profissional e ética.

A remuneração dos sócios (pró-labore) é estabelecida por critérios estritamente profissionais, de acordo com a respectiva função exercida.

A distribuição dos lucros é feita mediante aprovação da Reunião de Sócios e proporcionalmente à participação de cada sócio.

5.2 Relações com Colaboradores

A RL mantém relacionamento profissional com todos os colaboradores baseado na integridade e na honestidade de ambas as partes; repudia qualquer tipo de discriminação com seus colaboradores, sejam eles contratados em regime CLT, autônomos, estagiários ou terceirizados.

A RL considera que:

- Nenhum colaborador, em qualquer nível, deve aceitar qualquer tipo de suborno, doação ou presente de terceiros na realização das suas atividades.
- O processo de recrutamento, seleção e desenvolvimento profissional dos colaboradores deve-se basear nas suas habilidades,

conhecimentos e competências, ser imparcial nas suas preferências e buscar aqueles que se identifiquem com a cultura, negócio e valores da organização.

- É responsabilidade de ambas as partes a transparência e honestidade no relacionamento e o cumprimento dos compromissos assumidos.
- Deve manter respeito pela individualidade e assegurar que cada indivíduo seja tratado com dignidade e justiça.
- Não é tolerável qualquer forma de discriminação.
- Não é tolerável qualquer forma de assédio, moral ou sexual.
- Deve proporcionar condições seguras de trabalho, de preservação da saúde e de integridade física e psíquica dos colaboradores; e ainda promover qualidade de vida no ambiente de trabalho.
- Nenhuma tarefa deve ser executada sem condições de segurança; é dever de cada colaborador informar à organização caso encontre condições inseguras, desrespeito às regras de segurança ou situações que possam colocar em risco a vida e a integridade de qualquer pessoa.
- Trabalhar sob o efeito de drogas ilegais ou do álcool é considerado falta grave, pois o seu consumo compromete a saúde e o desempenho do profissional, coloca em risco sua integridade física e de seus colegas, além de prejudicar o ambiente de trabalho e afetar a imagem da organização. É importante ter em seus quadros colaboradores que tenham fácil acesso à organização, a fim de reduzir deslocamentos e desgastes desnecessários.
- É inadmissível qualquer tipo de hostilidade, intimidação, ofensa, ameaça e constrangimento no ambiente de trabalho. Qualquer atitude neste sentido, ou conduta que se configure como assédio moral e sexual, será tratada com o rigor da lei.
- É obrigação de todos proteger e usar adequadamente informações, ativos e recursos profissionais da organização, assim como os de ou-

tras organizações que sejam confiados à RL. Os e-mails, telefonemas, whatsapp, aplicativos e mídias sociais dentro do ambiente de trabalho, presencial ou remoto, devem se ater a questões profissionais e obedecer a todas as regras de segurança contidas na Política de TI.



bit.ly/rl-politica-ti

- Tem a prerrogativa de monitorar os telefonemas, e-mails, whatsapp e aplicativos funcionais dos colaboradores, para fins de treinamento, aperfeiçoamento e por razões de segurança.
- Deve sempre manter o colaborador informado a respeito do seu desempenho, resultado e conduta e orientá-lo.
- Ao encerrar um contrato de trabalho, deve basear-se apenas nos resultados, competências e atitudes do colaborador frente às expectativas da função.
- Condizente com seu posicionamento em relação ao tema da sustentabilidade deverá estimular e reconhecer nos seus colaboradores comportamentos e estilos de vida mais sustentáveis.

5.3 Relações com Clientes

A RL mantém relacionamento profissional com todos os clientes baseada na integridade e na honestidade de ambas as partes, e ainda se compromete a:

Atendimento e Relacionamento com Clientes

- Ter como premissa a excelência no atendimento.
- Buscar relacionamentos duradouros com seus clientes.
- Monitorar e atender prontamente as reclamações ou insatisfações e assegurar o aprimoramento constante do processo.
- Ser imparcial e livre de preconceito de qualquer natureza nas decisões no relacionamento com os clientes e obedecer às leis e regulamentações estabelecidas pelo código de defesa do consumidor e

aos princípios éticos das empresas.

