

O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio



*Business Commitment
to the Millennium Goals*

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio é uma publicação do Instituto Ethos, distribuída gratuitamente aos seus associados.
Business Commitment to the Millennium Goals is an Ethos Institute publication distributed to its associates free of charge.

Realização / Published by

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social / *Ethos Institute of Companies and Social Responsibility*
Rua Francisco Leitão, 469, 14º andar, Conj. 1407, 05414-020 – São Paulo – SP
Tel.: (11) 3897-2400 / Fax: (11) 3897-2424
Site: www.ethos.org.br

Patrocínio institucional / Institutional Sponsorship

Banco Safra

Patrocínio / Sponsored by

Amanco, Basf e Nestlé

Apoio institucional / Institutional Support

Inter-American Foundation (IAF), Interchurch Organization for Development Cooperation (ICCO)

Autoria / Written by

João Paulo Cândia Veiga e Fernanda Raquel

Colaboradores do Instituto Ethos / Ethos Institute Collaborators

Caio Magri (coordenador / *coordinator*), Karinna Biderman Forlenza (captação de patrocínio / *sponsorship fund-raiser*),
Leno F. Silva, Patrícia Barbuscia, Paulo Itacarambi, Renato Moya

Colaboradora convidada / Guest Collaborator

Anna Peliano (Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada / *Ipea – Applied Economics Research Institute*)

Edição / Editing

Sérgio Allí, Thais Sauaya Pereira, Diogo Moysés, Paulo Simas
Baleia Comunicação

Tradução / Translation

Anthony Doyle and Lara Rossetti Machado

Projeto e produção gráfica / Graphics and Art Editing

Waldemar Zaidler, William Haruo
Planeta Terra Design

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Veiga, João Paulo Cândia
O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio /
João Paulo Cândia Veiga — São Paulo : Instituto Ethos, 2004

ISBN 85-88046-16-4

1. Empresas – Responsabilidade Social 2. Globalização
I. Título

04-3607

CDD – 658.408

Índice para catálogo sistemático:

1. Metas do Milênio : Responsabilidade social empresarial : Administração 658.408

Tiragem / *Print run*: 5.000 exemplares

São Paulo, junho de 2004.

Permitida a reprodução dessa publicação, desde que previamente autorizada, por escrito, pelo Instituto Ethos.

Reproduction of this publication permitted only with the prior permission in writing of the Ethos Institute.

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 o logotipo 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, pelo link [Fale Conosco](#), no qual será possível identificar a área mais apropriada para atender você.

Important clarifications on the activities of Ethos Institute

1. The orientation given to the companies is a voluntary work free of charge.
2. We do not render consultancy services, nor do we authorize any professional to offer any kind of service on our behalf.
3. We are not a social responsibility certifying entity, nor do we give a “seal” for that purpose.
4. We do not permit that any entity or company (associated or not) use Ethos Institute logo without our prior and express written authorization.

Should you have any doubt or wish to consult us on the supporting activities of Ethos Institute, you may contact us through the link [Talk to Us](#) where it will be possible to identify the most suitable area for you.

Impresso em Reciclato – capa 240 g/m², miolo 120 g/m² – da Cia Suzano, o offset brasileiro 100% reciclado.

Printed on Recycled paper – cover 240 g/m², pulp 120 g/m² – by Cia Suzano, Brazilian offset 100% recycled.

O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio

*Business
Commitment
to the Millennium Goals*



INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

São Paulo, junho 2004
São Paulo, June 2004

In September 2000 the UN – United Nations –brought together 147 Heads of State and government at the Millennium Summit in New York. It was the largest ever meeting of world leaders and resulted in the drafting of the United Nations Millennium Declaration. This document, endorsed by all 189 member states, reflects the concerns contemporary political leaders have for the sustainability of the planet and for the grave and urgent problems affecting humanity.

The global dimension of the great economic, social and environmental issues that affect, whether directly or indirectly, all the peoples of the earth reinforces the central role that has fallen to the UN at this, the beginning of the 21st century. However, the government leaders that reaffirmed their willingness to "create an environment –as much nationally as internationally –that leads the way to development and to the elimination of poverty" in the Millennium Declaration, have met with obstacles and limits in their own countries that have prevented them from reaching the objectives that were set within the scope of the United Nations.

The complexity and amplitude of the problems demand a partnership amongst the governments themselves. Yet the participation of their respective societies in the form of partnerships between diverse social agents and segments and the various government spheres is also needed if solutions are to be effective and wide-ranging.

Since 1999 the UN Secretary General, Kofi Annan, has led the Global Compact, a program directed towards the international business community that seeks to promote commitment to the fundamental values in the areas of human rights, labour relations and the environment. The program proposes ten basic principles, inspired by international declarations and accords established within the UN, to serve as parameters for the way companies conduct their operations.

In Brazil, the Ethos Institute of Companies and Social Responsibility has been working since 1998 to promote socially responsible management based on ethical principles and the values of solidarity and transparency. The use of the Ethos Social Responsibility Indicators as a management monitoring and planning tool has proved essential in this work. In looking to establish a correlation among the business practice indicators in Brazil, the principles of the Global Compact and the objectives proposed by the Millennium Goals we have sought to build a synergy between the movements that propel them.

In terms of business awareness we believe that this is one more relevant exercise towards establishing commitment to the realization of the Millennium Goals. Our aim is to catalyse the engagement of companies in actions that represent the concretisation of the objectives of the United Nations. The participation of business companies and organizations is fundamental if Brazil is to be raised out of its current and very specific reality and onto the horizon envisaged by the Millennium Goals.

Launched to coincide with Brazil's holding of Unctad XI – The United Nations Conference on Trade and Development, this publication is the Ethos Institute's contribution to the implementation of the project entitled "Transnational Companies, Fome Zero and Sustainable Development in Brazil", coordinated by Unctad, the Ethos Institute, the Dom Cabral Foundation and the Global Compact. It seeks to highlight the prominence of the theme of global sustainability and the changes in behaviour it demands of us all.

The initiatives presented in this publication show that companies have already begun to do their part, though there is still a lot of room for them to do more. They could, for example, work with the government to involve other segments of society in their effort to reach the Brazilian objectives for the Millennium, establishing the goals the country aims to achieve by 2015, such as improving access to quality education for all Brazilians, guaranteeing decent employment and combating gender and racial inequalities.

It is with this outlook that we seek to contribute.

Oded Grajew

President of the Ethos Institute of Companies and Social Responsibility

Em setembro de 2000, a ONU — Organização das Nações Unidas reuniu 147 chefes de Estado e de governo em Nova Iorque, na Cúpula do Milênio. Foi o maior encontro de dirigentes mundiais já realizado e teve como resultado a aprovação da Declaração do Milênio das Nações Unidas. Esse documento, referendado por todos os 189 países membros, reflete a crescente preocupação com a sustentabilidade do planeta e com os graves problemas que afetam a humanidade.

A dimensão global das principais questões econômicas, sociais e ambientais que atingem, direta ou indiretamente, todos os povos do mundo, reforça o papel que cabe à ONU neste início do século 21. No entanto, os governantes que reafirmaram na Declaração do Milênio a intenção de "criar um clima — tanto em nível nacional como mundial — que conduza ao desenvolvimento e à eliminação da pobreza" têm encontrado em seus países obstáculos e limites para alcançarem os objetivos estabelecidos no âmbito das Nações Unidas.

A complexidade e a amplitude dos problemas têm se mostrado maiores que a capacidade e a disposição expressas pelos governos para enfrentá-los. É extremamente necessária a participação das sociedades, por meio de parcerias entre os diversos atores sociais e as diferentes esferas de governo, para dar efetividade e abrangência às soluções.

Desde 1999, o secretário-geral da ONU, Kofi Annan, tem liderado o programa Pacto Global, dirigido à comunidade empresarial internacional e que visa promover seu compromisso com valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente. O programa propõe como parâmetros para atuação das empresas nove princípios básicos, inspirados em declarações e acordos internacionais estabelecidos no âmbito da ONU.

No Brasil, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social vem, desde 1998, atuando para promover a gestão empresarial socialmente responsável fundamentada em princípios éticos e nos valores da solidariedade e da transparência. Nesse trabalho têm sido utilizados, como ferramenta de monitoramento e planejamento de gestão, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social. Ao buscarmos estabelecer uma correlação entre esses indicadores de práticas empresariais no Brasil, os princípios do Pacto Global e os objetivos propostos pelas Metas do Milênio, procuramos construir uma sinergia entre os movimentos que as animam.

Acreditamos que esse é mais um exercício relevante para, no plano da consciência empresarial, estabelecermos compromissos com a consecução das Metas do Milênio. Nosso propósito é catalisar o engajamento das empresas em ações que representem a concretização dos objetivos da ONU. A participação das empresas e organizações empresariais é fundamental para traduzir para a realidade específica do Brasil o horizonte delineado pelas Metas do Milênio.

Lançada por ocasião da realização no Brasil da 11ª reunião da Unctad — Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, esta publicação é uma contribuição do Instituto Ethos para implementar o projeto "Empresas Transnacionais, o Fome Zero e o Desenvolvimento Sustentável no Brasil", coordenado pela Unctad, pelo Instituto Ethos, pela Fundação Dom Cabral e pelo Pacto Global. Busca realçar a proeminência do tema da sustentabilidade global e as mudanças de comportamento exigidas de cada um.

As iniciativas retratadas nesta publicação mostram que as empresas já começaram a fazer sua parte. Mas elas podem ampliar muito sua atuação. Podem também envolver outros segmentos da sociedade na tarefa de estabelecer, junto com o governo, as Metas do Milênio para o Brasil, estabelecendo os alvos que o país pretende atingir até 2015 em questões como o acesso à educação de qualidade para todos os brasileiros, a garantia de trabalho decente e o enfrentamento das desigualdades de gênero e raça.

É com essa perspectiva que buscamos contribuir.

Oded Grajew

Presidente do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Apresentação		7
Presentation		
Introdução		9
Introduction		
1. As Metas do Milênio		11
1. The Millennium Goals		
2. As Metas do Milênio e o Pacto Global		15
2. The Millennium Goals and the Global Compact		
3. As Metas do Milênio e os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial		17
3. The Millennium Goals and Ethos Business Social Responsibility Indicators		
4. As Metas do Milênio e as ações empresariais		23
4. The Millennium Goals and Business Action		
Meta 1 — Erradicar a extrema pobreza e a fome		24
Goal 1 — Eradicate extreme poverty and hunger		
	Apoio à geração de emprego e renda	26
	Support for employment and income generation	
	Apoio à merenda escolar	27
	Support for school meals	
	Ações de combate à fome em áreas rurais	28
	Actions to combat hunger in rural areas	
	Ações de combate à fome em regiões metropolitanas	29
	Actions to combat hunger in metropolitan regions	
	Programas de educação alimentar	30
	Dietary education programs	
Programas de voluntariado	31	
Voluntary work programs		
Programas de inclusão de negros, pessoas com deficiência e outros grupos discriminados	32	
Programs for the inclusion of Negroes, the handicapped and other groups that suffer discrimination		
Contratação de aprendizes	33	
Hiring of apprentices		
Meta 2 — Atingir a universalização do ensino fundamental		34
Goal 2 — Achieve universal primary education		
	Ações de combate ao trabalho infantil	36
	Actions to combat child labour	
	Apoio e investimento em escolas e ONGs que desenvolvem projetos educacionais	37
	Support for and investment in schools and NGOs that develop educational projects	
	Promoção da educação de funcionários e dependentes	38
	Promotion of education for employees and dependants	
Projetos educacionais complementares	39	
Complementary educational projects		
Contribuição para Fundos Municipais da Criança e do Adolescente	40	
Make contributions to Municipal Funds for Children and Adolescents		

Meta 3 – Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher		41
<i>Goal 3 – Promote gender equality and empower women</i>		
	Programas de valorização da diversidade focados em gênero e raça	43
	<i>Programs encouraging respect for diversity with focus on gender and race</i>	
	Programas de geração de renda para mulheres chefes de família	44
	<i>Programs for the generation of income for female family heads</i>	
Meta 4 – Reduzir a mortalidade infantil		45
<i>Goal 4 – Reduce child mortality</i>		
	Melhoria do acesso a medicamentos seguros e baratos	46
	<i>Improvement in access to safe and cheap medication</i>	
	Melhoria do acesso à água potável	47
	<i>Improvement in access to drinking water</i>	
	Apoio e premiação de projetos exemplares	48
	<i>Support for and awarding of exemplary projects</i>	
Meta 5 – Melhorar a saúde materna		49
<i>Goal 5 – Improve maternal health</i>		
	Melhoria das condições de trabalho e da saúde ocupacional da mulher	50
	<i>Improvement in the working conditions and occupational health of the woman worker</i>	
	Apoio a ONGs que trabalhem com o tema de gênero e com a melhoria dos serviços de saúde	51
	<i>Support for NGOs that work on the gender issue and towards the improvement of health services</i>	
Meta 6 – Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças		52
<i>Goal 6 – Combat HIV/Aids, malaria and other diseases</i>		
	Disponibilização de medicamentos seguros e baratos	54
	<i>Make safe and cheap medication available</i>	
	Apoio a programas de educação, prevenção e tratamento no combate à Aids e a outras doenças	55
	<i>Support for educational, prevention and treatment programs in the fight against Aids and other illnesses</i>	
	Apoio a outros projetos na área de saúde	56
	<i>Support for other programs in the health area</i>	
Meta 7 – Garantir a sustentabilidade ambiental		57
<i>Goal 7 – Ensure environmental sustainability</i>		
	Gestão do impacto ambiental	59
	<i>Environmental impact management</i>	
	Treinamento, formação e capacitação no uso sustentável de recursos naturais	60
	<i>Training, third-level courses and skills development in the use of natural resources</i>	
	Programas de premiação para projetos e ações ambientais	61
	<i>Programs to award environmental projects and actions</i>	
	Garantia de acesso à água potável	62
	<i>Guaranteed access to drinking water</i>	
	Programas de tratamento de resíduos	63
	<i>Residue treatment programs</i>	
Meta 8 – Promover uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento		64
<i>Goal 8 – Develop a global partnership for development</i>		
	Promoção do trabalho decente para os jovens	67
	<i>Promotion of decent employment for youths</i>	
	Democratização do acesso às tecnologias da informação	68
	<i>Democratisation of access to information technologies</i>	
	Viabilização de parcerias para o desenvolvimento social sustentável	71
	<i>Creation of partnerships for sustainable social development</i>	
Relação de empresas citadas		72
<i>Web sites of the companies cited</i>		

Presentation

The Millennium Declaration was drafted in 2000 by UN member states as a document/synthesis of the advances achieved in building values and objectives common to all peoples. This declaration established a shared commitment to confronting the most pressing global challenges in the economic, social and environmental spheres in the form of eight Millennium Development Objectives (MDOs). These objectives were expressed in a conjunct of goals and targets established for the year 2015 which came to be known in Brazil as the Millennium Goals.

This publication aims to draw relations between the Millennium Goals, the principles of the Global Compact and the Ethos Social Responsibility Indicators. In addition to this we will also make relations between the Millennium Goals and a set of business initiatives already developed in Brazil.

In this manner we aim to show how companies can contribute to the country in its struggle with global issues by considering the specifics of how these issues manifest themselves locally. Correlating each of the eight Millennium Goals with the Ethos Social Responsibility Indicators opens up diverse possibilities for companies in terms of incorporating them into their own goals and into how they choose to manage their businesses.

The Ethos Institute has relied on the collaboration of companies that participate in the project "Transnational Companies, Fome Zero and Sustainable Development in Brazil". In February 2004 the companies engaged in the project were invited to present the actions they have developed to contribute to the eradication of hunger and poverty and the fulfilment of the Millennium Goals.

The objective is to show that there is an array of social responsibility actions that can be engaged in here. It must be mentioned that, as there are certainly a great many business actions not mentioned in this text, it is by no means intended to be an exhaustive list, but one that serves as a reference for business action opportunities with a strategic horizon that envisages the economic, social and environmental sustainability of our world.

Chapter 1 of this publication presents an overview of the Millennium Goals with both general objectives and specific goals. Chapter 2 offers a table specifying the areas and principles of the Global Compact, while Chapter 3 presents a table relating the Millennium Goals with the Ethos Indicators. In Chapter 4 the indicators adopted for monitoring by the UN are presented Goal-by-Goal. Following upon this we outline the business actions that correspond to each Goal and social responsibility indicator in line with the associations established in Chapter 4.

Apresentação

A Declaração do Milênio foi firmada em 2000 pelos países membros da ONU como um documento-síntese dos avanços alcançados na construção de valores e objetivos comuns entre os povos. Ela estabeleceu um compromisso compartilhado para enfrentar os desafios globais mais urgentes nos campos econômico, social e ambiental, composto por oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs). Esses objetivos foram expressos num conjunto de alvos a serem atingidos até 2015 e se tornaram conhecidos, no Brasil, como Metas do Milênio.

Esta publicação busca sensibilizar as empresas para o compromisso com a realização das Metas do Milênio, relacionando-as com os princípios do Pacto Global e com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Com esse objetivo, apresenta um conjunto de iniciativas empresariais desenvolvidas no Brasil que avançam no cumprimento dessas metas.

Dessa maneira, procura mostrar como as empresas podem contribuir com o país no enfrentamento das questões globais, considerando as especificidades de suas manifestações locais. Ao correlacionar cada uma das oito Metas do Milênio com os Indicadores Ethos, abrem-se diversas possibilidades de incorporá-las nas metas empresariais e no gerenciamento de seus negócios.

O Instituto Ethos contou com a colaboração de empresas que participam do projeto "Empresas Transnacionais, o Fome Zero e o Desenvolvimento Sustentável no Brasil". As empresas que integram o projeto foram convidadas, em fevereiro de 2004, a relatarem as ações que estão desenvolvendo para contribuir no combate à fome e à pobreza e para a realização das Metas do Milênio.

O objetivo é mostrar que existe um leque de alternativas para o engajamento em ações de responsabilidade social no Brasil. Certamente, há um número extenso de práticas empresariais não apresentadas neste texto. Ele não constitui, portanto, um levantamento exaustivo, mas uma referência de oportunidades de atuação empresarial que têm como horizonte estratégico a sustentabilidade econômica, social e ambiental de nosso planeta.

A publicação traz, no capítulo 1, um quadro das Metas do Milênio, com objetivos gerais e alvos específicos. No capítulo 2, um quadro detalha as áreas e princípios do Pacto Global. No capítulo 3, é apresentado um quadro relacional entre as Metas do Milênio e os Indicadores Ethos. No capítulo 4, são elencados, meta por meta, os indicadores adotados pela ONU para o seu monitoramento. Em seguida, são relatadas ações empresariais que guardam correspondência com essas metas e com os Indicadores Ethos.

Introduction

The process of globalisation, which intensified in the 80s, largely propelled by advances in information technology, has internationalised problems hitherto considered domestic and given them a global dimension. Sustainable development, hunger, poverty, economic growth, human rights, arms control and education are issues that require an approach that is articulated and shared by the different countries and economic blocks. It is no longer possible to view such issues simply from the standpoint of local political logics. Treating these matters requires creative and efficient arrangements between governments, societies and international organs if effective improvements in quality of life in this world are to be attained.

In the post-war world companies, and particularly multinational companies, have become the main agents in the movement of capital between developed and developing countries. In various sectors these companies can bring economic prosperity, higher standards of living and technology transfer, create new jobs and include communities on international product and service networks. Yet if these companies do not embrace social responsibility, they can also become sources of corruption and lowering public and labour standards, cause irreparable environmental damage, give rise to discrimination and even disrespect the consumer and other interested parties.

The directorships of large transnationals bear the brunt of the responsibility for how their companies operate in the countries in which they are present, as it is they who deliberate on the policies and programs to be implemented by the branches. As such, as the economic and political importance of these companies grows, so too does the level of social demand upon them for ethical and transparent behaviour and that they control the social and environmental impact of their operations.

Just as shareholders demand greater transparency in the sphere of business governance and consumer associations evaluate the security and quality of the products and services companies offer and demand that they respect consumer rights and account for their business activities, it falls to social movements, non-governmental organizations (NGOs) and civil associations to demand that these organizations respect human rights and make more responsible use of the natural resources available. There is increasing pressure upon companies to heighten the trustworthiness of their operations by dividing responsibilities amongst a more extensive network of partners, including all interested parties, governments and entities that represent society.

In the UN's initiative to encourage the fulfilment of the Millennium Goals the Business Social Responsibility movement has found an opportunity for companies to engage in actions that contribute to improved social standards the world over. There are many reasons why companies should incorporate this posture in their business strategies. Companies need a qualified workforce, prosperous consumer markets to sell to and regulations that facilitate their business and operations. The problems dealt with under the Millennium Goals also affect companies and so their fulfilment is also in their interests. The challenge that companies are faced with is to bring their operations in line with the Goals.

Introdução

O processo de globalização, intensificado a partir dos anos 80 e impulsionado sobretudo pela tecnologia da informação, internacionalizou problemas antes considerados domésticos e que ganharam dimensão mundial. O desenvolvimento sustentável, a fome e a pobreza, os direitos humanos e a degradação ambiental são questões que exigem abordagens articuladas e compartilhadas pelos diferentes países e blocos econômicos, não podendo ser olhadas apenas sob a lógica das políticas locais. Seu tratamento requer arranjos criativos e eficazes entre governos, sociedades e organismos internacionais para que se alcancem melhorias efetivas na qualidade de vida no planeta.

Desde o pós-guerra, as empresas, principalmente as transnacionais, têm se transformado em atores importantes no trânsito de capitais entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento. Em diferentes setores, essas empresas podem levar prosperidade econômica, aumentar os padrões sociais e transferir tecnologia, gerar novos empregos e inserir comunidades em redes globais de produtos e serviços. Mas se não tiverem conduta socialmente responsável podem estimular a corrupção e o rebaixamento de padrões sociais e trabalhistas, provocar danos ambientais irreparáveis, promover a discriminação e ainda desrespeitar os consumidores e outras partes interessadas.

As direções das grandes corporações transnacionais têm destacada responsabilidade sobre a atuação de suas empresas nos países em que se fazem presentes, pois deliberam grande parte de políticas e programas a serem implementados pelas filiais. Da mesma forma que essas empresas ganham importância econômica e política, aumenta também a cobrança social para que tenham um comportamento ético e transparente e que avaliem e controlem os impactos sociais e ambientais de suas atividades.

Acionistas cobram as empresas por maior transparência no âmbito da governança corporativa. Associações de consumidores avaliam a segurança e a qualidade de produtos e serviços e exigem respeito aos direitos dos consumidores e a prestação de contas das ações empresariais. Movimentos sociais, organizações não-governamentais (ONGs) e associações civis exigem das organizações o respeito aos direitos humanos e o uso mais responsável dos recursos naturais disponíveis. Há ainda forte pressão para que as empresas aumentem a confiabilidade de suas operações, dividindo responsabilidades com uma cadeia mais extensa de parceiros, incluindo as partes interessadas, os governos e entidades representativas da sociedade.

O movimento de Responsabilidade Social Empresarial encontra, na iniciativa da ONU pelo cumprimento das Metas do Milênio, uma oportunidade de engajamento das empresas em ações que contribuam para a melhoria dos padrões sociais em todo o mundo. Há várias razões para as empresas incorporarem essa postura à sua estratégia corporativa. As empresas necessitam de trabalhadores qualificados, de mercados consumidores prósperos e de um marco regulatório que facilite os negócios e as operações. Os problemas tratados pelas Metas do Milênio também afetam os negócios das empresas. Então, também é de interesse delas que essas metas se realizem. O desafio, para as empresas, é fazer com que suas atividades orientem-se para essa busca.

1. As Metas do Milênio

A Cúpula do Milênio foi realizada pela ONU para reforçar, com o simbolismo do início do Século 21, suas estratégias para a construção de um mundo mais pacífico, mais próspero e mais justo. No encontro, o principal desafio da atualidade foi caracterizado como a superação da distribuição profundamente desigual dos benefícios e dos custos da globalização.

A Declaração do Milênio apresenta as respostas do conjunto de países membros a esse desafio. Nela, os dirigentes mundiais manifestam a necessidade que os objetivos traçados traduzam-se em ações e resultados concretos. Eles pedem à ONU o exame periódico dos progressos alcançados na aplicação das medidas propostas e a publicação de relatórios que sirvam de base para a adoção de novas ações.

Reside aí a importância das Metas do Milênio, pois servirão de medida para futuras decisões da ONU. Elas são apresentadas, no quadro abaixo, na forma de objetivos gerais e metas específicas a serem atingidas até 2015. Para o monitoramento dessas metas, a ONU toma como base os indicadores de desenvolvimento humano já utilizados por suas agências e por outros organismos multilaterais.

Os objetivos e alvos específicos das Metas do Milênio representam compromissos que devem ser cumpridos pelos países signatários. Para que elas sejam alcançadas, os governos necessitam incorporá-las como metas de suas políticas públicas, criar marcos regulatórios adequados e cooperar no plano internacional para que os acordos entre governos criem sinergias com as políticas internas. Por outro lado, o engajamento das empresas e outros setores da sociedade é fator fundamental para a superação

dos indicadores negativos, em especial nos países em desenvolvimento.

