



Relatório de
Sustentabilidade
2021



plussoft
PEOPLE TECHNOLOGY

03
Abertura

04
Perfil

16
Nossa Governança

Conselho de Administração 18
Controle e Gestão 19
Modelo de Negócio e Estratégia 20
Gerenciamento de riscos 23
Ética e compliance 24

25
Estratégia de
Sustentabilidade

Temas materiais para a gestão ESG 26
Stakeholders prioritários 26
Processo de definição dos temas materiais 27
Temas materiais 27
Estratégia de atuação 30

42
Meio ambiente

Atenção ao meio ambiente 43
Sede inteligente 44

45
Sobre o Relatório

31
Social

Colaboradores Plusoft 32
Capacitação e desenvolvimento 33
Difusão de conhecimentos 34
Benefícios 34
Saúde e bem-estar 35
Por um mundo inclusivo 36
Geração de ideias e valores 37
Experiência do cliente 38
Satisfação do cliente 39
Cases de sucesso 40
Gestão de fornecedores 41

46
Anexos

48
Glossário

49
Sumário GRI

58
Expediente





Mensagem da empresa

[GRI 102-14]

A pandemia da Covid-19 trouxe um processo global de transformação e aceleração digital, gerando um impacto profundo na relação das empresas com suas comunidades internas e externas. Nesse contexto, a Plusoft, uma das empresas precursoras no segmento de *human experience* (HX) – com 34 anos de uma jornada consolidada –, assumiu em 2021 seu compromisso com as questões relacionadas à sustentabilidade, com ênfase em inclusão e governança, reforçando sua agenda ESG (*Environmental, Social and Governance* – ASG em português).

Sempre apostamos em um projeto genuíno e transparente, que impacte positivamente a vida de todas as pessoas que trabalham na Plusoft e as de nossos clientes parceiros. Nosso foco é sedimentar o caminho percorrido pela empresa até aqui, sendo cada vez mais eficientes.

Esta é uma rota permanente, gerando conquistas ano a ano. E que sempre são amplificadas para nossos *stakeholders*, sejam eles internos ou externos. Em 2021, mesmo com todas as adversidades impostas pela pandemia, atingimos o **crescimento de aproximadamente 40% em nosso negócio em relação a 2020**,

o maior de nossa história. Também trouxemos mais robustez para a Plusoft com a aquisição de outras empresas, como a Ibope DTM e a Effective.

Alinhados às melhores práticas de transparência corporativa estamos divulgando nosso primeiro relatório de sustentabilidade, de acordo com as Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI). Contudo, questões relacionadas aos aspectos ESG já estão incorporadas ao modelo de negócio da empresa desde 2017, por exemplo, com a adoção de rigorosos controles de segurança da informação. A Plusoft foi a primeira empresa do segmento a obter a ISO 27001 – padrão e referência Internacional para a gestão da Segurança da informação.

No aspecto social, destaco a criação, em 2020 de um comitê interno dirigido aos temas de igualdade, acessibilidade, inclusão e de diversidade de gênero, raça e etnia – bandeira sempre defendida pela empresa. E, com foco na ecoeficiência e na redução de nosso impacto ambiental, em 2021 tomamos a decisão de estabelecermos nossa sede, localizada em São Paulo, em um novo endereço. Optamos por uma região que oferece várias opções de transporte público,

além das ciclovias e por um prédio com a certificação *Leadership in Energy and Environmental* (Leed), no nível Gold, seguindo padrões internacionais de construções sustentáveis. A mudança se concretizou em 2022, com a volta do trabalho presencial.

Toda esta caminhada tem sido feita com maturidade, transparência e ética. E com um objetivo: o de garantir sucesso à nossa equipe e aos clientes com novas, memoráveis e personalizadas experiências. Só assim é possível gerar valor compartilhado entre todos os envolvidos em cada um dos projetos, garantindo a continuidade ao negócio e fazendo nossa parte para construir uma sociedade melhor e mais sustentável para todos.



Solemar Andrade
CEO da Plusoft



PERFIL

[GRI 102-1, 102-2, 102-3 102-4, 102-5, 102-6, 102-7 e 102-8]

- 05 Quem somos
- 06 Destaques
- 07 Foco na sustentabilidade
- 08 Clientes
- 09 Parceiros
- 10 Linha do tempo
- 11 Valores
- 12 Produtos
- 13 Pilares de atendimento
- 14 Destaques 2021
- 15 Nossos reconhecimentos em 2021





Quem somos

Há mais de 30 anos no mercado, a Plussoft, sediada na capital paulista, é pioneira e uma das maiores empresas do Brasil no segmento *human experience* (HX). A nossa filosofia de negócios é embasada na valorização do capital humano, na conectividade e na inclusão das pessoas, assim como no atendimento pleno, transparente e ágil aos nossos clientes.

Nossa equipe, formada por especialistas no desenvolvimento, produção e implementação de *softwares omnichannel* de *Customer Relationship Management* (CRM), domina tecnologias de ponta e garante as melhores ferramentas a nossos clientes, a fim de que estes possam registrar desempenhos positivos em suas atividades e estabelecer relacionamentos de valor com o seu consumidor final.

Nosso portfólio de produtos é composto por plataformas dirigidas à gestão de relacionamento com o cliente, *chatbots* com inteligência artificial e soluções de automação para diferentes modalidades de negócios e setores – tais como varejo, educação, saúde, serviços e seguros, entre outros.

Plussoft em números

Temos uma base de mais de

176 clientes em mais de 20 estados e municípios do Brasil

Já contamos com mais de

140 milhões de interações com *chatbots*

Registramos mais de

320 milhões de atendimentos em nossa plataforma de CRM/ano

Com mais de

100 prêmios, somos a empresa com mais reconhecimentos do país

448 Colaboradores (empregados CLT + diretores)



Destques

Mais de
100
prêmios recebidos
no Brasil



Forte experiência
em **9** indústrias

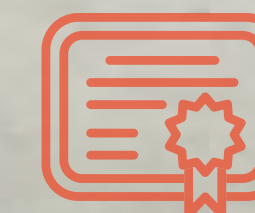


Full provider e
**Líder
em CX**

Mais de
34 anos de
mercado



Certificado
com a
**ISO
27001**





Foco na sustentabilidade

Conheça as iniciativas e ações afirmativas da Plusoft

TRAINEES ESTAGIÁRIOS

Programa de Estágio e Trainee 100% afirmativo – direcionado ao público LGBTQIAP+, mulheres e negros

Comitê de Diversidade, Igualdade e Inclusão (DII)

Trabalha diferentes temáticas ao longo dos meses de acordo com os recortes da diversidade.

São produzidos conteúdos externos, pílulas para envio interno e palestras que abordam as temáticas: Mulheres, Negros, PCDs, LGBTQIAP+, Machismo e Saúde Mental.

Impactos das ações mensais:

Compromisso com os ODS



GRI 401 - Educação e Treinamento

GRI 405 - Diversidade e Equidade / GRI 406 - Não discriminação



Mantemos a equipe atualizada quanto às normas e regras voltadas para segurança da informação. O intuito é elevar o padrão de segurança, renovando as certificações e realizando auditorias periódicas.

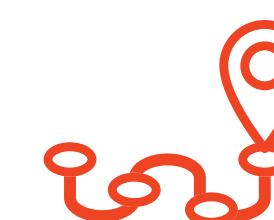
- Treinamento sobre Desenvolvimento Seguro;
- Conscientização sobre o tema de Segurança da Informação;
- Auditorias internas no processo de Suporte;
- Revalidações da ISO 27001.

Também trabalhamos com os temas:

- Modelo de Negócio Sustentável;
- Estrutura de Governança;
- Adaptação às Mudanças Climáticas;
- Gestão de Riscos;
- Transparência, Integridade e Ética;
- Melhoria contínua com foco no cliente;
- Entre outros que estão sendo apurados para a construção do Relato ESG 2022.

Canal de escuta

Acolhimento para tratativas de ocorrências internas e externas



Trilha de liderança inclusiva

Treinamento de imersão para gestão e diretoria sobre diversidade

Metas de Diversidade até 2025

- Chegar à marca de 50% do quadro de colaboradores constituído por mulheres;
- Garantir a presença feminina em 50% dos cargos de liderança;
- Atingir 40% de profissionais negros em nosso quadro de colaboradores;
- 25% de pessoas negras ocupando os cargos de liderança;
- Aumentar a presença de profissionais LGBTQIAP+ em 25%;
- Atingir 3% de PCDs em nosso quadro de colaboradores.



Clientes

SAÚDE														
VAREJO														
SEGUROS														
SERVIÇOS, TELCOS, UTILITIES & AGRO														
BENS DE CONSUMO														
SERVIÇOS FINANCEIROS														
BPO e CANAIS														



Parceiros





Linha do tempo

Inicia operações
com foco em CRM

1988

Atinge R\$ 20 milhões
em faturamento

2010

Aquisição da iCustomer, unidade
de negócio de Social Media

2012

Primeira certificação
em ISO27001

2017

Solemar Andrade é o novo
CEO da companhia, com
foco na profissionalização
da gestão da marca

2016

Omni - Plataforma
implantada 100% na nuvem

2015

2014

Aquisição da Virtual
Interactions, unidade de
negócio de IA, com foco
em gestão de bots

Início do modelo de
trabalho remoto (100%)
a partir de maio

Recertificação ISO 27001

2020

Expansão europeia com
filial em Portugal

Aquisição Ibope DTM

2021

Mudança para novo prédio
com visão mais sustentável

Início do trabalho híbrido a
partir de março

2022

2018

Aquisição da Edusense,
solução de comunicação
interna, treinamento
corporativo e
educação digital

Aquisição solução de
workflow e low-code



Valores

[GRI 102-16]

Missão e propósito

Nosso propósito é harmonizar e suportar a relação entre as pessoas (consumidores) e as empresas por meio das melhores experiências possíveis.

Visão

Liderar e consolidar o setor de relacionamento com clientes e consumidores no Brasil, sendo referência global em *human experience* (HX) e *customer experience* (CX), crescendo rapidamente de forma sustentável, sendo agente de alavancagem substancial da performance de negócios dos nossos clientes e parceiros, por meio de soluções tecnológicas inovadoras e amigáveis que gerem valor e engajamento.

Nosso mantra

Somos *human experience*. Criamos relacionamentos e experiências verdadeiras, valorosas e humanas, transformando clientes em pessoas, transações em relações e ferramentas tecnológicas em experiências positivas.

Nossa essência

Somos gente que gosta de gente. O relacionamento próximo com todo o nosso ecossistema alimentado com muita empatia é o DNA.

Metodologia

Entender profundamente os mercados e os segmentos em que atuamos, de forma consultiva e especializada utilizando métodos ágeis (*fast track*) e eficientes.



Produtos

Omni CRM

Experiência omnicanal com a maior cobertura de canais síncronos e assíncronos em um único módulo;

Social

Monitoramento e atendimento de 12 canais sociais, incluindo algoritmos para classificação de sentimento com até 98,7% de assertividade;

AI

Chatbot omnichannel com personalização por canal, possibilitando mais de 78% de retenção e alto nível de resolutividade no primeiro contato;

inPaaS

Soluções digitais para automação de processos que se adaptam aos processos e modelo de negócio do cliente;

DTM

Estabelecimento de estratégias de marketing com compra, recompra e fidelização de clientes, as quais são incorporados serviços que utilizam ciência de dados para impulsionar resultados.



