

Indicadores Ethos  
Aplicados aos  
Princípios do  
Pacto Global

# Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

2004



INSTITUTO  
ETHOS

## Patrocinadores

### Abradee

---

A Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica – Abradee, com apoio da Fipe, concede anualmente para suas associadas, desde 1999, o Prêmio Abradee. A partir da versão 2000, passou a ser concedido o Prêmio Abradee de Responsabilidade Social, para o qual contamos com o apoio do Instituto Ethos, mediante a utilização, em caráter pioneiro no país, dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

### CPFL

---

Ao patrocinar o kit Ferramentas de Gestão, que traz um novo instrumento de diagnóstico para verificar a conformidade dos planos, políticas e práticas das empresas aos princípios do Global Compact, a CPFL reafirma o seu compromisso de contribuir para que as empresas possam, como é de sua cultura, ligar de forma pragmática seus interesses aos interesses da sociedade. E reafirma o seu entendimento de que só é possível construir sustentabilidade se o compromisso de todos, nesse sentido, for legítimo.

### Itaú

---

No Itaú, o efetivo exercício da responsabilidade social fundamenta-se nos valores estruturantes da própria cultura, que são a base da Governança Corporativa e da Sustentabilidade. Defendemos que estes valores e práticas sejam colocados a serviço da ação social no país.

Assim, ao assumir o patrocínio do kit Ferramentas de Gestão, o Itaú busca colaborar com a efetivação de melhores práticas de responsabilidade social, considerando o kit um importante instrumento de aprendizagem e consolidação de conhecimentos.

### Mc Donald's

---

A responsabilidade social faz parte da filosofia do McDonald's desde a sua fundação na década de 50. Além de oferecer produtos e serviços de qualidade, a empresa sempre se preocupou em criar condições para o desenvolvimento das comunidades onde atua. No Brasil não é diferente, por ser um dos maiores empregadores do país (36 mil funcionários), relacionar-se com diversos fornecedores (210, nos quais trabalham mais de 15 mil pessoas) e receber mais de 1,5 milhão de clientes/dia, o McDonald's possui um enorme poder de mobilização sobre a sociedade brasileira. Diante disso, patrocinar o kit de Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, é uma consequência natural do trabalho que o McDonald's vem desenvolvendo no país desde a abertura de seu primeiro restaurante em 1979.

### Natura

---

As ferramentas de gestão Ethos são instrumentos valiosos para que empresas avaliem sua gestão sob o ponto de vista dos públicos com os quais se relaciona. Na Natura, eles têm sido úteis para provocar importantes discussões internas e para estruturação de planos de ação. O Banco de Práticas e o Localizador são fontes importantes para conhecer melhores práticas empresariais, além das ferramentas de gestão, fundamental às empresas que desejam aplicar princípios do desenvolvimento sustentável.

### Petrobras

---

A Petrobras, ao patrocinar as Ferramentas de Gestão 2004 – Responsabilidade Social Empresarial, realizada pelo Instituto Ethos, reafirma a cada ano o compromisso com uma gestão empresarial responsável. A companhia, reconhecida pela liderança no mercado industrial brasileiro, assume o papel de estimular a atuação das corporações na prática de responsabilidade social empresarial para a construção de uma sociedade mais justa e sustentável. Em 2004, a Petrobras incorporou em seu planejamento estratégico a missão de atuar de forma rentável e segura, com responsabilidade social e ambiental, para contribuir com o desenvolvimento do Brasil e dos países onde atua, adotando os indicadores do Ibase, Ethos, GRI, Dow Jones, Cebeds e ANP na elaboração do Balanço Social da companhia.

### SESI

---

O SESI é uma instituição que fortalece a indústria. Ao aplicar modernas ferramentas de gestão social, que melhoram a qualidade de vida do trabalhador, contribui para o desenvolvimento de toda sociedade. Com o SESI, as empresas ganham na superação de resultados, crescem de forma sustentada e cumprem seu papel social. Conheça nossos produtos nas áreas de educação, saúde, lazer, consultoria social, farmácia, alimentação e microcrédito. [www.sesisc.org.br](http://www.sesisc.org.br)

# Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

---

2004

INSTITUTO  
**ETHOS**

---

EMPRESAS E  
RESPONSABILIDADE  
SOCIAL  
BUSINESS AND SOCIAL  
RESPONSIBILITY

---

---

## **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global**

é uma publicação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, distribuída gratuitamente a seus associados.

### **Realização**

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social  
Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, Conj. 1407, CEP 05414-020, São Paulo, SP  
Tel.: (55-11) 3897-2400 / Fax: (55-11) 3897-2424  
Site: [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

### **Execução (versão original)**

AMCE Negócios Sustentáveis Ltda. Equipe envolvida: Ana M.C.Esteves, Raphael Rodrigues, Reinaldo Bulgarelli e Sérgio A.P.Esteves.  
Site: [www.amce.com.br](http://www.amce.com.br)

### **Colaboradores do Instituto Ethos**

Gláucia Terreo, Karinna B. Forlenza (captação), Leno F. Silva, Marcelo Linguitte (coordenador), Paulo Itacarambi e Tarcila Reis Ursini.

### **Patrocínio**

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee), CPFL Energia, McDonald's, Natura, Petrobras, Sesi SC e Itaú SA

### **Apoio**

Fundação Avina e The William and Flora Hewlett Foundation.

### **Projeto e Produção Gráfica**

Waldemar Zaidler, William Haruo  
Planeta Terra Design

### **Todos os direitos reservados.**

A reprodução é permitida, com autorização prévia por escrito do Instituto Ethos, devendo-se atribuir o crédito ao Instituto Ethos, que o disponibiliza gratuitamente.

Junho de 2004

Tiragem: 7.000 exemplares



Impresso em papel couché Image Art 240 g/m<sup>2</sup> (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m<sup>2</sup>,  
fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.

### **Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos**

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
  2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
  3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
  4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.
- Caso tenha alguma dúvida ou queira nos consultar sobre as atividades de apoio do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, por meio do serviço "Fale Conosco", disponível em nosso site ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)). Assim será possível identificar e designar a área mais apropriada para atender você.

# Sumário

---

<b>Apresentação</b>	5
Exemplo de intenção estratégica	9
Exemplos de áreas a serem consideradas na formulação de metas	9
Indicadores Ethos aplicados aos Princípios do Pacto Global	10
Recomendações envolvendo a aplicação dos Indicadores Ethos aplicados aos Princípios do Pacto Global	10
Orientação ao usuário	12

---

## Indicadores Ethos aplicados aos Princípios do Pacto Global

---

### Direitos Humanos

---

Princípio 1: As empresas devem respeitar e apoiar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de influência	13
<i>Indicador 1: Sobre a inserção de temas de direitos humanos na gestão da empresa</i>	13
<i>Indicador 2: Sobre a valorização de temas de direitos humanos na rede de relações da empresa</i>	14
<i>Indicador 3: Sobre a inserção de temas de direitos humanos na ação social ou no investimento social privado</i>	17
Princípio 2: As empresas devem certificar-se de que não estejam sendo cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos	20
<i>Indicador 1: Sobre a monitoração de questões de direitos humanos na cadeia de negócios e na ação social</i>	20

---

### Trabalho

---

Princípio 3: As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva	24
<i>Indicador 1: Sobre o apoio à liberdade de associação e o reconhecimento do direito à negociação coletiva</i>	24
Princípio 4: As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório	27
<i>Indicador 1: Sobre a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório</i>	27
Princípio 5: As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil	30
<i>Indicador 1: Sobre o apoio à erradicação do trabalho infantil</i>	30