As metas específicas estabelecidas em 2000 pela ONU utilizam indicadores gerais, para os quais é possível encontrar referências na maioria dos países. Há, entretanto, um importante trabalho que ainda precisa ser realizado que é o de cotejar esses parâmetros com as condições específicas do Brasil. Por exemplo, a meta da universalização do ensino fundamental tem como um de seus critérios de verificação a garantia de acesso ao ensino formal. Se olharmos apenas os números, podemos ser levados a concluir que no Brasil este critério está num estágio elevado de realização: reduziu-se muito o contingente de crianças fora da escola. Entretanto, devido à grave deterioração do ensino público no país, ele não cumpre efetivamente seu papel. Passar pela escola não garante formação adequada e suficiente, não gera empregabilidade e não proporciona

1. The Millennium Goals

The Millennium Summit was held against the backdrop of the symbolism of the beginning of the 21st Century to reinforce the UN's strategies for the construction of a more peaceful, more prosperous and more just world. One of the conclusions reached at the meeting was that the most important challenge of our time is to overcome the unequal distribution of the benefits and costs of globalisation.

The Millennium Declaration, which was unanimously endorsed, presents the responses of the member states to this challenge. In it, the world leaders stress how necessary it is that the objectives it traces convert into concrete actions and results and request that the UN periodically monitor the progress obtained in the application of the measures proposed and publish reports

that may serve as a basis for the adoption of further courses of action.

Therein lies the importance of the Millennium Goals, as they serve as the measure for future UN decisions. The table below presents the Goals in the form of general objectives and specific goals to be reached by 2015. To monitor these Goals the UN has adopted human development indicators already used by other agencies and multilateral organs.

The objectives and goals specified by the Millennium Goals represent commitments to be fulfilled by the nations they signed to it. If the Goals are to be met, governments need to incorporate them in their own public policies, create appropriate regulations and cooperate on the international plane to ensure that inter-governmental accords filter into internal policy. On the other hand, engagement on the part of companies and other sectors of society is a crucial factor in overcoming negative

indicators, particularly in developing countries.

The specific Goals established by the UN in 2000 use general indicators for which references can be found in most countries. There is, however, some important work that needs to be done to compare these parameters with the specific conditions prevalent in Brazil. For example, one of the verification criteria for the Goal of achieving universal primary schooling is the guarantee of access to formal study. If we look at the numbers alone, we can conclude that this criterion is at a high level of materialization in Brazil, with the number of children outside school having fallen considerably, but given the grave deterioration in the quality of public schooling, these numbers do not reflect qualitatively what they show quantitatively. Going through school does not guarantee an adequate and sufficient education, does not make school-leavers more employable and

condições de exercício pleno da autonomia e cidadania. Então, para que essa meta seja efetivamente realizada no país é preciso ter objetivos específicos que tratem da qualidade do ensino e das condições necessárias para a aprendizagem.

No caso da igualdade de gênero, o Brasil também tem suas particularidades. A desigualdade no acesso das mulheres ao ensino já foi superada. Entretanto, apesar de as mulheres brasileiras terem participação crescente no mercado de trabalho, sua presença em cargos de chefia e direção continua sendo muito reduzida. Certamente, para se medir corretamente os avanços nas relações de gênero no Brasil é necessário incluir essas variáveis.

A partir de questões como essas será possível desenvolver as Metas do Milênio para o Brasil. É uma tarefa ainda por realizar e para a qual as

empresas certamente têm bastante a contribuir. De todo modo, os primeiros passos já foram dados e temos, nas Metas do Milênio, o rumo por onde avançar.

does not afford a condition of full autonomy with all the benefits and rights of citizenship. And so, if this Goal is to be met effectively in the country, we need new specific objectives that deal with quality of teaching and the conditions needed for learning.

In terms of sexual equality, Brazil also has its peculiarities. In our country, inequality in the access women have to education has already been redressed. However, despite the fact that there is a growing number of women finding employment, their presence in managerial and directorial positions is still very weak. Without doubt, these variables need to be taken into account in order to measure advances in gender relations in Brazil.

It is by addressing such questions that it will be possible to develop the Millennium Goals in Brazil. This is still a task for the doing, and one in which companies certainly have a pivotal role

to play. In any event, the first steps have been taken and we now have, in the form of the Millennium Goals, a compass to guide our advance.

Metas do Milênio



Millennium Goals



METAS ¹ / GOALS ¹	Alvos ²	Targets ²
1 Erradicar a extrema pobreza e a fome <i>Eradicate extreme poverty and hunger</i>	• Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população com renda inferior a um dólar por dia • Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população que sofre de fome	• <i>Halve, between 1990 and 2015, the proportion of people whose income is less than one dollar a day</i> • <i>Halve, between 1990 and 2015, the proportion of people who suffer from hunger</i>
2 Atingir a universalização do ensino fundamental <i>Achieve universal primary education</i>	• Garantir que, até 2015, todas as crianças, de ambos os sexos, terminem um ciclo completo de ensino básico	• <i>Ensure that, by 2015, children everywhere, boys and girls alike, will be able to complete a full course of primary schooling</i>
3 Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher <i>Promote gender equality and empower women</i>	• Eliminar a disparidade entre os sexos no ensino primário e secundário, se possível até 2005, e em todos os níveis de ensino, até 2015	• <i>Eliminate gender disparity in primary and secondary education preferably by 2005 and to all levels of education no later than 2015</i>
4 Reduzir a mortalidade infantil <i>Reduce child mortality</i>	• Reduzir em dois terços, entre 1990 e 2015, a mortalidade de crianças menores de 5 anos	• <i>Reduce by two thirds, between 1990 and 2015, the under-five mortality rate</i>
5 Melhorar a saúde materna <i>Improve maternal health</i>	• Reduzir em três quartos, entre 1990 e 2015, a taxa de mortalidade materna	• <i>Reduce by three-quarters, between 1990 and 2015, the maternal mortality rate</i>
6 Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças <i>Combat HIV/Aids, malaria and other diseases</i>	• Até 2015, deter a propagação do HIV/Aids e começar a inverter a tendência atual • Até 2015, deter a incidência da malária e de outras doenças importantes e começar a inverter a tendência atual	• <i>Have halted by 2015, and begun to reverse, the spread of HIV/Aids</i> • <i>Have halted by 2015, and begun to reverse, the incidence of malaria and other major diseases</i>
7 Garantir a sustentabilidade ambiental <i>Ensure environmental sustainability</i>	• Integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais e reverter a perda de recursos ambientais • Reduzir pela metade, até 2015, a proporção da população sem acesso permanente e sustentável à água potável segura • Até 2020, alcançar uma melhora significativa nas vidas de pelo menos 100 milhões de habitantes de bairros degradados	• <i>Integrate the principles of sustainable development into country policies and programmes and reverse the loss of environmental resources</i> • <i>Halve, by 2015, the proportion of people without access to safe drinking water</i> • <i>By 2020, to have achieved a significant improvement in the lives of at least 100 million slum dwellers</i>
8 Promover uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento <i>Develop a global partnership for development</i>	• Avançar no desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro aberto, baseado em regras, previsível e não discriminatório • Atender as necessidades especiais dos países menos desenvolvidos • Atender as necessidades especiais dos países sem acesso ao mar e dos pequenos Estados insulares em desenvolvimento • Tratar globalmente o problema da dívida dos países em desenvolvimento, mediante medidas nacionais e internacionais de modo a tornar a sua dívida sustentável a longo prazo • Em cooperação com os países em desenvolvimento, formular e executar estratégias que permitam que os jovens obtenham um trabalho digno e produtivo • Em cooperação com as empresas farmacêuticas, proporcionar o acesso a medicamentos essenciais a preços acessíveis, nos países em vias de desenvolvimento • Em cooperação com o setor privado, tornar acessíveis os benefícios das novas tecnologias, em especial das tecnologias de informação e de comunicações	• <i>Develop an open, rule-based, predictable, non-discriminatory trading and financial system</i> • <i>Address the special needs of the Least Developed Countries</i> • <i>Address the special needs of landlocked countries and small island developing states</i> • <i>Deal comprehensively with the debt problems of developing countries through national and international measures in order to make debt sustainable in the long-term</i> • <i>In cooperation with developing countries, develop and implement strategies for decent and productive work for youth</i> • <i>In cooperation with pharmaceutical companies, provide access to affordable drugs in developing countries</i> • <i>In cooperation with the private sector, make available the benefits of new technologies, especially information and communications</i>

¹Metas adotadas por consenso das Nações Unidas em 2000 / ¹Goals adopted by United Nations consensus in 2000

²Alvos adotados por consenso das Nações Unidas em 2000 / ²Targets adopted by United Nations consensus in 2000

Millennium Goals

Metas do Milênio

Eradicate extreme poverty and hunger

Erradicar a extrema pobreza e a fome



Achieve universal primary education

Atingir a universalização do ensino fundamental



Promote gender equality and empower women

Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher



Reduce child mortality

Reduzir a mortalidade infantil



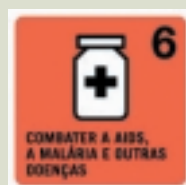
Improve maternal health

Melhorar a saúde materna



Combat HIV/Aids, malaria and other diseases

Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças



Ensure environmental sustainability

Garantir a sustentabilidade ambiental



Develop a global partnership for development

Promover uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento



No Brasil, há uma importante mobilização para informar e sensibilizar a sociedade e os governos quanto à necessidade e à urgência de cumprirmos as Metas do Milênio. Essa mobilização resultou, entre outros produtos, em uma campanha de comunicação realizada voluntariamente pela agência McCann-Erickson. Uma das peças que integram a campanha foi criada com o objetivo de facilitar e fixar o entendimento das Metas do Milênio. Trata-se de uma coleção de oito ícones que simbolizam, cada um deles, a Meta do Milênio correspondente.

There is important work being done in Brazil to use information as a means to make society and government aware of the urgency of fulfilling the Millennium Goals. This drive has resulted in a communication campaign run voluntarily by the advertising agency McCann-Erickson, among many other products. One of the pieces of the campaign was created with the objective of creating and fixing an understanding of the Millennium Goals. The campaign piece in question comprises eight icons, each symbolizing a specific Goal.

2. As Metas do Milênio e o Pacto Global

Também no âmbito das Nações Unidas, foi constituído em 1999 o Pacto Global, programa que visa estimular as empresas a se comprometerem com a aplicação na gestão de seus negócios de nove princípios nas áreas dos direitos humanos, das relações de trabalho e do meio ambiente. O programa busca incentivar e registrar boas práticas, para que os melhores exemplos possam ser multiplicados por outras empresas que queiram se integrar ao Pacto Global. Está sendo debatida, nos fóruns do Pacto Global, a incorporação de um décimo princípio, que trata do combate à corrupção.

Os princípios do Pacto Global também se relacionam com as Metas do Milênio. Ao incorporá-los à gestão empresarial, as empresas estão colocando em prática ações de

responsabilidade social que colaboram, direta ou indiretamente, para atingir as metas. Essas ações podem estar voltadas para o público interno e a cadeia produtiva ou serem implementadas a partir de parcerias com ONGs, poderes públicos e demais partes interessadas (stakeholders).

As empresas multinacionais, por sua vez, lideram o processo de integração econômica global, ao operarem a produção e geração de bens e serviços por meio de redes que combinam tecnologia de informação e instrumentos financeiros para o deslocamento de capitais. Nesse ambiente, a liderança e a capacidade operacional dessas empresas podem se transformar em um poderoso instrumento de mudança social e distribuição dos benefícios para uma globalização mais equitativa.

No Brasil, as Metas do Milênio e o Pacto Global vão ao encontro das

ações empresariais promovidas pelo Instituto Ethos no que diz respeito à responsabilidade social corporativa. As empresas possuem recursos financeiros e tecnológicos, operam em escala global e estabelecem relações com diferentes agentes econômicos. Essa articulação organizada pela empresa tem grande poder de transformação social. Dessa forma, muitas empresas perceberam a necessidade de direcionar suas ações para reverter a degradação ambiental, melhorar a distribuição de renda, diminuir os índices de violência e de corrupção e influenciar o poder público para ampliar o acesso a seus serviços.

2. The Millennium Goals and the Global Compact

Also produced within the United Nations was the Global Compact. Established in 1999, this program aims to stimulate companies to commit to the application of nine basic principles in the areas of human rights, fundamental labour rights and the environment in the way they manage their businesses. The program looks to encourage and register best practices so that model behaviours can be adopted by other companies wanting to join the Global Compact. The Global Compact Forum is currently debating the inclusion of a tenth principle addressing the fight against corruption.

The Global Compact principles are also related to the Millennium Goals, as by incorporating them into business management companies put social responsibility actions into practice that collaborate, whether directly or

indirectly, towards achieving the Goals. These actions could be directed towards an internal public or to the productive chain, or could be implemented through partnerships with NGOs, public organs or any other stakeholders.

As they operate the production and generation of goods and services through networks that combine information technology and financial instruments for the movement of capital, the multinational companies find themselves at the helm of the process of global economic integration. In this environment the leadership and operational capacity of these companies could become a powerful instrument of social change and of distributing the benefits of a more equitable globalisation.

In Brazil the Millennium Goals and the Global Compact meet in the business actions promoted by the Ethos Institute towards Business Social Responsibility.

Companies have financial and technological resources, operate on a global scale and establish relations with diverse economic agents. This organized articulation on the part of the companies has a considerable power of social transformation. Upon realizing this, many companies respond to the necessity to direct their effort towards reverting environmental damage, improving distribution of wealth, reducing rates of violence and corruption and influencing public powers to improve access to their services.

Os Princípios do Pacto Global

Áreas / Areas	Princípios	Principles
Direitos humanos <i>Human Rights</i>	1 As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente na sua área de influência	<i>Companies should support and respect the protection of internationally recognized human rights within their area of influence.</i>
	2 Assegurar-se de sua não-participação em violações de direitos humanos	<i>Make sure their own corporations are not complicit in human rights abuses</i>
Relações de Trabalho <i>Labour Relations</i>	3 As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva	<i>Companies should support freedom of association and the effective recognition of the right to collective negotiation</i>
	4 Apoiar a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório	<i>Support the elimination of all forms of forced or compulsory labour</i>
	5 Apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil	<i>Support the effective eradication of child labour</i>
	6 Apoiar a eliminação da discriminação no emprego	<i>Support the elimination of discrimination at work</i>
Meio ambiente <i>The Environment</i>	7 As empresas devem adotar uma abordagem preventiva para os desafios ambientais	<i>Companies should adopt a preventive approach to environmental challenges</i>
	8 Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental	<i>Develop initiatives to promote greater environmental responsibility</i>
	9 Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis	<i>Encourage the development and diffusion of environmentally sustainable technologies</i>
Corrupção ³ <i>Corruption³</i>	10 As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno	<i>Companies should combat corruption in all of its forms, including extortion and bribery</i>

³ Esse princípio está em aprovação, devendo ser acrescentado ainda em 2004 aos nove que integram o Pacto Global.

³ This principle is still under approval and should be added to the nine existing principles of the Global Compact sometime in 2004.

The Principles of the Global Compact

3. As Metas do Milênio e os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Como o esforço de cumprimento das Metas do Milênio passa pelo comportamento socialmente responsável das empresas, não há dificuldade em construir uma articulação entre elas e os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Dessa forma, é possível perceber que inúmeras experiências empresariais estão contribuindo para o cumprimento das Metas do Milênio no Brasil e, ao mesmo tempo, ter uma visão precisa acerca das possibilidades de ação por parte das empresas.

O Instituto Ethos tem a promoção da responsabilidade social empresarial no centro de sua missão. Ele estimula tanto as ações de empresas direcionadas ao seu público interno como aquelas que estabelecem formas inovadoras e eficientes de gestão com todos os outros públicos com os quais se relaciona.

Para facilitar a compreensão e difundir a utilização dos valores e critérios de responsabilidade social, o Instituto Ethos desenvolveu uma ferramenta específica, formada por um conjunto de 33 Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, agrupados em sete temas. Eles se encontram em sintonia com os princípios do Pacto Global e com as Metas do Milênio.

3. The Millennium Goals and the Ethos Business Social Responsibility Indicators

As the effort to meet the Millennium Goals is channelled through the socially responsible behaviour of companies, it is not difficult to establish a connection between the Goals and the Ethos Business Social Responsibility Indicators. In this manner it is possible to get a picture of the countless business experiences that are contributing to the fulfilment of the Millennium Goals in Brazil as well as a precise view of the range of possible actions companies could be conducting.

The core of the Ethos Institute's mission is to promote business social responsibility. The institute stimulates both courses of action on the part of companies that are directed towards their own internal publics and those that establish innovative and efficient modes of management alongside the other cross-sections of society with which they relate.

In order to aid the understanding of – and promote the use of – social responsibility values and criteria, the Ethos Institute has developed a specific tool composed of a set of 33 Social Responsibility Indicators grouped around seven themes. These indicators are in sync with the Global Compact principles and the Millennium Goals.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

Ethos Business Social Responsibility Indicators

Valores e Transparência <i>Values and Transparency</i>	Auto-Regulação da Conduta <i>Self-Regulation of Conduct</i>
	Relações Transparentes com a Sociedade <i>Transparent Relations with Society</i>
Público Interno <i>Workforce</i>	Diálogo e Participação <i>Dialogue and Participation</i>
	Respeito ao Indivíduo <i>Respect for the Individual</i>
	Trabalho Decente <i>Decent Work</i>
Meio Ambiente <i>Environment</i>	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras <i>Responsibility Before Future Generations</i>
	Gerenciamento do Impacto Ambiental <i>Management of Environmental Impacts</i>
Fornecedores <i>Suppliers</i>	Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores <i>Selection, Assessment and Partnership with Suppliers</i>
Consumidores e Clientes <i>Consumers and Customers</i>	Dimensão Social do Consumo <i>Social Dimension of Consumption</i>
Comunidade <i>Community</i>	Relações com a Comunidade Local <i>Relations with the Local Community</i>
	Ação Social <i>Philanthropy/social Investments</i>
Governo e Sociedade <i>Government and Society</i>	Transparência Política <i>Political Transparency</i>
	Liderança Social <i>Social Leadership</i>

Indicador / Indicator	1	Compromissos Éticos	<i>Ethical Commitments</i>
Indicador / Indicator	2	Enraizamento na Cultura Organizacional	<i>Embedding into Organizational Culture</i>
Indicador / Indicator	3	Diálogo com as Partes Interessadas — Stakeholders	<i>Dialogue with Stakeholders</i>
Indicador / Indicator	4	Relações com a Concorrência	<i>Relations with Competition</i>
Indicador / Indicator	5	Balanco Social	<i>Social Reporting</i>
Indicador / Indicator	6	Relações com Sindicatos	<i>Relations with Unions</i>
Indicador / Indicator	7	Gestão Participativa	<i>Participatory Management</i>
Indicador / Indicator	8	Compromisso com o Futuro das Crianças	<i>Commitment to Children's Future</i>
Indicador / Indicator	9	Valorização da Diversidade	<i>Valuing Diversity</i>
Indicador / Indicator	10	Política de Remuneração, Benefícios e Carreira	<i>Remuneration, Benefits and Career Policy</i>
Indicador / Indicator	11	Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho	<i>Concern for Health, Safety and Working Conditions</i>
Indicador / Indicator	12	Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade	<i>Commitment to Professional Development and Employability</i>
Indicador / Indicator	13	Comportamento Frente a Demissões	<i>Handling of Dismissals</i>
Indicador / Indicator	14	Preparação para Aposentadoria	<i>Preparation for Retirement</i>
Indicador / Indicator	15	Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental	<i>Company Commitment to Environmental Causes</i>
Indicador / Indicator	16	Educação Ambiental	<i>Environmental Education</i>
Indicador / Indicator	17	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços	<i>Management of Environmental Impacts and Product and Service Life Cycle</i>
Indicador / Indicator	18	Minimização de Entradas e Saídas de Materiais	<i>Reduction of Inputs and Waste of Materials</i>
Indicador / Indicator	19	Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores	<i>Selection Criteria for and Assessment of Suppliers</i>
Indicador / Indicator	20	Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva	<i>Child Labour in the Production Chain</i>
Indicador / Indicator	21	Relações com Trabalhadores Terceirizados	<i>Relations with Outsourced Workers</i>
Indicador / Indicator	22	Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	<i>Support for Supplier Development</i>
Indicador / Indicator	23	Política de Comunicação Comercial	<i>Marketing and Communication Policies</i>
Indicador / Indicator	24	Excelência do Atendimento	<i>Excellence in Consumer Service</i>
Indicador / Indicator	25	Conhecimento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços	<i>Knowledge of Potential Harm Caused by Products and Services</i>
Indicador / Indicator	26	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno	<i>Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity</i>
Indicador / Indicator	27	Relações com Organizações Locais	<i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador / Indicator	28	Financiamento da Ação Social	<i>Mobilization of Resources for Social Investment</i>
Indicador / Indicator	29	Envolvimento da Empresa com a Ação Social	<i>Mobilization of Resources for Social Investment</i>
Indicador / Indicator	30	Contribuições para Campanhas Políticas	<i>Action Strategies in the Social Area</i>
Indicador / Indicator	31	Práticas Anticorrupção e Propina	<i>Contributions to Political Campaigns Anti-Corruption and Bribery Practices</i>
Indicador / Indicator	32	Liderança e Influência Social	<i>Leadership and Social Influence</i>
Indicador / Indicator	33	Participação em Projetos Sociais Governamentais	<i>Participation in Governmental Social Projects</i>

No quadro ao lado estão elencadas, na coluna da esquerda, as oito Metas do Milênio, e na coluna da direita, os Indicadores Ethos relacionados a cada meta. Todas as metas encontram correspondência com Indicadores Ethos. Na maioria deles, a relação se estabelece com mais de uma meta.

The Millennium Goals are presented on the left-hand column of the table beside, with the corresponding Ethos Indicators in the column on the right. Most of the Indicators will correspond to more than one Goal.

Relação entre as Metas do Milênio e os Indicadores Ethos

Relation between the Millennium Goals and the Ethos Indicators

Metas do Milênio / Millennium Goals	
1	Erradicar a extrema pobreza e a fome <i>Eradicate extreme poverty and hunger</i>
2	Atingir a universalização do ensino fundamental <i>Achieve universal primary education</i>
3	Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher <i>Promote gender equality and empower women</i>
4	Reduzir a mortalidade infantil <i>Reduce child mortality</i>
5	Melhorar a saúde materna <i>Improve maternal health</i>
6	Combater o HIV/Aids, a malária e outras doenças <i>Combat HIV/Aids, malaria and other diseases</i>
7	Garantir a sustentabilidade ambiental <i>Ensure environmental sustainability</i>
8	Promover uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento <i>Develop a global partnership for development</i>

Indicador / Indicator	9	Valorização da diversidade	Valuing Diversity
Indicador / Indicator	13	Comportamento frente a demissões	Handling of Dismissals
Indicador / Indicator	22	Apoio ao desenvolvimento de fornecedores	Support for Supplier Development
Indicador / Indicator	26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno	Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity
Indicador / Indicator	27	Relações com organizações locais	Relations with Community Organizations
Indicador / Indicator	28	Financiamento da ação social	Mobilization of Resources for Social Investment
Indicador / Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social	Action Strategies in the Social Area
Indicador / Indicator	32	Liderança e influência social	Leadership and Social Influence
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais	Participation in Governmental Social Projects
Indicador / Indicator	8	Compromisso com o futuro das crianças	Commitment to Children's Future
Indicador / Indicator	20	Trabalho infantil na cadeia produtiva	Child Labour in the Production Chain
Indicador / Indicator	27	Relações com organizações locais	Relations with Community Organizations
Indicador / Indicator	28	Financiamento da ação social	Mobilization of Resources for Social Investment
Indicador / Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social	Action Strategies in the Social Area
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais	Participation in Governmental Social Projects
Indicador / Indicator	9	Valorização da diversidade	Valuing Diversity
Indicador / Indicator	10	Política de remuneração, benefícios e carreira	Remuneration, Benefits and Career Policy
Indicador / Indicator	11	Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Concern for Health, Safety and Working Conditions
Indicador / Indicator	12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Commitment to Professional Development and Employability
Indicador / Indicator	32	Liderança e influência social	Leadership and Social Influence
Indicador / Indicator	8	Compromisso com o futuro das crianças	Commitment to Children's Future
Indicador / Indicator	11	Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Concern for Health, Safety and Working Conditions
Indicador / Indicator	12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Commitment to Professional Development and Employability
Indicador / Indicator	20	Trabalho infantil na cadeia produtiva	Child Labour in the Production Chain
Indicador / Indicator	27	Relações com organizações locais	Relations with Community Organizations
Indicador / Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social	Action Strategies in the Social Area
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais	Participation in Governmental Social Projects
Indicador / Indicator	9	Valorização da diversidade	Valuing Diversity
Indicador / Indicator	11	Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho	Concern for Health, Safety and Working Conditions
Indicador / Indicator	12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Commitment to Professional Development and Employability
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos governamentais	Participation in Governmental Social Projects
Indicador / Indicator	9	Valorização da diversidade	Valuing Diversity
Indicador / Indicator	12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade	Commitment to Professional Development and Employability
Indicador / Indicator	13	Comportamento frente a demissões	Handling of Dismissals
Indicador / Indicator	25	Conhecimento dos danos potenciais de produtos e serviços	Knowledge of Potential Harm Caused by Products and Services
Indicador / Indicator	26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno	Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity
Indicador / Indicator	27	Relações com organizações locais	Relations with Community Organizations
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais	Participation in Governmental Social Projects
Indicador / Indicator	15	Comprometimento da empresa com a causa ambiental	Company Commitment to Environmental Causes
Indicador / Indicator	16	Educação ambiental	Environmental Education
Indicador / Indicator	17	Gerenciamento no impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços	Management of Environmental Impacts and Product and Service Life Cycle
Indicador / Indicator	18	Minimização de entradas e saídas de materiais	Reduction of Inputs and Waste of Materials
Indicador / Indicator	22	Apoio ao desenvolvimento de fornecedores	Support for Supplier Development
Indicador / Indicator	26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno	Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity
Indicador / Indicator	27	Relações com organizações locais	Relations with Community Organizations
Indicador / Indicator	28	Financiamento da ação social	Mobilization of Resources for Social Investment
Indicador / Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social	Action Strategies in the Social Area
Indicador / Indicator	30	Contribuições para campanhas políticas	Contributions to Political Campaigns
Indicador / Indicator	31	Práticas anticorrupção e propina	Anti-Corruption and Bribery Practices
Indicador / Indicator	32	Liderança e influência social	Leadership and Social Influence
Indicador / Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais	Participation in Governmental Social Projects

4. As Metas do Milênio e as ações empresariais

Neste capítulo são apresentadas as Metas do Milênio de modo detalhado, com os alvos e indicadores específicos que correspondem a cada uma delas. Além disso é estabelecida uma relação entre as oito Metas do Milênio e ações empresariais classificadas segundo os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial.