Segmentos em que atuamos



Saúde



Bens de consumo



Financeiro



Educação



Utilities



Agronegócio



Varejo



Serviços



Seguros



Telecom



CUSTOMER SERVICE

- Atendimento *omnicanal*
- Acompanhamento da voz do cliente
- Visão 360° do relacionamento



MARKETING AUTOMATION

- Criação e gerenciamento de todo o processo de campanha multicanal
- Controle de fluxo
- Acompanhamento da jornada completa
- Experiência de uso aprimorada ao consumidor



SALES

- Gestão do *pipeline*
- Calendário de tarefas
- Unificação das interações já realizadas com potenciais prospects
- Utilização de *bots* como vendedores *full time*



COBRANÇA

- Utilização do bot como recurso de cobrança
- Automatização de processos manuais

Pilares de atendimento



SOCIAL LISTENING

- Monitoramento de 12 canais e sites, como Consumidor.gov e Reclame Aqui
- Emissão de alertas para temas que possam gerar crises
- Visão 360° do relacionamento



BOT AUTOMATION

- Ativação de assistente virtual por texto ou voz, com análise de sentimento de acordo com o perfil do público
- Criação de fluxos para efetuar vendas a qualquer momento do dia
- Otimização do atendimento às perguntas mais comuns dos clientes



EDUCAÇÃO DIGITAL

- Uso de gamificação e *social learning* para treinar as equipes
- Capacitação 100% digital
- Estímulo à colaboração
- Redução da operacionalização com o *chatbot*



GERENCIAMENTO E AUTOATENDIMENTO

- Otimização do tempo com fluxos pré-construídos
- Automatização de processos com o *workflow*
- Geração de autosserviço para criar uma comunicação colaborativa



Destques 2021

A pandemia da Covid-19 acelerou o processo de transformação digital. A utilização de ferramentas de comunicação remota se tornou mais frequente e organizações dos mais diferentes setores de atuação foram estimuladas a racionalizar e controlar melhor os seus processos por meio de soluções tecnológicas que contribuíssem para manter suas atividades e garantir a saúde de seus colaboradores. [GRI 203-2]

Para atender a essa demanda, continuamos firmes no processo de aceleração do nosso crescimento. Foram investidos R\$ 27,8 milhões na aquisição da Ibope DTM, empresa com *expertise* em coletar e integrar dados para elaboração e implementação de estratégias de *marketing* e sistemas de tomada de decisão, por meio da utilização de big data, técnicas de data mining e modelagem estatística. Com a operação, surgiu a plusoft DTM, unidade de negócios que contribui para que possamos fortalecer nossa oferta de serviços,

levando ao mercado soluções completas de *customer relationship management* (CRM), e assim ocupemos um importante papel de empresa consolidadora do mercado de *customer experience* (CX) no Brasil. Com esta iniciativa, aumentamos nossa equipe para 448 pessoas e nossa carteira de clientes, que agora abrange mais de 176 empresas.

Ainda em 2021, lançamos a solução plusoft inPaaS IoT, voltada ao mercado de internet das coisas (IoT, na sigla em inglês), e que possibilita às empresas aproveitar todo o potencial de dados gerados a partir de dispositivos com essa tecnologia. Também remodelamos nossa solução parceira Edusense, uma plataforma de educação digital gamificada que reúne mais de 150 cursos no formato de *quick learning*, e possibilita a criação de conteúdo próprio. Além disso, preparamos a implementação de videoatendimento nas interações de chat que ocorrem na plusoft Omni CRM, por meio de uma parceria com a empresa Nuvidio – oficializada no início de 2022.



Nossos reconhecimentos em 2021

REVISTA CONSUMIDOR MODERNO

Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021

- Agente/Assistente virtual para atendimento receptivo por texto;
- Agente/Assistente virtual para atendimento receptivo por voz;
- Business Intelligence (BI);
- Inteligência Artificial (AI).

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DE DADOS (ABEMD)

Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2021

- Peugeot - Novo 208: A nova experiência de dirigir;
- Festival de Prêmios 2020;
- Cine Coop;
- Reengajamento Clientes ELC;
- Lançamento Colab Irmãs Tranches;
- Verão Pede Cervejas Especiais;
- Cartão Cencosud (ações de cross marketing para incentivo de aumento de frequência e compras em dólar);
- A Piscina que nos Une: A melhor versão é aproveitar com quem a gente ama!
- Aplicativo GBarbosa (estratégia pautada nos diferentes perfis de clientes e tipos de negócios);
- Clube Leve Mais: Programa de Fidelidade; e
- Compra Premiada (campanha de aquisição de clientes).

Covid-19: período de adaptações

Um dos grandes desafios imposto pela pandemia às empresas foi a adaptação ágil para o modelo *home office*, a fim de atender as recomendações de isolamento social, orientadas pelas autoridades competentes, como a Organização Mundial da Saúde (OMS). Muito antes da disseminação global da Covid-19, já dispúnhamos de um plano de contingência que previa o estabelecimento do regime de trabalho remoto em situações adversas e garantir a agilidade exigida por nossas atividades. Desta forma, pudemos manter nossas equipes conectadas *full time*, com as pessoas seguras em suas casas e

trabalhando de forma tão produtiva quanto antes.

O trabalho remoto se revelou extremamente produtivo e inclusivo, pois nos possibilitou a contratação de pessoas altamente capacitadas de outros estados do País além de São Paulo, que puderam continuar morando em suas regiões. Algumas delas carentes de oportunidades de emprego. Outra mudança importante foi a inauguração do novo escritório da Plusoft, projetado para facilitar o acesso dos colaboradores, que agora trabalham no modelo híbrido – outra forma de trabalho que ganhou força com a disseminação da Covid-19.

Este período, marcado pelas restrições trazidas pela pandemia, fez com que nossa empresa fosse desafiada a atender às necessidades do mercado, superando todas as adversidades. Com uma filosofia colaborativa, intensificamos nossa missão de levar a melhor experiência ao consumidor final, sempre respeitando as peculiaridades de cada cliente e projeto – e mantivemos nosso compromisso de valorizar nossas equipes, mantendo-as seguras em um momento de tantas incertezas.





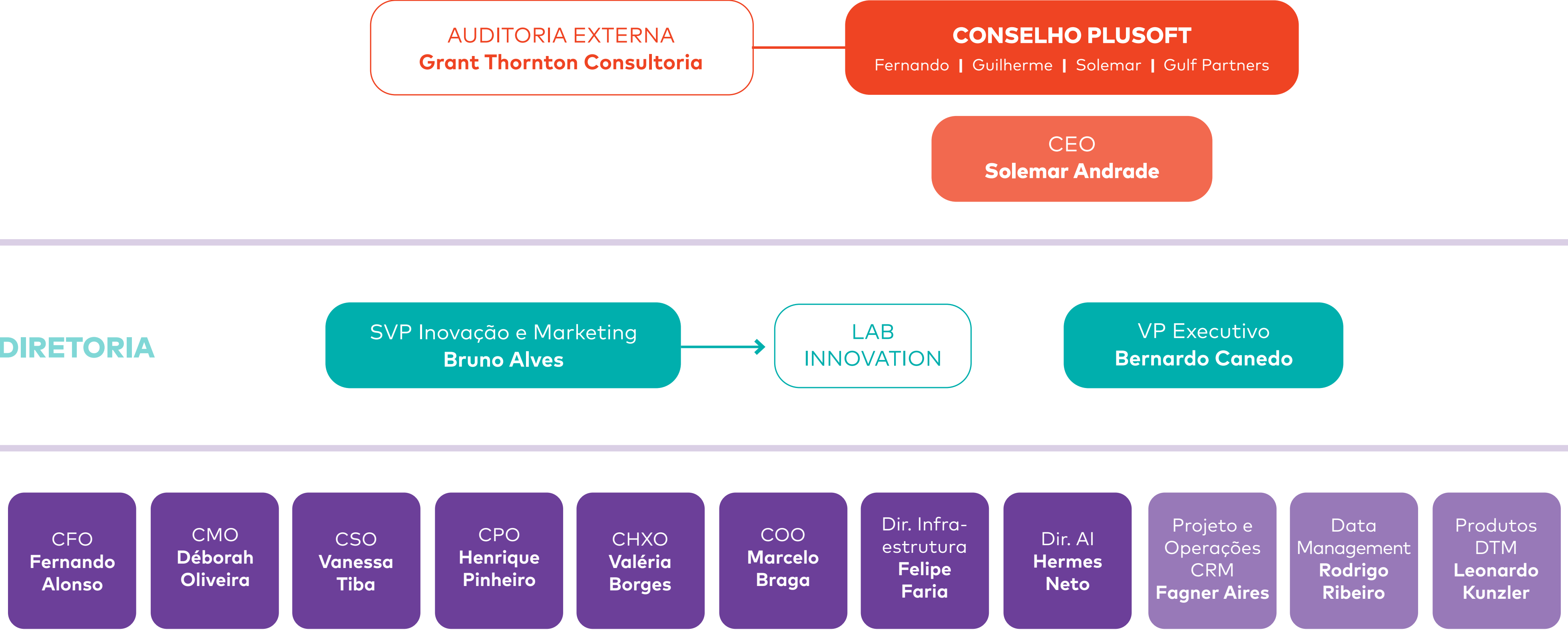
Conselho de Administração	18
Controle e Gestão	19
Modelo de Negócio e Estratégia	20
Gerenciamento de riscos	23
Ética e compliance	24

NOSSA GOVERNANÇA

[GRI 102-18]



Uma estrutura formal de governança corporativa, com regras bem claras e definição de atribuições para os seus integrantes, é a base para que a empresa siga seus objetivos de forma racional e transparente. A seguir, nosso organograma com a estrutura organizacional da Plusoft:





Conselho de Administração

O Conselho de Administração é composto da seguinte forma:



As ações da Plusoft são divididas entre o grupo controlador (detentor de 86,93% das ações da companhia, que lhe dá o direito a três votos no Conselho Administrativo) e o Gulf Partners (13,07%, com um voto).

Nossa governança é regida por um estatuto e um acordo de acionistas que regulamenta as questões de voto, desempates e aprovações das contas. Com mandato de dois anos, o Conselho Administrativo realiza três reuniões anuais: duas em que são apresentados os resultados semestrais, e uma assembleia geral ordinária. Eventualmente, são realizadas assembleias gerais extraordinárias, voltadas à discussão de temas relevantes para o Conselho.

Os assuntos que são objeto de aprovação pelo órgão incluem aprovação de contas do ano, aprovação do orçamento do exercício seguinte, compra, venda e alienação de ativos, operações que impliquem em um endividamento da companhia superior a R\$ 5 milhões, e remuneração dos executivos.



Controle e Gestão

Um dos pontos mais sensíveis – e ao qual dedicamos atenção especial – é o da segurança da informação. Ao lidar com soluções que utilizam banco de dados, estamos cientes dos riscos que eventuais vazamentos ou perdas de informações podem acarretar. Além de atuarmos em *compliance* com a legislação existente, incluindo a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, lei 13.709/2018), dispomos de uma série de procedimentos formais para identificar potenciais riscos e mitigá-los. Da mesma forma, também formalizamos nossas demais atividades em uma série de políticas internas, constantemente revistas e atualizadas. São as seguintes:

Desenvolvimento Seguro:

Melhores práticas aplicadas no desenvolvimento e homologação de software, mitigando assim eventuais riscos.

Plano de Continuidade de Negócios: descreve medidas adotadas para evitar e reduzir interrupções ambientais e técnicas em nossas atividades. O plano inclui detalhes operacionais sobre as etapas que devem ser seguidas antes, durante e depois de um evento, garantindo a continuidade das atividades e a segurança das informações.

Plano de Auditoria: aplicado a todos os nossos colaboradores, prestadores de serviços e fornecedores, ele define o programa de auditorias internas, realizadas em intervalos planejados antecipadamente, a fim de examinar o grau de maturidade, as eventuais não-conformidades e as oportunidades de melhoria em nosso Sistema de Gestão de Segurança da Informação.

Plano de Conscientização: voltado à execução de ações que conscientizem nossos colaboradores, prestadores de serviços e fornecedores sobre questões relacionadas à segurança da informação.

Plano de Comunicação de Incidentes: estabelece um processo a ser seguido na comunicação de eventuais incidentes – como os de indisponibilidade.

Planos de Comunicação: de caráter mais geral, detalha os tipos de comunicação internas e externas adotadas pela Plusoft.

Planejamento Operacional e Controle: documento definido e acompanhado anualmente, onde são estabelecidas as diretrizes e objetivos do planejamento anual, determinando etapas, identificando responsáveis por seu cumprimento e fixando datas de conclusão.

Norma de Gestão de Terceiros: garante a proteção dos nossos ativos que são provisionados, administrados ou acessados por fornecedores.

Norma de Segurança Física e do Ambiente: fornece diretrizes para a gestão de acessos físicos a estrutura da Plusoft.

Norma de Gestão de Operações: traz as regras e procedimentos para o monitoramento, capacidade de operação e administração de ambientes e sistemas de tecnologia da informação.

Norma de Gestão de Human Experience (RH): indica as diretrizes a serem seguidas nos processos de seleção, contratação, movimentação e desligamento dos colaboradores.