---

---

<b>Princípio 6: As empresas devem eliminar a discriminação com respeito ao emprego e à ocupação</b>	33
<i>Indicador 1: Sobre o monitoramento da situação do público interno em relação a mecanismos de discriminação</i>	33
<hr/>	
<b>Meio Ambiente</b>	
<hr/>	
<b>Princípio 7: As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais</b>	36
<i>Indicador 1: Sobre o apoio a uma abordagem preventiva aos desafios ambientais</i>	36
<b>Princípio 8: As empresas devem se engajar em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental</b>	39
<i>Indicador 1: Sobre o engajamento em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental</i>	39
<b>Princípio 9: As empresas devem incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis</b>	41
<i>Indicador 1: Sobre o incentivo ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis</i>	41
<hr/>	
<b>Anexo: Interseção entre os Indicadores Ethos e os Princípios do Pacto Global</b>	43
<hr/>	
<b>Referências: Ciclo Social da ONU</b>	47
<hr/>	

## Apresentação

---

O Pacto Global é uma iniciativa do Sr. Kofi Annan, secretário geral das Nações Unidas, com o objetivo de sensibilizar, mobilizar e engajar a comunidade empresarial internacional em torno de questões relevantes da sociedade contemporânea. Ele sugere que as empresas adiram, e assumam compromissos globais, incorporando ao cotidiano dos negócios princípios que se baseiam no paradigma do desenvolvimento humanos sustentável e que ressaltam a importância das empresas na construção de uma sociedade mais justa e mais equânime.

Os compromissos empresariais propostos pelo Pacto Global requerem atenção e alguns cuidados para que a iniciativa não seja banalizada por uma adesão sem consequências concretas. Os principais cuidados a serem observados se referem, por um lado, à atenção das empresas para com os impactos potenciais (atuação preventiva) de seus planos, metas e estratégias nas comunidades em que atuam e na sociedade em geral; e, por outro ao envolvimento das

empresas com uma agenda de ação local, estimulando um vínculo pragmático dos negócios com o desenvolvimento sustentável no plano internacional.

Pensar os negócios em um contexto mais amplo, de compromissos globais, e promover a interação das empresas com organizações da sociedade civil que defendem causas relevantes representa uma oportunidade excepcional de aprendizagem para todos os envolvidos, fortalece a democracia e estabelece condições melhores para a promoção de uma cultura de paz.

Em termos bem pragmáticos, implica na incorporação dos nove princípios do Pacto Global aos princípios, planos e práticas das empresas. Se a relação das empresas com o Pacto Global for tratada como algo paralelo, isto é, se não se incorporar aos interesses empresariais, não terá, naturalmente, sustentabilidade. Tais princípios (nove ao todo) estão agrupados em três áreas: direitos humanos, trabalho e meio ambiente.

---

## ABRANGÊNCIA



# OS NOVE PRINCÍPIOS

## Direitos Humanos

- 1** Apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de influência; e
- 2** certificar-se de que não estejam sendo cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos.

## Trabalho

- 3** Apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4** apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5** apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil; e
- 6** eliminar a discriminação com respeito ao emprego e à ocupação.

## Meio Ambiente

- 7** Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- 8** engajar-se em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; e
- 9** incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

---

Aderir ao Pacto Global implica também em reconhecer a relevância das metas do milênio e o papel dos negócios e das diversas instituições da sociedade para que elas sejam alcançadas.

Em setembro de 2000, as Nações Unidas, numa reunião em que participaram 147 Chefes de Estado e de Governo e 191 países, aprovaram os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), onde cada um destes objetivos contém um conjunto de metas.

### **Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas são:**

- Erradicar a extrema pobreza e a fome
- Atingir o ensino básico universal
- Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
- Reduzir a mortalidade infantil
- Melhorar a saúde materna
- Combater o HIV / AIDS, a malária e outras doenças
- Garantir a sustentabilidade ambiental

- Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

Como é de praxe no ambiente empresarial e em várias outras organizações, o alcance de resultados está fortemente condicionado ao estabelecimento de intenções estratégicas e de metas. Da mesma forma, o processo de incorporação nos nove princípios do Pacto Global aos princípios, planos e práticas das empresas – tendo como pano de fundo os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, também requerem a formulação de pelo menos uma intenção estratégica e de algumas metas.

---

## EXEMPLO DE INTENÇÃO ESTRATÉGICA

*Incorporar os princípios do Global Compact na identidade organizacional / corporativa criando condições objetivas de influenciar uma agenda local de desenvolvimento sustentável alinhada com uma agenda nacional e com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.*

## EXEMPLOS DE ÁREAS A SEREM CONSIDERADAS NA FORMULAÇÃO DE METAS

- Relações com a comunidade que contribuam para a consolidação do processo de democratização, com uma permanente ampliação dos canais de participação;
- Alinhamento do Plano Operacional / Plano Anual a uma agenda local / nacional em itens como geração de emprego e renda, melhoria do perfil de distribuição de renda, valorização da diversidade, preservação ambiental e ampliação do acesso a bens e serviços.
- Liderança de – ou apoio a iniciativas de erradicação do trabalho infantil e do trabalho escravo, ampliação da escolarização e melhoria da qualidade da educação, combate à violência e à corrupção.

A formulação de intenções estratégicas e o estabelecimento de metas é melhor realizado quando conhecemos bem a situação atual e conversamos em torno de onde queremos chegar (situação atual e situação desejada).

---

## OS INDICADORES ETHOS APLICADOS AOS PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL

Os indicadores Ethos aplicado aos princípios do pacto global foram desenvolvidos como um instrumento auxiliar nesse processo de identificação de onde a empresa está em relação à inserção dos nove princípios em seus planos e práticas e onde pretende chegar. Eles representam um ponto de partida capaz de aprofundar o entendimento e o alinhamento com relação ao que se pretende, assim como representam uma base sólida a partir da qual as empresas poderão construir suas linhas de ação e compartilhar suas aprendizagens.

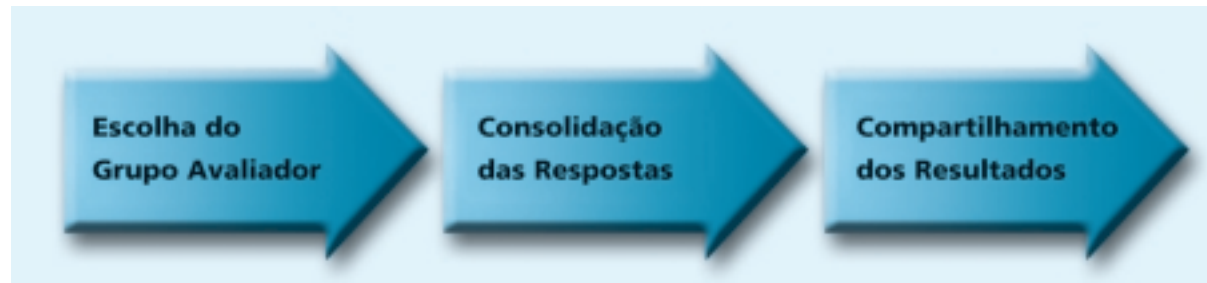
No Brasil, a opção de introdução dos princípios do pacto global a gestão empresarial por meio de um conjunto de indicadores, justifica-se pelo: conhecimento e uso corrente da ferramenta (indicadores) pelas empresas no país; relevância da ferramenta; subsídio concreto para análise e implementação.