Para cada Meta do Milênio é apresentado um quadro com indicadores quantitativos relativos a cada meta, segundo sistematização feita pelo Pnud (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) para o Brasil, e um quadro relacionando os Indicadores Ethos com as ações empresariais correspondentes a cada Meta do Milênio.

As ações empresariais contidas nesta publicação foram selecionadas a partir de uma consulta do Instituto Ethos, realizada em fevereiro de 2004, às empresas que participam do projeto

"Empresas Transnacionais, o Fome Zero e Desenvolvimento Sustentável no Brasil". Essas experiências não compõem um universo amostral ou estatístico das ações empresariais citadas, nem tampouco das ações desenvolvidas pelas empresas em geral.

The Millennium Goals and Business Action

In this chapter the Millennium Goals are presented in a detailed manner, outlining the specific goals and indicators that correspond to each one. A relation between the eight Millennium Goals and business actions classified according to the Ethos Business Social Responsibility Indicators will also be established.

A table is presented for each Millennium Goal showing quantitative indicators relevant to that given Goal as established for Brazil under the systematisation carried out by the UNDP (United Nations Development Program). A table relating the Ethos Indicators with business actions corresponding to each Millennium Goal is also presented.

The business actions presented in this publication were chosen based on consultations the Ethos Institute conducted with members of the "Transnational Companies, Fome Zero (Zero Hunger) and Sustainable Development in Brazil" Project in

February 2004. The business actions selected here are not intended to comprise a sample or statistical universe, nor are they supposed to be representative of business actions in general.



META 1

Erradicar a Extrema Pobreza e a Fome

Alvo 1

Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população com renda inferior a um dólar por dia.

Alvo 2

Reduzir pela metade, entre 1990 e 2015, a proporção da população que sofre de fome.

Embora sejam produzidos mais alimentos do que o necessário para atender as necessidades da população mundial, ao menos 800 milhões de pessoas passam fome ou não se alimentam devidamente. Desse total, 95% estão em países em desenvolvimento, a maioria na Ásia e na África.

De acordo com o Relatório de Desenvolvimento Humano de 2003, o Brasil é um dos poucos países da América Latina e da Ásia que apresenta redução significativa da pobreza: o Índice de Pobreza Humana (IPH) diminuiu de 15,8%, em 1999, para

11,4% em 2003. Porém, o país também aparece como parâmetro de desigualdade e concentração de renda. Por exemplo, os 10% domicílios mais ricos têm renda 70 vezes maior que os 10% mais pobres.

Para avaliar a situação e o alcance da Meta 1, são utilizados cinco indicadores. De acordo com a tabela abaixo, o Brasil apresenta regressão em dois deles.

Em 2003, o governo brasileiro lançou o Programa Fome Zero — um conjunto de iniciativas que visa uma ação coletiva de combate à fome e à pobreza e articula políticas

GOAL 1

Eradicate Extreme Poverty and Hunger

Target 1

Halve, between 1990 and 2015, the proportion of people whose income is less than one dollar a day

Target 2

Halve, between 1990 and 2015, the proportion of people who suffer from hunger

Indicadores — META 1 (%) / Indicators — GOAL 1 (%)	1991	1996	2000
Proporção da população abaixo da linha de pobreza absoluta nacional <i>Percentage of population below the national absolute poverty line</i>	20,2		14,5
Proporção da população abaixo da linha de pobreza relativa nacional <i>Percentage of population below the national relative poverty line</i>	40,1		31,3
Razão do intervalo de pobreza <i>Poverty gap ratio</i>	42,1		57,6
Proporção de renda apropriada pelos 20% mais pobres <i>Percentage of total national income appropriated by the poorest 20%</i>	1,9		1,5
Crianças abaixo do peso <i>Percentage of children underweight</i>		7,87	7,70

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud—Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.

Despite the fact that more than enough foodstuffs are produced to meet the necessities of the global population, no less than 800 million people suffer from hunger or improper nutrition. Of this total 95% live in developing countries, mostly in Africa and Asia.

According to the Human Development Report of 2003, Brazil is one of the few countries in Latin America and Asia showing a significant reduction in poverty: the Human Poverty Rate (HPR) fell from 15.8% in 1999 to 11.4% in 2003. Nevertheless, the country also features as a parameter for inequality and concentration of income. For example,

10% of the richest households in the country earn 70 times more than the poorest 10%.

Five indicators are used to evaluate the situation related to Goal 1. As can be seen from the following table, Brazil shows a regression in two of these indicators.

In 2003 the Brazilian government launched its Fome Zero (zero hunger) Program, a set of initiatives envisaging collective action against hunger and poverty and articulating specific and local structural policies. The program is the fruit of international cooperation



estruturais, específicas e locais. O programa é resultado, entre outras parcerias, da cooperação internacional com o BID — Banco Interamericano de Desenvolvimento e com a FAO — Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura.

De acordo com o Relatório de Desenvolvimento Humano de 2003, o Fome Zero é uma iniciativa que deve ser encorajada e sustentada, pois seus

resultados são fundamentais para o cumprimento das Metas do Milênio, com as quais está em sintonia.

O Instituto Ethos envolveu-se diretamente na mobilização e engajamento das empresas no Programa Fome Zero. Os desafios colocados são muito claros: é preciso multiplicar os programas de geração de emprego e renda e promover ações de combate à fome e educação alimentar. São muitas as iniciativas empresariais

que podem ser implementadas e que contribuem para a melhoria do acesso e da qualidade dos serviços da educação, a erradicação do analfabetismo, o combate ao trabalho infantil, a promoção do trabalho decente, o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes e a inclusão social para gênero e raça. O quadro abaixo aponta quais ações as empresas podem desenvolver para contribuir com a Meta 1, relacionando-as com os Indicadores Ethos.

Meta 1 - Erradicar a extrema pobreza e a fome / Goal 1 - Eradicate extreme poverty and hunger

Indicadores Ethos / Ethos Indicators		
Indicador Indicator	9	Valorização da diversidade <i>Valuing Diversity</i>
Indicador Indicator	13	Comportamento frente a demissões <i>Handling of Dismissals</i>
Indicador Indicator	22	Apoio ao desenvolvimento de fornecedores <i>Support for Supplier Development</i>
Indicador Indicator	26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno <i>Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity</i>
Indicador Indicator	27	Relações com organizações locais <i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador Indicator	28	Financiamento da ação social <i>Mobilization of Resources for Social Investment</i>
Indicador Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social <i>Action Strategies in the Social Area</i>
Indicador Indicator	32	Liderança e influência social <i>Leadership and Social Influence</i>
Indicador Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais	Business Actions
• Apoio à geração de emprego e renda	• <i>Support for employment and income generation</i>
• Apoio à merenda escolar	• <i>Support for school meals</i>
• Ações de combate à fome em áreas rurais	• <i>Actions to combat hunger in rural areas</i>
• Ações de combate à fome em regiões metropolitanas	• <i>Actions to combat hunger in metropolitan regions</i>
• Programas de educação alimentar	• <i>Dietary education programs</i>
• Programas de voluntariado	• <i>Voluntary work programs</i>
• Programas de inclusão de negros, pessoas com deficiência e outros grupos discriminados	• <i>Programs for the inclusion of negroes, the handicapped and other groups that suffer discrimination</i>
• Contratação de aprendizes	• <i>Hiring of apprentices</i>
• Fortalecimento da agricultura familiar e comunitária	• <i>Strengthening of family and community agriculture</i>
• Recolocação, treinamento e apoio a pequenas e micro empresas	• <i>Replacement, training and support for small and micro companies</i>
• Inclusão digital	• <i>Inclusion in the digital world</i>
• Redução do analfabetismo funcional	• <i>Reduction of functional illiteracy</i>

with the BID (Inter-American Development Bank) and the FAO — Food and Agriculture Organization (of the United Nations), among other partnerships.

According to the 2003 Human Development Report Fome Zero is the type of initiative that ought to be encouraged and sustained, as its results are fundamental to the fulfilment of the Millennium Goals, with which it is very much aligned.

The Ethos Institute has directly engaged in mobilizing companies to participate in the Fome Zero Program. The challenges that lie ahead are clear: it is essential to multiply the number of job and income development programs and promote actions against hunger and in nutritional education. There are many business initiatives that could be implemented and which would contribute to improving the availability and quality of educational services, the eradication of illiteracy, combating child

labour, the promotion of decent employment, the combat of sexual exploitation of children and teens and social inclusion projects regarding gender and race. The table below indicates which actions companies could engage in to contribute towards the fulfilment of Goal 1. Relations are also drawn between these courses of action and the Ethos Indicators.



1. Apoio à geração de emprego e renda

A principal forma de inclusão social é o emprego. Por isso, medidas voltadas à absorção de trabalhadores menos qualificados merecem atenção no combate à miséria e à fome, pois viabilizam o crescimento estável da renda e o acesso das famílias a bens e serviços essenciais à sobrevivência. Para tanto, a educação e a capacitação são fundamentais para ampliar as possibilidades de inserção no mercado de trabalho.

A participação das empresas em agências de microcrédito solidário, muitas vezes em parceria com

Ações empresariais *Business actions*

- Amanco
- Anglogold
- Banco do Brasil
- Basf
- MRN — Mineração Rio do Norte
- Nestlé
- Odebrecht
- Seara

1. Support for employment and income generation

Employment is the most important means of social inclusion. As such, measures focused on the absorption of less qualified workers deserve attention in combating misery and hunger, as they make stable income growth and access to goods and services essential to survival a possibility for unqualified/under-qualified families. Education and skills training are fundamental in broadening the chances these people have of entering the workforce.

The participation of companies in micro credit agencies, often in partnership with entities made up of members of the local

entidades formadas por membros da comunidade local, tem sido bem-sucedida, especialmente quando se trata da agricultura familiar.

As ações empresariais podem abranger também programas de suplementação de renda para famílias na forma de auxílio direto às crianças ou jovens em idade escolar. Existem programas desse tipo apoiados pela legislação.

A viabilização econômica de pequenos produtores rurais e comunidades extrativistas é o foco das ações do Banco do Brasil e das empresas MRN, Seara e Odebrecht.

O Banco do Brasil financiou a construção de cinco fábricas para o beneficiamento de castanha de caju, possibilitando a geração de emprego e renda para inúmeras famílias de agricultores pobres do Pará. No município de Oriximiná, no Pará, a mineradora MRN desenvolve junto às

community, has proved very successful, especially in relation to family-based agriculture.

Business action could also include supplementing family income by directly helping with schooling costs/expenses for children and youths. Programs of this kind are supported by legislation.

Banco do Brasil and the companies MRN, Seara and Odebrecht focus their activities on the economic viability of rural producers and farming communities.

Banco do Brasil has financed the construction of five factories for the processing of caju nuts, thus creating jobs and generating income for countless poor farming families in Pará State.

In the municipality of Oriximiná in Pará the mining company MRN developed a fish-farming program along with the riverside communities and in partnership with community associations. The

comunidades ribeirinhas um programa de piscicultura em parceria com as associações comunitárias. A empresa fornece alevinos e material para sua reprodução, além de acompanhamento técnico às comunidades. O projeto minimiza os efeitos da pesca predatória e é uma alternativa de renda para a população local.

A construtora Odebrecht implementa o projeto Folha Verde, que beneficia famílias de horticultores em Virgem da Lapa (MG). O projeto viabilizou a plantação de legumes e verduras que são adquiridas para consumo dos trabalhadores dos canteiros de obras da Usina Hidrelétrica Juscelino Kubitschek-Irapé, além de capacitar os agricultores e fornecer infra-estrutura para a comercialização da produção excedente. A empresa desenvolve também outros dois projetos de apoio à geração alternativa de renda a partir da reciclagem de lixo em Porto Alegre (RS) e Maceió (AL).

company supplies fish young and material for their reproduction, as well as technical accompaniment for the communities. The project has minimized the effects of predatory fishing and serves as an alternative source of income for the local population.

Odebrecht Construction Company has implemented a Green Leaf project to benefit the horticultural families of Virgem da Lapa (Minas Gerais State). The project has ensured the viability of plantations of vegetables and greens to be sold for the consumption of the workmen at the Juscelino Kubitschek-Irapé Hydroelectric Plant site office, as well as training for the farmers and the supply of infrastructure for the commercialisation of excess production. The company has also developed two other income generation support projects concerning garbage recycling in Porto Alegre (Rio Grande do Sul) and Maceió (Alagoas).



No Mato Grosso do Sul, a empresa Seara foi avalista para assentados num projeto de montagem de aviário, financiado pelo Fundo de Desenvolvimento do Centro-Oeste e apoiado pelo poder público em várias esferas. O projeto proporciona renda para outras atividades da comunidade, além da complementação alimentar.

As empresas podem atuar de várias formas para geração de emprego. A Basf criou o programa Banco Comunitário de Empregos que atende a comunidade vizinha à sua unidade em Guaratinguetá (SP). O banco de empregos funciona em parceria com a associação de moradores e oferece à população local oportunidades de trabalho. Outro programa implementado pela empresa proporciona geração de renda aos catadores de lixo, que fornecem garrafas PET para serem reutilizadas pela Basf como matéria-prima na produção de resina para tintas. A

cadeia de reciclagem criada gera emprego para a população de baixa renda e retira do meio ambiente toneladas de material de difícil decomposição.

Em parceria com a prefeitura do município de Raposos (MG), a Anglogold estruturou uma cooperativa de costureiras que produz uniformes para a própria empresa e também para outras instituições. A Amanco, por sua vez, investe na profissionalização e melhoria da qualidade de vida de famílias carentes moradoras do morro do Amaral, em Joinville (SC), fornecendo também atendimento médico e psicológico a essa comunidade.

O projeto Folia na Panela, da Nestlé, oferece cursos de conservação e manipulação de alimentos, além de ensinar receitas de baixo custo e alto valor nutritivo. Realizado no morro do Fubá, no Rio de Janeiro, tem como

objetivo gerar renda aos participantes tornando-os profissionais da alimentação.

2. Apoio à merenda escolar

O fornecimento da merenda escolar constitui o maior programa de alimentação do Brasil, atendendo diariamente 38 milhões de crianças. A compra e a preparação de alimentos foi descentralizada, cabendo à comunidade articular a participação das empresas no apoio ao programa. A contribuição do governo federal é insuficiente, correspondendo a apenas 15% das necessidades nutricionais diárias das crianças.

Há muitas formas de participação de empresas no programa de merenda escolar em cada um dos 5.600 municípios brasileiros. A seguir

In Mato Grosso do Sul the company Seara served as guarantor for a project to mount a poultry farm, financed by the Centre-West Development Fund and supported by various spheres of public power. The project furnishes revenue for other community activities as well as complementing food supply.

Companies can help generate employment in many different ways. Basf has created its Community Jobs Bank program, which attends the community around its Guaratinguetá Unit in São Paulo State. The jobs bank functions in partnership with the residents' association and offers local employment opportunities to the population. Another program the company has implemented offers income generation opportunities to local unofficial garbage collectors, who supply PET bottles for Basf to recycle as raw material in the production of paint resins. The recycling chain Basf has created

generates jobs for the low-income population and removes from the environment tons of material that biodegrades extremely slowly.

In partnership with the municipal government of Raposos (Minas Gerais), Anglogold has structured a cooperative of seamstresses and tailors to produce uniforms for the company and other institutions, while Amanco has invested in professional training and in improving the quality of life of needy families from the Amaral shantytown in Joinville (Santa Catarina). The company also supplies the community with medical and psychological treatment.

Nestlé's Fun Cooking project offers courses in the conservation and handling of foodstuffs, as well as teaching low-cost recipes of high nutritional value. Based in the Fubá shantytown in Rio de Janeiro, the objective of the project is to generate income for the participants by giving

them the skills to make a profession out of cooking and food handling.

2. Support for school meals

The supply of school meals is the largest food program underway in Brazil, attending 38 million children on a daily basis. The purchase and preparation of these meals has been decentralized, with the communities themselves articulating the participation of companies supporting the program. The federal Government's contribution to the program is insufficient, accounting for only 15% of the children's daily nutritional requirements.

There are many ways in which companies could participate in the school meals program currently running in each of the nation's 5,600 municipalities. Below are just some of



apresentamos experiências que estão sendo desenvolvidas por algumas empresas, e que representam apenas alguns exemplos do que é possível fazer nessa área.

Para melhorar a alimentação das crianças, a Bayer investe financeiramente na complementação da merenda escolar em 46 creches, desde 2003. A empresa White Martins fornece mensalmente gêneros alimentícios à creche localizada em Iguatama (MG), garantindo café da manhã, almoço e lanche da tarde a 108 crianças de 0 a 12 anos.

A Souza Cruz reforça a merenda de escolas do Ensino Fundamental implementando o projeto Hortas Escolares na Região Sul do país. Além

de aprender a cultivar uma horta, os alunos recebem orientações sobre a importância de preservar o meio ambiente, o valor nutritivo dos alimentos e noções de higiene e saúde. As hortaliças que produzem, por sua vez, servem para reforçar a merenda escolar. O excedente da produção é repartido entre os alunos e, em alguns casos, com outras organizações comunitárias, o que também faz aumentar o consumo de hortifrutigranjeiros entre as famílias, contribuindo para uma alimentação mais saudável.

3. Ações de combate à fome em áreas rurais

O desenvolvimento de ações de combate à fome nas áreas rurais é muito importante, pois nelas se encontra um grande contingente de brasileiros que

preserving the environment, the nutritional values of various foodstuffs and hygiene and health concepts. The produce of the vegetable gardens is used to supplement the school meals, while any excess produce is shared amongst the students and, in some cases, with other community organizations, all of which serves to increase the families' consumption of vegetable products and contribute to a healthier diet.

3. Actions to combat hunger in rural areas

The development of actions to combat hunger in rural areas is very important, as it is precisely in these regions that the largest contingent of Brazilians is to be found without access to food of the right quality, in the right quantity and with the required regularity. Business contributions towards meeting the Goal

não têm acesso a uma alimentação de qualidade, em quantidade e regularidade suficientes. A contribuição empresarial com a meta de erradicação da fome e da pobreza pode abranger o estímulo à produção para consumo próprio e o suporte às atividades mercantis ligadas ou não à agropecuária. Aqui podem ser incluídas iniciativas de produção certificada e de artesanato local ou outras ações que valorizem a produção em pequena escala e considerem as diferenças culturais e geográficas entre as regiões do país.

O Programa Caras do Brasil, lançado pelo Grupo Pão de Açúcar no final de 2002, tem como objetivo ampliar o espaço de comercialização de produtos artesanais ou fabricados por pequenos produtores agrícolas e agroindustriais. Os

Ações empresariais *Business actions*

- Bayer
- Souza Cruz
- White Martins

the business actions in process, which together represent only a small part of what could be done in this area.

In order to improve the diet of children in its area, Bayer has invested financially since 2003 in complementing the school meals supplied at 46 crèches. White Martins, in similar fashion, provides foodstuffs to the crèche at Iguatama (Minas Gerais) each month, guaranteeing breakfast, lunch and afternoon snacks for 108 children ranging from 0 to 12 years of age.

Souza Cruz has reinforced the school meals distributed at Primary Schools by implementing its School Gardens project in the Southern region of the country. In addition to learning how to keep a vegetable garden, the students receive orientation on the importance of

Ações empresariais *Business actions*

- Grupo Pão de Açúcar
- MRN — Mineração Rio do Norte
- Souza Cruz

of eliminating poverty and hunger could include the stimulation of self-subsistence production and the provision of support for market activities that may or may not be connected with animal husbandry. We could include here initiatives such as certified production and local arts and crafts, or any other actions that value small-scale production while considering the cultural and geographic differences among the regions of the country.

The Faces of Brazil Program launched by Grupo Pão de Açúcar at the end of 2002 has the objective of expanding the space available for the commercialisation of arts and crafts products produced by small agricultural and agro-industrial producers. The products are the fruit of community projects that look towards the sustainable development and social



produtos são fruto de projetos comunitários que visam o desenvolvimento sustentável e a inclusão social de comunidades distantes, como o mel produzido pelos índios do Xingu e a farinha de banana do Pará, entre cerca de 40 fornecedores já cadastrados, que representam 16 Estados brasileiros.

No oeste do Pará, a mineradora MRN implementa um projeto de fornecimento de sementes e mudas de espécies nativas que promove o reflorestamento da região. A empresa compra as sementes produzidas pela comunidade, e oferece treinamento para cerca de 300 ribeirinhos realizarem a produção de mudas para o reflorestamento. Participam do projeto 14 comunidades, que, além de contribuir para a preservação do meio ambiente, encontram na atividade uma fonte alternativa de renda.

A Souza Cruz incentiva a plantação de milho e feijão após a colheita do fumo,

inclusion of remote communities, such as the honey produced by the Xingu Indians and the banana flour from Pará State. There are approximately 40 registered suppliers representing 16 of the nation's states.

In the west of Pará the mining company MRN has implemented a project to supply seeds and seedlings of native species to promote the reforestation of the region. The company buys the seeds produced by the community and offers training to the approximately 300 river-dwellers responsible for the production of the seedlings for reforestation. 14 communities participate in the project, through which they not only contribute to environmental preservation, but also find an alternative source of income.

Souza Cruz encourages the plantation of corn and beans once its tobacco has been harvested in order to take advantage of the fertile state of the soil. The program, which involves

aproveitando sua adubação residual. O programa, que envolve cerca de 45 mil pequenos produtores rurais fornecedores da empresa, estimula a produção de alimento para consumo das famílias e a criação de pequenos animais. É realizado em parceria com as secretarias de Agricultura dos Estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

4. **Ações de combate à fome em regiões metropolitanas**

Iniciativas como os Bancos de Alimentos, que aproveitam alimentos que normalmente seriam desperdiçados, são apoiadas por empresas que se responsabilizam pelo

Ações empresariais *Business actions*

- Bandeirante de Energia
- CST — Companhia Siderúrgica de Tubarão
- Grupo Pão de Açúcar
- Telemig

approximately 45 thousand small rural producers/company suppliers, stimulates the production of foodstuffs for consumption by local families and small animal husbandry. The program is conducted in partnership with the secretaries of Agriculture of the states of Rio Grande do Sul and Santa Catarina.

4. **Actions to combat hunger in metropolitan areas**

Initiatives like that of the Food Bank, which avails of foodstuffs that would otherwise go to waste, are supported by companies that have assumed responsibility for training teams and transporting the food, etc. The companies also contribute by donating

treinamento de equipes, transporte de comida etc. As empresas atuam também na doação dos alimentos, colaborando com as instituições que executam programas locais de combate à fome e disponibilizando funcionários especializados para o suporte dessas ações (nutricionistas, contadores, motoristas, entregadores e ajudantes).

Campanhas periódicas de arrecadação de gêneros alimentícios, muitas vezes associadas à coleta de agasalhos, brinquedos e remédios, são implementadas por todas as empresas relacionadas no quadro e por muitas outras. Dirigidas a entidades assistenciais, como creches e asilos, a maioria das campanhas é realizada por empregados voluntários das empresas e outros parceiros, que trabalham como multiplicadores das ações.

O projeto Tá na Mesa, desenvolvido pela Telemig, recolhe e encaminha alimentos a 22 cidades de Minas

foods, collaborating with institutions conducting local hunger-relief programs and allocating specialized staff to support these actions (nutritionists, accountants, drivers, delivery boys and assistants).

Periodical foodstuff collection campaigns, often in conjunction with clothing, toy and medicine collection campaigns, are implemented by all of the abovementioned companies and many others besides. Directed towards social assistance agencies, such as crèches and asylums, most of the campaigns are carried out by volunteers from the companies and other partners working as multipliers of similar actions.

The It's on the Table project developed by Telemig collects and distributes foodstuffs in 22 cities in Minas Gerais. The actions also eliminate infantile malnutrition by encouraging breastfeeding, the best possible use of available foods and the creation of



Gerais. As ações visam também eliminar a desnutrição infantil incentivando o aleitamento materno, o melhor aproveitamento dos alimentos e a criação de hortas comunitárias. O projeto tem como parceiros a Pastoral da Criança, os Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente e os Conselhos Tutelares dos municípios envolvidos.