Norma de Metodologia de Análise de Risco: destinado à área de Segurança da Informação, fornece as diretrizes do processo de gestão de riscos da Segurança da Informação, atendendo aos requisitos do Sistema de Gestão de Segurança da Informação (SGSI), em conformidade com a norma ABNT NBR ISO/IEC 27.001; e define os critérios de identificação e avaliação de riscos ([leia mais na pág. 23](#)).

Metodologia de Melhoria Contínua: aplicado à área de Segurança da Informação da Plusoft, estabelece diretriz de execução periódica do processo de melhoria contínua, com a finalidade de aprimorar os controles existentes ou analisar a viabilidade de novas formas de identificar riscos e mitigar potenciais ameaças.

Análise de Impacto: identifica as atividades na infraestrutura de produção que representam maiores impactos, e os avalia em casos adversos de contingência ou desastre.



Modelo de Negócio e Estratégia

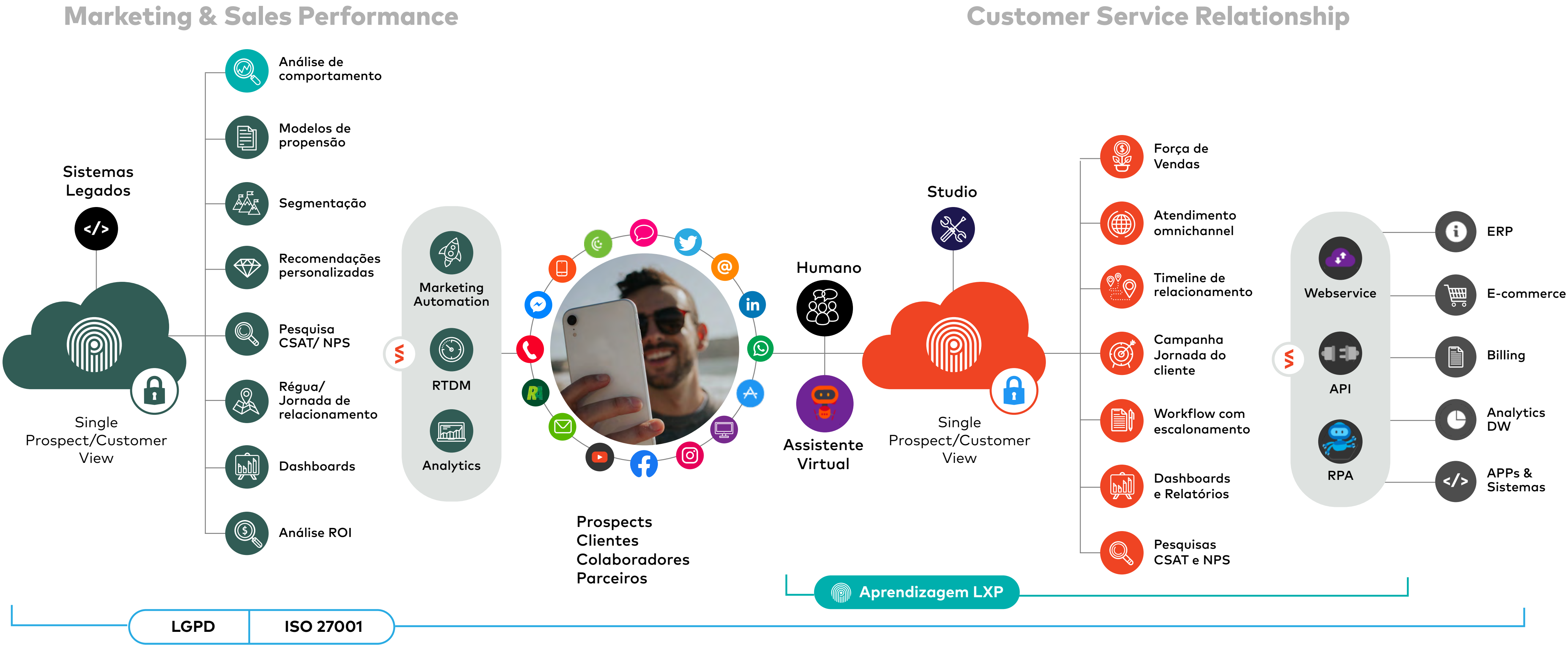
A Plusoft é uma das maiores empresas de CX do Brasil, com 34 anos de atuação no mercado. A empresa conta com uma plataforma de CRM integrada, que oferece às diversas áreas, como Marketing, Vendas, E-Commerce e Atendimento ao Cliente, uma visão única e compartilhada de toda a jornada de relacionamento dos consumidores.

Por atuar de ponta a ponta no cliente, a partir de dados existentes dos clientes, também fazemos campanhas de marketing baseadas em algoritmos inteligentes e ferramentas de análise de dados. Ou então, quando o cliente inicia um atendimento por meio de algum canal onde temos a visão 360° desse cliente (assistente virtual, telefone, redes sociais etc), atuamos para prover um serviço especializado, com alto nível de informação e personalização, já que nossas soluções são omnichannel.

Nossa gestão se baseia na human experience (HX), na comunicação humanizada, onde demonstramos empatia e apoio não só aos nossos clientes, mas também nas nossas relações de trabalho. Dessa forma, agregamos valor aos nossos stakeholders - clientes, colaboradores, parceiros etc. estabelecendo conexões mais profundas.

Nossas plataformas são 100% cloud, escalável e resiliente, automatizada, de rápida implementação, a única com ISO 27001 e LGPD compliance do Brasil, proporcionando o trabalho de onde os times estiverem, seja remotamente ou dentro da empresa.





Áreas

Vendas	Customer Service	Backoffice	Marketing	Logística
Loja física E-commerce App Internet Televendas Door to door	Atendimento Cobrança Suporte CSC Relacionamento Retenção	Análise de risco Cobrança CSC Antifraude RH	Lead Generation Campanha Jornada do cliente Inbound Mkt	Status de entrega Processo de troca Recall Logística Reversa



Próximos passos: muitos avanços por vir

Trabalhamos para o aprimoramento contínuo de nossa estratégia como empresa que gera tecnologia com impacto positivo e temos como principais objetivos para os próximos anos:

- Consolidação de nossa posição como líder nacional do mercado de *customer experience*;
- Internacionalização da empresa, com atuação na América Latina e Europa.

Queremos que nosso negócio seja alavancado de forma sustentável e que nossa estratégia esteja alinhada aos temas considerados relevantes não só para a empresa mas também para nossos *stakeholders* ([ver mais detalhes no tópico Estratégia de Sustentabilidade](#)):

- Conduziremos nossas atividades sempre com base em boas práticas de **governança, transparência, integridade e ética**;
- Buscaremos nossa **melhoria contínua com foco no cliente**, aspecto central da nossa organização;
- Respeitaremos os **direitos humanos** e **valorizaremos todas as pessoas** e suas diversidades;
- Garantiremos a **segurança da informação**;
- Buscaremos **fazer a gestão do impacto ambiental** em nossa cadeia.

Segurança da informação [GRI 418-1]

A garantia dos níveis de segurança da informação está constantemente em nosso radar pois é a base para a confiabilidade no nosso negócio. Para atingir um nível de confidencialidade alto, utilizamos os processos englobados em nosso Sistema de Gestão de Segurança da Informação (SGSI), definidos em quatro perspectivas: tecnológica; financeira; processos internos; e de inovação e aprendizado. Os objetivos de segurança, devidamente aferidos por key performance indicators (KPIs), são os seguintes:

1. Estabelecer regras para o manuseio, tratamento, controle e proteção de informações em qualquer meio de processamento, armazenamento e utilização;
2. Eliminar ou reduzir o risco de acesso não autorizado a dados e informações estratégicas e/ou confidenciais;
3. Conscientização da responsabilidade sobre os atos que podem comprometer a segurança dos dados e das informações; e
4. Garantir a disponibilidade do ambiente produtivo dentro do acordo de nível de serviço estipulado entre a Plusoft e os seus clientes.

Esses objetivos são revisitados anualmente, a fim de sempre executarmos práticas eficientes e modernas no que se refere a segurança de informação. Além disso, foi lançado o e-book [Manual de Boas Práticas](#) para a LGPD e manuais explicando

como proceder para cada produto. Estes documentos foram divulgados para nossa rede de clientes, por meio dos canais de comunicação da Plusoft. Também impactamos este público com um bate-papo virtual sobre o assunto.

Internamente, abordamos o tema com profundidade em nosso processo de conscientização de segurança da informação, do qual toda a empresa é convocada a participar. O tema também é abordado mensalmente para representantes de todas nossas áreas nos encontros promovidos pelo Comitê de Segurança.





Gerenciamento de riscos

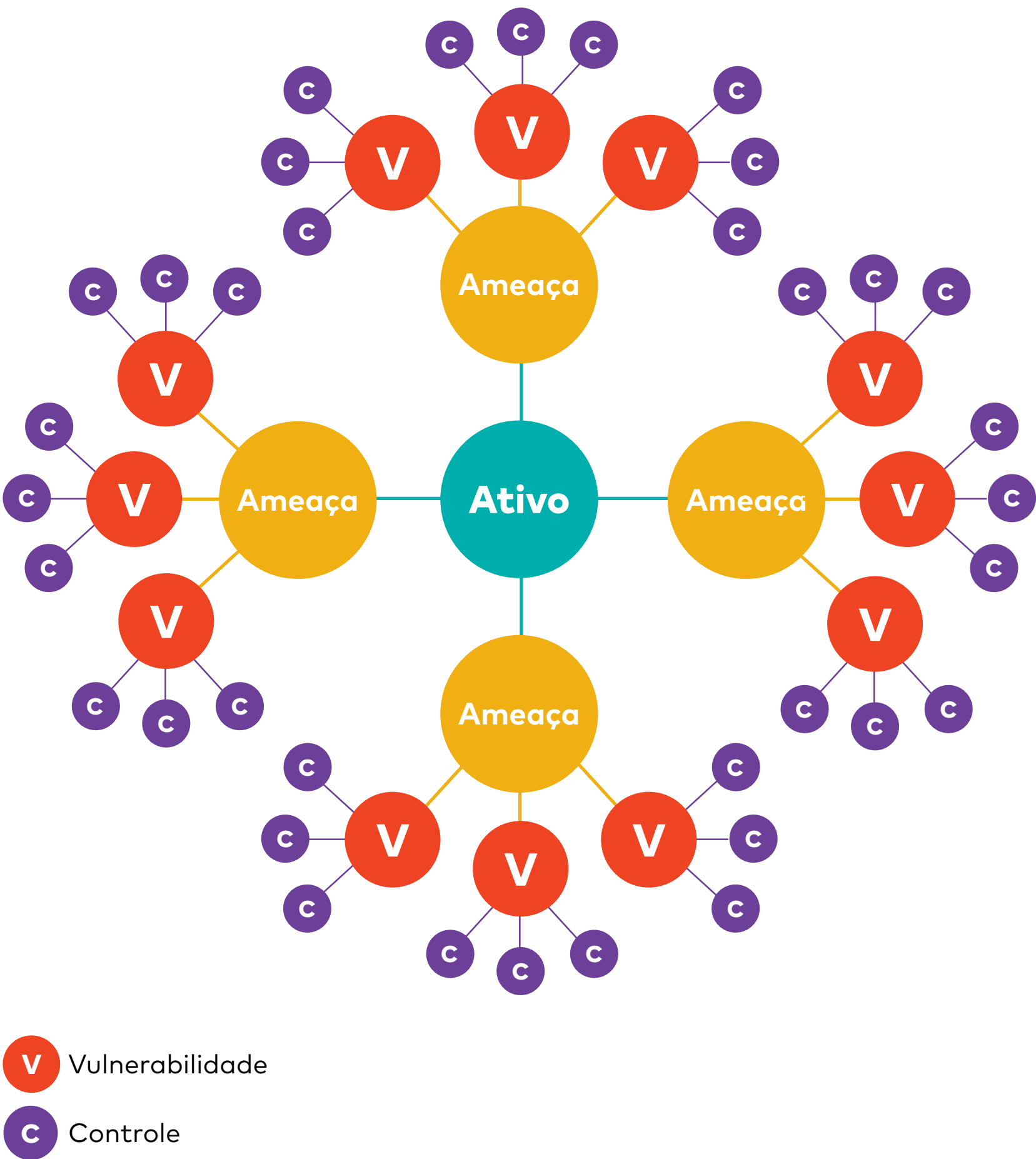
[GRI 102-11]

Temos na Plusoft um processo bem amadurecido em relação à gestão de riscos relacionados à segurança da informação. Somos a primeira empresa do segmento a obter a ISO 27001, chancela obtida em 2017 e renovada em 2021, um padrão e referência internacional para a gestão da segurança da informação. Assim, seguimos todas as boas práticas relacionadas ao tema e dispomos tanto de uma metodologia para a análise do risco quanto de um guia de análise de impacto. Anualmente revisitamos todos os nossos ativos e efetuamos a reavaliação dos riscos, adotando ações para a melhoria dos processos e mitigação dos riscos residuais.