Por isso, consideramos, que os indicadores Ethos aplicado aos princípios do global compact, sejam considerados como complementares aos demais Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Juntos, eles propiciam condições para um diagnóstico capaz de gerar ações relevantes para pessoas, empresas e sociedade.

## RECOMENDAÇÕES ENVOLVENDO A APLICAÇÃO DOS INDICADORES ETHOS APLICADO AOS PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL

O Pacto Global faz um conjunto de recomendações iniciais às empresas que decidem aderir à iniciativa, a começar pelo compartilhamento, com diversos públicos, da proposta e dos motivos que levaram à adesão. A importância dessas recomendações é, principalmente, o de propiciar entendimento quanto à relevância do Pacto Global e dos ODM e quanto ao significado da adesão das empresas em particular.

Após esse momento inicial, a empresa está pronta para estabelecer uma linha de ação que permita viabilizar a incorporação dos nove princípios na ação organizacional. Esse processo pode ser iniciado com a aplicação dos indicadores Ethos aplicado aos princípios do pacto global. Alguns cuidados, entretanto, devem ser observados:



- **A escolha do grupo avaliador:** uma auto-avaliação de performance ou de conformidade oferece um melhor resultado (situação atual) na medida em que incorpore a perspectiva de diferentes grupos em diferentes operações / segmentos e em diferentes níveis hierárquicos. A primeira recomendação é, portanto, que o grupo avaliador seja o mais possível representativo da empresa; a segunda é que eles sejam devidamente orientados quanto ao porquê a avaliação está sendo feita e ao que se espera de cada um.
  - **A consolidação das respostas dadas aos indicadores:** recomendamos um processo que, tanto quanto possível, considere conversas coletivas entre os diferentes avaliadores. Essa é uma oportunidade excelente para aproximar visões diferentes, amadurecer posições / visões / percepções - e para aprofundar o entendimento sobre a proposta do Global Compact e sobre a decisão da empresa em apoiá-la.
  - **O compartilhamento dos resultados:** os resultados obtidos após a consolidação das respostas aos indicadores representam informações importantes para a empresa e apenas em situações especiais recomendamos que sejam compartilhados. Os resultados irão servir para estabelecer conversas envolvendo a definição da situação desejada, estabelecer prioridades e metas (vínculos pragmáticos com o negócio) e escolher linhas de ação que possam integrar-se às demais iniciativas no campo da sustentabilidade e responsabilidade corporativa..
- Por isso, consideramos, que os indicadores Ethos aplicado aos princípios do global compact, sejam considerados como complementares aos demais Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Juntos, eles propiciam condições para um diagnóstico capaz de gerar ações relevantes para pessoas, empresas e sociedade.

---

## ORIENTAÇÃO AO USUÁRIO:

Para criar melhores condições no uso da ferramenta – Indicadores Ethos aplicados aos princípios do pacto global, é importante considerar algumas referências, como:

### Tipos de indicadores:

- 1) **Indicadores de evolução** são os que visam avaliar o estágio atual da inserção dos princípios do Pacto Global nas práticas organizacionais. É representando por quatro quadrantes que, por sua vez, representam estágios de evolução, partindo de aspectos Formais ou Legais até ao engajamento e inserção de determinadas práticas na gestão.
- 2) **Indicadores de precisão** são compostos por questões binárias (para respostas sim ou não), que propõem um detalhamento maior do estágio atual selecionado nos indicadores de evolução, permitindo maior objetividade nos planos de ação de melhoria.
- 3) **Indicadores quantitativos** se propõe a levantar informações / dados específicos, visando estabelecer comparabilidade ano sobre ano.
- 4) **Indicadores descritivos** que objetivam um detalhamento qualitativo de determinada prática da empresa em relação à proposta do Pacto Global.

Na publicação **Práticas Empresariais de Responsabilidade Social do Instituto Ethos**, há um mapeamento que aponta os pontos de intersecção dos Princípios do Pacto Global com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial – anexo.

Nesta publicação dos Indicadores Ethos aplicado aos princípios do Pacto Global, há uma correlação com alguns dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004, que podem ampliar ou aprofundar a análise.

**Nota:** O Global Compact em cooperação com o World Business Council on Sustainable Development (WBCSD); Business Social Responsibility (BSR); The International Labour Organization (ILO) e Pfizer, lançaram uma publicação chamada "Rising de Bar – Creating Value with the United Nations Global Compact". Neste documento encontram-se importantes referências para compreender o Global Compact.([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org))

# Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

As empresas devem respeitar e apoiar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de influência.

#### 1. Sobre a inserção de temas de direitos humanos na gestão da empresa:

A empresa assume que ao cumprir a legislação, está atendendo as referências sobre a declaração universal dos direitos humanos e as questões a ela relacionadas.	A empresa considera as referências da declaração universal dos direitos humanos e as questões a elas relacionadas em suas políticas e práticas corporativas.	A empresa correlaciona suas práticas de gestão às referências de direitos humanos, identificando conformidade nos processos internos.	A empresa integra de maneira explícita os princípios de direitos humanos na sua gestão, mantém e / ou incentiva a existência de iniciativas de promoção de uma cultura de direitos humanos na relação com seus diferentes públicos.	Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.
PHASE 1 <input type="checkbox"/>	PHASE 2 <input type="checkbox"/>	PHASE 3 <input type="checkbox"/>	PHASE 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 1.1 – 1.2 – 1.8 e 3.3 do tema Valores e Transparência, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

**2. Sobre a valorização de temas de direitos humanos na rede de relações da empresa:**

<p>A empresa não tem processos de diálogo ou de participação em eventos sobre direitos humanos que auxiliem na construção de um posicionamento da organização nesta área.</p>	<p>A empresa frequenta eventos e fóruns sobre questões relacionadas a direitos humanos, embora não assuma compromissos internos ou externos nesta área</p>	<p>A empresa participa formalmente de fóruns em temas relacionados a direitos humanos, com um posicionamento que expressa seus compromissos com interesses legítimos da sociedade brasileira.</p>	<p>A empresa, além de participar e expressar seus compromissos, assume papel de liderança na disseminação de referências nas questões relacionadas a direitos humanos, mobilizando sua rede de relações e a sociedade em geral.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 1.1 – 1.2 – 1.8 e 3.3 do tema Valores e Transparência, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

A EMPRESA		Sim	Não
2.1.	Oferece informações aos clientes e consumidores sobre suas práticas de respeito e apoio aos direitos humanos como exercício natural de seu papel social e como forma de fortalecer a perspectiva do consumo consciente (compra de produtos e serviços de empresas que respeitem os direitos humanos)?		
2.2.	Divulga, sempre que apropriado, o seu posicionamento em relação ao respeito e apoio aos direitos humanos, mesmo em temas considerados controversos (pena de morte, violência urbana, rebaixamento da idade penal, direitos de minorias, desarmamento, união de pessoas do mesmo sexo, etc.), construindo atributos de marca diferenciados e contribuindo para a elevação objetiva dos padrões locais de desenvolvimento humano sustentável?		
2.3.	Tem como posicionamento institucional formal não patrocinar atividades de mídia que desrespeitem os direitos humanos, como ofensas a minorias, assédios de qualquer natureza, exposição ao ridículo, incitação à violência e ao uso de armas, exploração sexual de crianças e adolescentes, trabalho infantil, abuso de álcool e de outras drogas lícitas e ilícitas?		