A CST — Companhia Siderúrgica de Tubarão oferece diariamente uma sopa nutritiva a pessoas carentes da comunidade onde atua, no Espírito Santo. O sopão é feito por 40 voluntários na cozinha central da empresa, que fornece os ingredientes e todos os recursos necessários para o preparo. As empresas que prestam serviços de transporte para a CST colaboram distribuindo a refeição a várias instituições da Grande Vitória.

A empresa Bandeirante de Energia desenvolve uma campanha que

agrega a economia de energia elétrica com o combate à fome. Implementado em 28 municípios de São Paulo, o projeto estimula a coleta seletiva entre seus consumidores. Os resíduos são processados e vendidos como sucata. Os recursos arrecadados são usados para comprar alimentos, que são doados a instituições de caridade. Outra campanha da empresa oferecia um kit com três lâmpadas econômicas para cada quilo de alimento doado.

O Grupo Pão de Açúcar, empresa parceira do Programa Fome Zero, disponibilizou postos de coletas para o programa em suas 500 lojas. O volume arrecadado, cerca de 2 milhões de toneladas de alimentos, foi distribuído a 1.100 entidades do país.

5. Programas de educação alimentar

Os programas de educação alimentar são ações importantes para que as empresas contribuam com a meta de erradicação da miséria e da fome. Eles podem ser implementados a partir da divulgação de informações para seu público interno ou na forma de cursos e campanhas para a comunidade. O consumo consciente dos alimentos evita o desperdício, melhora a qualidade da alimentação e aumenta seu valor nutricional.

O Programa de Educação Alimentar desenvolvido pela Unilever tem como objetivo combater a má alimentação infantil. Destinado a crianças de 3ª e 4ª séries do Ensino Fundamental, beneficia 25 escolas públicas da cidade de Pouso Alegre (MG) e conta com o apoio das secretarias de Educação e de Planejamento.

community vegetable gardens. Organizations such as Pastoral da Criança (Child Pastoral), the Municipal Council for the Rights of Children and Adolescents and the municipal Protection Councils are partners on this project.

In Espírito Santo CST — Companhia Siderúrgica de Tubarão offers a nutritious soup to the community's needy each day. The soup is made by 40 volunteers at the company's central kitchen and the company supplies all the necessary ingredients. CST's transport partners collaborate by distributing the meal to various institutions in the greater Vitória area.

The company Bandeirante de Energia has developed a campaign that brings together the economizing of electrical energy and the fight against hunger. Implemented in 28 municipalities in São Paulo, the project stimulates selective collection among its consumers. The

resources gathered are used to buy food that is then donated to charity organizations. Another campaign the company is running offers a kit with three economic light bulbs for every kilo of food donated.

Grupo Pão de Açúcar, a company partner in the Fome Zero Program, has furnished collection posts in its 500 stores. The volume of food collected so far exceeds 1.9 million tons, which was distributed among 1,100 entities nationwide.

5. Dietary education programs

The dietary education programs are important actions through which the companies can contribute to the Goal of eradicating misery and hunger. They can be implemented by simply divulging information to the organization's own internal public or in the form of courses and campaigns for the benefit of the community. The conscious consumption of food avoids waste, improves food quality and increases its nutritional value.

The Dietary Education Program developed by Unilever has the objective of combating the improper nourishment of children. Directed towards 3rd and 4th grade primary school children, the program benefits 25 public schools in the city of Pouso Alegre (Minas Gerais) and has the full support of the secretaries of Education



O programa fornece cursos de capacitação a professores e merendeiras e material pedagógico desenvolvido para estimular uma alimentação saudável na escola e em casa. Os alunos aprendem a fazer receitas simples e altamente nutritivas. Com esse mesmo foco, a Nestlé realiza o Programa Nutrir, que dissemina conceitos de higiene e aproveitamento dos alimentos com o objetivo de prevenir a desnutrição em crianças de 5 a 14 anos. A empresa estimula seus funcionários a participarem diretamente do programa como voluntários e disponibiliza espaços em suas instalações para que os voluntários possam se reunir e organizar as atividades. Realizado em 19 municípios de 6 Estados brasileiros, o sucesso do programa levou à

Ações empresariais *Business actions*

- Bunge
- Nestlé
- TIM Maxitel
- Unilever

and Planning. The program provides teacher training and courses for dinner-ladies and didactic material developed to stimulate a healthy diet both at school and at home. The students learn to prepare simple, but highly nutritional recipes.

Nestlé's Nutrir Program also has this focus, disseminating concepts of hygiene and how to make the most of foods. The objective of the program is to prevent malnutrition in children aged between 5 and 14. The company encourages its employees to directly participate in the program as volunteers and makes space at its installations for the volunteers to meet and organize their activities. Conducted in 19 municipalities in 6 Brazilian states, the success of the

constatação pela empresa de que ele pode ser aplicado em qualquer localidade. Assim, iniciou-se um projeto de capacitação, implementado por coordenadores do Nutrir com o apoio de consultores contratados, para constituir uma rede nacional de prevenção da desnutrição.

A Bunge Alimentos viabiliza a criação de hortas comunitárias e oficinas de artesanato direcionadas a alunos do Ensino Fundamental que estudam em escolas da rede pública localizadas nas imediações das unidades industriais da empresa. Essas ações desenvolvem-se nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Santa Catarina, em parceria com o poder público e organizações privadas.

O grupo de telefonia TIM Maxitel implantou o PÃO — Programa de Alimentação Orientada, que abrange 40 municípios do Vale do

program led the company to understand that it could amplify the range of the project's implementation. To this end the company initiated a process to gather resources, implemented by Nutri coordinators supported by hired consultants, to construct a national network for the prevention of malnutrition.

Bunge Alimentos has supported the creation of community vegetable gardens and arts and crafts workshops for Primary School students from public schools in the neighbourhoods surrounding its industrial units. The company's activities are in place in the states of São Paulo, Rio Grande do Sul and Santa Catarina and are conducted in partnership with public power and private organizations.

The telephone company TIM Maxitel has implanted its Oriented Diet Program, which covers 40

Jequitinhonha e do Mucuri, em Minas Gerais, uma das regiões mais pobres do Brasil. O programa incentiva o aproveitamento de recursos disponíveis nas próprias comunidades, difundindo informações sobre multimistura e alimentação alternativa para líderes comunitários, cantineiras de escolas e cozinheiras de creches e entidades assistenciais.

6. **Programas de voluntariado**

Os programas de voluntariado estimulam o desenvolvimento das práticas de responsabilidade social das empresas. Muitas ações são implementadas por colaboradores voluntários visando o combate à fome e à miséria, contribuindo assim para a realização das Metas do Milênio, especialmente para a Meta 1.

municipalities in the Jequitinhonha Valley and Murcuri in Minas Gerais, one of the poorest regions in Brazil. The program encourages the best possible use of the resources available to the communities, spreading information on multi-mixture and alternative food sources among community leaders, school and crèche caterers and cooks and social services.

6. **Voluntary work programs**

Voluntary work programs stimulate the development of social responsibility practices in companies. Many actions are implemented by voluntary collaborators with a view towards combating hunger and misery, thus contributing to the fulfillment of the Millennium Goals, especially Goal 1.



A consolidação de programas de voluntariado empresarial requer a sensibilização da alta administração da companhia e de seus funcionários. Um dos meios de disseminar a importância da relação de solidariedade entre a empresa e a comunidade é a utilização dos canais de comunicação da empresa como jornal, mural e intranet.

Os programas de voluntariado têm crescido em número e abrangência cada vez maior nas empresas, muitas vezes por iniciativa de seus próprios funcionários. Apoio a reformas em instituições filantrópicas, campanhas pontuais como a criação de um dia de trabalho social e projetos de Natal e campanhas de doação são ações frequentemente realizadas por

Ações empresariais *Business actions*

- Alcatel
- Bank Boston
- Belgo Mineira
- Kodak
- Shell

The consolidation of business voluntary work programs requires sensibility on behalf of the highest administrative levels of the company and its employees. One means of spreading the importance of solidarity between the company and the community is through the use of the company's communication channels, such as the newsletter, bulletin board and intranet.

Voluntary work programs have been growing more and more in number and scope within companies, and frequently on the initiative of the employees themselves. Support for reforms in philanthropic institutions, set-date campaigns like the creation of a social work day and Christmas projects and donation campaigns are frequently carried out by companies from all sectors.

empresas de todos os ramos de atividade.

Outro tipo de atuação refere-se à implementação de projetos permanentes em prol de instituições carentes, tais como manutenção, reforço alimentar e pedagógico e atividades esportivas e culturais. Empresas como Bank Boston, Belgo Mineira e Shell, entre outras, disponibilizam recursos e trabalho voluntário para essas ações. A Kodak reverte 1,5% do que arrecada com vendas de cestas de Natal para um projeto em parceria com entidades de classe, outras empresas e a prefeitura de São José dos Campos (SP). Dois grupos de funcionários voluntários da empresa realizam ações recreativas em entidades assistenciais e promovem a arrecadação de materiais e sucata para serem reciclados e gerarem renda.

Another type of work that can be done is the implementation of permanent maintenance, food supplement, educational or sports and cultural projects in institutions that care for the needy. Companies like Bank Boston, Belgo Mineira and Shell, among others, have been making resources and voluntary work available to support such actions.

Kodak sets aside 1.5% of its income from the sale of Christmas hampers for use in a project it has developed alongside peer companies and the municipal government of São José dos Campos (São Paulo). Two volunteer groups from the company organize recreational activities in social service entities and promote the collection of materials and scrap metal for recycling, which also helps generate income.

Alcatel organizes periodical donation campaigns in which donated materials,

A Alcatel realiza campanhas periódicas de doação de materiais diversos, como cartuchos usados, para que sejam vendidos e os recursos obtidos destinados a instituições carentes.

7. **Programas de inclusão de negros, pessoas com deficiência e outros grupos discriminados**

Ao promover a diversidade, as empresas podem contribuir para diminuir as desigualdades sociais. Implementar políticas de inclusão voltadas a grupos étnicos, pessoas com deficiência física ou mental e ex-

Ações empresariais *Business actions*

- Bunge
- Kodak
- White Martins

such as used toner cartridges, for example, are collected and sold. The proceeds go to charity institutions.

7. **Programs for the inclusion of Negroes, the handicapped and other groups that suffer discrimination**

By promoting diversity companies can help reduce social inequalities. Implementing inclusion policies for ethnic groups, the physically or mentally handicapped and ex-convicts is one way of combating prejudice and contributing towards the fulfillment of Goal 1.

Kodak's diversity program is an extensive supply chain. In partnership with



presidiários, combatendo os preconceitos, são ações que impulsionam o alcance da Meta 1.

O programa de diversidade da Kodak é extensivo à cadeia de fornecedores. Em parceria com o Integrare – Centro de Integração de Negócios, promove a inclusão de empresas pertencentes a negros, indígenas e pessoas com deficiência em sua cadeia de fornecedores. A Kodak criou também o Fórum da Diversidade, uma rede de representantes voluntários de todos os níveis hierárquicos da empresa para discutir os desafios que envolvem a diversidade no ambiente de trabalho e realizar eventos que promovam a conscientização para a não-discriminação racial.

A White Martins desenvolve projetos de diversidade com foco na inserção das pessoas com deficiência no mercado de trabalho desde 1975. Esses projetos são realizados em parceria com ONGs, entidades

governamentais e instituições especializadas que mantêm convênio com a empresa. A inclusão de trabalhadores com deficiência requer também sensibilização junto aos demais funcionários sobre a importância e o potencial desses profissionais.

A Bunge apóia a Sociedade em Defesa das Causas Humanitárias e Ressocialização Cidade do Sol (Sodecahrcis), entidade que tem como finalidade promover a ressocialização de ex-detentos, integrando-os ao convívio com a comunidade de Araxá (MG).

Integrare – the Centre for Business Integration, Kodak promotes the inclusion of Negroes, Indigenous peoples and handicapped individuals within its companies as members of its supply chain. Kodak has also created a Diversity Forum, which is a network of volunteers from all the hierarchical levels of the company designed to discuss the challenges that stem from diversity in the workplace and to promote awareness to eliminate racial discrimination.

Since 1975 White Martins has been running diversity projects that focus on helping handicapped individuals enter the jobs market. These projects are organized in partnership with NGOs, government entities and specialized institutions that have an accord with the company. Hiring handicapped workers also requires making the rest of the staff understand the importance and potential of these professionals.

Bunge supports the Sun City Society for the Defence of Humanitarian Causes and Re-socialization (Sodecahrcis), an entity whose purpose is to promote the re-integration of ex-convicts into society, helping them to become a part of the Araxá (Minas Gerais) community.

8. Contratação de aprendizes

O Banco do Brasil, que aderiu aos princípios do Pacto Global em dezembro de 2003, mantém o programa Trabalhador Adolescente, que apóia a formação pessoal e profissional de adolescentes de famílias de baixa renda. Contratados como aprendizes, os adolescentes devem estar cursando no mínimo a 7ª Série do Ensino Fundamental ou o Supletivo de 1º Grau e devem estar inscritos em programas assistenciais. Até o final de 2002, foram contratados 2.800 adolescentes.

Ações empresariais *Business actions*

- Banco do Brasil

8. Hiring of Apprentices

Banco do Brasil, which adhered to the ten principles of the Global Compact in December 2003, runs an Adolescent Workers program to support the personal and professional formation of adolescents from low-income families. Contracted as apprentices, the adolescents must be taking at least the seventh grade of primary school or first grade in secondary school and should be registered on social service programs. 2,800 teenagers had been contracted by the end of 2002.



META 2

Atingir a Universalização do Ensino Fundamental

Alvo 3

Garantir que, até 2015, todas as crianças, de ambos os sexos, terminem um ciclo completo de ensino básico

Em 1940, havia no Brasil 3,3 milhões de estudantes nos níveis primário e secundário (equivalentes hoje ao ensino fundamental e médio, respectivamente). Esse número representava apenas 21% do total de 15,5 milhões de brasileiros entre 5 e 19 anos. Essa proporção chegou a 58% em 1978 e a 86% em 1998. Tomando-se apenas a população entre 7 e 14 anos — o alvo da Meta 2 —, chegou-se a 94,5% em 2000.

A taxa de analfabetismo, considerando-se a população de 15

anos ou mais, chegou a 13,6% em 2000. Entre 1991 e 2000, pela primeira vez na história dos censos brasileiros, o número absoluto de analfabetos diminuiu: de 19,2 para 16,2 milhões.

No Brasil, um grande problema apontado no Relatório de Desenvolvimento Humano de 2003 é o das desigualdades regionais. No caso da educação, nos últimos 10 anos, as taxas de analfabetismo só têm conseguido forte redução nos Estados mais ricos — no Norte essa taxa caiu 1,2% (de 12,4% em 1990 para 11,2%

GOAL 2

Achieve Universal Primary Education

Target 3

Ensure that, by 2015, children everywhere, boys and girls alike, will be able to complete a full course of primary schooling

In 1940 there were 3.3 million primary and secondary school pupils in Brazil. This number represented only 21% of the total of 15.5 million Brazilians between the ages of 5 and 19 years. This percentage rose to 58% in 1978 and 86% in 1998. Taking only the population of children aged between 7 and 14 — which is the target age group in Goal 2 — the rate peaked at 94.5% in 2000.

The illiteracy rate among the population aged 15 or older reached 13.6% in 2000. Between 1991 and 2000, for the first time in the history of

the Brazilian census, the illiteracy rate actually fell, from 19.2 million to 16.2. The biggest problem identified in the 2003 Human Development Report for Brazil was the disparities among different regions of the country. In terms of education, the illiteracy rates have only dropped significantly in the richer states. While in the North the rate dropped only 1.2% (from 12.4% in 1990 to 11.2% in 2001), the decrease in the South was a far more expressive 4.6% (from 11% in 1990 to 7.1% in 2001).

Three indicators are used to evaluate the situation within the scope of

Indicadores — META 2 (%) / Indicators — GOAL 2 (%)	1991	2000	2001
Porcentagem de matriculados no ensino primário (entre 7 e 14 anos) <i>Percentage of children (aged between 7 and 14) attending primary school</i>	85,38	98,95	
Proporção de crianças que completam a educação primária <i>Percentage of children who complete primary school</i>			59,00
Índice de alfabetização entre 15 e 24 anos <i>Literacy rate among children between 15 and 24 years of age</i>	88,60	94,18	

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.



em 2001), enquanto que na região Sul a queda foi de 4,6% (de 11,7% em 1990 para 7,1% em 2001).

Para avaliar a situação no alcance da Meta 2, são utilizados três indicadores. O Brasil, nesse caso, apresenta progressão em dois indicadores, e um deles não permite a comparação, pois só há dados de 2001.

O setor privado pode contribuir com a melhoria no acesso à educação de

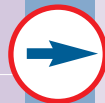
crianças e adolescentes, seja no aspecto da qualidade do ensino, seja nas oportunidades de acesso à escola. Além disso, pode estimular o combate ao trabalho infantil comprometendo seus fornecedores e a comunidade.

As empresas podem assumir compromissos com o futuro das crianças em projetos de investimento social direto em escolas ou de apoio a outras entidades, podem firmar parcerias com o poder público para

prover o ensino de crianças, o equipamento de escolas e melhorar o acesso ao material didático. Há desafios também para o público interno com o desenvolvimento de programas voltados para a melhoria da escolaridade de funcionários e dependentes.

META 2 — Atingir a Universalização do Ensino Fundamental / GOAL 2 — Achieve Universal Primary Education

Indicadores Ethos / Ethos Indicators		
Indicador Indicator	8	Compromisso com o futuro das crianças <i>Commitment to Children's Future</i>
Indicador Indicator	20	Trabalho infantil na cadeia produtiva <i>Child Labour in the Production Chain</i>
Indicador Indicator	27	Relações com organizações locais <i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador Indicator	28	Financiamento da ação social <i>Mobilization of Resources for Social Investment</i>
Indicador Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social <i>Action Strategies in the Social Area</i>
Indicador Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais	Business Actions
• Ações de combate ao trabalho infantil	• <i>Actions to combat child labour</i>
• Apoio e investimento em escolas e ONGs que desenvolvem projetos educacionais	• <i>Support for, and investment in, schools and NGOs that run educational projects</i>
• Promoção da educação de funcionários e dependentes	• <i>Promotion of education among employees and their dependants</i>
• Projetos educacionais complementares	• <i>Complementary educational projects</i>
• Contribuição para Fundos Municipais da Criança e do Adolescente	• <i>Contribution to Municipal Funds for Children and Adolescents</i>
• Parcerias com prefeituras e poder público em projetos educacionais	• <i>Partnerships with municipal government and government agencies on educational projects</i>

Goal 2. Brazil has demonstrated progress in two indicators, while no such comparison can be made for the third, as there is no data available prior to 2001.

The private sector can contribute to improving access to education for children and adolescents, whether in terms of teaching quality or in terms of access to schools. In addition to this the sector can also encourage the

eradication of child labour by securing the commitment of its suppliers and the surrounding community.

Companies can commit to securing a better future for children by organizing social investment projects directly in schools and/or by supporting other entities. They can also establish partnerships with public agencies so as to promote teaching for children, supply equipment to schools and

improve access to school materials. Companies can also confront the challenges concerning their own internal publics by creating better-schooling programs for the benefit of employees and their dependants.



1. Ações de combate ao trabalho infantil

As empresas multinacionais participam de cadeias produtivas complexas que articulam muitos tipos de fornecedores em todo o mundo. Uma ação junto aos fornecedores diretos, que seja replicada em toda a cadeia produtiva, pode ser extremamente eficaz no combate ao trabalho infantil. Se essa ação vier acompanhada de programas de apoio à educação de crianças, a meta de prover o ensino fundamental universal pode ser alcançada.

Nos setores de mão-de-obra intensiva existem várias experiências bem sucedidas que articulam o combate ao trabalho infantil e a promoção do ensino

Ações empresariais *Business actions*

- Bank Boston
- Pfizer
- Souza Cruz

1. Actions to combat child labour

Multinational companies participate in complex production chains that connect many types of supplier around the world. Action implemented with direct suppliers and copied throughout the entire production chain can be extremely efficient in combating child labour. If such actions come with support programs for child education, the Goal of promoting universal basic schooling becomes reachable.

In sectors where manual labour is prevalent there have been various very successful experiences connecting the combat of child labour with the promotion of primary schooling. The relation is simple and direct: children

fundamental. A relação é simples e direta: crianças trabalham para contribuir com a renda familiar que é muito baixa, o que as impede de frequentar a escola e de reservar horas diárias ao acompanhamento dos estudos.

No Brasil, um dos países da ONU pioneiros em adotar programas de governo de combate ao trabalho infantil, foram estabelecidas parcerias com empresas, OIT — Organização Internacional do Trabalho, Unicef — Fundo das Nações Unidas para a Infância e ONGs para promover os direitos da criança. Um dos casos mais bem sucedidos é o da Fundação Abrinq para os Direitos da Criança e do Adolescente. São mais de 1.600 empresas certificadas com o selo Empresa Amiga da Criança que se comprometem com os dez princípios estabelecidos pela Fundação.

A Pfizer, em parceria com o MOC — Movimento de Organização

work in order to contribute to the family income, which is intolerably low, and this prevents them from attending school and reserving hours in the day to devote to study.

Brazil, which was one of the pioneers within the UN in adopting government programs to combat child labour, has established partnerships with companies, the ILO — International Labour Organization, Unicef — United Nations Childhood Fund and NGOs in order to promote children's rights. One of the most successful cases is the Abrinq Foundation for the Rights of Children and Adolescents. More than 1,600 companies have been certified with the Company 'Friend of Children' seal for their commitment to the ten principles established by the Foundation.

Pfizer, in partnership with the MOC — Community Organization Movement, runs a project for the eradication of child labour in the semi-desert region of

Comunitária, realiza um projeto visando a erradicação do trabalho infantil na região semi-árida da Bahia. Cada família que tira seu filho da lavoura e o leva à escola recebe caprinos, infra-estrutura para a criação e curso de capacitação para a comercialização de seus produtos.

Em Russas, no Ceará, o Bank Boston incentiva a retirada de crianças do trabalho encaminhando-as a núcleos de ações complementares à escola, enquanto seus familiares trabalham na mini-fábrica de alimentos que fornece para a rede municipal de ensino. O projeto conta com a parceria do Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, da prefeitura municipal e do Unicef.

O Instituto Souza Cruz implementa o programa O Futuro é Agora, que envolve entidades representativas das empresas fumageiras e prefeituras de 600 cidades do Rio Grande do Sul,

Bahia. Each family that takes its children off the plantations and puts them in school receives goats, infrastructure and skills training for goat breeding and for the commercialisation of their products. In Russas, Ceará, Bank Boston encourages families to take their children out of work by sending them to participate in activity groups to complement their schoolwork while their family's work at the mini-food factory that supplies the municipal primary schools. The project is run in partnership with the Municipal Council for the Rights of Children and Adolescents, the municipal government and Unicef.

The Souza Cruz Institute has developed a program entitled The Future is Now, which involves entities representing the tobacco companies and municipal governments of 600 cities and towns in Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná and Paraíba. The program is structured into three projects: (a) The Protector of Children and the Land,



Santa Catarina, Paraná e também na Paraíba. O programa é estruturado em três projetos: Protetor da Criança e da Terra, que visa conscientizar os pais da necessidade de que seus filhos completem pelo menos o ensino fundamental; Indústrias Parceiras da Escola, que reconhece e certifica as empresas que apóiam escolas rurais; e o projeto Criança Feliz é Criança que Estuda, campanha que leva informações sobre os programas para os produtores rurais, que são convidados a assinar um termo de adesão comprometendo-se com a educação dos filhos.

2. Apoio e investimento em escolas e ONGs que desenvolvem projetos educacionais

A Petrobras desenvolve o projeto de alfabetização Mova Brasil, em parceria com o Instituto Paulo Freire e a Federação Única dos Petroleiros (FUP). O projeto beneficia 15 mil alunos nos cinco Estados em que está sendo implementado: Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará, Bahia e Rio Grande do Norte. Iniciado em 2004, o projeto pretende capacitar 1.600 alfabetizadores para, até 2006, alfabetizar 40 mil jovens e adultos.

Por meio de sua Fundação, o Banco Safra investe recursos em creches e

pré-escolas. A empresa financiou a construção de núcleos de educação infantil que funcionam como centro de referência nas comunidades. Durante o período de construção dos núcleos o banco promoveu também a capacitação técnico-pedagógica das equipes responsáveis.

O Programa Alfabetização Solidária é desenvolvido atualmente pela ONG Comunidade Solidária e apoiado pelas empresas Amanco, Nestlé, Telefônica e Texaco, entre outras. O programa pretende reduzir o índice de analfabetismo em municípios pobres do país, contando com suporte financeiro de empresas, que garantem parte dos recursos necessários tanto à alfabetização de crianças, adolescentes e adultos, quanto à capacitação de alfabetizadores. A Amanco apóia o programa em Olindina (BA) e no Cabo de Santo Agostinho (PE). A Nestlé atua em três cidades do interior de Alagoas, enquanto a Texaco foca seu apoio em

Ações empresariais *Business actions*

- Amanco
- Banco Safra
- Nestlé
- Petrobras
- Telefônica
- Texaco

which aims to make parents understand how important it is that their children at least finish primary school, (b) Industry in Partnership with Schools, which recognizes and certifies companies that support rural schools, and (c) A Happy Child is a Child that Studies, a campaign designed to spread news of the programs among rural producers, who are invited to sign an adherence agreement expressing their commitment to their children's education.