No que se refere a riscos corporativos, em especial aqueles de natureza econômica, nossa atenção é voltada ao nível de alavancagem financeira ou de endividamento e ao compliance relacionado aos agentes públicos e governamentais. Também são considerados os riscos de marca e reputação, trabalhistas e de mercado concorrencial.

Conforme estabelecido em nossa norma específica, a análise de riscos em segurança da informação busca identificar todo e qualquer componente (pessoas, processos ou tecnologias) que sustente um ou mais processos ou áreas de negócio na empresa. Cada um desses ativos de informação possui ameaças que podem ser exploradas por meio de vulnerabilidades, que devem ser controladas até um nível aceitável previamente definido.

Processo de análise de riscos em segurança da informação



Este processo envolve: identificação dos ativos de informação que requerem proteção; designação de donos por cada um deles, com responsabilidade sobre sua produção, desenvolvimento, manutenção, utilização e segurança; definição de critérios de avaliação, baseados no grau de impacto de cada ativo sobre o negócio; e atribuição de valores a cada ativo.

A etapa seguinte é a de identificação de potenciais ameaças e vulnerabilidades, com critérios pré-definidos para avaliar seu impacto e probabilidade de ocorrência. Com base nisso, calculamos

o nível de exposição dos ativos e o grau aceitável de risco.

Matriz de impacto x probabilidade do risco

Risco (R)	Impacto (I)			
	1	2	3	4
1	1	2	3	4
2	2	4	6	8
3	3	6	9	12
4	4	8	12	16
6	6	12	18	24
8	8	16	24	32
9	9	18	27	36
12	12	24	36	48

Nível Risco	Cor	Decisão
01 a 05	Verde	Risco aceitável
06 a 15	Amarelo	Risco aceitável, porém, com recomendações de revisão dos controles para atingir a escala de 01 a 05 (Verde)
16 a 25	Laranja	Risco alto com necessidade de tratamento até atingir no mínimo a escala de 06 a 15 (Amarelo)
26 a 48	Vermelho	Risco altíssimo com necessidade urgente de tratamento até atingir no mínimo a escala de 06 a 15 (Amarelo)

Os riscos são monitorados e reavaliados constantemente. Os resultados obtidos por meio deste processo de análise são incorporados em um plano de tratamento de riscos, e compartilhados com a pessoa responsável pelo ativo.

Além de todo o processo de gestão dos riscos realizado de acordo com a ISO 27001, realizamos ainda reuniões mensais onde os riscos são analisados por meio de indicadores econômicos – como, por exemplo, receita, margem bruta, custo direto e indireto, despesa, lucro antes de juros, impostos depreciação e amortização (Ebitda) e lucro líquido.



Ética e compliance [GRI 102-17]

Estes dois pilares são valores preciosos para nossa empresa. Todas as pessoas que ingressam na Plusoft estão alinhadas com esta premissa e assinam uma política anticorrupção no ato da contratação, bem como aderem ao Código de Ética e Conduta da empresa. Além de assumirem o compromisso de seguir as normas anticorrupção, os colaboradores também estão conscientes sobre as nossas práticas relativas à utilização de equipamentos, propriedade intelectual e política de segurança – esta estabelecida de acordo com as normas estabelecidas na LGPD. Colaboradores ingressantes antes da entrada em vigor da LGPD também se comprometeram a seguir essas regras, além de assinar um Acordo de Confidencialidade (*Non-Disclosure Agreement* - NDA).

Como procuramos nos antecipar às prioridades da boa governança e do mercado, mesmo antes da entrada em vigor da LGPD nós já havíamos iniciado a elaboração de nosso Código de Ética e Conduta, onde estão estabelecidas as principais normas de conduta de nossos colaboradores e lideranças. O documento será atualizado em 2022 e passará por um novo processo de adesão e treinamento.

Apesar de não dispormos ainda de um comitê de ética formalizado para tratar as questões relativas ao tema, iniciamos em 2021 o processo de criação de um canal de ouvidoria, por meio do qual os colaboradores poderão fazer sugestões e críticas. Esta medida, que faz parte do processo de amadurecimento de nossa governança corporativa, será adotada no início de 2022.

Até 2021 a empresa não dispunha de um processo formal de análise das questões éticas, nem foram estabelecidos metas e indicadores. No entanto, é válido registrar que nenhum caso tratando práticas de corrupção foi tratado juridicamente nos últimos três anos. Para 2022, deveremos desenvolver treinamentos para nossas equipes tratando especificamente do tema.



ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

- 26 Temas materiais para a gestão ESG
- 26 *Stakeholders* prioritários
- 27 Processo de definição dos temas materiais
- 27 Temas materiais
- 30 Estratégia de atuação





Temas materiais para a gestão ESG

Acreditamos na contribuição para uma sociedade mais igualitária, bem como na importância de gerenciarmos os impactos de nossa atuação em todos os públicos de relacionamento.

Com base nisso, em 2021 passamos a definir a nossa matriz de materialidade para gestão das prioridades em sustentabilidade. Ela se baseia na consulta aos principais stakeholders da organização no que tange a relevância e impacto de temas relacionados aos aspectos ESG e às atividades da Plusoft, cruzando em dois eixos as perspectivas internas e externas – resultando, assim, em uma matriz de prioridades.

Esse processo está alinhado às Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI). A GRI é uma organização internacional independente que, por meio de padrões de relato, ajuda empresas, governos e outras organizações a entender e comunicar seus impactos nas questões ambientais, sociais e de governança (ASG, ou ESG em inglês), como por exemplo mudanças climáticas, direitos humanos, corrupção, entre outros.

A Plusoft, a partir de 2021, passa então a adotar um reporte de acordo com as Normas da GRI, como mais um passo no compromisso da estruturação da agenda de ESG da organização.



Stakeholders prioritários

[GRI 102-40, GRI 102-42]

Stakeholders são os públicos estratégicos da companhia, considerados as principais partes interessadas da cadeia de valor que podem influenciar ou ser impactadas pela atuação da companhia. A Plusoft entende como partes prioritárias definidas no processo da materialidade: colaboradores, clientes, parceiros, fornecedores e prestadores de serviço. Esses públicos foram considerados no processo e desenvolvimento da matriz de materialidade.

A gestão do relacionamento com cada um deles acontece de forma pulverizada na Plusoft: cada área de negócio é responsável pela comunicação com seu público de interesse, por meio de canais de comunicação específicos.

Outro avanço para o próximo ciclo será a implementação de um programa de engajamento com stakeholders. Além de contemplar o processo de consulta da materialidade de 2021 e 2022, esse programa se comprometerá com os princípios da comunicação de mão dupla e com o endereçamento dos pontos levantados nestes processos. Buscando, assim, a geração de valor compartilhado com os diversos públicos.

Processo de definição dos temas materiais

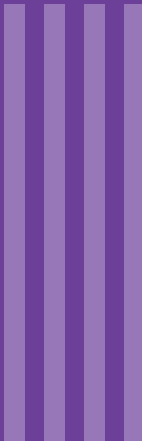
[GRI 102-43, 102-46]

A definição dos temas materiais envolveu entrevistas, consultas com stakeholders e análise documental, entre outros aspectos destacados abaixo. O processo foi composto por cinco etapas sequenciais:

Estudo analítico sobre a companhia e o seu setor de atuação: *benchmarking* das melhores práticas nacionais e internacionais, estudo de *frameworks* e standards de sustentabilidade e documentos internos relevantes para a companhia considerando o ano de 2021, análise de opinião pública por meio de notícias da imprensa, análise da literatura relacionada ao tema e consulta de regulações e exigências do mercado;



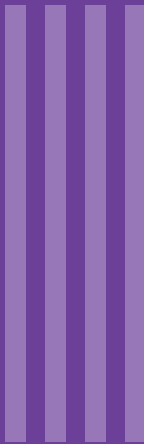
Consulta aos *stakeholders*, com questionário *on-line* para uma amostra de colaboradores e entrevista em profundidade com líderes executivos da Plusoft, clientes e fornecedores;



Compilação dos resultados encontrados, com análise e ponderação, resultando na lista de temas materiais. O processo de priorização foi realizado a partir de metodologia objetiva, que levou em consideração o tipo da consulta com cada grupo de *stakeholders* (entrevista e/ou consulta on-line) e a parametrização das amostras para uma equalização de representatividade de cada um.



Análise do escopo de cada tema material e quais os conteúdos da GRI e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estão relacionados a cada um; e



Validação dos temas materiais prioritários com a liderança da empresa.



O processo de materialidade da Plusoft será bianual. Entretanto, como temos o compromisso com a melhoria contínua e com o aprimoramento de nossa gestão em sustentabilidade, o reporte referente a 2022 será atualizado com as Normas da GRI 2021.



Temas materiais

[GRI 102-44, GRI 102-46, GRI 102-47]

A seguir, estão listados os temas materiais resultantes desse processo metodológico:

Transparência, Integridade e Ética

Melhoria contínua com foco no cliente (gestão e processos de qualidade e cliente no centro do negócio)

Valorização de todas as pessoas (saúde e bem-estar, desenvolvimento, atração, retenção e bem-estar de colaboradores; diversidade e inclusão)

Gestão da Segurança e Informação (adequação à LGPD e gestão dos dados dos stakeholders)

Modelo de Negócio Sustentável (oferta de serviços que apoiem a transição dos clientes, tecnologia e informação para a sustentabilidade e desenvolvimento do negócio e ecossistema do qual faz parte)

Estrutura de Governança (estrutura que dá alicerce para a governança corporativa da organização)

Gestão Ambiental (busca por ecoeficiência operacional)

Direitos Humanos (práticas trabalhistas dentro da organização e na cadeia de valor)



TEMA	POR QUE É MATERIAL	TÓPICOS GRI STANDARD	INDICADORES GRI	ODS	LIMITE DO IMPACTO
Transparência, Integridade e Ética	Organizações que desejam ser perenes têm em sua cultura e forma de gerir seus negócios a integridade e a ética. Todos os colaboradores, processos e políticas da companhia são pautados por isso. Ética e responsabilidade são questões que orientam a essência, os valores e a conduta da companhia. Isso direciona uma gestão e comunicações com o mercado claras e transparentes	Ética e Integridade	102-16 102-17	16	Interno: Dirigentes Colaboradores Externo: Clientes Fornecedores Prestadores de Serviço
Melhoria contínua com foco no cliente	O entendimento das necessidades do cliente e o atendimento de qualidade são motivadores de fidelidade e de satisfação do cliente. A Plusoft direciona seus esforços para entender e atender ao ponto de vista do cliente, gerando melhores experiências e relações mais saudáveis e duradouras. O acompanhamento e o engajamento são etapas essenciais da gestão do negócio da companhia, e se estendem além do acompanhamento de estatística e da resolução dos problemas que chegam nos canais de atendimento.	Engajamento das partes interessadas	102-43	17	Interno: Dirigentes Colaboradores Externo: Clientes
Valorização de todas as pessoas	Colaboradores satisfeitos são mais comprometidos a prestar melhores serviços aos clientes; que, por sua vez, tendem a ser mais fiéis à empresa, estabelecendo relações duradouras. Dessa forma, buscamos criar valor compartilhado, atingir resultados positivos e incentivar a valorização dos colaboradores. Um ambiente acolhedor, ético e diverso permite atrair e reter os talentos alinhados com a cultura da companhia.	- Emprego - Saúde e Segurança do Trabalho - Treinamento e Educação - Diversidade e Igualdade de oportunidades	102-8 401-1 403-3 404-1 405-1	3 5 8 10	Interno: Colaboradores Estagiários Aprendizes Externos: Prestadores de Serviços
Gestão da Segurança e Informação	Cumprimento da legislação no que diz respeito a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) que trata da proteção da privacidade de dados e informações e cibersegurança	Privacidade do cliente	418-1	9	Interno: Colaboradores Estagiários Aprendizes Externo: Clientes Fornecedores
Modelo de Negócio Sustentável	Manutenção da hígidez financeira da companhia, principais rendas e investimentos para uma sustentabilidade integral, em que todos ganham e a companhia se viabiliza e remunera seus <i>stakeholders</i> diretos.	Impactos Econômicos Indiretos	203-2	9	Interno: Colaboradores Estagiários Aprendizes Dirigentes Externo: Clientes Fornecedores Prestadores de Serviços