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

		Sim	Não
2.4.	Promove, estimula ou apóia formalmente iniciativas abertas de diálogo entre vários sujeitos sociais sobre questões relacionadas a direitos humanos, principalmente nos temas onde há maior risco para a comunidade de violação desses direitos?		
2.5.	Explicita em seu Código de Ética (como instrumento que norteia suas relações com seus diferentes públicos) e dissemina permanentemente o seu posicionamento de respeito e apoio aos direitos humanos em questões que rejeitam, por exemplo, as discriminações negativas, as práticas ilegais de produção, armazenamento, distribuição e comercialização, o trabalho escravo ou forçado, as diferentes formas de assédio, a concorrência desleal, a aceitação de propinas, a formação de cartéis, a sonegação de impostos, a corrupção ativa e passiva e a violação dos direitos da criança e do adolescente?		
2.6.	Considera importante que temas como erradicação do trabalho infantil, trabalho análogo ao escravo, erradicação do analfabetismo, combate às DST/AIDS, exploração e abuso sexual de crianças e adolescentes, preservação ambiental e preservação da cultura local sejam naturalmente considerados em suas relações com seus diferentes públicos (fornecedores, clientes, acionistas, público interno, concorrência, comunidades)?		
2.7.	Quantidade de artigos divulgados ou eventos realizados pela empresa ou com o seu apoio sobre temas relacionados a direitos humanos nos últimos dois anos:		
2.8.	<b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legítima junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a direitos humanos na <i>gestão dos negócios</i> , deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.		



## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

#### 3. Sobre a inserção de temas de direitos humanos na ação social ou no investimento social privado:

<p>A empresa não considera formalmente, como referência, a declaração universal dos direitos humanos e as questões a ela relacionadas em suas atividades no campo social.</p>	<p>A empresa dissemina informalmente a necessidade de se respeitar os direitos humanos e de se ter como referência os temas a eles relacionados nas suas atividades no campo social.</p>	<p>A empresa considera os direitos humanos e temas a eles relacionados em todas as suas atividades no campo social, como conteúdo na formação de agentes sociais, público beneficiado ou como questão central da própria ação social.</p>	<p>A empresa mantém e / ou incentiva iniciativas junto aos seus aliados e parceiros no campo da ação social, procurando promover a cultura de respeito aos direitos humanos na sociedade em geral.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

A EMPRESA		Sim	Não
3.1.	Estabelece diálogos com a comunidade nos locais em que atua em torno de questões de direitos humanos, procurando construir referências e estabelecer diagnósticos que possam subsidiar adequadamente a formulação ou a metodologia de implementação da sua ação social?		
3.2.	Privilegia temas diretamente relacionados à proteção e promoção dos direitos humanos em sua ação social?		
3.3.	Está atenta não apenas ao propósito, ao conteúdo e aos resultados práticos de suas ações sociais mas, sobretudo, ao seu alinhamento com políticas públicas e diretrizes globais na implementação dessas ações, privilegiando o diálogo e a construção coletiva com a comunidade?		
3.4.	Escolhe parceiros e aliados para as suas ações sociais por meio de um conjunto de critérios que avaliam, dentre outras coisas, alinhamento de valores e de posicionamento em relação às questões de direitos humanos?		
3.5.	Contribui na formulação e no controle de políticas públicas por meio dos canais democráticos previstos em lei, ampliando a atenção aos direitos humanos nas comunidades onde está presente?		

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

		Yes	No
3.6.	Procura estabelecer temas, prioridades e metas na ação social com base em indicadores sociais locais, em uma agenda nacional de desenvolvimento e, especificamente, em indicadores e princípios de desenvolvimento humano sustentável, difundidos pelo PNUD, utilizando-os na definição de prioridades?		
3.7.	Valoriza a diversidade e combate o assédio de qualquer natureza e a discriminação em questões envolvendo raça / cor / etnia, gênero, orientação sexual, deficiência, HIV / AIDS ou idade em suas atividades no campo da ação social?		
3.8.	Valoriza a democracia e promove o desenvolvimento de relações de parceria que levam em conta o bem comum, combatendo, ao mesmo tempo, relações que implicam em dependência econômica, dominação ou consentimento forçado?		
3.9.	Considera o tema da violência sexual (exploração e abuso sexual) de crianças e adolescentes em atividades / projetos específicos ou em conteúdos de seus programas / projetos sociais?		
3.10.	Considera o tema da educação ambiental e do direito das futuras gerações em atividades / projetos específicos ou em conteúdos de seus programas / projetos sociais?		
3.11.	Considera o tema da erradicação do analfabetismo em atividades / projetos específicos ou em conteúdos de seus programas / projetos sociais?		
3.12.	Considera os temas do protagonismo juvenil e da importância da participação democrática dos jovens em atividades / projetos específicos ou em conteúdos de seus programas / projetos sociais?		
3.13.	Considera o tema da erradicação do trabalho infantil e da promoção dos direitos da criança e do adolescente em atividades / projetos específicos ou em conteúdos de seus programas / projetos sociais?		
3.14.	Volume de recursos financeiros destinados no último ano a iniciativas no campo social que valorizam o respeito e o apoio aos direitos humanos:		

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 1

3.15. **Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:** *O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a direitos humanos na **gestão dos negócios**, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.*

3.15. NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

Ver sites: [www.onu-brasil.org.br/global\\_compact.php](http://www.onu-brasil.org.br/global_compact.php) — [www.oit.org/public/portuguel/region/ampro/brasil/normas\\_princip\\_dir.htm](http://www.oit.org/public/portuguel/region/ampro/brasil/normas_princip_dir.htm) — [www.pnud.org.br](http://www.pnud.org.br)

## Princípio 2

As empresas devem certificar-se de que não estejam sendo cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos.

### 1. Sobre a monitoração de questões de direitos humanos na cadeia de negócios e na ação social:

<p>A empresa não tem processo para monitorar suas práticas envolvendo questões de direitos humanos em suas diferentes operações e também não estimula seus parceiros na cadeia de negócios a fazer essa monitoração.</p>	<p>A empresa não monitora questões de direitos humanos, porém identifica as questões relevantes em seu setor de atividade, estabelece e dissemina permanentemente junto ao público interno um posicionamento institucional em relação a cada uma delas.</p>	<p>A empresa conhece as questões relevantes de direitos humanos em seu setor, tem e dissemina junto ao público interno um posicionamento em relação a elas, tem processos para monitorar suas práticas com o objetivo de consolidar na cultura organizacional e procura abordar permanentemente essas questões junto aos seus parceiros na cadeia de negócios.</p>	<p>Além de monitorar suas práticas e de incentivar permanentemente uma monitoração compartilhada de práticas com seus parceiros na cadeia de negócios, a empresa participa de fóruns empresariais que tratam de questões relacionadas a direitos humanos, partilhando suas aprendizagens e contribuindo para a elevação do padrão de desenvolvimento humano na sociedade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 1.1 – 1.2 e 3.3 do tema Valores e Transparência, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 2