2. Support for, and investment in, schools and NGOs that run educational projects

Petrobras runs a literacy project called Move Brazil in partnership with the Paulo Freire Institute and the Sole Petrol Company Federation (FUP). The project benefits 15 thousand students throughout the 5 states in which it has been implemented: Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará, Bahia e Rio Grande do Norte. Started in 2004, the project aims to prepare 1,600 literacy teachers and teach 40 thousand youths and adults to read and write by 2006.

Through its Foundation Banco Safra invests in resources for crèches and pre-schools. The company financed the construction of child education

centres that function as centres of reference for the communities. While the centres were under construction the bank also promoted technical-pedagogical training for the teams in charge.

The Solidarity Literacy Program is currently run by the NGO Community Solidarity with the support of companies like Amanco, Nestlé, Telefônica and Texaco, among others. With the financial support of these companies, which not only cover part of the costs of teaching the children, teens and adults how to read and write, but also help pay the literacy teachers, the program aims to reduce the illiteracy rates in poor municipalities throughout the country. Amanco supports the program in Olinda (Bahia) and Cabo de Santo Agostinho (Pernambuco). Nestlé works in three towns in the countryside of Alagoas, while Texaco focus its support in three municipalities in Pará



três municípios paraenses e duas cidades nordestinas. A Telefônica adotou 25 mil alunos do Alfabetização Solidária em grandes centros urbanos, como São Paulo e Rio de Janeiro.

3. Promoção da educação de funcionários e dependentes

As empresas podem ajudar a formação dos filhos de seus funcionários (e de terceiros), principalmente no que se refere ao Ensino Fundamental e Ensino Médio. As iniciativas incluem desde a disponibilização de escolas ou de locais próprios para o aprendizado — muitas vezes em parceria com o poder público — até a confecção de material específico para uso em aula.

O laboratório Aché desenvolve projeto destinado aos filhos de funcionários em idade escolar. Os alunos que freqüentam o Ensino Fundamental da primeira à quarta série recebem material escolar comprado pela

empresa com renda proveniente da negociação de seus resíduos recicláveis. A Kodak instalou em sua fábrica de Manaus (AM) várias salas de aula para conclusão do Ensino Fundamental e Ensino Médio de seus funcionários, contando com a disponibilização de professores pela Secretaria de Educação daquele Estado.

O projeto da White Martins dá apoio a seus funcionários e a pessoas da comunidade para que concluam o Ensino Fundamental e Médio. Também integra um projeto maior da Fubrae — Fundação Brasileira de Educação, no Centro Educacional de Niterói (RJ).

Ações empresariais *Business actions*

- Aché
- Kodak
- White Martins

and two northeastern towns. Telefônica has adopted 25 thousand Literacy Solidarity students from large urban centres like São Paulo and Rio de Janeiro.

3. Promotion of education among employees and their dependants

Companies can help in educating their employees' children (and those of third parties), mainly at Primary and Secondary school level. The initiatives include such actions as making schools and/or their own facilities available for learning — often in partnership with public authorities — and producing classroom material.

The laboratory Aché runs a project directed towards the school-age children of its employees. First to fourth grade Primary School students receive school material the company buys with the proceeds from the sale of its recyclable residues.

Kodak has installed classrooms at its factory in Manaus (Amazonas) so that its employees can complete their Primary and Secondary schooling. The project counts on teachers made available by the State's Education Secretary. White Martins has a project to support its employees and other members of the community in completing their Primary and Secondary school studies. It also co-runs a project with Fubrae — the Brazilian Education Foundation at the Educational Centre in Niterói (Rio de Janeiro).



4. Projetos educacionais complementares

Os projetos educacionais complementares realizam atividades extracurriculares e estimulam o aprendizado, aumentando o tempo de permanência e o interesse da criança na escola.

O Banco do Brasil e o Grupo Pão de Açúcar, além de outras empresas, são parceiros do projeto Queroler – Biblioteca para Todos. O projeto tem como objetivo zerar o número de municípios brasileiros sem bibliotecas públicas – atualmente em torno de 1.000 cidades –, desenvolvendo campanhas de doação de computadores e de livros para o

Ações empresariais *Business actions*

- Banco do Brasil
- Natura
- Grupo Pão de Açúcar
- Seara

4. Complementary educational projects

Complementary educational programs carry out extracurricular activities and stimulate learning, making children stay longer at school and extending their interest in schoolwork.

Banco do Brasil and Grupo Pão de Açúcar, in conjunction with other companies, are partners in a project called “Queroler – A Library for All”. The project has the objective of ensuring that every Brazilian municipality has its own public library – there are currently approximately 1,000 cities without libraries. To this end the project develops campaigns for the donation of computers and books to make up the library

acervo. Para isso, mobiliza setores governamentais, engajando empresas e escolas públicas e privadas para apoiarem o projeto e promover a capacitação dos responsáveis pelas bibliotecas nas cidades. O Queroler está em andamento em sete Estados: Minas Gerais, São Paulo, Piauí, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Paraná.

A Natura contribui para a melhoria da qualidade do ensino público fornecendo apoio técnico a projetos educacionais criativos e inovadores. O projeto Crer para Ver conta com apoio de parceiros de negócios da empresa e da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente, e já financiou 146 projetos em seus oito anos de existência. A Natura também promove o acesso dos empregados e suas famílias à educação formal, oferecendo bolsas que subsidiam cursos técnicos, universitários, supletivos e de idiomas. Também

oferece cursos de informática para filhos de empregados.

O projeto de educação de adolescentes da Seara visa promover a inclusão social de jovens e prepará-los para o mercado de trabalho. Para isso desenvolve atividades de acesso à literatura, participação em palestras e eventos e fornece cursos de inglês, informática, e outros para adolescentes a partir de 14 anos, provenientes de famílias de baixa renda.

collections. The project mobilizes government sectors, companies and public and private schools, ensuring their support in providing the necessary training for the city librarians. The “Queroler” project is underway in seven states: Minas Gerais, São Paulo, Piauí, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e Paraná.

Natura contributes to the improvement of the quality of public schooling by providing technical support to creative and innovative educational projects. The project Believe to See is supported by the company's business partners and the Abrinq Foundation for the Rights of Children and Adolescents and has already financed 146 projects throughout its eight years of existence. Natura also promotes the access of its employees and their families to formal education, offering scholarships to subsidize technical

courses, university degrees, supplementary courses and language studies. The company also offers computer courses to children of employees.

The Seara teenager education program looks to promote the social inclusion of young people and prepare them for the jobs market. In order to achieve this the company runs activities that give the youth access to literature, participation in speeches and events and also provides English, computing and other courses to teenagers of 14 years of age or more from low-income families.



5. Contribuição para Fundos Municipais da Criança e do Adolescente

A Belgo Mineira e o Bank Boston contribuem, como outras empresas, para Fundos Municipais da Infância e do Adolescente. Essas contribuições beneficiam cidades de 12 Estados brasileiros, melhorando a qualidade de vida de crianças e adolescentes em situação social de risco. A Belgo Mineira antecipa quantias que funcionários, terceiros, fornecedores e outros parceiros pretendam destinar aos Fundos como abatimento de parcela do Imposto de Renda. O Bank Boston destina 1% de seu Imposto de Renda aos Fundos Municipais e repassa a contribuição de 650 funcionários

para o Fundo Municipal da Criança e do Adolescente.

A Telemig, por meio do Pró-Conselho, busca fortalecer os CMDCA – Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente e os Conselhos Tutelares em Minas Gerais. Articuladas em dez projetos, as principais ações da empresa incluem a doação de aparelhos celulares para Conselhos Tutelares; o Prêmio Bom Conselho, que reconhece e apóia o desenvolvimento de projetos dos CMDCA; cursos de capacitação; e participação de funcionários e da comunidade na destinação de recursos para o FIA – Fundo da Infância e Adolescência.

Ações empresariais *Business actions*

- Belgo Mineira
- Bank Boston
- Telemig

5. Contribution to Municipal Funds for Children and Adolescents

Belgo Mineira and Bank Boston, in conjunction with other companies, contribute to Municipal Funds for Children and Adolescents. These contributions benefit cities in 12 Brazilian states and help improve the quality of life of children and teens in situations of social risk. Belgo Mineira makes advance payments to employees, outsourced professionals and suppliers who intend to write off contributions to the Funds against their income tax bills. Bank Boston channels 1% of its Income Tax payments to Municipal Funds and redirects the tax contributions of 650 of its employees to the World Fund for Children and Adolescents.

Telemig seeks to strengthen the Municipal Councils for the Rights of Children and Adolescents— MCRCA – through its Pro-Council program. Divided into ten separate actions, the company's main efforts include donating cellular phones to Child Protection Groups, the Good Advice Award, which recognizes and supports the development of MCRCA projects, skills training courses, the participation of employees in the community and the channelling of resources into the Fund for Children and Adolescents.



META 3

Promover a Igualdade entre os Sexos e a Autonomia da Mulher

Alvo 4

Eliminar a disparidade entre os sexos no ensino primário e secundário, se possível até 2005, e em todos os níveis de ensino, até 2015

Fortalecer a participação da mulher, seja no local de trabalho, por meio de ações empresariais voltadas aos empregados; seja por meio de parcerias com o governo e o terceiro setor, é fundamental para alcançar a Meta 3. Além disso, as ações empresariais também devem considerar iniciativas que combatam a violência contra a mulher no local de trabalho. O combate ao assédio sexual deve ser um alvo preferencial, como forma de proteger a mulher dentro da empresa.

Pesquisa do Instituto Ethos realizada em 2003, abrangendo 247 entre as maiores empresas do Brasil indicou que nos cargos de diretoria a participação de mulheres é de apenas 9%. Apenas 3% das empresas responderam promover programas de capacitação profissional para a melhoria da qualificação das mulheres.

No Brasil, é pequeno o número de empresas que desenvolvem programas de ação afirmativa para a promoção da

GOAL 3

Promote Gender Equality and Empower Women

Target 4

Eliminate gender disparity in primary and secondary education preferably by 2005 and to all levels of education no later than 2015

Strengthening the participation of women, be it in the workplace or through business actions directed towards employees, or be it through partnerships with the government and the third sector, is fundamental if Goal 3 is to be reached. In addition to this, business actions should also consider initiatives to combat violence against women in the workplace. The fight against sexual harassment should be a priority Goal, as it is a way of protecting women within the company.

A survey conducted by the Ethos Institute in 2003 covering 247 of the largest companies in Brazil indicated that women occupied only 9% of the directorship positions. Only 3% of the companies surveyed ran skills training programs to improve the qualifications of female employees.

Only a small number of companies in Brazil run affirmative action programs to promote women in the workplace. Inequality between men and women is very present in the jobs market and in

Indicadores — META 3 (%) / Indicators — GOAL 3 (%)

Razão entre meninas e meninos na educação primária, secundária e superior — 2000 (%)
Ratio of boys and girls in primary, secondary and third level education — 2000 (%)

Primária/ <i>Primary</i>	95,78
Secundária/ <i>Secondary</i>	120,15 META ATINGIDA/GOAL MET
Superior/ <i>Third level</i>	128,54 META ATINGIDA/GOAL MET

Razão entre mulheres e homens na população alfabetizada entre 15 e 24 anos (%)
Ratio of literate men and women between the ages of 15 and 24 (%)

1991	106,67 META ATINGIDA/GOAL MET
2000	102,98 META ATINGIDA/GOAL MET

Proporção de cadeiras ocupadas por mulheres no Congresso Nacional (%)
Percentage of seats held by women in the National Parliament (%)

	Deputadas/ <i>Deputies</i>	Senadoras/ <i>Senators</i>
1991		1,24
1999	7,8	
2003	8,8	12,35

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.



mulher no local de trabalho. A desigualdade entre homens e mulheres está presente principalmente no mercado de trabalho e na representação política, pois na educação as mulheres já alcançaram melhores níveis que os homens. Mesmo assim, seus salários médios continuam menores e a estrutura ocupacional ainda concentra o sexo feminino em cargos de menor remuneração.

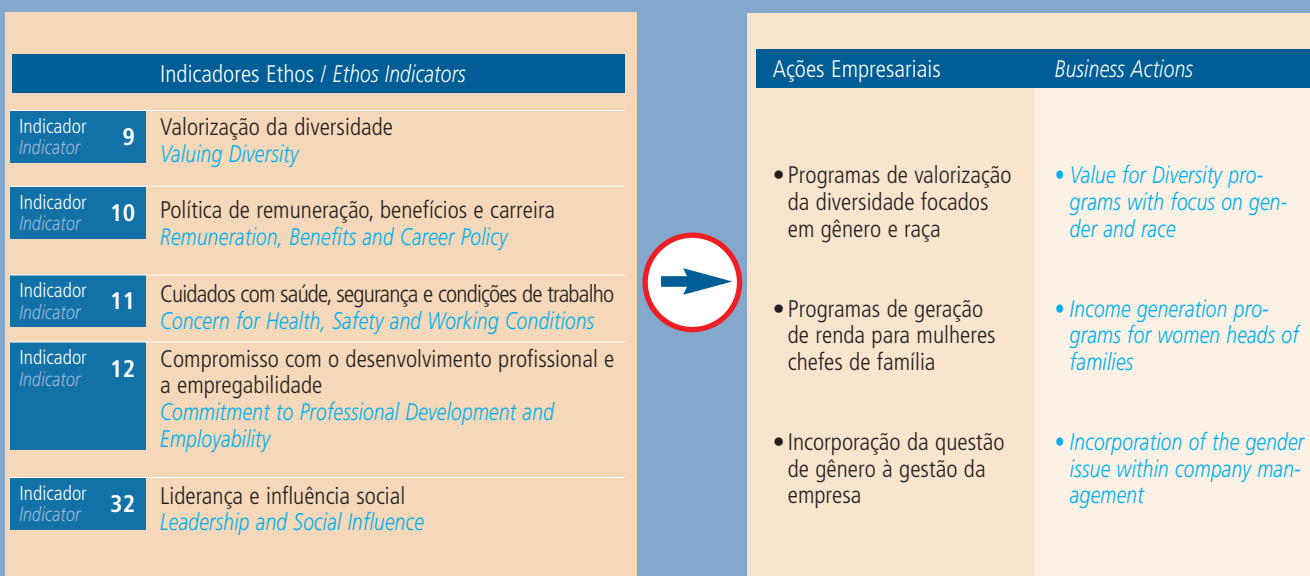
Para avaliar a efetivação da Meta 3 são utilizados quatro indicadores. No caso do Brasil foram considerados apenas

três, que apresentam ótimos resultados, com alcance parcial da meta desde a década de 90. O indicador de número de mulheres alfabetizadas por número de homens alfabetizados já foi atingido; assim como o equilíbrio na educação secundária e superior, mas não no caso da educação primária. No entanto, a representação das mulheres na vida política do país ainda é profundamente desigual, como mostra o quadro anterior.

As empresas têm nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial alguns parâmetros para a promoção da

igualdade de oportunidades e o fortalecimento da participação feminina na sociedade e no local de trabalho. A valorização da diversidade deve estar manifestada nos programas de princípios de negócios e códigos de conduta. Políticas de valorização profissional, remuneração e benefícios devem seguir diretrizes e programas específicos para o público feminino no âmbito da empresa e nas relações com as partes interessadas.

META 3 - Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia da mulher GOAL 3 - Promote gender equality and empower women



political representation, even though women are achieving better educational levels than men. Women's salaries also remain lower than those of men and women continue to occupy lower-paid positions within the occupational structure.

Four indicators are used to measure Goal 3, though in the case of Brazil only three are considered, and they show excellent results, with the Goal having been partially fulfilled since the 90s. The Goal ratio of literate women against

literate men has already been met, as has the balance between education at secondary and university levels, though not yet at primary level. However the number of women in politics against the number of men still remains profoundly unequal, as the table shows.

The Ethos Social Responsibility Indicators provide companies with parameters for the promotion of equal opportunities and the strengthening of female participation in society and in

the workplace. Value placed on diversity should be made manifest in companies' business principles and codes of conduct programs. Policies concerning the valuing of professionals, remuneration and benefits should follow directives and specific programs. Goaling women in the company sphere and in its relationships with interested parties.



1. Programas de valorização da diversidade focados em gênero e raça

A promoção da mulher no local de trabalho deve ser realizada da perspectiva da gestão estratégica, ou seja, é preciso uma análise do clima organizacional e um plano de execução da estratégia com metas, procedimentos, programas e ações muito bem desenhados, além de mecanismos de avaliação. Na maior parte dos casos, as empresas estimulam a sensibilização do público interno para com a igualdade de oportunidades mas ainda relutam em definir metas de promoção da mulher a cargos de chefia.

Ações empresariais *Business actions*

- Bank Boston
- Basf
- Ford

1. Programs encouraging respect for diversity with focus on gender and race

The promotion of women in the workplace should be done from the standpoint of strategic management, in other words, it is necessary to analyse the organizational climate and draw up a strategy execution plan with well-defined Goals, procedures, programs and actions, and well-defined evaluation mechanisms. In most cases companies encourage equal opportunity awareness among their internal publics but are still reluctant to define Goals for the promotion of women to management/senior positions.

The Ford Motor Company diversity program was launched with a view

O programa de diversidade da Ford Motor Company foi lançado visando prioritariamente o aumento da diversidade de raça e gênero na força de trabalho da empresa. Foram adotadas medidas inclusivas que estimulam a tolerância a diferenças individuais e o engajamento de todos os trabalhadores em todos os níveis hierárquicos ao programa. A empresa estabeleceu instrumentos de indicação e monitoramento das ações e determinou o alinhamento do plano de ação afirmativa a regulamentações governamentais.

O Programa de Valorização da Diversidade da Basf, lançado em 2003, envolve todas as empresas do grupo no Brasil e está focado nas mulheres e afrodescendentes. As ações afirmativas são baseadas em processos de mobilização e educação e estão centradas na valorização e promoção da diversidade como vantagem significativa e competitiva da

towards prioritising the increase of racial and gender diversity in the company's workforce. Measures were adopted that included stimulating tolerance towards individual differences and the engagement with the program on behalf of employees from all hierarchical levels. The company established indicators and instruments to monitor the actions and determined that the affirmative action plan should be in complete alignment with governmental regulations.

Basf's Value for Diversity Program, launched in 2003, involves all of the companies in the group in Brazil and is focused on women and people of African descent. Its affirmative actions are based on mobilization and education processes and are centred round valuing and promoting diversity as a significant and competitive advantage to the organization. The program's objective is to significantly increase the number of women executives and the number of

organização. O objetivo do programa é aumentar significativamente o número de executivos do sexo feminino e aumentar a ocupação em cargos de liderança por não-brancos.

O Bank Boston desenvolve, em São Paulo, o projeto Geração 21, destinado à capacitação de jovens negros. O projeto fornece pequenos empréstimos que alavancam negócios de pequeno porte, que são dirigidos por esses jovens enquanto cursam a universidade. Com parceria do Geledés – Instituto da Mulher Negra, da Fundação Cultural Palmares e da Unesco, o Geração 21 melhora as condições em que vivem o jovem negro e sua família e promove sua inclusão por meio do empreendedorismo.

non-whites occupying positions of leadership within the company.

In São Paulo Bank Boston runs a project entitled Generation 21, which is directed towards the provision of skills training for young Negroes. The project provides small loans to set up small-scale businesses to be run by these youths during their university studies. In partnership with Geledés – the Institute for Negro Women, the Palmares Cultural Foundation and Unesco, Generation 21 improves the conditions in which young Negroes and their families live and promote their social inclusion through business undertakings.



2. Programas de geração de renda para mulheres chefes de família

A Telefônica, por meio de sua Fundação, tem seu programa de geração de renda voltado para as mulheres de baixa renda que atuam como chefes de família. Atualmente, cerca de 25% das famílias brasileiras são chefiadas por mulheres (mães e avós). Muitas delas, porém, não conseguem desenvolver uma atividade econômica com a qual possam sustentar seus dependentes.

O programa promove a capacitação técnica dessas mulheres, apoiando iniciativas já existentes visando o desenvolvimento, a confecção e a comercialização de vários produtos. Também recebem orientação sobre

técnicas de gestão e cooperativismo e assessoria até a auto-sustentação do empreendimento. São apoiados quatro projetos nas cidades de Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo.

Ações empresariais

Business actions

- Telefônica

businesses. The company supports four such projects in Salvador, Rio de Janeiro and São Paulo.

2. Programs for the generation of income for female family heads

The Telefônica Foundation runs an income generation project for women at the head of low-income families. Currently, approximately 25% of all Brazilian families are led by women (mothers and grandmothers), many of whom cannot find jobs that pay enough to enable them to sustain those families. The program promotes skills training for these women by supporting pre-existing initiatives that seek to develop the production and commercialisation of various products. The women also receive orientation on management techniques and cooperativism and even advice on how to sustain their own



META 4

Reduzir a Mortalidade Infantil

Alvo 5

Reduzir em dois terços, entre 1990 e 2015, a mortalidade de crianças menores de 5 anos

Alguns setores empresariais têm especial envolvimento na meta de redução da mortalidade infantil. As indústrias farmacêutica e de alimentos podem contribuir diretamente para o alvo definido por essa meta. Um desafio fundamental é o acesso à água potável para populações carentes. Os esforços das empresas podem ser decisivos para a redução da incidência de doenças causadas por infecções transmitidas pela água contaminada. Essa é a principal causa de doenças e mortes de crianças em todo o mundo.

O combate à Aids em crianças é outro desafio importante. O Unicef calcula que, entre 2000 e 2005, mais de 50% da mortalidade infantil no Sul da África será consequência da Aids.

Prover programas específicos para crianças portadoras do vírus, melhorar as condições de acesso dessas populações a medicamentos seguros e baratos e atacar as causas da doença com campanhas de conscientização são algumas das ações praticadas por empresas.

Para avaliar a situação no alcance da Meta 4, são utilizados três indicadores. A situação do Brasil, nesse caso, é de progressão em todos os indicadores. Porém, o Relatório de Desenvolvimento Humano de 2003 alerta para a desigualdade na taxa de mortalidade infantil entre crianças ricas e pobres ao longo dos anos 80 e 90 em países como o Brasil, que aparece ao lado de Colômbia, Uganda e Indonésia.

Indicadores — META 4 (por 1.000) / Indicators — GOAL 4 (per 1,000)	1991	1996	2000
Taxa de mortalidade abaixo de 5 anos <i>Mortality Rate among children under 5</i>	47,96		38,10
Taxa de mortalidade infantil <i>Child Mortality rate</i>	38,80		32,53
Proporção de crianças de até 1 ano imunizadas contra sarampo <i>Percentage of children up to 1 year of age vaccinated against measles</i>		79,98	98,35

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.

GOAL 4

Reduce Child Mortality

Target 5

Reduce by two thirds, between 1990 and 2015, the under-five mortality rate

Some business sectors have a special role to play in reducing infant mortality. The pharmaceutical and food industries can contribute directly to the goal defined for this Goal. One fundamental challenge is ensuring access to drinking water for needy populations. The efforts of companies can be decisive in reducing the incidence of illnesses caused by infections transmitted by contaminated water — the main cause of death among children in the world.

Combating Aids among children is another important challenge. Unicef has estimated that between 2000 and 2005 more than half of all child deaths in Southern Africa will have been caused by Aids. Promoting specific programs for child sufferers of the Aids virus,

improving the access of these populations to cheap and safe medication and attacking the causes of the illness through awareness campaigns are just some of the actions companies are conducting in order to achieve this Goal.

Three indicators are used to evaluate the situation pertaining to Goal 4. Although Brazil has shown progress in all three of these indicators, the 2003 Human Development Report calls attention to the disparity between the infant mortality rate among children born to rich families and the mortality rate among children born into poor families which surged during the 80s and 90s in countries like Brazil, Colombia, Uganda and Indonesia.



O Instituto Ethos dispõe de indicadores que balizam as ações de empresas com vistas ao cumprimento da Meta 4.

As empresas podem adotar programas e compromissos que garantam o futuro das crianças a partir dos cuidados dirigidos à saúde materna, além de promover ações para orientação da higiene doméstica e ampliação do acesso à água potável por populações de baixa renda.

1.

Melhoria do acesso a medicamentos seguros e baratos

As empresas podem melhorar o acesso de famílias pobres a medicamentos seguros e baratos.

A empresa Aché, em parceria com a ONG InMed, desenvolve um projeto voltado para o combate à anemia em crianças de escolas públicas. Desde 2001 foram atendidas cerca de 5.000 crianças de 12 cidades em 6 estados, principalmente em Goiás.