TEMA	POR QUE É MATERIAL	TÓPICOS GRI STANDARD	INDICADORES GRI	ODS	LIMITE DO IMPACTO
Estrutura de Governança	Modelo de atuação da governança corporativa da organização	Governança	102-18	16	Interno: Dirigentes Colaboradores Aprendizes Estagiários Externo: Fornecedores Clientes Prestadores de Serviços
Gestão Ambiental	Foco em ecoeficiência operacional, gestão e acompanhamento dos principais indicadores ambientais, como consumo de água, energia, geração de resíduos e emissões de GEE. Foco em gestão de <i>facilities</i> alinhada a isso.	- Energia - Água e efluentes - Emissões - Resíduos	302-4 303-5 305-4 306-1	6 12 13	Interno: Dirigentes Colaboradores Aprendizes Estagiários Externo: Fornecedores Clientes Prestadores de Serviços Sociedade
Direitos Humanos	Atuação preventiva, para evitar ocorrência de discriminação e resultados de medidas adotadas; e proativa, pela igualdade de oportunidades	- Diversidade e Igualdade de oportunidades - Não discriminação	405-1 406-1	5 8 10	Interno: Colaboradores Estagiários Aprendizes Externo: Sociedade Comunidade Prestadores de Serviços Fornecedores



Estratégia de atuação

159



Com base no primeiro ciclo da materialidade, a Plussoft vem avançando na construção de uma estratégia ESG. Atualmente, ela vem sendo definida prioritariamente com ações focadas em Direitos Humanos, sobretudo com viés em Diversidade.

Para o ano de 2022, um dos avanços previstos é a integração efetiva de nossa estratégia de sustentabilidade ao nosso modelo de negócio, com pilares de atuação baseados nos temas materiais prioritários, de forma estruturada e consistente.



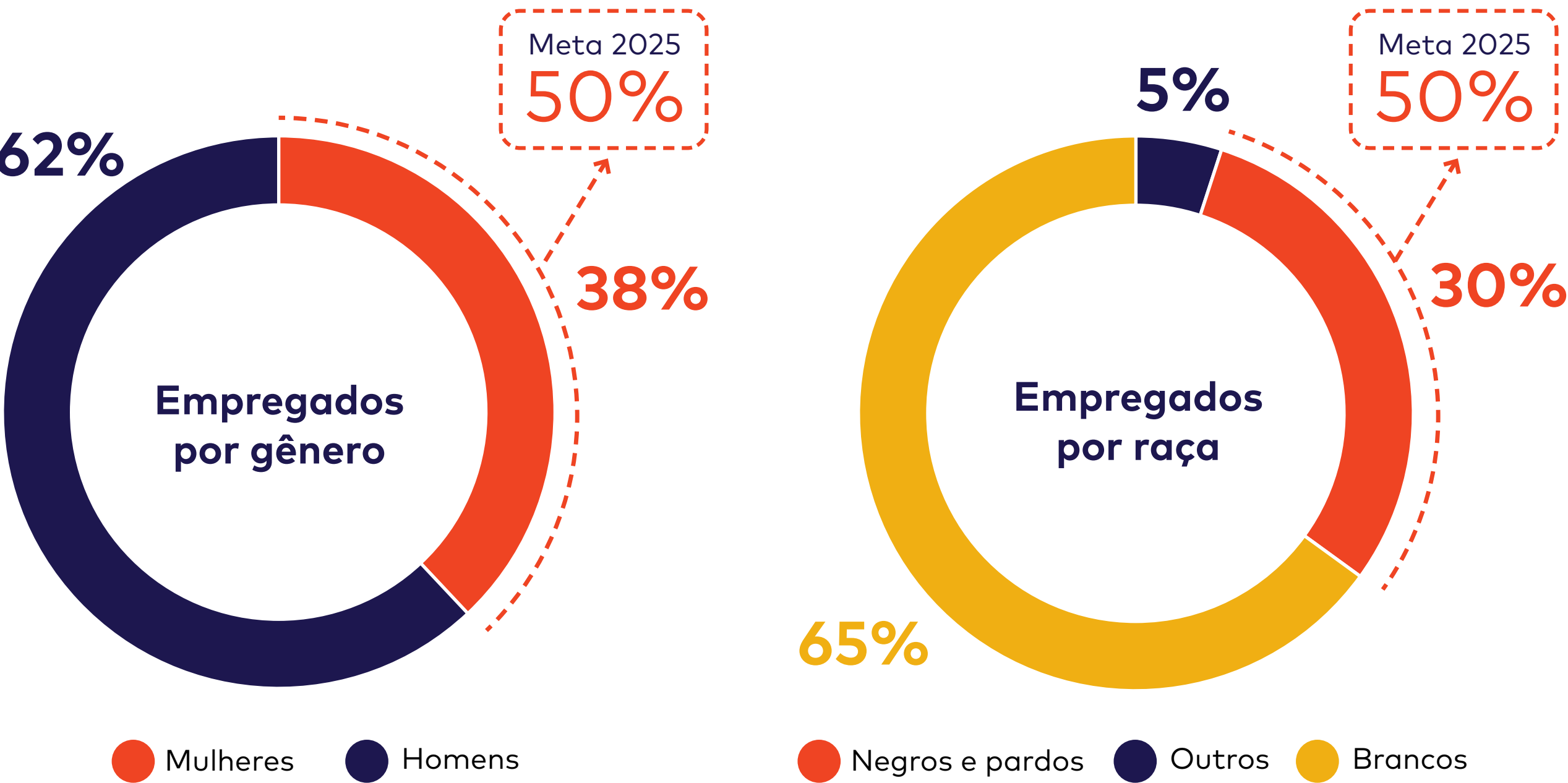
SOCIAL

Colaboradores Plusoft	32
Capacitação e desenvolvimento	33
Difusão de conhecimentos	34
Benefícios	34
Saúde e bem-estar	35
Por um mundo inclusivo	36
Geração de ideias e valores	37
Experiência do cliente	38
Satisfação do cliente	39
Cases de sucesso	40
Gestão de fornecedores	41



Colaboradores Plusoft

Na Plusoft, nos esforçamos não apenas para valorizar todas as pessoas que trabalham conosco, mas também para atrair novos talentos.





Capacitação e desenvolvimento [GRI 404-1]

Nosso ativo mais valioso são as pessoas. Acreditamos que o investimento no desenvolvimento de suas potencialidades em um ambiente que ofereça oportunidades de crescimento é essencial tanto para estimular o talento quanto para garantir a perenidade do negócio. Como empresa de *human experience* (HX) que somos, é natural que o treinamento e a capacitação de nossas equipes sejam sempre pautas em discussão.

Em 2021, desenvolvemos uma trilha de liderança inclusiva, com a finalidade de preparar melhor os integrantes de nossa alta administração sobre as questões de diversidade e inclusão.

Dispomos de uma plataforma de LXP sobre a qual é construída a Academia Plusoft; esta oferece treinamentos relacionados a *soft* e *hard skills*, além de conteúdos sobre nossos produtos e serviços. A iniciativa, que apresentou 18 horas de conteúdos, teve a adesão de toda a liderança.

A trilha incluiu letramento, vieses inconscientes, comunicação não violenta e o impacto da liderança inclusiva nos negócios. Além disso, foram disponibilizadas mensalmente, para toda a nossa equipe, palestras sobre racismo, igualdade de gênero, capacitismo, LGBTQIAP+.

Anualmente, a equipe técnica recebe um treinamento sobre desenvolvimento seguro e é realizada uma palestra de conscientização sobre temas relacionados à segurança da informação para todo o nosso quadro de pessoal.

Em 2021, a quantidade total de horas treinamento por colaborador foi de 21 horas, tendo como média de pouco mais de cinco horas por colaborador.

Média de horas de treinamento que colaboradores próprios (empregados e dirigentes) realizaram durante o período de relato, por gênero

GÊNERO	2021		
	NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES	HORAS DE TREINAMENTO	MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO
Mulheres	171	21:00:00	0:07:22
Homens	277	21:00:00	0:04:33
Total	448	42:00:00	0:05:37

Média de horas de treinamento que colaboradores próprios (empregados e dirigentes) realizaram durante o período de relato, por categoria funcional

CATEGORIA FUNCIONAL	2021		
	NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES	HORAS DE TREINAMENTO	MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO
Diretoria	17	40:00:00	2:21:11
Gerência	36	40:00:00	1:06:40
Técnico	144	21:00:00	0:08:45
Público Geral	251	21:00:00	0:05:01
Total	448	122:00:00	0:16:20

Média de horas de treinamento que trabalhadores (que não são colaboradores próprios) realizaram durante o período de relato, por tipo de contrato

TRABALHADORES	2021		
	NÚMERO TOTAL DE COLABORADORES	HORAS DE TREINAMENTO	MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO
Estagiário	13	21:00:00	1:36:55
Jovem/ Adolescente Aprendiz	4	21:00:00	5:15:00
Total	17	2	2:28:14

Metas para 2022

Conscientes de que o processo de treinamento e capacitação é uma jornada contínua, já estabelecemos os temas a serem abordados em 2022:

- Direitos humanos;
- Ética;
- Integridade;
- Segurança da informação;
- Ações preventivas de anticorrupção, antissuborno e lavagem de dinheiro;
- Desenvolvimento seguro; e
- Trilha de liderança Management 3.0.

Outra iniciativa prevista para 2022 é a implementação de um ciclo de avaliação de desempenho dos colaboradores. Assim será possível aprimorar o desenvolvimento e a gestão de carreira de nossas equipes. A avaliação terá o suporte de um caderno de indicadores-chave de desempenho e habilidades esperadas.



Difusão de conhecimentos

A nossa estratégia no âmbito social também abrange o acesso e amplificação de conhecimentos para nossos colaboradores. Além de cursos para nossa equipe, já elaboramos mais de 30 *e-books* sobre vários temas ligados ao setor como o *Guia Completo: Mercado de Chabots e Tendências*; *Human Experience: O que é e Como Aplicar na Empresa*; *Tudo o que Você Precisa Saber Sobre a Jornada do Cliente e Omnichannel: A Revolução no Atendimento Multicanal*. Todos estes conteúdos estão disponibilizados no site da Plusoft (<https://plusoft.com>).

Essa disseminação de conhecimentos também é realizada por meio de *webinars*, conduzidos por profissionais da empresa. Com este modelo *on-line*, compartilhamos nossas experiências com o maior número de pessoas, mantendo-as atualizadas sobre as novidades e tendências do setor.

Benefícios

A construção de um ambiente de trabalho saudável, de respeito, que incentive a troca de ideias e o tratamento igualitário é essencial. Nossas equipes são a base do nosso sucesso; por essa razão, buscamos ir além do que a legislação trabalhista solicita e concedemos uma série de benefícios, a fim de proporcionar aos colaboradores a apoio necessário:

- Seguro de vida;
- Plano de saúde;
- Auxílio deficiência e invalidez;
- Licenças:
 - Maternidade/paternidade;
 - Adoção;
 - Por doença em pessoa da família;
 - Por motivo de casamento;
- Programa de apoio psicossocial com abrangência aos familiares;
- Auxílio creche
- Parcerias de desconto com empresas de viagens, compras, etc;
- *Day-off* de aniversário;
- Vale-refeição/transporte;
- Participação nos Lucros Reais (PLR);
- Estacionamento e bicicletário;
- Carros para os cargos de direção; e
- Pagamento de variável por atingimento de metas estabelecidas para *squads* e líderes.