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Conhece as questões envolvendo direitos humanos a serem consideradas em seu setor de atividade?		
1.2.	Conhece as questões a serem monitoradas envolvendo direitos humanos decorrentes dos impactos gerados pela realização de seus negócios e dos riscos presentes nas comunidades em que atua?		
1.3.	Tem um posicionamento em relação ao seu papel social na prevenção da violação de direitos humanos na cadeia de negócios e procura divulgá-lo permanentemente junto aos seus diferentes públicos?		
1.4.	Procura manter-se atualizada em relação a riscos e oportunidades através de uma relação com organizações da sociedade civil que lidam com temas relacionados a direitos humanos?		
1.5.	Tem processos para estabelecer diálogos sociais em torno de direitos humanos e dos impactos, riscos e oportunidades produzidos pelos negócios nas comunidades em que atua mais diretamente?		
1.6.	Procura criar espaços de diálogo com autoridades e organizações da sociedade civil que atuam em temas ligados direta ou indiretamente às suas atividades empresariais quando ocorrem situações de conflito de interesses ou alguma denúncia sobre violação de direitos humanos em sua cadeia de negócios?		
1.7.	Estabelece relações de cooperação (técnica, financeira, etc.) com colaboradores, fornecedores ou clientes quando há riscos e potencial de violação de direitos humanos, visando corrigir e / ou evitar que eles aconteçam?		
1.8.	Monitora e divulga seus resultados relacionados aos diferentes temas de direitos humanos priorizados em sua ação social, criando condições para um diálogo com a comunidade e as organizações da sociedade civil que estão direta ou indiretamente ligadas a estes temas?		
1.9.	Monitora a situação de seu público interno em relação aos quesitos de diversidade, verificando se negros, mulheres, pessoas com deficiência, jovens e pessoas com mais de 45 anos não estão sendo discriminados e, assim, vítimas de violação de direitos humanos?		
1.10.	Cumprir a Lei de Cotas para pessoas com deficiência (Lei 8213/91), em sintonia com a Convenção 159 da OIT (Convenção sobre Reabilitação Profissional e Emprego de Pessoas Deficientes)?		
1.11.	Cumprir a legislação anti-discriminação racial do país, em sintonia com a Convenção 111 da OIT (sobre a discriminação em matéria de emprego e profissão)?		

## DIREITOS HUMANOS

### Princípio 2

		Yes	No
1.12.	Cumpra a legislação anti-discriminação da mulher , em sintonia com a normativa nacional, com a Convenção 100 da OIT (sobre a igualdade de remuneração de homens e mulheres por trabalho de igual valor) e a Conferência Mundial da ONU sobre a Mulher, Beijin/95)?		
1.13.	Possui canais formais e informais de participação dos colaboradores na elaboração de sugestões para melhoria da qualidade da relação da empresa com seus diferentes públicos?		
1.14.	Assegura-se de que os serviços de segurança privada atuam em conformidade com a lei e de acordo com a normativa internacional sobre armas, uso da força e respeito aos direitos humanos?		
1.15.	Procura certificar-se da origem dos produtos de seus fornecedores e dos impactos socioambientais produzidos pelos mesmos?		
1.16.	A empresa publica regularmente relatórios conjugando resultados econômicos, sociais e ambientais onde procura evidenciar seus valores e posicionamentos institucionais relacionados a direitos humanos?		

1.17. **Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:** *O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a direitos humanos **na gestão dos negócios**, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.*



# TRABALHO

## Princípio 3

As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.

### 1. Sobre o apoio à liberdade de associação e o reconhecimento do direito à negociação coletiva:

<p>A empresa promove pesquisa apropriada e disponibiliza canais formais de diálogo entre os diferentes níveis hierárquicos para tratar de assuntos relacionados à qualidade das relações de trabalho.</p>	<p>Além de promover pesquisa apropriada e disponibilizar canais formais de diálogo entre diferentes níveis hierárquicos, a empresa valoriza e estimula o diálogo em torno dos temas da liberdade de associação, da participação em sindicatos e do reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.</p>	<p>A empresa sistematiza suas aprendizagem sob a forma de novas políticas e práticas de gestão que incorporem a legitimação das decisões da empresa no campo das relações de trabalho por meio de uma livre associação, para além das obrigações funcionais, e da negociação coletiva.</p>	<p>A empresa reconhece a importância dessa aprendizagem social para a democracia e estimula o meio empresarial e a sociedade a considerar essa prática em suas decisões, melhorando a qualidade das relações sociais.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
PHASE 1 <input type="checkbox"/>	PHASE 2 <input type="checkbox"/>	PHASE 3 <input type="checkbox"/>	PHASE 4 <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 7 – 7.1 – 7.2 – 7.3 – 7.4 – 8 – 8.1 e 8.2 do tema Público Interno, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

## TRABALHO

### Princípio 3

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Não cria nenhum obstáculo, incluindo os relacionados ao assédio moral, para que os colaboradores possam associar-se de forma livre e independente, dialogar sobre o que consideram ser seus interesses legítimos e negociar termos, condições e responsabilidades, mesmo nas situações em que o direito à liberdade de associação coletiva esteja restringido por lei.		
1.2.	Assegura condições objetivas, expressas em política, para que representantes dos colaboradores não sofram qualquer tipo de assédio ou discriminação em decorrência dessa representação?		
1.3.	Assegura condições objetivas, expressas em política, para que os colaboradores tenham livre acesso aos seus representados no próprio local de trabalho?		
1.4.	Quantidade de colaboradores filiados ao(s) sindicato(s) com o(s) qual(is) a empresa mantém negociações:		
1.5.	<b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> <i>O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a trabalho <b>na gestão dos negócios</b>, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.</i>		



## Princípio 4

As empresas devem apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.

### 1. Sobre a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório<sup>1</sup>

<p>A empresa declara formalmente sua rejeição a qualquer tipo de trabalho forçado ou análogo ao escravo - como solicitação de depósitos antecipados de valores em espécie a qualquer título, venda a crédito em estabelecimentos mantidos pela empresa ou retenção de documentos durante o período de experiência, mas não acompanha o que acontece em sua cadeia de negócios em relação a esta prática.</p>	<p>A empresa declara formalmente sua rejeição ao trabalho forçado ou análogo ao escravo, procura monitorar o que acontece em sua cadeia de negócios capazes de inibir o trabalho forçado ou análogo ao escravo.</p>	<p>Além dos cuidados de construir com seus parceiros soluções capazes de inibir o trabalho forçado ou análogo ao escravo, a empresa monitora na cadeia de negócios situações que caracterizam essa relação, se assegurando de não realizar negócios com indivíduos e empresas que adotem essa prática.</p>	<p>Além de monitorar suas práticas de incentivar permanentemente uma monitoração compartilhada de práticas com seus parceiros na cadeia de negócios, a empresa procura participar de fóruns empresariais que tratam de questões relacionadas a relações de trabalho, compartilhando suas aprendizagens e contribuindo para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo na sociedade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 22 e 22.1 do tema Fornecedores, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

<sup>1</sup> Trabalho forçado ou compulsório é qualquer trabalho que é obtido de qualquer pessoa sob qualquer tipo de ameaça e que a pessoa não se ofereceu voluntariamente para fazer.

## TRABALHO

### Princípio 4

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Possui política específica contra o trabalho forçado ou análogo ao escravo e a dissemina sistematicamente junto aos seus diferentes públicos de interesse?		
1.2.	Estimula o monitoramento compartilhado da existência de trabalho forçado ou análogo ao escravo na sua cadeia de negócios?		
1.3.	Monitora também o assédio moral em situações potencialmente sensíveis a essa prática (relações de poder)?		
1.4.	Possui programas ou iniciativas específicas para tratar da questão do assédio moral, notadamente junto ao público interno e a fornecedores?		
1.5.	Identifica o trabalho forçado ou análogo ao escravo como uma situação de risco em seu setor de atividade, nas comunidades em que atua e na sua cadeia de negócios?		
1.6.	Valoriza nas ações sociais que empreende a importância de erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo?		
1.7.	Procura manter-se atualizada em relação a riscos e oportunidades por meio de uma relação permanente com organizações da sociedade civil que lidam com temas relacionados ao trabalho?		