META 4 – Reduzir a mortalidade infantil / GOAL 4 – Reduce child mortality

Indicadores Ethos / Ethos Indicators	
Indicador Indicator	8 Compromisso com o futuro das crianças <i>Commitment to Children's Future</i>
Indicador Indicator	11 Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho <i>Concern for Health, Safety and Working Conditions</i>
Indicador Indicator	12 Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade <i>Commitment to Professional Development and Employability</i>
Indicador Indicator	20 Trabalho infantil na cadeia produtiva <i>Child Labour in the Production Chain</i>
Indicador Indicator	27 Relações com organizações locais <i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador Indicator	29 Envolvimento da empresa com a ação social <i>Action Strategies in the Social Area</i>
Indicador Indicator	33 Participação em projetos sociais governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais	Business Actions
• Melhoria do acesso a medicamentos seguros e baratos	• <i>Improvement in access to safe and affordable medication</i>
• Melhoria do acesso à água potável	• <i>Improvement in access to drinking water</i>
• Apoio e premiação de projetos exemplares	• <i>Support and awarding of exemplary projects</i>

The Ethos Institute offers indicators that mark out company actions aiming towards the fulfilment of Goal 4.

Companies could adopt programs and commitments that guarantee a future for children by ensuring maternal health care and promoting actions that give orientation on domestic hygiene, as well as by broadening access to drinking water for low-income populations.

1.

Improvement in access to safe and affordable medication

Companies can help improve access to safe and affordable medication for poor families.

Aché has developed a program, in partnership with the NGO InMed, to combat anemia in public schoolchildren. Since 2001 approximately 5,000 children have been attended in 12 towns across 6 states, though particularly in Goiás.



O projeto Quilombo, implementado pela mineradora MRN, atende comunidades remanescentes de quilombolas nas margens do rio Trombetas, no Pará. Em parceria com a Fundação Esperança de Santarém, investe na redução do índice de doenças transmissíveis da população local, principalmente promovendo a imunização contra poliomielite, tríplice DTP (difteria, tétano e coqueluche), hepatite B e febre amarela. Em 2003, 98% das crianças entre 12 e 13 meses foram vacinadas.

O laboratório farmacêutico GlaxoSmithKline firmou acordo com o Ministério da Saúde que garante a transferência de tecnologia para produzir a vacina tríplice viral, utilizada contra sarampo, rubéola e caxumba,

Ações empresariais *Business actions*

- Aché
- MRN — Mineração Rio do Norte
- GlaxoSmithKline

The 'Quilombo' project implemented by the mining company MRN attends to the remaining quilombolas communities on the banks of the Trombetas River in Pará. In partnership with the Santarém Hope Foundation, MRN invests in reducing the rate of contagious diseases among the local population, mainly by promoting vaccination against polio, diphtheria, tetanus and whooping cough, hepatitis B and yellow fever. In 2003 98% of all children between the ages of 12 and 13 months were vaccinated.

The pharmaceutical laboratory GlaxoSmithKline sealed an accord with the Ministry of Health that guarantees the transference of technology for the production of the triple viral inoculation used against measles, German measles and mumps for a period of five years.

por cinco anos. Essa vacina era a única ainda importada pelo Programa Nacional de Imunizações do governo federal. Com o domínio da técnica adequada para a produção do imunizante, o país economizará US\$ 15 milhões nos próximos cinco anos. A previsão é de que 20 milhões de doses deverão ser fabricadas em 2004.

This vaccine was the only one still being imported under the Federal Government's National Vaccination Program. With the use of the appropriate technology to produce the vaccines, the country will save US\$ 15 million over the next five years. 20 million doses are expected to be produced in 2004.

2. **Melhoria do acesso à água potável**

Por meio do programa Bayer Vai à Comunidade, a Bayer contribui para a redução da mortalidade infantil em cidades do Vale do Jequitinhonha e Mucuri (MG), uma das mais pobres regiões do Brasil. O programa distribuiu, desde 2003, 186 mil tabletes de Aquatabs às secretarias de Saúde desses municípios. Os Aquatabs tornam potável a água de rios e de poços artesanais, evitando a transmissão de doenças por água contaminada.

Ações empresariais *Business actions*

- Bayer

2. **Improvement in access to drinking water**

Through its 'Bayer Goes to the Community' program, Bayer has contributed to the reduction of the infant mortality rate in cities in the Jequitinhonha Valley and Mucuri (Minas Gerais), one of the poorest regions in the country. The program has distributed 186 thousand Aquatab tablets to the health secretaries of these municipalities since 2003. The Aquatabs make river and well water drinkable and thus avoid the transmission of illnesses through contaminated water.



3. **Apoio e premiação de projetos exemplares**

As ações empresariais podem apoiar projetos educacionais em localidades para promover a higiene pessoal e sanitária, melhorar a nutrição infantil e garantir acesso aos medicamentos básicos para minorar as causas da mortalidade infantil.

A Pepsico do Brasil oferece apoio técnico e monitoramento periódico para avaliar a evolução e os resultados de projetos de terceiros. O programa selecionou dez projetos em sete Estados do Brasil, que têm como foco a elevação da expectativa de vida e a redução da desnutrição e da mortalidade infantil. Os projetos

escolhidos referem-se a cinco categorias: Produção Alimentar, Pesquisa e Estudo, Voluntariado, Educação e Assistência Direta.

Ações empresariais *Business actions*

- Pepsico

*Production, Research and Study,
Voluntary Work, Education and Direct
Assistance.*

3. **Support for and awarding of exemplary projects**

Business actions can support educational projects in certain locations to promote personal hygiene and sanitation, improve infantile nutrition and guarantee access to basic medicines so as to reduce the number of causes of child deaths.

Pepsico do Brasil offers technical support and periodical monitoring to help assess the progress and results of projects run by third parties. The program selected ten projects from 7 states that focus on increasing life expectancy and reducing malnutrition and child deaths. The chosen projects fell into five categories: Food



META 5

Melhorar a Saúde Materna

Alvo 6

Reduzir em três quartos, entre 1990 e 2015, a taxa de mortalidade materna

Muitas vezes a mulher, especialmente a gestante, encontra no ambiente de trabalho um contexto adverso. Mas ele pode ser alterado pelas empresas a partir de ações focadas na melhoria da saúde materna. Essas ações podem ser direcionadas para os empregados, voltar-se para a cadeia produtiva ou ainda envolver parceiros que atuem junto às comunidades. Nesse caso, as ações podem estabelecer sinergia com outras Metas do Milênio.

Para avaliar a situação no alcance da Meta 5, são utilizados dois indicadores. No caso do Brasil, foi considerado apenas um indicador, que apresenta regressão em relação à meta a ser alcançada.

O Instituto Ethos desenvolveu indicadores que valorizam a saúde materna no âmbito das ações de responsabilidade social. No que se refere ao público interno, as empresas podem valorizar a diversidade, promover ações em prol do futuro das crianças, dar atenção especial aos cuidados com a saúde de seus funcionários e criar condições de trabalho adequadas às mulheres que engravidam, além de proporcionar um ambiente favorável ao seu retorno após o período de licença.

Indicadores — META 5 (por 1.000) / Indicators — GOAL 5 (per 1,000)	1996	2000
Taxa de mortalidade materna <i>Childbirth death rate for mothers</i>	50,15	63,67

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.

GOAL 5

Improve Maternal Health

Target 6

Reduce by three-quarters, between 1990 and 2015, the maternal mortality rate

Women, and especially pregnant women, often find the workplace a particularly adverse environment. Companies can change this through actions focused on improving maternal health. These actions can be directed towards employees or work all along the production chain, or even involve partners working alongside the communities. In this case, actions can establish firm alignment with the Millennium Goals.

Two indicators are used to evaluate the situation referent to Target 5. Only one was considered in Brazil's case and revealed a regression in relation to the set Goal.

The Ethos Institute has developed indicators that measure maternal health within the scope of social responsibility. In relation to their own internal publics, companies can contribute by placing greater store on diversity, promoting actions to ensure a better future for children, giving special attention to healthcare for its employees and creating working conditions that are suitable for pregnant women. They can also help by creating an environment that is favourable to the return of these women post-childbirth.



1. Melhoria das condições de trabalho e da saúde ocupacional da mulher

Laboratórios farmacêuticos, empresas de produtos de higiene e beleza, além de empresas que empregam grande número de mulheres, devem desempenhar um papel estratégico em

prover produtos e serviços por meio de programas de responsabilidade social. As empresas que atuam nos serviços de saúde, especificamente focados na saúde reprodutiva da mulher, têm uma responsabilidade especial na implementação de ações voltadas para o cumprimento da Meta 5.

No âmbito interno, as empresas podem melhorar as condições de trabalho de seus empregados com ações direcionadas à saúde da mulher trabalhadora antes, durante e depois da gestação. Essas ações podem melhorar o acesso à informação, seja para a ocorrência de doenças sexualmente transmissíveis, seja para práticas de prevenção (câncer de mama, por exemplo), seja para diminuir os riscos durante a gravidez. Além

META 5 – Melhorar a saúde materna / GOAL 5 – Improve maternal health

Indicadores Ethos / Ethos Indicators

Indicador Indicator	9	Valorização da diversidade <i>Valuing Diversity</i>
Indicador Indicator	11	Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho <i>Concern for Health, Safety and Working Conditions</i>
Indicador Indicator	12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade <i>Commitment to Professional Development and Employability</i>
Indicador Indicator	33	Participação em projetos governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais

Business Actions

- | | |
|--|--|
| • Melhoria das condições de trabalho e da saúde ocupacional da mulher | • <i>Improve working conditions and occupational health for women</i> |
| • Apoio a ONGs que trabalhem com o tema de gênero e com a melhoria dos serviços de saúde | • <i>Support for NGOs that work on the gender issue and towards the improvement of health services</i> |
| • Apoio a políticas públicas que ajudem a melhoria da saúde materna | • <i>Support public policies that help improve maternal health</i> |

Ações empresariais *Business actions*

- Avon
- Natura
- Schering Plough

through social responsibility programs. Companies working with health services, specifically those with focus on reproductive health for women, have a special responsibility to bear in implementing business actions directed towards reaching Goal 5.

Internally companies can improve working conditions for their employees through actions benefiting the health of the woman worker before, during and after pregnancy. These actions can involve improving access to information, whether concerning sexually transmitted diseases or about prevention practices (breast cancer, for example), or perhaps on how to reduce risks during pregnancy. In addition to this, mainly in the case of food companies, actions can also involve nutritional aspects that help the health of both mother and baby.

1. Improvement in working conditions and occupational health for women

Pharmaceutical laboratories, hygiene and beauty product companies and companies with a large female staff should play a fundamental and strategic part in providing products and services



disso, principalmente no caso de empresas de alimentos, as ações podem também envolver aspectos nutricionais que ajudem a saúde materna e do bebê.

Ações em favor da saúde materna se multiplicam no Brasil, especialmente naquelas empresas em que as mulheres são maioria. Programas de informação sobre planejamento familiar, sexualidade, doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), auto-exame de mamas, amamentação, promoção de lactário dentro da empresa e prevenção da osteoporose são exemplos de ações e temas das empresas Schering Plough, Natura e Avon.

Na Avon, o contingente feminino é de 60% entre os 4 mil funcionários. As ações são direcionadas para a educação das gestantes, aleitamento materno e em programas antitabagismo.

Business actions directed towards maternal health are on the increase in Brazil, particularly in companies with a majority of women on their staff. Information programs on family planning, sexuality, sexually transmitted diseases (STDs), self-examination for breast cancer, breastfeeding, the promotion of milk intake within the company and the prevention of osteoporosis are examples of actions and themes treated by companies like Schering Plough, Natura and Avon.

The female contingent in Avon's staff of 4 thousand employees is 60%. The company's actions target pregnant women and include breastfeeding and anti-smoking programs.

Nurseries and special baby care are also the central themes of life quality programs at Natura and Avon, where children can stay with their mothers in the workplace up to the ages of 4 and 2 respectively.

Berçários e cuidados especiais para os bebês também são alvos de programas de qualidade de vida. Na Natura, as crianças ficam com suas mães no trabalho até os quatro anos e, na Avon, até os dois anos.

2. Apoio a ONGs que trabalhem com o tema de gênero e com a melhoria dos serviços de saúde

As empresas podem atuar em parceria com entidades do terceiro setor no desenvolvimento de programas que defendam a maior participação da mulher no local de trabalho. Podem, ainda, trabalhar para melhorar o

Ações empresariais *Business actions*

- Basf

2. Support for NGOs that work on the gender issue and towards the improvement of health services

Companies can work in partnership with entities from the third sector to develop programs defending the greater representation of women in the workplace. They can also work towards improving the attendance women receive on the health service through partnerships with NGOs and public bodies.

The Mother and Baby Passport project created by the municipal government of São Bernardo do Campo (São Paulo) attends pregnant women doing pre-natal check ups at its 30 Basic Health

atendimento às mulheres nos serviços de saúde, em parceria com ONGs e poder público.

O projeto Passaporte Materno Infantil, criado pela prefeitura de São Bernardo do Campo (SP), atende às mulheres gestantes que fazem acompanhamento pré-natal nas 30 Unidades Básicas de Saúde (UBS). As gestantes recebem o passaporte, que permite a avaliação da saúde da mãe e do feto durante toda a gravidez, e, após o nascimento, acompanha a criança até que ela complete dois anos. Desde 2002, a Basf contribui com o projeto para a confecção de 12 mil passaportes. O projeto possibilita a detecção precoce de alterações que podem causar deficiências irreversíveis. Também fornece treinamento para as equipes de saúde das UBS e informa a população sobre a necessidade de prevenção de deficiências, reduzindo o número de gestações e nascimentos de risco e seqüelas das doenças infantis.

Units (BHUs). Pregnant women receive a passport that entitles them to mother and foetus health checks throughout their pregnancy and, post-birth, to full periodical check-ups up to the end of the child's second year. Basf has been contributing to this project since 2002 and has created 12 thousand passports. The project enables the detection of alterations that could give rise to irreversible deficiencies at a very early stage. Basf also trains the BHU teams and provides information to the local population on the need to prevent deficiencies, thus reducing the number of risky pregnancies and births and the occurrence of children's illnesses that may stem from them.



META 6

Combater o HIV/AIDS, a Malária e Outras Doenças

Alvo 7

Até 2015, deter a propagação do HIV/Aids e começar a inverter a tendência atual

Alvo 8

Até 2015, deter a incidência da malária e de outras doenças importantes e começar a inverter a tendência atual

De acordo com o Ministério da Saúde, o perfil da epidemia de Aids no Brasil mudou substancialmente desde 1982, ano de notificação do primeiro caso. A Aids é uma doença que ganha espaço entre as mulheres, na população mais pobre, infecta indivíduos mais jovens e está se deslocando dos grandes centros para o interior do país.

Como as ações empresariais no Brasil estão muito focadas nos laboratórios farmacêuticos, em programas de educação e prevenção, além da parceria com o poder público, os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial que embasam o

engajamento de empresas centram-se na relação com os consumidores. É muito importante o fornecimento de medicamentos seguros para os portadores de HIV, além da qualidade no atendimento no que se refere à facilidade e rapidez em disponibilizar o coquetel de drogas à população necessitada. Além disso, é importante valorizar a saúde e a segurança do funcionário, o que pode ser exemplificado pelas ações de prevenção e educação do público interno e da comunidade.

O combate a doenças como a Aids, além de outras ligadas à saúde pública, como malária

GOAL 6

Combat HIV/AIDS, Malaria and Other Diseases

Target 7

Have halted by 2015, and begun to reverse, the spread of HIV/Aids

Target 8

Have halted by 2015, and begun to reverse, the incidence of malaria and other major diseases

Indicadores — META 6 / Indicators — GOAL 6	1990	1993	1996	2000	2001
Taxa de mulheres que utilizam métodos contraceptivos (entre 15 a 49 anos) <i>Rate of women using contraceptive methods (aged between 15 and 49 years)</i>			76,%		
Número de crianças órfãs em decorrência de HIV/Aids (em milhares) <i>Number of HIV/Aids orphans (thousands)</i>					130
Taxa de incidência de malária (% pop.) <i>Malaria incidence rate (% pop.)</i>	0,3%	0,2%			
Taxa de mortalidade por tuberculose (% pop.) <i>Tuberculosis death rate (% pop.)</i>	3,6%		3,2%		

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.

According to the Ministry of Health the profile of the Aids epidemic in Brazil has changed substantially since 1982, the year in which the first case was diagnosed. The incidence of Aids has grown amongst women, particularly in the poorer cross section of society, is infecting more young people and is moving out from the large urban centres into rural and countryside regions.

As business actions in Brazil are very much concentrated in educational and prevention programs run by the pharmaceutical laboratories, often in partnership with public organs, the Ethos Social Responsibility Indicators that deal

with the engagement of these companies focus on their relationship with the consumer. The provision of safe medication to Aids carriers is extremely important, as is the quality of attendance in distributing the drug cocktail this population requires. In addition to this it is important to value the health and safety of the employee, something that can be exemplified through prevention and education programs directed at both the companies' internal publics and the surrounding communities.

Combating diseases like Aids, among others connected with public health, like



e tuberculose, necessitam de estreita cooperação entre governo e empresas farmacêuticas tanto no plano nacional quanto no internacional, de modo a garantir a produção de novas gerações de medicamentos. O Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (Unaid), da ONU, firmou parceria com o Banco Mundial e seis laboratórios farmacêuticos multinacionais para melhorar o acesso dos portadores do vírus da Aids ao coquetel de drogas nos países em desenvolvimento.

No Brasil, essa parceria resultou em um dos mais bem sucedidos programas de combate à Aids em todo o mundo, promovendo o

acesso gratuito dos portadores do HIV ao chamado coquetel de 15 drogas. O programa proporcionou a redução das internações hospitalares e dos gastos com medicamentos, que são fornecidos pelas empresas farmacêuticas a preços mais baratos para o governo brasileiro. Somente em 2001, a atuação do programa reduziu pela metade o número de mortes por Aids e reduziu em mais de 60% o aparecimento de doenças infecciosas oportunistas.

Para avaliar o alcance da Meta 6, são utilizados sete indicadores. No caso do Brasil, foram considerados quatro indicadores. Desses, apenas dois permitem comparação,

pois os outros indicadores apresentam dados referentes a apenas um ano específico.

O Brasil criou, em 2001, um programa governamental de produção e comercialização de medicamentos genéricos que se tornou um modelo internacional, principalmente no combate à Aids.

Grande parte do sucesso do programa brasileiro deve-se à negociação de preços dos medicamentos que compõem o coquetel de drogas necessário aos portadores do HIV. Parte desses medicamentos e de outros utilizados no combate à malária, à tuberculose e à dengue é produzida por

META 6 – Combater o HIV/Aids, a Malária e outras doenças / GOAL 6 – Combat HIV/Aids, Malaria and other diseases

Indicadores Ethos / Ethos Indicators	
Indicador 9	Valorização da diversidade <i>Valuing Diversity</i>
Indicador 12	Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade <i>Commitment to Professional Development and Employability</i>
Indicador 13	Comportamento frente a demissões <i>Handling of Dismissals</i>
Indicador 25	Conhecimento dos danos potenciais de produtos e serviços <i>Knowledge of potential harm caused by products and services</i>
Indicador 26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno <i>Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity</i>
Indicador 27	Relações com organizações locais <i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador 33	Participação em projetos sociais governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais	Business action
• Disponibilização de medicamentos seguros e baratos	• <i>Make safe and affordable medication available</i>
• Apoio a programas de educação, prevenção e tratamento no combate à Aids e a outras doenças	• <i>Support for educational, prevention and treatment programs to combat Aids and other diseases</i>
• Apoio a outros projetos na área de saúde	• <i>Support for other programs in the health area</i>
• Cooperação com o governo no programa de combate à Aids	• <i>Cooperation with the government on the anti-Aids program.</i>

malaria and tuberculosis, requires close cooperation between government and the pharmaceutical companies on both the national and international levels in guaranteeing the production of new generations of medicines. The United Nations Conjoint Program on HIV/Aids (Unaid) has consolidated a partnership with the World Bank and six multinational pharmaceutical laboratories to improve access to the drugs cocktail for carriers of the Aids virus in developing countries.

In Brazil this partnership has given rise to one of the most successful anti-Aids programs in the world, providing Aids

sufferers with free access to the so-called cocktail of 15 drugs used to treat the illness. The program has yielded a reduction in hospitalisations and the costs incurred on medicines, which the pharmaceutical companies supply to the Brazilian government at much reduced prices. In 2001 alone, the program halved the number of Aids related deaths and reduced the incidence of opportunistic infectious diseases by 60%.

Seven indicators are used to evaluate progress towards reaching Goal 6. Four of these indicators were used in Brazil's case, of which only two allow for any

comparison, as the others present data for only on specific year.

In 2001 Brazil created a governmental program for the production and commercialisation of generic medicines that became a world model, particularly in relation to combating Aids.

The success of the Brazilian program rests, in large part, upon the negotiation of prices for the medicines that make up the drug cocktail that HIV carriers need. Some of these medicines, and others used to combat malaria, tuberculosis and dengue, are produced by national laboratories or by state companies. The rest is made up of medicines patented by



laboratórios nacionais ou por empresas estatais. A outra parte é composta por remédios patenteados por grandes laboratórios farmacêuticos multinacionais.

Para escapar da disputa de preços com os laboratórios multinacionais, o governo brasileiro lançou a proposta de, sob situação de risco para a Saúde Pública, outras empresas produzirem medicamentos ainda protegidos por patentes, por meio de uma licença compulsória concedida pelo Estado. Dessa forma, constituiu-se no Brasil um mercado para os medicamentos genéricos, muito mais baratos do que aqueles definidos pela marca do fabricante. Muitas empresas multinacionais e brasileiras se engajaram nesse programa.

large multinational pharmaceutical companies. In order to avoid a price dispute with the multinational laboratories the Brazilian government decided that, given the Public Health risk, other companies, selected through the compulsory state-run licitation, should produce the medicines, despite their still being protected under patents. Through this course of action a generic medicine market was created in Brazil providing medicines at much lower prices than those charged under the producers' brands. Many multinational and Brazilian companies have engaged in this project.

1. Disponibilização de medicamentos seguros e baratos

A ação mais eficaz no combate às doenças infectocontagiosas é prover o acesso a medicamentos seguros e baratos. Doações de remédios por meio de fundações, programas de apoio aos portadores de HIV, distribuição de medicamentos e investimentos em pesquisa e desenvolvimento são algumas das experiências conhecidas em todo o mundo.

Os laboratórios Abbott, Bristol-Myers, Merck Sharp & Dhome e Roche, que fabricam a maior parte dos componentes do coquetel de remédios usados por pacientes com HIV, estão

Ações empresariais *Business actions*

- Abbott
- Aché
- Boehringer Ingelheim
- Bristol-Myers Squibb
- GlaxoSmithKline
- Merck Sharp & Dome
- Roche

1. Make safe and affordable medication available

The most effective way to combat infectious/contagious diseases is to provide access to safe and affordable medication. The donation of medicines through foundations, Aids sufferer support programs, the distribution of medicines and investment in research and development are just some of the business actions known throughout the world.

The laboratories Abbott, Bristol-Myers, Merck Sharp & Dhome and Roche, which produce most of the components of the drug cocktail for HIV patients, are involved in international anti-disease programs and collaborate on the

envolvidos em programas internacionais de combate às doenças e colaboram com o programa brasileiro concedendo descontos nos preços de seus medicamentos.

Além disso a Roche também está doando ao Programa Nacional DST/Aids do governo federal 25,6 mil frascos de medicamento utilizado no coquetel para o tratamento de crianças que desenvolveram a doença. O compromisso da empresa é oferecer a medicação a todas as crianças brasileiras soropositivas que devem receber o tratamento em 2004.

A participação da Boehringer Ingelheim no programa do Ministério da Saúde prevê a doação, durante cinco anos, de medicamento para a prevenção da transmissão do vírus HIV-1 (MTCT) de mãe para filho na hora do parto.

Além do combate à Aids, algumas empresas farmacêuticas também

Brazilian program by conceding discount prices on their medicines.

In addition to this, as further help to the National STD/Aids Program, it has also donated 25.6 thousand vials of medicine used in the HIV cocktail to treat child sufferers of the disease. Roche's commitment is to provide medicine to all of the nation's HIV positive children requiring the cocktail in 2004.

Boehringer Ingelheim's participation on the Ministry of Health Program ensures, over the next five years, the donation of medication to prevent the transmission of HIV-1 (MTCT) from mother to baby during childbirth.

Besides combating Aids, some pharmaceutical companies also work towards treating the tropical diseases all too common in poor countries. Roche has ceded its production rights to medication that is indispensable in the treatment of Chagas disease (a heart



atuam no tratamento de doenças tropicais, comuns em países pobres. A Roche cede os direitos e a tecnologia de fabricação de medicamento indispensável no tratamento do mal de Chagas. A GlaxoSmithKline doa medicamento usado na luta contra a malária.

Desde 2003, a Aché faz doações de medicamentos para combater verminoses e parasitas intestinais nas favelas do Rio de Janeiro e de São Paulo. Em parceria com a ONG Apoio Fome Zero e com universidades, fornece medicamentos para profissionais de saúde que fazem trabalho voluntário nos acampamentos do Vale do Ribeira (SP). Também distribui medicamentos para atender a população ribeirinha carente de Itacoatiara (AM).

condition caused by the sting of the Barbeiro fly). GlaxoSmithKline also donates medicines used to fight malaria. Since 2003 Aché has been donating medication to treat intestinal worms and parasites in the shantytowns of Rio de Janeiro and São Paulo, in conjunction with the NGO 'Support for Fome Zero.' The laboratory also provides medicines and volunteer health professionals to the encampments at Vale do Ribeira (São Paulo), in conjunction with universities and, once again, the NGO 'Support for Fome Zero.' In addition to this Ache distributes medicines to the needy riverside population of Itacoatiara (Amazonas).