Saúde e bem-estar

[GRI 403-3]

Nos preocupamos com a saúde mental de nossas equipes – especialmente em um momento como o atual, ainda marcado pelos impactos da pandemia da Covid-19. Por essa razão, em agosto de 2021 estabelecemos uma parceria com a startup de qualidade de vida Optum para viabilizar a criação do Hug, programa interno e 100% gratuito que oferece assistência psicológica, jurídica, financeira e social. Dentre outros benefícios, o Hug proporciona seis sessões de terapia para cada colaborador.

Ao longo dos cinco meses em que a parceria foi realizada, 36 pessoas foram atendidas e foram registradas quase 300 interações on-line. Como foi detectada uma redução no volume de atendimentos desde o início do programa, e como parte do nosso processo de aprimoramento contínuo, a área de *human experience* (HX) avaliará em 2022 se isto se deve a uma melhora com relação aos problemas psicológicos ou se há espaço para refinar a gestão e a comunicação do programa.





Por um mundo inclusivo

Atuamos para ser um agente transformador em nosso segmento e na sociedade, promovendo a igualdade e a inclusão. Temos como objetivo impactar positivamente nossa equipe, clientes e demais *players* do mercado e profissionais, por meio de um espaço onde se sintam acolhidos e possam desenvolver todo seu talento.

Esta missão é muito clara para nós. Afinal, promover a sustentabilidade também é criar uma cultura diversa e saudável no ambiente de trabalho, promovendo o bem-estar das pessoas, independentemente de gênero, idade, etnia, raça, religião, orientação sexual, deficiência, origem e condição econômica.

Nosso posicionamento afirmativo se consolida a cada ano devido à adoção de diversas iniciativas, inclusive com o estabelecimento de metas de valorização de diversidade até 2025.

Como destaque das ações já realizadas temos a criação, em 2019, do Comitê de Diversidade, Igualdade e Inclusão. Formado por 24 pessoas, esse colegiado tem como objetivo a implementação de práticas que impulsionem a formação

de um ecossistema mais representativo na empresa. Os conteúdos sugeridos pelos integrantes deste Comitê são divulgados diariamente, via newsletter, para que toda a equipe da Plusoft tenha acesso aos temas propostos e para que possam contribuir com sugestões sobre realidades e perspectivas diferentes.

Em 2021, avançamos significativamente nesse aspecto com a formação de uma área de *Human Experience* (HX), criada com o objetivo de reforçar as ações voltadas para a consolidação da cultura da diversidade e inclusão na Plusoft. Como iniciativas de destaque temos a abertura de um processo seletivo de estágio e *trainee* para mulheres, pessoas LGBTQIA+ e negros, além da contratação de pessoas com mais de 50 anos.

Outro exemplo de ação relacionada à diversidade e inclusão com foco no produto foi a inserção de novas opções para o cadastro de gênero na plusoft Omni CRM, solução de gestão de contatos da Plusoft. Desde 2021, o sistema possibilita o cadastro de pessoas cisgênero, transgênero, não-binária, travestis etc. Um passo bastante importante para nossa empresa e nossos clientes. Com esta nova



abordagem, as marcas podem se referir adequadamente aos seus consumidores, fazer campanhas segmentadas e altamente personalizadas. E, principalmente, trazer visibilidade para a comunidade LGBTQIA+ do País.

Sabemos também que a representatividade feminina no segmento de tecnologia ainda enfrenta diversos desafios no mercado brasileiro. E queremos contribuir para mudar este cenário.

Atualmente, a nossa força de trabalho é composta por 448 pessoas – das

quais 171 (ou 38,17% do total) são mulheres. Nossa meta é chegarmos em 2025 com 50% de mulheres compondo a equipe Plusoft.

A pauta da diversidade, inclusão e igualdade é causa genuína da Plusoft. Esta autenticidade em nossas ações e a pluralidade de pontos de vista movem nossa equipe a ter ideias mais inovadoras e criativas para os nossos produtos e serviços. E fazem de nós uma empresa de referência para pessoas que desejam ingressar nesse segmento de mercado de trabalho.

Metas para 2025

Para continuar estabelecendo um ambiente e uma cultura cada vez mais voltados à diversidade e à inclusão, definimos as seguintes metas:

- 40%** de pessoas negras e pardas no quadro total de colaboradores;
- 25%** de pessoas negras e pardas em cargos de liderança;
- 50%** de mulheres no quadro total de colaboradores;
- 50%** de mulheres em cargos de liderança; e
- 3%** de pessoas com deficiência (PCD) na empresa.



Geração de ideias e valores

Em 2021, criamos o Laboratório de Inovação - Lab – um mix de colaboração interna e externa, alinhado à nossa estratégia de gerar valor ao mercado e clientes. Além de nos conectarmos com incubadoras, aceleradoras, hubs, centros de inovação, empreendedorismo e tecnologia e com a academia. Neste momento, o objetivo é desenvolver ideias relacionadas a internet das coisas, *customer experience* (CX), assistentes de voz, inteligência artificial, automação e *business intelligence* (BI). Nos próximos anos, a meta é incluir outras áreas no projeto.

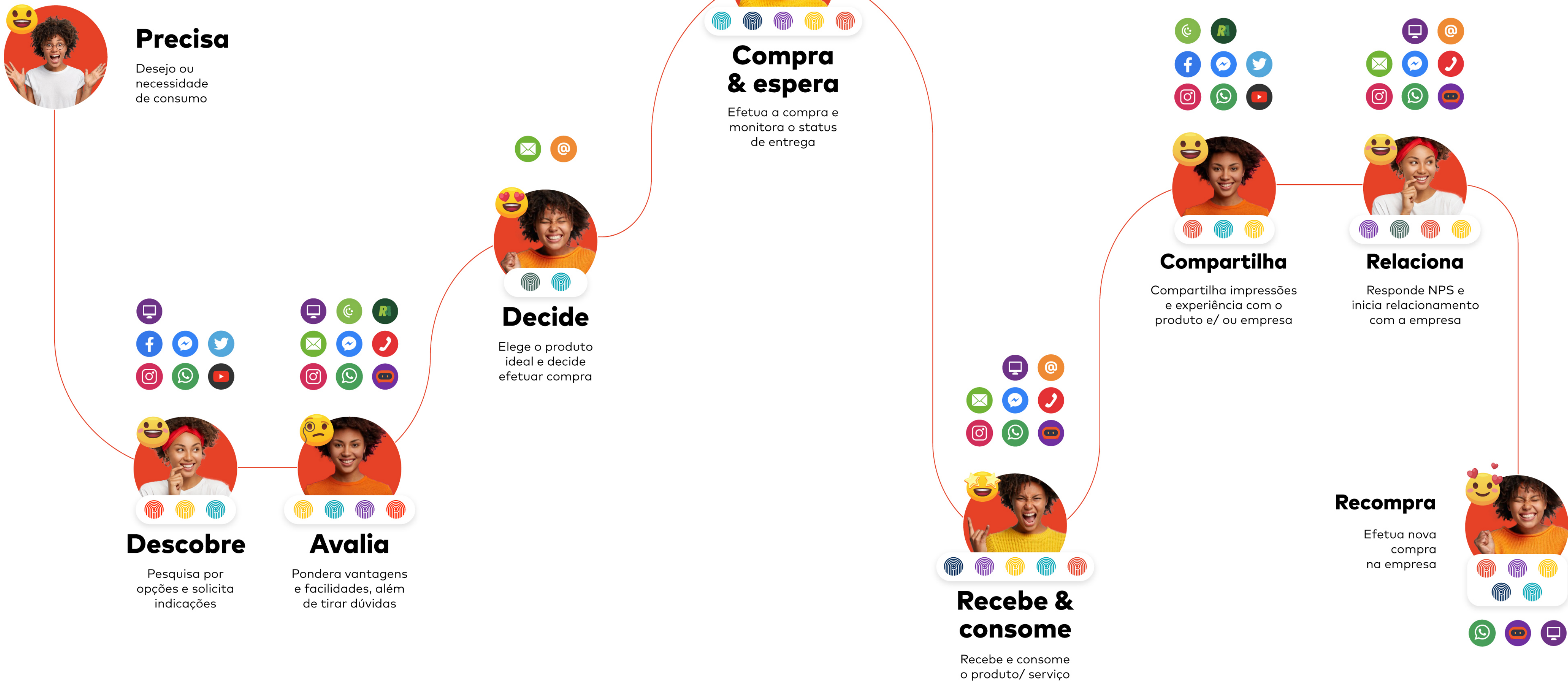
O ano de 2021 também foi marcado pela parceria com o Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações (CPQD) a fim de buscarmos parceiros externos para acelerar o processo de inovação e de transformação digital do país. Por meio das soluções do CPQD, a Plusoft trabalhará na criação de produtos com o uso de fala, como o Speech to Text (STT) e o Text to Speech (TTS) com foco principal nos *chatbots* de voz com inteligência artificial (AI).

Tendo como meta o fortalecimento de um ambiente criativo de inovação aberta e a identificação, geração de emprego e a soma de talentos em nossa equipe, firmamos neste ano uma aliança com a Fiap. A iniciativa envolve a participação de alunos da instituição para o desenvolvimento e apresentação de ideias para resolver desafios de negócios da empresa relacionados à Internet das Coisas e Customer Experience.





Experiência do cliente





Satisfação do cliente

[GRI 102-43]

Temos duas pesquisas, uma relacionada a projetos e outra relacionada a suporte, por meio das quais buscamos aferir o grau de satisfação de nossos clientes e adotar medidas para atender às suas expectativas de forma mais eficaz. Os dois levantamentos são baseados no modelo Pontuação de Satisfação do Cliente (Customer Satisfaction Score, ou CSAT), métrica que permite mensurar o nível de satisfação em relação à empresa em diferentes etapas da jornada do cliente. A nota aceitável como “promotora” é igual ou maior a oito.

Para cada retorno da pesquisa que seja caracterizado como “detrator”, a nossa equipe de Governança entra em contato com o cliente para entender o ocorrido. Em seguida, é efetuado o encaminhamento para a área responsável pelo problema, que realizará um novo contato e acompanhar a forma pela qual o assunto é tratado.

Para cada retorno caracterizado como “neutro”, a nossa Gestão do Suporte (ou a Gestão do projeto específico, se for o caso) busca entender com o cliente o que pode ser feito para se melhorar o processo.

A meta é ter 80% das respostas das pesquisas com notas maior ou igual a oito nas duas pesquisas. Em 2021, ficamos com índices acima da meta:

Projetos 2021

Índice de satisfação (%)

86,3%

Suporte 2021

Índice de satisfação (%)

92,1%



Cases de sucesso

Ao longo de nossa trajetória, obtivemos importantes conquistas com nossos clientes. Abaixo exemplos de cases bem-sucedidos:



Oferecer um atendimento simples e eficiente para que os pacientes tirem dúvidas de forma autônoma. Esse foi o resultado obtido pela Dasa, rede de medicina diagnóstica, ao adotar um assistente virtual feito em parceria com a Plusoft. Desenvolvido com inteligência artificial, a solução gerencia os atendimentos mais rotineiros feito pelos canais web da empresa ou pelo WhatsApp. Antes da criação do bot, a companhia realizava 40 mil atendimentos; em maio de 2021, esse número saltou para 410 mil.



Aprimoramento e agilidade no suporte de atendimento ao cliente e otimização da eficiência do setor de vendas foram alguns aspectos positivos obtidos pela Unimed São José do Rio Preto a partir da implementação de duas soluções da nossa empresa: plusoft Omni CRM e plusoft AI. Após a implementação da plusoft Omni CRM, os atendimentos digitais aumentaram 351% de 2018 para 2020, representando 82% dos atendimentos e interações de clientes quando comparados ao atendimento humano.



ESTÉE LAUDER

A MAC Cosmetics, marca de maquiagem profissional e fabricante de cosméticos, iniciou suas atividades em Toronto, no Canadá, em 1984, em um quiosque dentro de uma loja de departamentos. Em meados de 2021, a coleção MAC Cherry Blossom estava prestes a ser lançada e a empresa identificou a necessidade de buscar um novo método para atrair novos públicos, gerando mais visibilidade para os produtos que estavam por vir. No mesmo período programado para esse lançamento, estava a data comemorativa de Dia das Mães. Surgiu, então, a ideia de unir os acontecimentos e sugerir a coleção como presente para as mães.