- Não utilizar-se de práticas comerciais antiéticas ou ilícitas, tais como: corrupção, favorecimento pessoal de qualquer espécie, sonegação fiscal, acordos de preços com concorrentes, adulteração de produtos e entregas de produtos não correspondentes ao negociado, em concorrências públicas ou privadas ou qualquer outra transação comercial realizada por qualquer colaborador da RL.

Práticas de Marketing, Propaganda e Comunicação

- Atender às necessidades de higiene e limpeza de seus clientes, pautada no conceito de limpeza sustentável.
- Enviar todo material de propaganda e comunicação da RL de modo a corresponder fidedignamente ao compromisso acima e aos princípios éticos da organização.
- Fazer prevalecer a transparência, a idoneidade das informações e o respeito a qualquer tipo de público.
- Utilizar, para atividades de prospecção, bancos de dados oficiais e de domínio público, tais como: revistas, eventos, sites e entidades patronais.
- Não adquirir e nem fomentar o mercado de dados de empresas com origem ilegal ou não comprovada.
- Obter informações e dados de clientes apenas com o consentimento dos mesmos e utilizá-las somente para a relação comercial, além de assegurar sua total confidencialidade e não cedê-las para uso de terceiros, tudo de acordo com LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados.

  bit.ly/rl-lgpd
- Utilizar ferramentas digitais, com objetivo publicitário ou informativo, aos clientes e prospects mediante aprovação, e sempre dar a todos eles, a qualquer tempo, a oportunidade de solicitar a exclusão de suas informações do cadastro da RL.

5.4 Relações com Fornecedores

As relações entre a RL e seus fornecedores devem contemplar os interesses legítimos dos envolvidos e o bem comum, não sendo admitidas vantagens indevidas, obtidas por meio de manipulação de informação, intimidação, coerção, coação, constrangimento ou a criação artificial de situações de dependência da outra parte envolvida, concorrência desleal ou situações caracterizadas como de conflito de interesse com os negócios de ambas as empresas.

Restrições a Fornecedores

- Não contratar fornecedores que se utilizem das práticas de contratação do trabalho de menores de 18 anos em atividades noturnas, perigosas ou insalubres e de menores de 16 anos em qualquer trabalho, exceto na condição de aprendizes, a partir de 14 anos; trabalho forçado ou análogo ao escravo, assim como o uso de punição física, confinamento, ameaças de violência ou outras formas de assédio ou abuso como método de disciplina ou controle; e finalmente, fornecedores ou prestadores de serviços que não cumpram toda legislação vigente aplicáveis aos seus respectivos negócios

Compromissos de Melhoria dos Parceiros para um Crescimento Profissional e Mercadológico Conjunto.

- Buscar fornecedores e prestadores de serviços que tenham sustentação técnica e econômica, visando ao melhor retorno em termos de custo-benefício.
- Estabelecer relacionamentos comerciais duradouros, dentro dos princípios da livre iniciativa e da lealdade na concorrência.
- Dialogar com seus fornecedores para buscar a melhoria de procedimentos, políticas e recursos utilizados nos produtos e serviços contratados, garantindo uma relação transparente e equilíbrio financeiro entre as partes.

- Priorizar fornecedores com reconhecida conduta ética, que assumam compromisso público de combate à corrupção, e que divulguem esses princípios amplamente ao seu público interno e externo; fornecedores comprometidos com o tema da sustentabilidade e ainda aqueles comprometidos com o bem-estar de seus funcionários.

5.5 Relações com Concorrentes

A RL se compromete a não utilizar-se de práticas ilícitas, tais como pirataria, contrabando, favorecimento dos compradores, sonegação fiscal, acordos de preços com concorrentes e adulteração de produtos ou entrega de produtos não correspondentes ao negociado ou qualquer outro fator que possa ser identificado como concorrência desleal. Além disso, foca sua atuação comercial e sua comunicação na valorização dos seus atributos, e se compromete a não difamar seus concorrentes.

5.6 Relações com Esfera Pública

- As relações da RL com os poderes públicos de qualquer esfera devem sempre se pautar pela integridade e honestidade.
- A RL é signatária do pacto anticorrupção Pacto Global da ONU, e possui política explícita de não apoio e não participação em processos que objetivem a manipulação de editais de concorrências públicas ou privadas.
- A RL não financia partidos, candidatos e campanhas políticas e não influencia seus parceiros e fornecedores a tomar parte de qualquer posicionamento político.
- A RL estimula, por meio de debates, comunicação e informação, a participação cidadã de todos seus colaboradores nos processos eleitorais, plebiscitos, movimentos da sociedade e atividades políticas em geral.