2. Apoio a programas de educação, prevenção e tratamento no combate à Aids e a outras doenças

A MRN desenvolve programa de combate à malária em comunidades remanescentes de quilombolas que vivem às margens do Rio Trombetas, no Pará. Essas comunidades são consideradas prioritárias pelo governo federal devido à sua vulnerabilidade à doença. São realizadas palestras de conscientização pela equipe de saneamento do Hospital de Porto de Trombetas, que também percorrem de lancha uma área de 150 km para combater o mosquito transmissor. O programa é uma parceria da prefeitura de Oriximiná e da Associação

Ações empresariais *Business actions*

- Belgo Mineira
- MRN — Mineração Rio do Norte
- Pfizer

2. Support for educational, prevention and treatment programs to combat Aids and other diseases

MRN runs a program to combat malaria amongst the remnant quilombolas communities living on the banks of the Trombetas River in Pará. These communities are considered priority by the federal government because of their vulnerability to the disease. The sanitation team from the Porto de Trombetas Hospital gives speeches to boost malaria awareness and covers a 150-km/squared area in an attempt to combat the mosquito that transmits the disease. The program is organized in partnership with the municipal government of Oriximiná and the Remnant Quilombolas

de Remanescentes de Quilombos. Entre 1999 e 2003, houve queda de ocorrências da doença de 1.126 para 27. A MRN também fornece assistência médica mensal, palestras sobre saneamento básico, higiene e medidas preventivas contra doenças sexualmente transmissíveis e Aids, além de formar agentes de saúde para ajudar nas ações preventivas que incluem a imunização das crianças contra pólio, hepatite B, febre amarela e DTP.

Programas com foco na saúde sexual e reprodutiva que, por sua vez, têm consequências indiretas sobre as DSTs e HIV/Aids, são desenvolvidos pelas empresas Belgo Mineira e Pfizer. A Pfizer desenvolve esse projeto em São Paulo e na área conhecida como Xingó, que abrange 20 municípios dos Estados da Bahia, Sergipe, Alagoas e Pernambuco. São realizadas ações de educação em saúde sexual, prevenção ao uso e abuso de drogas e capacitação de estudantes universitários, tornando-os

Association. Between 1999 and 2003 there was a significant drop in the number of infections from 1,126 to 27. MRN also provides monthly medical assistance, speeches on basic sanitation, hygiene and the prevention of sexually transmitted diseases and Aids, as well as training health agents to help with preventive actions including administering Polio, hepatitis B, yellow fever and Diphtheria/Tetanus/Whooping cough vaccinations to children.

Companies like Belgo Mineira and Pfizer run programs focusing on sexual and reproductive health, which also have indirect positive impact on STDs and HIV/Aids. Pfizer runs a project in both São Paulo and an area known as Xingó, which includes 20 municipalities across the states of Bahia, Sergipe, Alagoas and Pernambuco, educating people on sexual health, the prevention of drug use/abuse and providing skills training to university students so that they can become multipliers of the project's content in the



multiplicadores de informações nas comunidades onde vivem. Além desse projeto, a Pfizer realiza a Caravana da Saúde, evento sobre qualidade de vida com enfoque na sexualidade para jovens e adultos, que permitiu, também, um estudo sobre o perfil sexual do brasileiro. O projeto da Belgo Mineira tem foco mais localizado, e concentra-se na capacitação de profissionais da área de saúde para promover a humanização do atendimento da população na área de saúde sexual e reprodutiva, marcada por tabus e preconceitos.

3. Apoio a outros projetos na área de saúde

A Pfizer implementa, em parceria com a Sociedade Brasileira de Cardiologia, programa de combate ao colesterol elevado. Desde 2002 é realizado levantamento dos níveis de colesterol

communities in which they live. In addition to this project Pfizer has developed the Health Caravan, which is a quality of life event with focus on sexuality among youths and adults. Incidentally, this project made it possible to conduct a study on the Brazilian sexual profile. Belgo Mineira's program, on the other hand, has a far more local focus and concentrates its efforts on training professionals in the health area to promote a more humane attendance in the area of sexual and reproductive health, hitherto marked with taboos and prejudice.

3. Support for other programs in the health area

Alongside the Brazilian Cardiology Society Pfizer has implemented a program to combat high-cholesterol levels. Since 2002 the company has been measuring the cholesterol levels of a sample population in 14 municipalities

em amostra da população de 14 municípios de sete Estados brasileiros, além da distribuição de folhetos explicativos sobre os riscos do colesterol elevado e seus impactos na Saúde Pública.

A Odebrecht no Brasil é uma das empresas mantenedoras do Instituto Imama, organização da sociedade civil de interesse público voltada para ações de prevenção e tratamento do câncer de mama. O instituto realiza oficinas sobre o auto-exame e fornece sessões gratuitas de psicoterapia e fisioterapia com o objetivo de conscientizar a população de Porto Alegre (RS) sobre a importância do autoconhecimento para evitar o câncer de mama.

Na área de saúde a Bunge apóia seis instituições diferentes, que atendem a

Ações empresariais *Business actions*

- Bunge
- Odebrecht
- Pfizer
- Schering-Plough

across seven Brazilian states, as well as distributing illustrative leaflets on the risks of high cholesterol and its impact on public health.

Odebrecht is one of the greatest supporters of the Imama Institute in Brazil. The Imama Institute is a public civil society organization whose mission is to prevent and treat breast cancer. The institute holds workshops on self-examination and provides free psychotherapy and physiotherapy sessions with a view towards broadening the awareness of the population of Porto Alegre (Rio Grande do Sul) as to the importance of self-knowledge in avoiding breast cancer.

In the health area Bunge supports six different institutions that attend handicapped children, cancer sufferers,

crianças deficientes, doentes de câncer, idosos, além de centros de ginecologia e de quimioterapia. As cidades beneficiadas são Uberaba e Araxá, em Minas Gerais.

A indústria química e farmacêutica Schering-Plough desenvolve parceria com o Instituto Materno-Infantil de Pernambuco, a Fundação Abrinq e a Escola Viva para levar noções básicas de higiene e saúde a famílias de baixa renda. O projeto conta com o trabalho voluntário de funcionários que, depois de treinados pela empresa, tornam-se agentes de saúde. As ações têm como objetivo o tratamento de temas básicos para prevenir doenças em crianças de zero a seis anos, como problemas respiratórios, diarreia, verminose e reidratação oral. Funcionários de várias creches passaram a ser treinados pelos voluntários e essa experiência da Schering-Plough está sendo repassada a outras instituições.

the elderly and gynaecology and chemotherapy centres. The cities benefited are Uberaba and Araxá in Minas Gerais.

The chemical and pharmaceutical company Schering-Plough has developed a partnership with the Mother-Baby Institute in Pernambuco, the Abrinq Foundation and Living School (Escola Viva) to bring basic hygiene and health awareness to low-income families. The project depends on the volunteer work of employees who later become health agents after receiving training from the company. The object of these actions is to deal with themes concerning the basic prevention of such illnesses as respiratory problems, diarrhea and worms, and oral rehydration in children aged between zero and six years. The Schering-Plough volunteers also provide training to the employees of crèches, a schema that is now being adopted by other institutions.



META 7

Garantir a Sustentabilidade Ambiental

Alvo 9

Integrar os princípios do desenvolvimento sustentável nas políticas e programas nacionais e reverter a perda de recursos ambientais

Alvo 10

Reduzir pela metade, até 2015, a proporção da população sem acesso permanente e sustentável a água potável segura

Alvo 11

Até 2020, alcançar uma melhora significativa nas vidas de pelo menos 100 milhões de habitantes de bairros degradados

A utilização dos recursos naturais de forma sustentável é um objetivo que deve ser perseguido por governos, empresas e pelo terceiro setor. No caso das empresas, é de seu interesse o engajamento e a sustentação de ações voltadas para o manejo sustentável da produção de bens e serviços.

Empresas que incorporam os princípios da sustentabilidade ambiental na gestão estratégica de seus negócios podem ganhar com a redução de custos na alocação mais eficiente de recursos produtivos como a água, por exemplo. Podem, também, melhorar a performance das linhas de produção com a incorporação de tecnologias mais limpas, além de auferir vantagens no âmbito da governança corporativa

no que se refere à relação com os investidores. As empresas podem, ainda, desenvolver parcerias de longo prazo com outras partes interessadas, ONGs e a própria comunidade na implementação de práticas ambientais sustentáveis.

Para avaliar o alcance da Meta 7, são utilizados oito indicadores. No caso do Brasil, foram considerados apenas três, dos quais dois apresentam progressão. Entretanto, a desigualdade sócio-econômica também repercute na questão ambiental, tornando o problema muito grave nos Estados mais pobres. Em 2000, por exemplo, apenas 32,8% da população do Maranhão tinha acesso à água potável.

GOAL 7

Ensure Environmental Sustainability

Target 9

Integrate the principles of sustainable development into country policies and programmes and reverse the loss of environmental resources

Target 10

Halve, by 2015, the proportion of people without access to safe drinking water

Target 11

By 2020, to have achieved a significant improvement in the lives of at least 100 million slum dwellers

The use of natural resources in a sustainable manner is an objective that should be sought by governments, companies and the third sector alike. In the case of companies, engaging in and sustaining actions directed towards the sustainable production of goods and services is something clearly in their best interests.

Companies that incorporate environmental sustainability principles in the strategic management of their business can profit from the cost reductions furnished by a more efficient allocation of production resources, like water, for example. They can also improve the performance of production lines by incorporating cleaner technologies and benefit from

advantages in the sphere of business governance through the improved relations with investors that this could bring. Companies can even develop long-term partnerships with other interested parties, NGOs and the community by implementing environmentally sustainable practices.

Eight indicators are used to measure progress towards Goal 7. In the case of Brazil only three were considered, two of which showed some advancement. However, socio-economic inequality also has repercussions in the environmental sphere, aggravating the problem in the poorer states. In 2000, for example, only 32.8% of the population of Maranhão had access to drinkable water.

Indicadores — META 7 (%) / Indicators — GOAL 7 (%)	1990	1991	2000
Áreas de preservação da biodiversidade (% total território) <i>Area devoted to the preservation of biodiversity (% of total territory)</i>	5,93		
Proporção da população com acesso sustentado à água potável <i>Percentage of population with access to drinkable water</i>		71,46	80,53
Proporção da população com acesso a saneamento <i>Percentage of population with access to sanitation</i>		67,15	76,79

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.



META 7 – Garantir a sustentabilidade ambiental

GOAL 7 – Ensure environmental sustainability

Indicadores Ethos / Ethos Indicators

Indicador Indicator	15	Comprometimento da empresa com a causa ambiental <i>Company Commitment to Environmental Causes</i>
Indicador Indicator	16	Educação ambiental <i>Environmental Education</i>
Indicador Indicator	17	Gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços <i>Management of Environmental Impacts and Product and Service Life Cycle</i>
Indicador Indicator	18	Minimização de entradas e saídas de materiais <i>Reduction of Inputs and Waste of Materials</i>



Ações Empresariais

Business Actions

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Gestão do impacto ambiental• Treinamento, formação e capacitação no uso sustentável de recursos naturais• Programas de premiação para projetos e ações ambientais• Garantia de acesso à água potável• Programas de tratamento de resíduos• Inovação de produto e processo a partir do desenvolvimento sustentável• Mudança do modelo de gestão a partir de critérios ambientais• Permeação e reconhecimento público de projetos ambientais• Promoção do meio ambiente de forma sustentável | <ul style="list-style-type: none">• <i>Environmental impact management</i>• <i>Training, degree courses and skills development in the sustainable use of natural resources</i>• <i>Award programs for environmental projects and actions</i>• <i>Guarantee access to drinking water</i>• <i>Residue treatment programs</i>• <i>Product and process innovation based on sustainable development</i>• <i>Change of management model based on environmental criteria</i>• <i>Public permeation and recognition of environmental projects</i>• <i>Promotion of a sustainable environment</i> |
|--|--|

Em relação à Meta 7 e aos alvos definidos como prioritários, os Indicadores Ethos de Empresas e Responsabilidade Social estimulam as empresas a se comprometerem com a causa ambiental. Também destacam a promoção da educação ambiental e a gestão do impacto do meio ambiente na produção de bens e serviços. Dessa forma, as ações empresariais indicadas abaixo contribuem para as Metas do Milênio ao mesmo tempo em que indicam caminhos bem sucedidos para a responsabilidade social.

In relation to Goal 7 and the goals defined as priorities, the Ethos Social Responsibility Indicators stimulate companies to commit to the environmental cause. They also highlight the promotion of environmental education and the management of the environmental impact of the production of goods and services. As such, the business actions outlined below contribute to the Millennium Goals while also indicating successful means towards social responsibility.



1. Gestão do impacto ambiental

Empresas multinacionais devem cumprir a legislação ambiental dos países em que atuam em conformidade com os padrões internacionais. Se a legislação local for mais branda, omissa ou mesmo ineficiente, as empresas devem procurar a equiparação com os padrões ambientais utilizados em seus países de origem.

Mas apenas cumprir a legislação é insuficiente. É preciso promover boas práticas ambientais com sentido educativo, realizar investimentos eficientes, tornar os processos produtivos mais limpos, investir na prevenção e diminuir riscos no desenvolvimento de produtos e processos, incluir o desenvolvimento sustentável na gestão estratégica dos negócios e transferir tecnologias e práticas ambientalmente sustentáveis

para toda a cadeia produtiva e as partes interessadas.

As empresas Natura e Texaco mantêm parceria com o Instituto de Pesquisas Jardim Botânico para a recuperação do jardim. A Texaco criou ali um espaço para deficientes visuais – o Jardim Sensorial, em parceria com o Instituto Benjamin Constant.

Por sua vez, a Natura faz a manutenção de canteiros de plantas medicinais do local. Também identifica e sinaliza as espécies disponíveis, bem como facilita o entendimento de suas propriedades, explorando novas potencialidades do local. A obtenção de fontes sustentáveis, por meio de extração ou cultivo de plantas medicinais tradicionalmente usadas no

Brasil é de grande interesse da Natura, que explora essas possibilidades também nas plantas nativas da Mata Atlântica, Amazônia, cerrado e caatinga para a produção de fitoterápicos.

O projeto na área de uso sustentável de recursos naturais da Basf tem como ação o plantio de mudas para recuperação da mata ciliar do rio Paraíba do Sul, em parceria com a prefeitura de Guaratinguetá e o Ibama. A mata ciliar funciona como refúgio para a fauna nativa, protege a região contra a erosão e contribui para a manutenção da quantidade e qualidade das águas do Rio Paraíba.

Ações empresariais *Business actions*

- Basf
- Natura
- Texaco

1. Environmental impact management

Multinational companies must follow the environmental legislation of the countries in which they operate, providing it is in conformity with international standards. If the local legislation is lighter, remiss or inefficient companies should seek to operate within the environmental standards of their home countries.

However, simply following legislation is not enough. Companies must promote environmental best practices with an educational sense, making efficient investments, cleaning up production processes, investing in the prevention and reduction of risks in product and process development, including sustainable development within their business strategies and transferring environmentally sustainable technologies and practices to all other

points along the production chain and to other interested parties.

The companies Natura and Texaco maintain a garden recuperation partnership with the Botanical Gardens Research Institute. With the help of the Benjamin Constant Institute Texaco has created a space for the visually impaired, which it calls the Sensorial Garden.

Natura does its part by keeping the medicinal plant gardens present in its locality. It also identifies and tags the available species, which not only helps garner an understanding of their properties, but also helps explore new potentialities for the area. The chance to obtain sustainable sources from the extraction and cultivation of medicinal plants traditionally used in Brazil is of great interest to Natura, which also

explores the possibility of producing therapeutic treatments from plants native to the Atlantic Forest, the Amazon and the cerrado and caatinga scrubland regions.

Planting seedlings to recuperate waterside forest along the Paraíba do Sul River is also part of Basf's project for the sustainable use of natural resources, which it conducts with the help of the municipal government of Guaratinguetá and Ibama. The waterside forest functions as refuge for native sylvan fauna, protects the region against erosion and contributes to maintaining the quantity and quality of the waters of the Paraíba River.



2. Treinamento, formação e capacitação no uso sustentável de recursos naturais

As empresas podem apoiar programas de formação escolar no tema de meio ambiente, financiar projetos de pesquisa, custear grupos de investigação em universidades e investir em programas executivos de formação na área ambiental.

A empresa AngloGold mantém o Centro de Educação Ambiental Harry Oppenheimer (Ceaho), em Minas Gerais desde 2002. O centro desenvolve debates com crianças a respeito do tema da sustentabilidade do meio ambiente e de práticas como

Ações empresariais *Business actions*

- Aché
- AngloGold
- Kodak
- Natura
- Souza Cruz

2. Training, degree courses and skills development in the sustainable use of natural resources

Companies can support school programs on the theme of the environment, finance research projects, fund university investigation groups and invest in executive level programs in the area of environmental education.

The company AngloGold has been maintaining the Harry Oppenheimer Environmental Education Centre (CEAHO) in Minas Gerais since 2002. The centre holds debates with children on the theme of environmental sustainability and such practices as recycling, re-use and re-application of materials. Besides the students, teachers, company employees

reciclagem, reutilização e reaproveitamento dos materiais. Além dos estudantes, participam também professores, trabalhadores da empresa e membros da comunidade.

Aulas de educação ambiental são desenvolvidas nas próprias unidades das empresas Aché e Kodak. Esta última forma jovens de escolas municipais como patrulheiros ambientais, com aulas semanais por três meses e visitas às instituições parceiras, como Sabesp e Horto Florestal, com o intuito de torná-los disseminadores de informações sobre a preservação ambiental. O projeto da Aché atende não só estudantes, mas também profissionais de ONGs, com orientação dos técnicos da empresa e exemplos práticos. Para isso, conta com a contribuição de seu parceiro no projeto, o Parque Ecológico do Tietê (SP), local onde está situado um minhocário que produz húmus utilizado

and members of the community also participate.

Both Aché and Kodak hold environmental education classes at their units. Kodak trains pupils from the municipal schools to serve as environmental patrollers, with weekly classes held during three months and visits to partner institutes such as Sabesp and Horto Florestal. The aim of the classes is to make these school-goers channels for information on environmental preservation. Aché's project attends not only students, but also professionals from NGOs, offering orientation on the company's techniques and model practices. In holding these classes Aché depends on the help of its partner, the Tietê Ecological Park (São Paulo), which is the site of the worm farm that yields the humus used in the reforestation of the park and in the company's gardens.

Souza Cruz also works in the environmental education area through a

no reflorestamento do parque e nos jardins da empresa.

A Souza Cruz atua na área de educação ambiental com um projeto estruturado desde a década de 80, abordando de forma prática o ensino às crianças de escolas de primeiro grau. O projeto Clube da Árvore fornece kits de material para a confecção de canteiros de árvores nativas brasileiras, além de material didático com temas relacionados ao meio ambiente. Desperta, assim, a atenção das crianças não só para a reflexão, como também para a atuação ativa em questões ambientais, como o reflorestamento. O trabalho prático com crianças também é desenvolvido pelos projetos de educação ambiental da Odebrecht. A empresa oferece oficinas de arte e reciclagem, ensinando as crianças a transformarem sucata plástica em brinquedos. Além disso, também há distribuição de equipamentos para

project it first structured back in the 80s and which is a practical approach to teaching children from Primary and Secondary schools. The Tree Club project supplies kits containing the material needed to prepare native Brazilian tree gardens, as well as school material on themes related to the environment. The project aims to awaken the attention of the children so that they not only reflect on environmental issues, but also actively work towards environmental preservation in such activities as reforestation. Odebrecht runs a similarly practical environmental education program for children. The company offers art and recycling workshops in which children are taught how to transform scrap plastic into toys. In addition to this the company also distributes equipment for the collection of garbage on beaches and selective recycling collections at schools. Environmental preservation is the theme that permeates all of these activities and is reinforced through seminars and by



coleta de resíduo nas praias e para coleta seletiva nas escolas.

A preservação ambiental permeia as atividades, que são reforçadas por seminários a educadores de forma a inserir a educação ambiental nas atividades curriculares. O projeto desenvolve-se na Bahia e em parceria com outras empresas privadas, além da prefeitura de Camaçari.

A Natura também atua de forma diferenciada e viabilizou a produção de três programas exibidos pela TV Cultura, sobre o tema da biodiversidade. Esses materiais são distribuídos a secretarias estaduais de Meio Ambiente e de Educação, ONGs da área e imprensa especializada.

educators in such a manner as inserts environmental education within curricular activities. The project is run in Bahia and in partnership with other private companies and the municipal government of Camaçari.

Natura also works in a unique way towards enabling the production of three programs shown on TV Cultura (state-run TV channel) on the theme of biodiversity. These documentaries are distributed through the educational and environmental state secretaries, NGOs and through the specialized press.

3. Programas de premiação para projetos e ações ambientais

Muitas empresas estão vinculando campanhas e prêmios para ações ambientais com as respectivas marcas corporativas. Existem programas de incentivo bem conhecidos, como os da revista Exame e o Prêmio Eco.

A premiação de trabalhos de estudantes e professores para a promoção de temas ambientais está entre as linhas de atuação das empresas Belgo Mineira, Amanco e Pfizer. Os concursos objetivam estimular, pela educação, a consciência ambiental de crianças, adolescentes e educadores.

Ações empresariais *Business actions*

- Amanco
- Belgo Mineira
- Pfizer

3. Award programs for environmental projects and actions

Many companies are putting their business brands to campaigns and awards for environmental actions. There are many well-known incentive programs, such as those of Exame magazine and the Eco Award.

Companies like Belgo Mineira, Amanco and Pfizer issue awards to students and teachers who promote environmental themes in their work. The aim of the competitions is to use education as a way of stimulating environmental awareness in children, teenagers and educators.

Pfizer's project is run in partnership with the secretaries for education and the

O projeto da Pfizer tem parceria com as secretarias de Educação e de Meio Ambiente de Guarulhos e, além da premiação, promove também a capacitação de professores e palestras para formar agentes multiplicadores na comunidade. O público alvo são educadores e estudantes do ensino fundamental de escolas estaduais ligadas à Diretoria de Ensino da Região de Guarulhos.

A empresa Amanco concede o Prêmio de Proteção ao Meio Ambiente — bicicletas ou jogos educativos — para textos, maquetes ou desenhos que tratam da questão da reciclagem. Os trabalhos são realizados pelos filhos de até 14 anos dos empregados, objetivando despertar o interesse das crianças pelo tema do meio ambiente.

O prêmio Belgo de Meio Ambiente tem por objetivo promover a conscientização de crianças e adolescentes sobre questões ecológicas

environment in Guarulhos and promotes the special training of teachers and speeches for the formation of multiplying agents within the community in addition to issuing awards. The project's Goal public includes educators and students from state-run primary schools under the Education Directory for the Guarulhos Region.

Amanco issues the Environmental Protection Award — with bicycles or educational games as prizes — for texts, models or drawings that deal with the issue of recycling. The aim of the project is to awaken interest in the Environment amongst children. Entries must be produced by children of the company's employees and must be no older than fourteen.

The objective of the Belgo Environment Award is to promote awareness among children and teens concerning ecological and environmental issues and to



e ambientais, assim como incentivar os empregados da empresa à obtenção de melhorias na ecoeficiência das unidades. A partir de um tema ambiental escolhido, há a premiação e a publicação dos melhores trabalhos de professores e de alunos das escolas públicas e particulares de ensino fundamental do entorno da empresa.

4. Garantia de acesso à água potável

Nos projetos ambientais da Odebrecht e da Bayer estão incluídas ações que visam ampliar o acesso à água potável por populações que vivem em condições precárias no sertão baiano, no caso da Odebrecht, e no Vale do Jequitinhonha e Mucuri, uma das regiões mais pobres de Minas Gerais, no caso da Bayer. Ambos os programas viabilizam seus objetivos por meio da distribuição de produtos que tornam águas de rios e poços artesianos próprias para consumo, diminuindo a possibilidade da propagação de doenças pela água contaminada.

Ações empresariais *Business actions*

- Amanco
- Bayer
- Odebrecht
- Petrobras

encourage its employees to obtain greater eco-efficiency at its units. The project selects a given environmental theme and awards the best entries by teachers and students from public and private primary schools. The winning entries are then posted around the company's compound.

4. Guarantee access to drinking water

The environmental projects run by both Odebrecht and Bayer also include actions that aim towards wider access to drinking water for populations living in precarious conditions. In the case of Bayer, the Goal region is the Jequitinhonha Valley and Mucuri, some of the poorest areas in Minas Gerais, while Odebrecht seeks to help the people from the bushlands of Bahia. Both projects involve the distribution of products that can make existing river and well water drinkable, thus reducing the risk of diseases being spread through contaminated water supplies.

The focus of Amanco's project, which is run in partnership with other companies

A construção de cisternas na região do semi-árido nordestino, especialmente no sertão baiano, é o foco de atuação da Amanco, em parceria com outras empresas e com o poder público. As cisternas permitem a recepção, o armazenamento e a purificação das águas de chuva, garantindo acesso à água potável para o consumo das famílias da região, que vivem em situação de risco social. Possibilita-se, assim, a fixação dos indivíduos em suas localidades em condições dignas de vida. A agricultura familiar e a conseqüente geração de renda também são viabilizadas pelo projeto. Entretanto, mais do que a disponibilização do reservatório de água, faz-se necessário instruir os moradores para utilização e conservação das cisternas.