Além disso, a ideia era transformar a comunicação em híbrida, abordando não só as lojas físicas, mas também os canais digitais da marca, realizando um cross channel com campanhas específicas para incentivar o público, já que o País ainda estava com restrições por conta da Covid.

A plusoft DTM atuou usando tecnologia e ciência de dados para levantar informações importantes dos clientes da marca, trazendo uma visão mais detalhada dos seus hábitos de consumo e da sua relação com a companhia, gerando insights que resultaram na escolha de uma abordagem eficiente e uma estratégia assertiva para atingir aqueles que já estavam propensos a efetuar a compra.





Gestão de fornecedores

[GRI 102-9 e 102-10]

Temos plena consciência de que a gestão da cadeia de fornecedores é um componente essencial de qualquer estratégia de sustentabilidade. Trabalhamos com empresas que estejam alinhadas às nossas políticas, dando especial atenção a pequenos empreendedores e grupos como mulheres, pessoas LGBTQIAP+ etc. Também buscamos parceiros que sejam socialmente responsáveis nos aspectos social e ambiental.

Na área de tecnologia da informação (TI), os produtos e serviços que contratamos devem se adequar às nossas normas internas de *compliance*, serem aderentes à LGPD e terem certificações como ISO 27001, ISO 9000 e ISO 27701. Além disso, também devem publicar informações por meio dos relatórios *service organization control* SOC 1, SOC 2 e SOC 3.

Em 2021, nosso maior desafio na relação com esse público foi a migração da infraestrutura do nosso produto OMNI CRM, que passou do fornecedor de nuvem da AWS para a OCI, da Oracle, – que levou à adaptação de todo o nosso processo, além da capacitação das equipes. Atualmente, nosso quadro de fornecedores inclui Oracle-OCI, Amazon Web Services, Atlassian, Fusioncharts, Microsoft, Google, Here Maps, Equinix, Intera, Soft Solutions, Triforce, TWW, SendGrid, Smarters e Nuvidio.

Uma de nossas metas para 2022 é a realização de uma pesquisa para avaliar o relacionamento e o engajamento dos fornecedores.





MEIO AMBIENTE

43 Atenção ao meio ambiente

44 Sede inteligente



Atenção ao meio ambiente

Todas as organizações, independentemente do setor em que atuam, têm a responsabilidade de contribuir para a preservação do meio ambiente e para a redução de seus impactos ambientais, seja por meio de práticas de consumo consciente de recursos naturais ou de descarte de resíduos, ou ainda por meio da adoção de processos e tecnologias mais eficientes.

O modelo de negócio da Plusoft, que distribui e comercializa seus produtos na nuvem pelo modelo de software como serviço (Software as a Service - SaaS), elimina os esforços de instalação, manutenção e atualização de novas versões, reduzindo a necessidade de infraestrutura no local e também os custos de suporte de TI. Dessa forma, contribuímos para a redução da pegada de carbono.

Atuar por meio da nuvem nos abre uma gama de oportunidades relacionadas a soluções que possam acarretar ainda mais ganhos de produtividade, com menos impacto.



Sede inteligente

Conscientes de que devemos contribuir para as próximas gerações, tomamos a decisão de mudar nossa sede para um edifício inteligente e sustentável – processo planejado e efetuado ainda em 2021. A partir de janeiro de 2022, nossa sede, a nossa sede passou a estar localizada no Complexo Corporativo Centenário, situada na Avenida das Nações Unidas, zona oeste da capital paulista. O local é de fácil acesso e com diversas opções de transporte público, além de dispor de uma ciclovia. Essas características, que proporcionam alternativas de locomoção para nossa equipe, clientes e parceiros, contribui não só para a mobilidade em ambiente urbano, mas também para reduzir a emissão de gás carbônico na atmosfera. O prédio também dispõe de mecanismos para diminuir as emissões indiretas de CO₂.

A edificação é reconhecida pela certificação Leadership in Energy and Environmental (Leed), no nível Gold, concedida pelo United States Green Building Council (USGBC), que atesta que a construção segue padrões internacionais de responsabilidade ambiental e social. Além disso, o prédio também é certificado pelo The International REC Standard, voltado ao consumo de energia elétrica gerada a partir de fontes renováveis. O edifício

dispõe ainda de uma ampla infraestrutura sustentável, incluindo:

- Elevadores e geradores de ar-condicionado inteligentes, que possibilitam a economia de energia quando não utilizados;
- Bicicletário disponível 24 horas por dia;
- Lixeira com reciclagem correta para diferentes materiais, incluindo resíduos eletrônicos;
- Reutilização de água da chuva;
- Utilização de lâmpadas de LED que promovem economia de energia elétrica e não contêm mercúrio;
- Plano de contingência à pandemia da Covid-19.

Ao todo, estima-se que o Complexo Corporativo Centenário consegue atingir um percentual de redução no consumo de energia elétrica de 20%, na comparação com edifícios comerciais convencionais. A utilização de dispositivos instalados nas válvulas e torneiras do prédio possibilita 45% de economia no consumo da água.

Além disso, são estimuladas ações que contribuam para o meio ambiente – como a coleta seletiva, que separa resíduos que



podem ser reciclados (papel, plástico, metal ou vidro) e os demais (orgânicos, sobras de alimentos, adesivos etc).

Com esta nova sede, garantimos um ambiente de trabalho mais saudável e eficiente. Em razão do regime de *home office* adotado por conta da pandemia da Covid-19 nos anos de 2020 e 2021, não dispomos de indicadores para publicação neste nosso primeiro Relatório de Sustentabilidade, mas na próxima edição incluiremos estes resultados e metas.



SOBRE O RELATÓRIO

Definição de conteúdo

O Relatório de Sustentabilidade 2021 consolida as informações relacionadas aos impactos econômicos, sociais e ambientais da Plusoft no período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2021. O documento segue as diretrizes estabelecidas pela Global Reporting Initiative (GRI) - Standards, organização internacional que estabelece padrões globais de indicadores de sustentabilidade, na versão GRI Standards e opção essencial.

[GRI 102-50, GRI 102-54]

Como detalhado em Estratégia de Sustentabilidade, foi desenvolvido um processo de consulta a stakeholders para a construção da matriz de materialidade da Plusoft, que contou com o envolvimento dos diversos públicos impactados pelas atividades da empresa – lideranças, clientes, colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços.

Essa é a primeira edição do material, que será publicado anualmente, tendo sua segunda edição prevista pra 2023, a respeito do reporte do ano fiscal de 2022. **[GRI 102-51, 102-52]**

O documento foi estruturado considerando os aspectos materiais principais em termos de relevância e impacto dos temas de sustentabilidade para a Plusoft.

O conteúdo do Relatório de Sustentabilidade 2021 foi elaborado, portanto, a partir de entrevistas com lideranças da organização, levantamento de dados, destaques 2021 e documentos oficiais já gerados, entre outros. O processo de produção e aprovação final do documento contou com o envolvimento das lideranças da empresa e aprovação do CEO para todo o conteúdo.

Dúvidas e sugestões podem ser encaminhadas para o e-mail: patriciaalbuquerque@plusoft.com ou governanca@plusoft.com.br. **[GRI 102-53]**



Número de colaboradores próprios (empregados e dirigentes), por tipo de contrato de trabalho e gênero [GRI 102-8]

TIPO DE CONTRATO	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Tempo determinado	7	6	13
Tempo indeterminado	270	165	435
Total	277	171	448

Número de trabalhadores (que não são colaboradores próprios), por gênero [GRI 102-8]

TRABALHADORES	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Estagiário	7	6	13
Jovem/Adolescente Aprendiz	1	3	4
Total	8	9	17

Número de membros dos órgãos de governança por gênero [GRI 405-1]

ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Conselho de Administração	4	0	4
Diretoria Executiva	14	3	17
Total	18	3	21

Número de colaboradores próprios (empregados e dirigentes), por categoria funcional e gênero [GRI 102-8]

CATEGORIA FUNCIONAL	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Diretores	14	3	17
Coordenadores e Supervisores	18	8	26
Gerentes	22	14	36
Desenvolvedores, Analistas programadores, Programadores, DBAs, Analistas técnicos	120	24	144
Analistas administrativos	103	122	225
Total	277	171	448

Número de colaboradores próprios (empregados e dirigentes), por categoria funcional e faixa etária [GRI 405-1]

CATEGORIA FUNCIONAL	2021			
	ABAIXO DE 30 ANOS	ENTRE 30 E 50 ANOS	ACIMA DE 50 ANOS	TOTAL
Diretores	0	14	3	17
Coordenadores e Supervisores	5	21	0	26
Gerentes	1	33	2	36
Desenvolvedores, Analistas programadores, Programadores, DBAs, Analistas técnicos	70	72	2	144
Analistas administrativos	110	106	9	225
Total	186	246	16	448

Número total de colaboradores próprios (empregados e dirigentes), por faixa etária [GRI 405-1]

FAIXA ETÁRIA	2021
Abaixo de 30 anos	186
Entre 30 e 50 anos	246
Acima de 50 anos	16
Total	448

*No período relatado, não há colaboradores que sejam pessoas com deficiência



Número de colaboradores próprios (empregados e dirigentes), por categoria funcional, raça e gênero **[GRI 405-1]**

CATEGORIA FUNCIONAL	PARDOS			NEGROS			BRANCOS			AMARELOS		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Diretores	0	1	1			0	10	1	11	0	1	1
Coordenadores e Supervisores	4	3	7	1	2	3	19	12	31	2	1	3
Gerentes	4	2	6	1	2	3	9	7	16	1		1
Desenvolvedores, Analistas programadores, Programadores, DBAs, Analistas técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Analistas administrativos	39	31	70	18	14	32	114	89	203	11	4	15
Total	47	37	84	20	18	38	152	109	261	14	6	20

Número total e taxa de novas contratações, por faixa etária **[GRI 401-1]**

FAIXA ETÁRIA	2021	
	NÚMERO TOTAL	TAXA
Abaixo de 30 anos	189	21,09%
Entre 30 e 50 anos	111	12,39%
Acima de 50 anos	4	0,45%
Total	304	

Número total e taxa de novas contratações, por gênero **[GRI 401-1]**

GÊNERO	2021	
	NÚMERO TOTAL	TAXA
Mulheres	133	14,84%
Homens	171	19,08%
Total	304	

Número total de colaboradores próprios (empregados e dirigentes) que deixaram a empresa e taxa de rotatividade, por faixa etária **[GRI 401-1]**

FAIXA ETÁRIA	2021	
	NÚMERO TOTAL	TAXA
Abaixo de 30 anos	124	13,8%
Entre 30 e 50 anos	118	13,2%
Acima de 50 anos	3	0,33%
Total	245	

Número total de colaboradores próprios (empregados e dirigentes) que deixaram a empresa e taxa de rotatividade, por gênero **[GRI 401-1]**

GÊNERO	2021	
	NÚMERO TOTAL	TAXA
Mulheres	97	10,83%
Homens	148	16,52%
Total	245	

Relate o percentual do total de colaboradores próprios (empregados e dirigentes) cobertos por acordos de negociação coletiva **[GRI 102-41]**

EMPREGADOS	2021
Colaboradores cobertos por acordos de negociação coletiva	435
Total de colaboradores	435
Percentual	100,0%

*Os 13 diretores não se aplicam a este formato de contrato de trabalho por serem estatutários, portanto o total de colaboradores elegíveis a acordos de negociação coletiva é 435.

GLOSSÁRIO



Backoffice

toda equipe que está na retaguarda de processos importantes e necessários para o funcionamento de qualquer organização.

Big data

conjuntos volumosos e complexos de dados que são analisados e processados a fim de obter informações que podem beneficiar empresas e organizações.

Bot

abreviatura de chatbot, ou robô inteligente, um software que executa tarefas automatizadas, repetitivas e pré-definidas.

Business Intelligence (BI)

metodologia de tomada de decisões empresariais voltadas à análise racional de informações.

Chatbot

união das palavras em inglês chat (conversa) e bot (robô), é um software baseado em uma Inteligência Artificial capaz de manter uma conversa em tempo real por texto ou por voz.

Cross sell

venda de produtos ou serviços relacionados e complementares com base no interesse do cliente ou na compra de um produto.