- 1.8. **Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:** *O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a trabalho **na gestão dos negócios**, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.*



## Princípio 5

As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.

### 1. Sobre o apoio à erradicação do trabalho infantil:

<p>A empresa possui política específica com relação à erradicação da exploração do trabalho de crianças e adolescentes, conforme determina a legislação.<sup>2</sup></p>	<p>Além de possuir política específica, a empresa mantém um diálogo permanente com o seu público interno e externo com relação às consequências do trabalho infantil na vida adulta e nas condições de desenvolvimento do país.</p>	<p>Além dos diálogos permanentes com o público interno, a empresa integra o tema da erradicação do trabalho infantil na cadeia de negócios através dos documentos formais.</p>	<p>A empresa apóia formalmente e acompanha os resultados de organizações que atuam na erradicação do trabalho infantil e participa de eventos ou organizações que atuam na promoção dos direitos da criança e do adolescente.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 9.1 – 9.2 – 9.3 do tema Público Interno e 21 – 21.1 do tema Fornecedores, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

<sup>2</sup> Proibição do trabalho antes dos 16 anos, a não ser na condição de aprendizagem, regulada por lei, a partir dos 14 anos

## TRABALHO

### Princípio 5

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Procura divulgar junto ao público interno, dentre outras informações relevantes, aspectos relacionados à legislação nacional, à normativa internacional ratificada pelo país sobre a erradicação do trabalho infantil e as principais questões sobre esse tema em destaque no momento.		
1.2.	Participa de iniciativas empresariais que contribuem para que o país matricule todas as crianças e adolescentes na escola?		
1.3.	Mantém ou participa de iniciativas que visam a erradicação do analfabetismo no país?		
1.4.	Apóia programas ou projetos de complementação escolar que contribuam para um desenvolvimento humano compatível com as aspirações da sociedade?		
1.5.	Em suas relações na cadeia de negócios, participa do esforço de divulgação permanente do Estatuto da Criança e do Adolescente, apoiando sua implementação?		
1.6.	Participa de campanhas de combate à violência sexual (exploração e abuso sexual de crianças e adolescentes), divulgando seu posicionamento institucional junto aos seus diferentes públicos?		
1.7.	Participa de pactos setoriais, locais ou nacionais de erradicação do trabalho infantil que influenciem esse tema nas comunidades onde atua e na sociedade em geral?		
1.8.	Quantidade de recursos financeiros destinados à promoção dos direitos da criança e do adolescente:		
1.9.	<p><b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> <i>O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a trabalho <b>na gestão dos negócios</b>, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.</i></p>		

## TRABALHO

### Princípio 5

#### 1.9. NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

*Para mais informações sobre os direitos da criança e do adolescente, visite o site do UNICEF Brasil ([www.unicef.org.br](http://www.unicef.org.br)) e da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança ([www.fundabrinq.org.br](http://www.fundabrinq.org.br)).*

*Veja também o sites: [www.oit.org/public/portuguelregion/ampro/brasil/index.htm](http://www.oit.org/public/portuguelregion/ampro/brasil/index.htm) (OIT - Convenção 138) e [www.oit.org/public/portuguelregion/ampro/brasilact/progr/in\\_focus/errad\\_trabin.htm](http://www.oit.org/public/portuguelregion/ampro/brasilact/progr/in_focus/errad_trabin.htm) e [www.leidoaprendiz.org.br](http://www.leidoaprendiz.org.br)*

## Princípio 6

As empresas devem eliminar a discriminação com respeito ao emprego e à ocupação.

### 1. Sobre o monitoramento da situação do público interno em relação a mecanismos de discriminação:

<p>A empresa não possui cadastro atualizado de colaboradores, não realiza qualquer monitoramento demográfico em relação ao público interno e apenas declara formal ou informalmente que não pratica qualquer tipo de discriminação.</p>	<p>A empresa possui sistema para cadastro de candidatos e de colaboradores, mas não monitora se as oportunidades estão sendo distribuídas com equidade entre os diferentes segmentos da população do país (sobretudo em relação a negros, pessoas com deficiência e mulheres).</p>	<p>A empresa possui cadastro para candidatos e colaboradores com quesitos de diversidade não usuais (raça / cor, deficiência, religião, por exemplo), produz diagnósticos para gestores e estabelece planos de ação com ações afirmativas para correção de possíveis situações de iniquidade.</p>	<p>Além dos cuidados que assume em valorizar a diversidade em suas relações, a empresa insere o tema na sua comunicação institucional (interna e externa) procura participar de fóruns empresariais que tratam de questões relacionadas a este tema, partilhando suas aprendizagens e contribuindo para disseminar uma cultura de valorização da diversidade no meio empresarial e na sociedade em geral.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 10 – 10.1 – 10.2 – 10.3 – 10.5 - 10.6 – 10.7 – 10.8 – 10.9 – 10.10 – 10.12 – 10.13 – 10.14 e 10.15 do tema Público Interno, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

## TRABALHO

### Princípio 6

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Realiza periodicamente um censo junto ao seu público interno?		
1.2.	Usa esse censo para o estabelecimento de objetivos que melhorem o perfil da demografia interna, principalmente com relação a pessoas com deficiência, negros, mulheres e pessoas com mais de 45 anos?		
1.3.	Tem processo para divulgar, periodicamente, relatórios que ratificam seu posicionamento institucional em relação à valorização da diversidade, informam sobre a demografia do público interno e reforçam os objetivos estabelecidos?		
1.4.	Procura manter-se atualizada em relação a questões relacionadas à valorização da diversidade por meio de uma relação permanente com organizações da sociedade civil que lidam com segmentos sociais histórica e persistentemente discriminados no mercado de trabalho (movimento de gays e lésbicas, pessoas com deficiência, movimento negro, pessoas com HIV/AIDS, movimento jovem)?		
1.5.	Realiza ações afirmativas para correção das distorções no acesso de minorias ao emprego, na ocupação de cargos em todos os níveis, nos salários e nos benefícios?		
1.6.	Apóia organizações sociais que atuam no combate à discriminação ou na defesa de direitos humanos de minorias?		
1.7.	Realiza ações sociais ou investimento social privado que beneficiam minorias?		
1.8.	Quantidade de recursos destinados na área de ação social em benefício de minorias (ações afirmativas):		
1.9.	<p><b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> <i>O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a trabalho <b>na gestão dos negócios</b>, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.</i></p>		

## TRABALHO

### Princípio 6

#### 1.10. NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

Ver sites: [www.oit.org/public/portuguel/region/ampro/brasil/rules/organiza.htm](http://www.oit.org/public/portuguel/region/ampro/brasil/rules/organiza.htm) (OIT — Convenções 100 e 111) e [www.ilo.org/ilolex/english/index.htm](http://www.ilo.org/ilolex/english/index.htm) (ILO — Convenção 159)

# MEIO AMBIENTE

## Princípio 7

As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.