5.7 Relacionamento com Meio Ambiente e Sociedade

A RL tem um forte compromisso com a sustentabilidade da vida no planeta, nos âmbitos econômico, social e ambiental. Para isso, a RL e seus colaboradores devem, ao desenvolver o seu modelo de negócios, respeitar, acima de tudo, as pessoas, a sociedade em geral, as suas comunidades de relacionamento e a natureza.

Os princípios da sustentabilidade fazem parte dos valores fundamentais da organização, sendo parte integrante de sua identidade, e devem ser estimulados em todos os relacionamentos profissionais entre todas as partes integrantes.

A RL apoia organizações e entidades da sociedade civil e incentiva o voluntariado de seus colaboradores através de sua expertise em higiene e limpeza profissional.

6. COMUNICAÇÃO & MARCA

A comunicação ocupa uma posição central na estratégia da RL.
Com o advento da internet e a revolução tecnológica que se seguiu, a comunicação que, já era de suma importância para qualquer empresa, ganhou contornos ainda mais desafiadores. Daí a necessidade de se estabelecer alguns parâmetros que ajudem os colaboradores a promover uma comunicação assertiva e alinhada com as diretrizes contidas neste documento.

6.1 Responsabilidade

Ao falar com um cliente ou parceiro, enviar um e-mail, postar em redes sociais, enviar uma mensagem ou participar de um evento, você se torna o responsável pela imagem da empresa.

Por isso é importante entender como a RL se comunica institucionalmente.

6.2 Brand Persona

O conceito de Brand Persona estabelece, a partir do posicionamento da marca e pesquisas, qual é a personalidade de uma empresa.

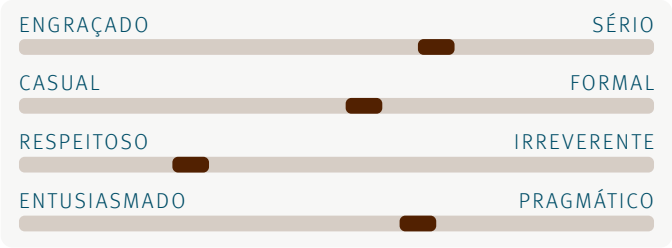
Aplicada à RL, o resultado destaca quatro características:

Responsável - Transparente - Visionária - Colaborativa

Estas características devem sempre ser levadas em consideração em nossas ações de comunicação e marketing, pois traduzem nosso posicionamento e visão de como devemos ser percebidos pelo público.

6.3 Tom de Voz

O tom de voz é o modo que devemos nos expressar na comunicação. No gráfico abaixo, podemos ver, dentro de dois pólos, qual é tom que devemos utilizar em nossos conteúdos:



6.4 Premissas da Comunicação

A RL construiu a sua marca agindo com integridade, ética e respeito pelas pessoas e meio ambiente. Elas são parte da vantagem competitiva tanto quanto nossa capacidade técnica, eficiência operacional e inovação.

A RL deve ser objetiva, clara e confiável. Sempre considere as seguintes premissas ao se comunicar:

Somos Racionais e Técnicos

- A RL é reconhecida pela sua autoridade na limpeza profissional, e um dos objetivos da nossa comunicação é disseminar conhecimento para o mercado.
- Ao criar qualquer conteúdo, nos baseamos em dados, experiência prévia e fatos comprováveis. Nossa capacidade técnica é a base da nossa credibilidade.

Em vez de escrever	Prefira
Consumidores não voltam a lugares sujos.	Segundo pesquisa da ISSA, 80% dos consumidores evitam voltar a lugares onde encontraram banheiros sujos.
Os produtos sustentáveis da RL não contaminam o meio ambiente.	A combinação de produtos profissionais com processos adequados de limpeza minimizam o impacto ambiental.

Evitamos Achismos e Exageros

- Buscamos sempre evitar afirmações genéricas e/ou exageradas - tal como “temos o melhor produto”, “elimine totalmente a contaminação cruzada”, “garantimos a economia”, ou “vendemos produtos sustentáveis”.