Customer Experience (CX)

conjunto de ações tomadas para melhorar e otimizar as interações entre consumidores e marcas ao longo das fases do processo de relacionamento: pré, durante e pós-venda.

Customer Relationship Management (CRM)

Gestão de Relacionamento com o Cliente – uma estratégia de gestão de relacionamento com o cliente voltada ao entendimento e antecipação das suas necessidades. O CRM é uma ferramenta voltada para o processo de foco no cliente, aquisição, transação, atendimento, retenção e construção de relacionamento de longo prazo com os clientes.

Customer service

atendimento ao cliente – é uma área da empresa que tem o objetivo de fazer o atendimento ao consumidor. O foco dessa área é ir além do suporte tradicional, entregando aos clientes a melhor experiência de serviço.

Data mining

é um processo em que a tecnologia é utilizada para localizar padrões, conexões, correlações ou anomalias em uma grande quantidade de dados, permitindo encontrar problemas, hipóteses e oportunidades com mais facilidade.

Full provider

empresa que promove uma gama de serviços baseados em tecnologia da informação para outras empresas. Estes podem incluir desenvolvimento de plataformas web, soluções de email e newsletter, gerenciamento de ferramentas web e soluções de e-commerce.

Hard skills

são habilidades técnicas, que podem ser desenvolvidas durante cursos, workshops e treinamentos

Human Experience (HX)

Human Experience, ou experiência humana, é um conceito que coloca os seres humanos no centro das estratégias da empresa, para criar conexões de valor. Não é o consumidor, o cliente, o público-alvo — o foco é a pessoa, com quem a marca se conecta.

IA

inteligência artificial

Low-code

O low-code é uma abordagem de desenvolvimento de software que requer pouco ou nenhum código para construir aplicações e processos.

LXP

(Learning Experience Platform) é um ambiente de ensino centrado na experiência dos usuários, para gestão e compartilhamento de conteúdos.

NPS

é uma métrica utilizada para mensurar qual o nível de satisfação do cliente com os produtos e serviços adquiridos da sua empresa, bem com a probabilidade de ele indicar a sua marca para outras pessoas.

Omnichannel / omnicanal

é uma estratégia que consiste na integração de todos os canais de vendas, comunicação e divulgação de uma marca, de forma a unir o físico ao on-line e oferecer uma melhor experiência para o cliente.

Pipeline

é uma forma de gestão para que as empresas consigam visualizar melhor seus processos, taxas de conversão e retenção nas etapas, aumentando a previsibilidade dos seus negócios e faturamento.

Prospects

é um cliente potencial.

Quick learning

é uma forma de adquirir conhecimento em um formato curto e objetivo, fugindo das longas aulas e textos gigantescos.

Relatórios service organization control

Um padrão de relatórios que permitem entender como está a proteção da confidencialidade e a privacidade das informações armazenadas e processadas nas empresas provedoras de serviços, através dos seguintes critérios: segurança, disponibilidade,

confidencialidade, integridade no processamento e privacidade.

Social learning

O social learning envolve o ato de aprender por meio do uso de materiais on-line que podem ser compartilhados, além de atividades que podem ser colocadas em prática.

Soft skills

são habilidades comportamentais relacionadas a maneira como o profissional lida com o outro e consigo mesmo em diferentes situações.

Software as a Service (SaaS)

é a sigla para Software as a Service — ou Software como Serviço, em português. Nesse modelo, o sistema não é comercializado como um produto, mas sim como serviço, como o próprio nome sugere. Assim, não é feita a instalação de nenhum programa nos equipamentos e as aplicações são usadas pela internet.

Speech to Text (STT)

Conversão de Voz em Texto

Text to Speech (TTS)

Conversão de texto em fala

Upsell

é uma estratégia que visa vender um produto ou serviço mais completo

Workflow

fluxo de trabalho



SUMÁRIO GRI



Sumário GRI

Este relatório foi elaborado de acordo com os Standards GRI: opção Essencial. **[GRI 102-54]**

O Sumário de Conteúdo da GRI para a opção “de acordo” – Essencial apresentado a seguir traz a correlação dos indicadores GRI com os Princípios do Pacto Global e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.



Princípios do Pacto Global

DIREITOS HUMANOS

- 1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
- 2. Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

TRABALHO

- 3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5. A abolição efetiva do trabalho infantil; e
- 6. Eliminar a discriminação no emprego.

MEIO AMBIENTE

- 7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- 8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
- 9. Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

CONTRA A CORRUPÇÃO

- 10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
GRI 101: Fundamentos 2016				
CONTEÚDOS GERAIS				
GRI 102: Disclosures Gerais 2016	PERFIL			
	102-1 Nome da organização	Relatório, pág. 4		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	Relatório, pág. 4		
	102-3 Localização da sede			
	102-4 Localização das operações	Relatório, pág. 4		
	102-5 Propriedade e forma jurídica	Relatório, pág. 4		
	102-6 Mercados atendidos	Relatório, pág. 4		
	102-7 Porte da organização	Relatório, pág. 4		
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	Relatório, págs. 4 e 46		
	102-9 Cadeia de fornecedores	Relatório, pág. 41		
	102-10 Mudanças significativas na organização e na cadeia de fornecedores	Não houve		
	102-11 Abordagem ou princípio da precaução	Relatório, pág. 23		
	102-12 Iniciativas externas	Não apoiamos nenhuma	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	
	102-13 Participação em associações	Associação das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação e de Tecnologias Digitais (Brasscom)		
	ESTRATÉGIA			
	102-14 Declaração do principal tomador de decisão	Relatório, pág. 3	8, 9	
	ÉTICA E INTEGRIDADE			16
	102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	Relatório, pág. 11	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	
	102-17 Mecanismos de aconselhamento e preocupações éticas	Relatório, pág. 24	10	



GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
GRI 101: Fundamentos 2016				
CONTEÚDOS GERAIS				
GRI 102: Disclosures Gerais 2016	GOVERNANÇA			
	102-18 Estrutura de governança	Relatório, pág. 16		
	ENGAJAMENTO DAS PARTES INTERESSADAS			
	102-40 Lista de partes interessadas	Relatório, pág. 14		
	102-41 Acordos de negociação coletiva	Relatório, pág. 47		
	102-42 Base usada para a identificação e seleção de partes interessadas para engajamento	Relatório, pág. 26		
	102-43 Abordagem para o engajamento das partes interessadas	Relatório, pág. 27		
	102-44 Principais temas e preocupações levantados durante o engajamento	Relatório, pág. 27		
	PRÁTICA DE RELATO			
	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	Nas Demonstrações Financeiras consolidadas são consideradas as empresas Plusoft, DTM e Effective.		
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	Relatório, pág. 27		
	102-47 Lista de tópicos materiais	Relatório, pág. 27		
	102-48 Reformulação de informações	Não houve		
	102-49 Alterações em escopo e limites	Não houve.		
	102-50 Período coberto pelo relatório	Relatório, pág. 45		
	102-51 Data do último relatório	Não se aplica, pois é o primeiro relatório GRI.		
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	Relatório, pág. 45		
	102-53 Ponto de contato para perguntas relativas ao relatório	Relatório, pág. 45		
	102-54 Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI	Relatório, pág. 45		
	102-55 Sumário de conteúdo GRI	Relatório, pág. 51		
	102-56 Verificação externa	Não houve.		





GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	OMISSÃO			PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
			PARTE OMITIDA	RAZÃO	EXPLANAÇÃO		
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 200 STANDARD SÉRIE ECONÔMICA							
IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS							
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 14 e 19					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Relatório, pág. 14					
GRI 300 STANDARDS SÉRIE AMBIENTAL							
ENERGIA							12
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A Plusoft reconhece o tema como sendo material para a empresa, mas, em função do regime de <i>home office</i> adotado nos anos de 2020 e 2021, não foi possível adotar práticas específicas de gestão nem apurar indicadores de consumo. Contudo, a Plusoft se compromete a endereçar o tema por meio de indicadores e metas no período de 2022 e 2023.					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes						
	103-3 Avaliação da forma de gestão						
GRI 302: Energia 2016	302-4 Redução do consumo de energia	Não reportado	Informações indisponíveis: não foi possível apurar o consumo de energia no período do relato porque a companhia estava em sistema de home office.			7, 8, 9	



GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	OMISSÃO			PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
			PARTE OMITIDA	RAZÃO	EXPLANAÇÃO		
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 300 STANDARDS SÉRIE AMBIENTAL							
ÁGUAS E EFLUENTES							6
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A Plusoft reconhece o tema como sendo material para a empresa, mas, em função do regime de <i>home office</i> adotado nos anos de 2020 e 2021, não foi possível adotar práticas específicas de gestão nem apurar indicadores de consumo. Contudo, a Plusoft se compromete a endereçar o tema por meio de indicadores e metas no período de 2022 e 2023.					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes						
	103-3 Avaliação da forma de gestão						
GRI 303: Água e Efluentes 2018	303-5 Consumo de água	Não reportado	Informações indisponíveis: não foi possível apurar o consumo de água no período do relato porque a companhia estava em sistema de home office.			8	
EMISSÕES							13
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A Plusoft reconhece o tema como sendo material para a empresa, mas, em função do regime de <i>home office</i> adotado nos anos de 2020 e 2021, não foi possível adotar práticas específicas de gestão nem apurar indicadores de emissões. Contudo, a Plusoft se compromete a endereçar o tema por meio de indicadores e metas no período de 2022 e 2023.					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes						
	103-3 Avaliação da forma de gestão						
GRI 305: Emissões 2016	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Não reportado	Informações indisponíveis: a companhia não realizou seu inventário de emissões de gases de efeito estufa no período de relato.			8, 9	



GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	OMISSÃO			PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
			PARTE OMITIDA	RAZÃO	EXPLANAÇÃO		
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 400 STANDARDS SÉRIE SOCIAL							
EFLUENTES E RESÍDUOS							8
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	A Plusoft reconhece o tema como sendo material para a empresa, mas em função do regime de <i>home office</i> adotado nos anos de 2020 e 2021, não foi possível adotar práticas específicas de gestão nem apurar indicadores de consumo. Contudo, a Plusoft se compromete a endereçar o tema por meio de indicadores e metas no período de 2022 e 2023.					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes						
	103-3 Avaliação da forma de gestão						
GRI 306: Resíduos 2020	306-2 Resíduos gerados	Não reportados	Informações indisponíveis: não foi possível apurar a geração de resíduos no período do relato porque a companhia estava em sistema de <i>home office</i> .				
EMPREGO							8
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 47					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	Relatório, pág. 47				6	
SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO							3
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 35					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					



GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	OMISSÃO			PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
			PARTE OMITIDA	RAZÃO	EXPLANAÇÃO		
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 400 STANDARDS SÉRIE SOCIAL							
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-3 Serviços de saúde do trabalho	Relatório, pág. 35				1	
TREINAMENTO E EDUCAÇÃO							3
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 33					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 404: Treinamento e Educação 2016	404-1 Média de horas de treinamento por ano por empregado	Anexos, pág. 33					
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES							8
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 47					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 405: Diversidade e Igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade de órgãos de governança e empregados	Relatório, pág. 47				6	
NÃO DISCRIMINAÇÃO							8
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 36					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Não houve				1, 2, 3	



GRI STANDARD	DISCLOSURE	PÁGINA E/OU LINK	OMISSÃO			PRINCÍPIO DO PACTO GLOBAL	ODS
			PARTE OMITIDA	RAZÃO	EXPLANAÇÃO		
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 400 STANDARDS SÉRIE SOCIAL							
PRIVACIDADE DO CLIENTE							8
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	Relatório, págs. 28 e 29					
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	Relatório, págs. 19 e 22					
	103-3 Avaliação da forma de gestão	Relatório, pág. 19					
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violações da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve				1, 2, 3	



EXPEDIENTE

PLUSOFT

COORDENAÇÃO GERAL DO RELATÓRIO

Patricia Marim Albuquerque

COLABORAÇÃO

Deborah Oliveira

Silvana Ribeiro Pires da Cruz

Tatiane Isis Ferreira Miranda

COORDENAÇÃO TÉCNICA E EDITORIAL, PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Walk4Good – Grupo Imagem Corporativa

FOTOS

As imagens contidas nesse relatório são do banco de
imagens Shutterstock, Unsplash e Freepik.



plussoft
PEOPLE TECHNOLOGY