### 1. Sobre o apoio a uma abordagem preventiva aos desafios ambientais:

<p>A empresa valoriza a sua responsabilidade ambiental, promovendo iniciativas de educação e realiza estudos periódicos sobre os impactos ambientais de seus produtos e serviços.</p>	<p>As aprendizagens consolidadas a partir de seus processos de educação e de gerenciamento de impactos ambientais são utilizadas na atualização de políticas, no estabelecimento de metas e no processo de concepção e desenvolvimento de produtos e serviços.</p>	<p>A empresa mantém várias iniciativas envolvendo temas que integram a sua responsabilidade ambiental junto a seus parceiros na cadeia de negócios e nas próprias comunidades onde mantém operações.</p>	<p>A empresa participa de fóruns empresariais que abordam a questão da responsabilidade ambiental e procura articular-se com diferentes atores na sociedade civil na busca por soluções sustentáveis para os desafios ambientais mais prementes de seu setor de atividade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
PHASE 1 <input type="checkbox"/>	PHASE 2 <input type="checkbox"/>	PHASE 3 <input type="checkbox"/>	PHASE 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 16 – 16.1 – 16.2 – 16.3 – 16.4 – 16.5 e 16.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

## MEIO AMBIENTE

### Princípio 7

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Conhece adequadamente as questões ambientais relevantes das comunidades em que atua?		
1.2.	Possui políticas que tratam especificamente de aspectos preventivos aos desafios ambientais relacionados à sua área de atuação?		
1.3.	Promove a ampliação de consciência em torno de questões ambientais relevantes em sua cadeia de negócios, estimulando uma abordagem preventiva e o monitoramento permanente de impactos ambientais gerados por seus fornecedores e clientes?		
1.4.	Utiliza indicadores específicos de eficiência ambiental ligados ao uso de energia, água e materiais e estabelece objetivos de melhoria contínua?		
1.5.	Compreende o valor agregado da verificação externa de suas abordagens, processos e resultados ambientais?		
1.6.	Compartilha com outras organizações governamentais e não governamentais seus relatórios de progresso com relação aos impactos ambientais de seus produtos e serviços, procurando por oportunidades de melhoria no seu desempenho ambiental?		
1.7.	Está preocupada com o aquecimento global e tem um posicionamento institucional conhecido sobre o tema?		
1.8.	Conhece as questões relacionadas à destruição da camada de ozônio e tem um posicionamento institucional público sobre o tema?		
1.9.	Produziu e divulgou, no último ano, documentação apropriada - ou empreendeu alguma iniciativa de educação ambiental junto ao público interno e à comunidade em geral envolvendo aspectos preventivos em relação aos impactos potenciais do uso de produtos e serviços?		
1.10.	Quantidade de recursos financeiros destinados, no exercício, ao apoio a organizações governamentais e / ou não governamentais que atuam na preservação do meio ambiente:		
1.11.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, ao controle e minimização de emissões aéreas e de efluentes:		

## MEIO AMBIENTE

### Princípio 7

1.12.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, ao tratamento de resíduos sólidos:	
-------	---	--

1.13.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, à prevenção de aspectos relacionados a saúde e segurança na fabricação de produtos:	
-------	--	--

1.14	Volume de emissões (em toneladas de CO2 ou equivalente de carbono):	
------	---	--

1.15.	<b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> <i>O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a meio ambiente <b>na gestão dos negócios</b>, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.</i>	
-------	---	--

1.16.	<b>NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS</b>	
-------	--	--


## Princípio 8

As empresas devem se engajar em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

### 1. Sobre o engajamento em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental:

<p>A empresa não participa de iniciativas setoriais de busca de soluções para questões ambientais relevantes inerentes à sua atividade.</p>	<p>A empresa cria oportunidades e participa ativamente de fóruns sociais e empresariais sobre valorização e promoção da responsabilidade ambiental no setor e de estímulo ao consumo consciente..</p>	<p>A empresa articula permanentemente junto a cadeia de negócios iniciativas que visam a valorização e promoção da responsabilidade ambiental, incluindo a busca de recursos e financiamentos para substituição de tecnologias ambientalmente ultrapassadas e o desenvolvimento de soluções operacionais com menor impacto ambiental.</p>	<p>A empresa participa ativamente na formulação e no controle de políticas públicas ambientais que promovam a responsabilidade ambiental em seu setor de atividade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 18 – 18.1 – 18.2 – 18.3 – 18.4 – 18.5 e 18.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

## MEIO AMBIENTE

### Princípio 8

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Participa de fóruns e iniciativas envolvendo questões relacionadas a práticas ambientais responsáveis?		
1.2.	Participa de campanhas educativas sobre temas ambientais da agenda brasileira e das comunidades onde possui unidades de negócio?		
1.3.	Empreende ações educativas junto ao público interno e seus familiares, fornecedores, clientes, comunidade e público em geral sobre questões ambientais relevantes para o país?		
1.4.	Participa do movimento pelo consumo consciente [3] e divulga seus princípios junto aos seus públicos de relacionamento?		
1.5.	Realiza estudos de materiais alternativos e estimula em sua cadeia de negócios o uso de materiais com baixo nível de impacto ambiental?		
1.6.	Tem uma atitude educativa, não autoritária, relacionada ao uso de energia e água junto à sua cadeia de negócios?		
1.7.	É exemplo de excelência e estimula a gestão do desperdício junto à sua cadeia de negócios?		
1.8.	Acompanha regularmente o destino dos resíduos que entrega a terceiros para venda ou disposição de modo a assegurar-se da adequação de sua destinação?		
1.9.	Trata os resíduos considerados perigosos de acordo com as normativas apropriadas, acompanhando regularmente a sua destinação quando manipulado por terceiros?		
1.10.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) utilizados na produção de materiais educativos no último ano:		
1.11.	<p><b>Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:</b> <i>O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a meio ambiente <b>na gestão dos negócios</b>, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.</i></p>		

<sup>3</sup> Consumo Consciente: processo de escolha que equilibra o consumo e a sustentabilidade do planeta – [www.akatu.net](http://www.akatu.net)

## Princípio 9

As empresas devem incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

### 1. Sobre o incentivo ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis:

<p>A empresa decide sobre a adoção de tecnologias para a fabricação de seus produtos e prestação de seus serviços buscando eficiência no uso de seus recursos.</p>	<p>A empresa conta com instrumentos de avaliação de impactos ambientais potenciais que permitem uma boa tomada de decisão com relação à concepção, desenvolvimento e fabricação de produtos.</p>	<p>A empresa está atenta ao compartilhamento de recursos que implicam em impactos ambientais em sua cadeia de negócios - e mesmo junto à concorrência, sempre que não está em jogo uma vantagem competitiva relevante..</p>	<p>A empresa participa de fóruns setoriais, nacionais e / ou internacionais que discutem a formação de consórcios e formas de barateamento e de ampliação do acesso de pequenas e médias empresas a tecnologias ambientalmente responsáveis.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre esse assunto.</p>
<p>PHASE 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>PHASE 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 19 – 19.1 – 19.2 – 19.3 – 19.4 – 19.5 e 19.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Adota um posicionamento de incentivo ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis que considera a valorização da indústria nacional?		
1.2.	Compartilha com concorrentes ou empresas locais tecnologias ambientalmente amigáveis?		

## MEIO AMBIENTE

### Princípio 9

Sim

Não

1.3. É exemplo na observação de normas de conservação e de saúde e segurança envolvendo a estocagem de produtos?