Somos Transparentes e Honestos

- Erramos? O melhor é sempre assumir a responsabilidade, comunicar com transparência e encaminhar a melhor solução.

Nossa Linguagem é Respeitosa

- Evitamos sempre usar um tom imperativo e uma linguagem burocrática. Ao escrever, procure sempre ser didático e conciso.
- Suas ideias serão mais bem recebidas se forem enviadas como sugestão baseada em argumentação, sem imposições. Assim o seu interlocutor pode tomar uma decisão autônoma e informada.
- Sempre que possível, utilize exemplos práticos para expor um conceito ou ideia.

Em vez de escrever	Prefira
Nunca use produtos domésticos na limpeza do seu escritório.	A combinação de produtos profissionais com processos adequados de limpeza minimizam o impacto ambiental.
Ferramentas domésticas são piores, Use as ferramentas profissionais e nunca mais tenha colaboradores com tendinite e outras doenças o que leva a falta no trabalho por esforços repetitivos.	Prefira ferramentas ergonômicas: elas são mais eficientes e reduzem o risco de lesões dos operadores

6.5 Redes Sociais

Quando você se identifica como colaborador da RL em uma rede social, é muito provável que outras pessoas considerem que você está falando em nome da empresa.

Tenha cuidado nas informações e interações em redes sociais. Exceto pelo Linkedin, que é uma rede profissional, na medida do possível separe sua vida profissional da pessoal nas redes – e, ao emitir opiniões, faça com parcimônia e esteja sempre atento para agir com responsabilidade.

IMPORTANTE: sempre peça autorização ao marketing antes de responder ou realizar qualquer interação em nome da RL nas redes sociais.

6.6 Cuide da Nossa Marca

Nosso estilo visual é limpo e elegante, e deve transmitir a sensação de conforto visual e leveza na comunicação.

O logotipo da RL, bem como slogans e assinaturas, são fundamentais para a consistência da nossa marca. Elas são a representação visual e uma declaração do que somos e qual nossa visão do negócio.

Também fazem parte de nossa marca os conceitos de “Valor da Limpeza”, “Limpeza Sustentável”, e “Limpeza 360”. Eles sintetizam nossas soluções e compromissos.

A RL sempre levou o design a sério. Entre em contato com a equipe de marketing em caso de dúvida na hora de utilizar nossa marca em apresentações e outros materiais gráficos ou digitais.

Nosso Manual da Marca está disponível no Portal do Marketing para consultas sobre o uso do logotipo, cores, tamanhos e fontes:

bit.ly/rl-manual-da-marca

7. SUSTENTABILIDADE

Assim como a comunicação, a sustentabilidade, diante dos enormes desafios que a humanidade enfrenta, requer um posicionamento claro, estratégias e seus desdobramentos bem definidos para obtenção de resultados que de fato façam a diferença. Todos devem procurar incorporar o tema da sustentabilidade em todos os processos da cadeia de valor da RL

O QUE A RL FAZ:

7.1 Empresa B Certificada

Fomos certificados em 2023 como uma Empresa B. Fazemos parte de um seleto grupo de empresas que medem seu desempenho não apenas do ponto de vista do resultado econômico, mas também pelos impactos no bem-estar da sociedade e do meio-ambiente.

7.2 Compensação de Carbono

Desde 2009 compensamos 100% de nossas emissões de gases do efeito estufa (GHG), participando do programa GHG Protocol liderado pela FGV.

7.3 Compensação de Resíduos

A Política Nacional de Resíduos Sólidos é uma lei de 2010 que estabelece diretrizes, objetivos e instrumentos para a gestão adequada de resíduos em todo o território nacional, obrigando as empresas a compensar no mínimo 22% de suas embalagens.

Desde 2014, a RL compensa 100% das suas embalagens de papelão e plástico colocadas todos os meses no mercado, através de serviços ambientais da parceira Yougreen, que destina o equivalente das embalagens para reciclagem.

7.4 Certificação FSC

Em 2008 a RL se tornou a primeira empresa da América do Sul a comercializar papéis sanitários com a certificação FSC.

O FSC (Forest Stewardship Council, ou Conselho de Manejo Floresta) rastreia todo o processo de produção de papel, desde a extração a partir de florestas plantadas para esse fim, passando pelo transporte e checando a fabricação, para garantir que toda a cadeia produtiva respeite os interesses ambientais e sociais.