1.4. Realiza diretamente ou por solicitação a terceiros estudos de impactos envolvendo embalagens e opta sempre por alternativas ambientalmente adequadas, compartilhando com os seus diferentes públicos os elementos considerados para chegar a essas opções.

1.5. Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis:

1.6. **Estudo de caso, relato de exemplo ou projeto:** *O Global Compact estimula que a empresa documente uma iniciativa que possa servir de exemplo de boas práticas e de inspiração para outras organizações. Se a empresa possui alguma experiência concreta, legitimada junto a pelo menos dois de seus públicos de interesse, de inserção de temas relacionados a meio ambiente **na gestão dos negócios**, deve procurar relatá-la. Não é relevante demonstrar o sucesso da iniciativa por si, mas o posicionamento institucional que a originou e os diferentes passos que tiveram que ser dados até que ela produzisse seus resultados atuais, ainda que estes sejam parciais.*

1.7. **NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Anexo

## Interseção entre os Princípios do Pacto Global e os Indicadores Ethos 2004

### Indicadores Ethos 2004

### Princípios correspondentes do Pacto Global

#### Valores, Transparência e Governança

##### AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

<i>Compromissos Éticos</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Enraizamento na Cultura Organizacional</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Governança Corporativa</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	

##### RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

<i>Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Relações com a Concorrência</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Balanço Social</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	

#### Público Interno

##### DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

<i>Relações com Sindicatos</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Gestão Participativa</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	

##### RESPEITO AO INDIVÍDUO

<i>Compromisso com o Futuro das Crianças</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Valorização da Diversidade</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	

## Indicadores Ethos 2004

## Princípios correspondentes do Pacto Global

## TRABALHO DECENTE

<i>Política de Remuneração, Benefícios e Carreira</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	<b>6</b>	7	8	9
<i>Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	7	8	9
<i>Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9
<i>Comportamento Frente a Demissões</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9
<i>Preparação para Aposentadoria</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9

## Meio Ambiente

## RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

<i>Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Educação Ambiental</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

## GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

<i>Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Minimização de Entradas e Saídas de Materiais</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

## Fornecedores

## SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

<i>CrITÉrios de Seleção e Avaliação de Fornecedores</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Relações com Trabalhadores Terceirizados</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<i>Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

## Indicadores Ethos 2004

## Princípios correspondentes do Pacto Global

**Consumidores e Clientes**

## DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

<i>Política de Comunicação Comercial</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9	
<i>Excelência do Atendimento</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9	
<i>Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	

**Comunidade**

## RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

<i>Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Relações com Organizações Locais</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	4	5	6	7	8	9	

## AÇÃO SOCIAL

<i>Financiamento da Ação Social</i>	<b>1</b>	2	3	4	5	6	7	8	9	
<i>Envolvimento da Empresa com a Ação Social</i>	<b>1</b>	2	3	4	5	6	7	8	9	

**Governo e Sociedade**

## TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

<i>Contribuições para Campanhas Políticas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
<i>Práticas Anticorrupção e Propina</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

## LIDERANÇA SOCIAL

<i>Liderança e Influência Social</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
<i>Participação em Projetos Sociais Governamentais</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	3	<b>4</b>	<b>5</b>	6	7	8	9	

# Referências

## Ciclo Social da ONU

**Cúpula Mundial sobre a Criança/1989 – Nova York**  
[http://www.unicef.org/brazil/dir\\_cri.htm](http://www.unicef.org/brazil/dir_cri.htm)

**Conferência Mundial sobre Educação Para Todos/1990 – Jomtien**  
<http://www.unicef.org/brazil/jomtien.htm>

**Conferência Internacional sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (ECO 92);1992 – Rio de Janeiro**  
[http://www.onu-brasil.org.br/doc\\_cdb.php](http://www.onu-brasil.org.br/doc_cdb.php)

**Agenda 21**  
<http://www.mma.gov.br/port/se/agen21/capa/>

**Conferência Mundial de Direitos Humanos/1993 – Viena**  
<http://www.pge.sp.gov.br/centrodeestudos/bibliotecavirtual/instrumentos/viena.htm>

**Conferência Internacional de População e Desenvolvimento/1994 – Cairo**  
<http://www.iisd.ca/cairo.html> (inglês)

**Cúpula Mundial para o Desenvolvimento Social/1995 – Copenhague**  
<http://www.un.org/esa/socdev/wssd/>  
(inglês)

**Conferência Mundial sobre a Mulher/1995 – Pequim/Beijim**  
<http://www.dhnet.org.br/direitos/sip/onu/doc/pequim95.htm>

**Conferências sobre Assentamentos Humanos “Habitat”/1996 – Istambul**  
<http://www.unhabitat-rolac.org/> (espanhol)

**Cúpula Mundial de Alimentação/1996 – Roma**  
<http://www2.mre.gov.br/dts/dec-roma96.htm>  
(espanhol)

**Declaração Universal sobre Genoma Humano e Direitos Humanos (Conferência Geral da UNESCO)/1997 – Paris**  
<http://www.unesco.org.br/publica/index.html>

**Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento/1998 – Estocolmo**  
[http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=15006&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=15006&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

**Declaração e Programa de Ação sobre uma Cultura de Paz (Assembléia Geral das Nações Unidas)/1999 – Nova York**  
[http://www3.unesco.org/iycp/uk/uk\\_sum\\_cp.htm](http://www3.unesco.org/iycp/uk/uk_sum_cp.htm)

**Iniciativas de Suporte sobre Desenvolvimento Social**

**(Cúpula Copenhague + 5)/2000 – Genève**

[http://www2.mre.gov.br/copenhague/livro\\_ingles\\_final\\_p\\_www.pdf](http://www2.mre.gov.br/copenhague/livro_ingles_final_p_www.pdf) (arquivo em .pdf)

**Declaração do Milênio (Cúpula do Milênio)/2000**

**– Nova York**

[http://www.undp.org.br/milenio/textos/Declaracao\\_do\\_Milenio\\_A\\_RES\\_55\\_2.pdf](http://www.undp.org.br/milenio/textos/Declaracao_do_Milenio_A_RES_55_2.pdf) (arquivo em .pdf)

**Declaração de Compromissos sobre HIV/AIDS**

**(Assembléia Geral das Nações Unidas sobre**

**HIV/AIDS)/2001 – Nova York**

<http://www.fnuap.org.br/estrut/serv/arquivos/termoc.pdf>

**Conferência Mundial contra o Racismo, a Discriminação**

**Racial, a Xenofobia e as Formas Correlatas de**

**Intolerância/2001 – Durban**

<http://www.un.org/spanish/CMCR/>

**Declaração Universal sobre Diversidade Cultural**

**(Conferência Geral da UNESCO)/ 2001 – Paris**

<http://www.unesco.org.br/programas/cultura/DiversidCultural.doc>

**Declaração Rio + 10/ 2002 – Johannesburgo**

**Rio + 10 – O Plano de Ação de Johannesburgo**

[http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit\\_docs/2309\\_planfinal.htm](http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit_docs/2309_planfinal.htm) (em inglês).

## Realização

INSTITUTO  
**ETHOS**

EMPRESAS E  
RESPONSABILIDADE  
SOCIAL  
BUSINESS AND SOCIAL  
RESPONSIBILITY

[www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)

## Pesquisa e desenvolvimento



## Patrocínio



## Apoio



Impresso em papel couché Image Art 240 g/m<sup>2</sup> (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m<sup>2</sup> (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.