7.5 Selo Sustentabilidade ABNT

Os produtos químicos Higindoor 222, 258 e 380 são certificados com o selo ambiental da ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. Estão em processo final de certificação os produtos 201, 203, 250, 302, 320, 376, e 366.

7.6 Adoção de Entidades Sociais

Desde 2022, a RL apoia o Instituto Acaia, uma organização social privada e sem fins lucrativos dedicada à educação de 280 crianças e jovens em situação de vulnerabilidade.

Além de fornecermos papéis, sabonetes, químicos, ferramentas na sede do projeto em São Paulo, também ajudamos a treinar pessoas na área de limpeza.

7.7 Apoio à Entidades do Terceiro Setor

A RL é parceira dos Institutos Akatu e Cidades Sustentáveis, além de associada, através da ALLIA, do Instituto Ethos.

7.8 Campanhas de Consumo Consciente

Incentivamos os nossos clientes para o consumo consciente, seja com ações em campo (Dia Essenz) ou através da nossa comunicação, com cartazes e campanhas em redes sociais.

7.9 O Que Você Pode Fazer

Adotar estilos de vida mais saudáveis e sustentáveis.

Tanto no escritório como em casa, promover o consumo consciente de água, energia, produtos de higiene pessoal (papel toalha, higiênico e sabonete líquido), ar condicionado, utilizando-se do mínimo necessário para realização do trabalho ou do seu conforto.

Aproveitar a convivência com especialistas da RL para aprender técnicas mais eficientes e econômicas de limpeza, que você pode aplicar em sua própria casa e transmitir este conhecimento para amigos e familiares.

Apoiar ou realizar trabalhos voluntários nas associações e entidades adotadas pela Rede RL:

Instituto Acaia: www.acaia.org.br ou telefone (11) 3643-5533.

Fraternidade São Damião: (11) 93463-8414.

8. COMPLIANCE

Uma boa prática de governança corporativa é estabelecer canais para eventuais denúncias, por isso caso alguma das partes interessadas entenda que não estamos agindo de acordo com os princípios e práticas contidos neste documento pode acionar os dois canais disponíveis para isso:

8.1 Canal de Escuta Interno

A pesquisa Pulses consiste em uma ferramenta para verificar o nível de satisfação no ambiente de trabalho e para apoiar a empresa a entender o cenário e ter um olhar analítico e cuidadoso sobre a cultura organizacional, além disso, a ferramenta traz um espaço seguro e sigiloso para expressar sugestões, dúvidas, comentários e até denúncias.

Gupy Clima e Engajamento (pulses.com.br)



8.2 Canal de Escuta Externo

Caso o canal de escuta interno não seja suficiente, os colaboradores e demais partes interessadas podem usar o canal de escuta externo, que é uma ouvidoria externa que atua na mediação de conflitos entre o cidadão (colaborador, fornecedor, cliente e/ou parceiro) e a empresa, fundamentando a sua atividade nos princípios da ética, eficiência, sigilo, boa-fé, isenção, contraditório e transparência nas relações, com o intuito de tratarmos qualquer tipo de incômodo ou situação que possa ser contrária à nossa existência, cultura ou valores.

Contato Seguro (contatoseguro.com.br)



RL higiene

O VALOR DA LIMPEZA

UNIDADES RL

CSC
AVENIDA QUEIROZ FILHO, 1700 TORRE D SALA 605
SÃO PAULO
0800 015 6088

UNIDADE SÃO PAULO
R. MAJOR PALADINO, 128 G1
(11) 3839 2500

UNIDADE CAMPINAS
R. JAMES CLERK MAXWELL, 451
(19) 3514 1051

UNIDADE SOROCABA
AV. LIBERDADE 4565, GL
0800 015 6088

UNIDADE PRESIDENTE PRUDENTE
R. ANTÔNIO DE SOUZA COSTA, 217
(18) 3199 2814

UNIDADE VALE
AV. ENGENHEIRO JUAREZ DE SIQUEIRA
BRITTO WANDERLAY, 445
SÃO JOSÉ DOS CAMPOS
(12) 3512 8900

LESS
AV. BRIGADEIRO FARIA LIMA, 1826
LOJAS 03 E 04 - SÃO PAULO
WWW.LESS.COM.BR
(11) 2394 7560