O projeto da Petrobras também disponibilizará água para uso humano, animal e agrícola no semi-árido de Bahia, Rio Grande do Norte, Piauí,

and public organs, is to construct cisterns in the semi-desert northeastern region, particularly in the bushlands of Bahia. The cisterns enable the storage and purification of rainwater, which guarantees drinking water to the region's families, who live in a situation of great social risk. By guaranteeing water supply the project also helps settle these populations in dignified living conditions. Family-based agriculture and the subsequent generation of income are also among the project's goals. However, in addition to providing the reservoirs, it is also necessary to instruct the inhabitants on how to use and maintain the cisterns.

Petrobras also plans to run a program to make water supplies available for human, animal and agricultural use in the semi-desert regions of Bahia, Rio Grande do Norte, Piauí, Sergipe and Alagoas through the reactivation of dry wells. The initiative will enable the development of agriculture and thus



Sergipe e Alagoas, a partir da ativação de poços inativos da região para bombeamento de água. A iniciativa permitirá o desenvolvimento da agricultura, além da geração de trabalho e renda para a população mais pobre. Para tornar viável o projeto, serão formadas parcerias com instituições de forma a estimular o cooperativismo e facilitar a comercialização de produtos. O projeto Molhar a Terra deu início ao Programa Petrobras Fome Zero, anunciado em 2003, em áreas de assentamentos rurais do interior do Rio Grande do Norte.

provide a source of income for the region's poor. In order to make the project happen Petrobras aims to form partnerships with institutions that could encourage the formation of cooperatives and facilitate the commercialisation of the agricultural produce. The project Wet the Land kicked off the Petrobras Fome Zero Program, announced in 2003, in rural encampments in the countryside of Rio Grande do Norte.

5. Programas de tratamento de resíduos

De maneira geral, os projetos voltados à reciclagem de resíduo devem considerar a tecnologia mais apropriada para o tratamento de resíduos específicos gerados pelas empresas dos diferentes setores.

O Grupo Pão de Açúcar e a Unilever têm parceria direta no projeto de instalação de pontos de entrega voluntária de material para reciclagem. A iniciativa acontece em 36 lojas do grupo varejista, em 5 cidades de São Paulo e no DF, gerando aproximadamente 200 empregos diretos e indiretos. A Texaco, também em parceria com várias empresas, converte o recurso advindo do

Ações empresariais *Business actions*

- Accor
- Amanco
- Grupo Pão de Açúcar
- Texaco
- Unilever

5. Residue treatment programs

Generally speaking, residue recycling projects have to consider the most appropriate technology for the treatment of the specific residues produced by companies from different sectors.

Grupo Pão de Açúcar and Unilever are direct partners in a project to install recycling bins for use by local communities. The initiative is run at 36 of the retail group's stores in 5 cities in São Paulo state and the Federal District. The project has generated approximately 200 jobs (directly and indirectly). Texaco, also in partnership with other companies, uses the proceeds it earns from recycled material to purchase school kits for children participating in

material reciclado em kits escolares doados a alunos do programa Alfabetização Solidária. O material reciclado é oriundo da coleta de latinhas em postos com lojas de conveniência e também da coleta seletiva da própria empresa. Além disso, o recurso oriundo da venda de cartuchos usados também é revertido em ações de apoio a jovens em situação de risco social no Rio de Janeiro.

A reversão dos recursos obtidos com material reciclado para beneficiar pessoas de baixa renda é a linha de atuação ambiental adotada pelas empresas Accor e Amanco, em parceria com outras instituições. Esse tipo de ação tem efeitos positivos nos âmbitos social e ambiental, já que, por meio do desenvolvimento da cultura de reciclagem de resíduos das empresas e da preservação do meio ambiente pela diminuição do resíduo, viabiliza também a melhoria de qualidade de vida de populações carentes.

the Literacy Solidarity program. The recycled material is gathered through the collection of cans at posts stationed at convenience stores and through the company's own selective garbage collection. In addition to this, money raised through the sale of used cartridges is also channelled into actions supporting youths in situations of social risk in Rio de Janeiro.

The use of funds raised through recycling to benefit low-income groups is also a strategy adopted by both Accor and Amanco in partnership with other institutions. Actions like these have positive social and environmental effects, as they not only contribute to the development of a waste recycling culture in companies and yield environmental preservation results in the form of reduced volumes of waste, but also help to improve the quality of life of needy populations.



META 8

Promover uma Parceria Mundial para o Desenvolvimento

Alvo 12

Avançar no desenvolvimento de um sistema comercial e financeiro aberto, baseado em regras, previsível e não discriminatório

Alvo 13

Atender as necessidades especiais dos países menos desenvolvidos

Alvo 14

Atender as necessidades especiais dos países sem acesso ao mar e dos pequenos Estados insulares em desenvolvimento

Alvo 15

Tratar globalmente o problema da dívida dos países em desenvolvimento, mediante medidas nacionais e internacionais de modo a tornar a sua dívida sustentável no longo prazo

Alvo 16

Em cooperação com os países em desenvolvimento, formular e executar estratégias que permitam que os jovens obtenham um trabalho digno e produtivo

Alvo 17

Em cooperação com as empresas farmacêuticas, proporcionar o acesso a medicamentos essenciais a preços acessíveis, nos países em vias de desenvolvimento

Alvo 18

Em cooperação com o setor privado, tornar acessíveis os benefícios das novas tecnologias, em especial das tecnologias de informação e de comunicações

GOAL 8

Develop a Global Partnership for Development

Target 12

Develop an open, rule-based, predictable, non-discriminatory trading and financial system

Target 13

Address the special needs of the Least Developed Countries

Target 14

Address the special needs of landlocked countries and small island developing states

Target 15

Deal comprehensively with the debt problems of developing countries through national and international measures in order to make debt sustainable in the long-term

Target 16

In cooperation with developing countries, develop and implement strategies for decent and productive work for youth

Target 17

In cooperation with pharmaceutical companies, provide access to affordable drugs in developing countries

Target 18

In cooperation with the private sector, make available the benefits of new technologies, especially information and communications



A Meta 8 é a que possui um recorte mais global e macroeconômico. Por isso, diz respeito mais diretamente às ações de governos e às relações multilaterais. Apesar disso, há um conjunto de ações empresariais que podem contribuir com sua consecução.

Alguns dos alvos abrangidos focam, por exemplo, os países em desenvolvimento, os muito pobres ou aqueles em situação de alto endividamento externo. Para esses casos, são apontados desafios de três ordens: aumentar as oportunidades de trabalho para os jovens, ampliar o

acesso a medicamentos para as populações que sofram de enfermidades epidêmicas (Aids, tuberculose, malária etc) e democratizar o acesso a novas tecnologias. Para avaliar o alcance da Meta 8, são utilizados dezesseis indicadores. No caso do Brasil, apenas três indicadores foram considerados, sendo que, para um deles, não há referência de comparação (residências com computadores). Nos outros dois, as situações são díspares: há progressão no número de pessoas com telefone em casa, indicando maior popularização dos meios de

comunicação, mas, por outro lado, a taxa de desemprego aumentou entre a população jovem no Brasil, estabelecendo uma distância maior no alcance da meta.

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial articulam-se à Meta 8 no que diz respeito à relação da empresa com governos e a sociedade. Eles se concentram no combate à corrupção, na capacidade das empresas desempenharem liderança e influência sobre diferentes agentes sociais e na participação em projetos sociais governamentais. São áreas em que a atuação empresarial podem ter inclusive uma dimensão internacional.

O setor privado pode ter uma posição mais ativa na defesa de um maior equilíbrio nas relações de troca entre o mundo desenvolvido e os países pobres. Isso pode ser feito em parceria com

Indicadores — META 8 (%) / Indicators — GOAL 8 (%)	1992	1999
Taxa de desemprego <i>Unemployment rate</i>		
15 a 17 anos / 15 to 17 years	11,3	15,9
18 a 24 anos / 18 to 24 years	8,8	12,3
	1991	2000
Proporção de pessoas com telefone residencial <i>Percentage of population with residential telephone</i>	16,9	37,42
Proporção de pessoas com computador residencial <i>Percentage of population with home computers</i>		10,29

Fonte: Metas de Desenvolvimento do Milênio, Pnud-Brasil, 2004.
Source: Millennium Development Goals, UNDP — Brazil, 2004.

with telephones in their homes, which indicates that modes of communication are becoming more widespread, the unemployment rate has increased among the nation's young, thus widening the distance between the current reality and that envisaged in Goal 8.

Of all the Goals Goal 8 is the most global and macroeconomic in nature. As such, it has more to do with government and multilateral relations than with private enterprises. Nevertheless, there are many business actions that can be implemented to contribute to its fulfilment.

Some of the goals encompassed by this Goal focus on, for example, developing countries, extremely poor countries or those that find themselves with huge external debt. In these cases challenges of three distinct orders are identified:

increasing employment opportunities for the youth, broadening access to medication for populations suffering from epidemics (Aids, tuberculosis, malaria, etc) and democratising access to new technologies.

Sixteen indicators are used to measure progress towards Goal 8. In Brazil's case only three indicators were considered, although there is no comparative data for one of them (households with computers). The other two indicators show conflicting trends: while there has been progress in the number of people

The Ethos Social Responsibility Indicators are relevant to Goal 8 in terms of measuring how companies relate to government and society. The indicators that come into play here are those that focus on combating corruption, the companies' capacity to exercise leadership and influence over different social agents and their participation in government-run social projects. These are areas in which business actions can take on an international dimension.

The private sector can adopt a more active position in defence of greater balance in exchanges between the developed world and poor countries. This



META 8 – Promover uma parceria mundial para o desenvolvimento
GOAL 8 – Develop a global partnership for development

Indicadores Ethos / Ethos Indicators

Indicador Indicator	22	Apoio ao desenvolvimento de fornecedores <i>Support for Supplier Development</i>
Indicador Indicator	26	Gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno <i>Management of Company Impact on the Community Located in the Vicinity</i>
Indicador Indicator	27	Relações com organizações locais <i>Relations with Community Organizations</i>
Indicador Indicator	28	Financiamento da ação social <i>Mobilization of Resources for Social Investment</i>
Indicador Indicator	29	Envolvimento da empresa com a ação social <i>Action Strategies in the Social Area</i>
Indicador Indicator	30	Contribuições para campanhas políticas <i>Contributions to Political Campaigns</i>
Indicador Indicator	31	Práticas anticorrupção e propina <i>Anti-Corruption and Bribery Practices</i>
Indicador Indicator	32	Liderança e influência social <i>Leadership and Social Influence</i>
Indicador Indicator	33	Participação em projetos sociais governamentais <i>Participation in Governmental Social Projects</i>



Ações Empresariais-

Business Actions

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Promoção do trabalho decente para os jovens• Democratização do acesso às tecnologias da informação• Viabilização de parcerias para o desenvolvimento social sustentável | <ul style="list-style-type: none">• <i>Promotion of decent employment for youths</i>• <i>Democratisation of information technologies</i>• <i>Creation of partnerships for sustainable social development</i> |
|---|--|

ONGs e por meio de campanhas que agrupem coalizões ou grupos de interesse.

As empresas e suas respectivas associações podem também se juntar às agências das Nações Unidas e às ONGs para pressionar por mudanças na posição e nos interesses dos países desenvolvidos. Isso acontece na pressão exercida sobre os países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para que modifiquem suas políticas de subsídios às commodities agrícolas. No caso do perdão da dívida externa, algumas empresas se engajaram no apoio à campanha Jubileu 2000.

can be done in partnership with NGOs or through campaigns that bring together coalitions and/or interest groups.

Companies and their respective associations can also join forces with the United Nations and NGOs in pressing for changes in the positions and interests of the developed countries, as is happening, for example, in the form of the pressure exercised upon the member countries of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) that they change their policies on subsidizing agricultural commodities. In terms of forging external debt, some companies have pledged support to the Jubilee 2000 campaign.



1. Promoção do trabalho decente para os jovens

Os três alvos prioritários definidos pela Meta 8 apresentam-se como desafios para as ações empresariais. Muitas empresas preocupam-se com as oportunidades de trabalho para os jovens, a faixa etária com os maiores índices de desemprego em todo o mundo. Programas de capacitação e formação profissional são implementados em parceria com o setor público.

Para melhorar a empregabilidade, o setor privado pode investir em treinamento e formação profissional, e dar especial atenção aos grupos menos favorecidos. Além disso, muitas empresas podem influenciar suas respectivas cadeias produtivas e as associações de classe, além dos governos, para a constituição de programas para ajudar os jovens a

constituírem seu próprio negócio. Essa iniciativa deve estar ligada à promoção de empregos para jovens nas pequenas e médias empresas, uma vez que, em muitos países, são elas as maiores responsáveis pela geração de novos postos de trabalho.

O Projeto Crescer, da Basf, é realizado em São Bernardo do Campo e Guaratinguetá (SP), com foco em adolescentes de baixa renda das comunidades onde a empresa atua. Para cada adolescente, são oferecidas 1.773 horas de profissionalização, por meio da concessão de bolsas de estudo, orientação vocacional e orientação para ingresso e permanência no mercado de trabalho, além do fornecimento de assistência

Ações empresariais *Business actions*

- Accor
- Alcatel
- Basf
- Siemens
- Shell

odontológica, material didático, transporte e uniformes.

Da mesma forma, a empresa Alcatel, em parceria com o Centro de Apoio ao Aprendizado Profissional do Ipiranga, desenvolve no município de São Paulo um programa de aprendizagem profissional mediante um método educacional para formação de adolescentes de 15 a 17 anos na função de "apoio administrativo/auxiliar de empresa".

A Accor (Ticket Serviços) auxilia jovens de baixa renda a ingressarem em seu primeiro emprego, por meio do projeto Jovem Cidadão. Em parceria com a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho do Governo do Estado de São Paulo, a empresa recruta e treina jovens, com possibilidade de efetivação. Durante esse período, os participantes recebem bolsa-auxílio, vale-transporte e refeições. O grupo Accor mantém ainda dois outros

1. Promotion of decent employment for youths

The three priority targets defined under Goal 8 present themselves as challenges for business action. Many companies are concerned with creating job opportunities for the young, which is the age group showing the highest unemployment rates the world over. Skills training and professional formation programs can be implemented in partnership with the public sector.

To improve employability, the private sector can invest in professional training and formation and give special attention to the least privileged groups. In addition to this many companies can influence their own production chains and trade associations, not to mention governments, to develop programs that can help the young to start up their own businesses. This initiative should

be linked with a drive to encourage small

and medium-sized companies to employ the young, particularly when understood that, in many countries, it is companies of this size that generate the largest number of job vacancies.

Basf's Grow Project is run in São Bernardo do Campo and Guaratinguetá (São Paulo) and focuses on adolescents from low-income communities in which the company is present. Each teenager is offered 1,733 hours of professional training through scholarships, career guidance and orientation on how to enter the jobs market and how to stay employed, and also receives dental assistance, educational material, transport and uniforms.

Alcatel, in partnership with the Ipiranga Professional Learning Support Centre, has developed a professional learning program in São Paulo to train teenagers between 15 and 17 years of age to work as "administrative aides/company assistants".

Accor (Ticket Services) helps youths from low-income families to find their first job through its Young Citizen project. In partnership with the Labour and Labour Relations Secretariats of the Government of the State of São Paulo the company recruits and trains young people with the possibility that some of them will be taken on full time later. During the training period the participants receive a scholarship, transport vouchers and meal tickets. The Accor group also runs two other projects, one of which is the Encaminhar (Send forward) program, which trains and accompanies the development of youths aged between



projetos. Um deles é o Encaminhar, que treina e acompanha jovens de 16 a 20 anos no desenvolvimento de diversas atividades na empresa. Em outra iniciativa, a Accor Hotels realiza oficinas de hotelaria para capacitar estudantes entre 16 e 20 anos de famílias que recebem até quatro salários mínimos.

A Siemens também oferece formação profissional na área de panificação para jovens do bairro Sabará, na periferia de Curitiba (PR). A empresa montou uma escola de panificação que produz pães para a creche local. O projeto, que pretende ser auto-sustentável, conta com parceria da Secretaria da Criança e do Adolescente de Curitiba.

O projeto Iniciativa Jovem, da Shell, além de capacitar jovens entre 18 e 30 anos, preferencialmente os que se encontram em desvantagem social, apóia a consolidação de

empreendimentos no bairro de Santa Teresa, na cidade do Rio de Janeiro. Para tanto, contribuiu para a formação da rede de empreendimentos sustentáveis da região, que já forneceu o selo de empreendedor sustentável a 45 jovens.

2.

Democratização do acesso às tecnologias da informação

Conforme avança o desenvolvimento de novas tecnologias, aumenta o fosso entre as comunidades pobres e o mundo digital. Para encurtar o caminho entre esses dois mundos, o setor privado deve se engajar em ações que disponibilizem equipamentos e em programas desenvolvidos para melhorar a expertise e o conhecimento dos usuários. É preciso, ainda, garantir assistência técnica e treinamento especial e conceder acesso a conteúdos que possam ser multiplicados.

Em 2002, o Brasil começou a se destacar entre os países latino-americanos como um dos que tem dado atenção especial à questão da inclusão digital e ao desenvolvimento de tecnologias ligadas à informática. Em novembro daquele ano, o Brasil recebeu do Fórum Econômico Mundial

16 and 20 in many of the company's areas of activity. The other initiative is conducted through Accor Hotels, which runs workshops in hotel management to train students aged between 16 and 20 from families with income of up to only 4 minimum monthly salaries (a total of R\$ 960 per month).

Siemens offers professional training in bakery for youths from the borough of Sabará on the outskirts of Curitiba (Paraná). The company set up a bakery school to produce bread for the local crèche. The project is intended to be self-sustainable, though it also receives help from the Curitiba Secretariat for Children and Adolescents.

Shell's Youth Incentive project offers skills training to youths aged between 18 and 30, preferentially from socially difficult situations, and also supports the consolidation of undertakings in the borough of Santa Teresa in the centre of Rio de Janeiro city, where it

contributes to the development of a network of sustainable projects. 45 youths have already been certified with its sustainable entrepreneur seal.

2.

Democratisation of information technologies

As the development of new technologies advances, the gulf between poor communities and the digital world widens. To bridge the gap between these two worlds the private sector should engage in actions that furnish the equipment and the skills training needed in order to use it. It is also essential to provide technical assistance, special training and to cede access to content that can be copied and distributed more widely.

In 2002 Brazil began to stand out among its peers as one of the Latin American countries that was giving most attention to the issue of digital inclusion and to the development of information technologies. In November of that year, Brazil achieved first place in the World Economic Forum (WEF) ranking for Latin American countries that best develop



(WEF) o título de primeiro colocado no ranking dos países da América Latina que melhor desenvolvem tecnologias de comunicação e informação.

O grupo Telefônica participa de diversos projetos de inclusão digital por meio de sua fundação. O Educarede é um portal de educação, totalmente aberto e gratuito, que atende a professores e alunos do Ensino Fundamental e Médio. Tem como objetivo melhorar a qualidade da educação na rede pública de ensino no Brasil, promovendo o uso pedagógico da internet. Outro projeto

Ações empresariais

Business actions

- Accenture
- Bradesco
- Cadbury Adams
- Companhia Vale do Rio Doce
- Esso
- HP
- IBM
- Microsoft
- Philips
- Sadia
- Telefônica

communication and information technologies.

The Telefônica Group participates in various digital inclusion projects through the Telefônica Foundation. The Educarede (Educational Network) is a totally open and free portal attending Primary and Secondary school teachers and students. The objective of the portal is to improve the quality of the education on offer through Brazil's network of public schools by promoting the use of the Internet as a teaching and learning tool. Another project run by the Telefônica Foundation is the International Solidarity Network, a portal with the goal of making practical knowledge available and increasing the

da Fundação Telefônica é o portal Rede Internacional Solidária, que tem como objetivo tornar disponível conhecimento de natureza prática e aumentar os níveis de participação e interação entre organizações de atendimento a crianças e jovens. Esses projetos contam com a parceria de várias instituições. A parceria com a Rede SACI — Solidariedade, Apoio, Comunicação e Informação, permite o uso da tecnologia por pessoas com deficiência. A fundação também é responsável pelo programa Pró-Direitos, que tem o objetivo de estruturar redes eletrônicas de comunicação entre entidades públicas e privadas que atuam no atendimento direto e indireto de crianças e adolescentes. Além dos projetos criados e mantidos pela Fundação Telefônica, o grupo espanhol também participa de programas de inclusão digital em parceria com o poder público em São Paulo.

levels of participation and interaction between children and youth assistance organizations. These projects are the result of partnerships with various institutions. The partnership with the SACI Network (Solidarity, Support, Communication and Information) makes technology available to people with handicaps. The foundation is also responsible for the Pro-Rights program, which aims to structure electronic communication networks connecting public and private entities that work either directly or indirectly with children and teens. As well as the programs run by the Telefônica Foundation, the Spanish group also participates in digital inclusion programs in conjunction with public organs in São Paulo.

The Bradesco Foundation has 39 schools with 3 thousand computers attending 105 thousand students. Each of the foundation's schools adopts one or two nearby public schools. The laboratories of these schools and those of the schools

A Fundação Bradesco tem 39 escolas com 3 mil computadores, que atendem a 105 mil alunos. Cada uma das escolas da fundação adota uma ou duas escolas públicas próximas. Os laboratórios das escolas próprias e das apoiadas pelo banco formam uma rede que proporciona treinamento para professores e alunos. Em seu programa de inclusão digital, a Fundação Bradesco formou mais de 4 mil pessoas com deficiência visual. São parceiros nessa iniciativa empresas de informática e de softwares, além do Medialab do Massachusetts Institute of Technology (MIT).

O Programa Garagem Digital, parceria entre a HP e a Fundação Abrinq, busca incluir jovens de famílias de baixa renda de São Paulo no universo digital. O objetivo do projeto é desenvolver a auto-estima dos jovens, integrando-os ao mercado de trabalho e à sociedade. O projeto é sistematizado também para que seja possível reproduzir a

sponsored by the bank form a network that provides training to both teachers and students. As part of its digital inclusion program, the Bradesco Foundation has already qualified more than 4 thousand visually impaired students. In realizing this program the Bradesco Foundation counts on its partnerships with IT and software companies and the Massachusetts Institute of Technology (MIT) Medialab.

The Digital Garage Program is a partnership between HP and the Abrinq Foundation that seeks to include youths from low-income families in São Paulo in the digital world. The goal of the project is to boost the self-esteem of these youngsters by helping them integrate into the labour market and society itself. The project is systematized so that it can easily be implemented with other young people in other regions. Each unit is equipped with top-notch computers, printers, software and Internet connection so as to simulate the modern



experiência com outros jovens, em outras regiões. Cada unidade está equipada com computadores de última geração, impressoras, softwares e conexão à internet, simulando um ambiente de trabalho. Ao final do treinamento, os jovens devem apresentar um projeto desenvolvido por eles, aplicando na prática o conhecimento técnico que receberam.

A IBM Brasil desenvolve vários programas visando a inclusão digital: o KidSmart, que leva a tecnologia a crianças em idade pré-escolar; o e-Voluntários, programa de voluntariado via internet; o Reinventando a Educação, programa mundial da empresa para capacitar professores do Ensino Fundamental e Médio de escolas públicas; e o programa de profissionalização, que oferece treinamento e acesso à tecnologia. Entre os parceiros da empresa estão o CDI e secretarias de Educação de diversos Estados brasileiros. Em 2003, a

IBM assinou uma carta de intenções com o governo federal, com o objetivo de incentivar o desenvolvimento do software livre no país.

Muitas empresas têm parceria com o CDI — Comitê para Democratização da Informática, uma ONG que busca promover a inclusão social por meio da inclusão digital. O CDI estruturou as EIC — Escola de Informática e Cidadania, espaços informais de ensino distribuídas por todo o país. São várias as possibilidades de parceria com o CDI.

Empresas como a Fundação Vale do Rio Doce, Esso, Philips, Sadia e Telefônica doaram microcomputadores e recursos financeiros para a formação de EICs nas comunidades onde atuam. Esses projetos promovem a reintegração social de pessoas de baixa renda, principalmente moradores nas comunidades onde a empresa atua, com foco na reintegração social.

A Cadbury Adams montou EICs em sua empresa, promovendo a inclusão digital de seus funcionários, que adquiriram maior habilidade no uso de computadores, além de compartilharem com familiares os novos conhecimentos em informática.

A Accenture, consultoria de gestão de tecnologia, colaborou na definição do desenho organizacional e no modelo de sustentabilidade econômica do CDI. A empresa recorre ainda à sua rede de relacionamentos para ajudar o comitê a encontrar novos parceiros para a doação de computadores e softwares, além de ter destinado recursos financeiros para a criação de cem escolas de informática. A Microsoft doa softwares para todos os microcomputadores instalados nas EICs — Escolas de Informática e Cidadania do CDI no Brasil.

workplace. At the end of the training the youngsters must present a project that applies in practice the technical knowledge they have acquired throughout the program.

IBM Brazil has developed various digital inclusion programs: KidSmart, which introduces pre-school kids to technology; e-Volunteers, an Internet volunteer work program; Reinventing Education, one of the company's global projects, which aims to train primary and secondary-level teachers from public schools, and the professional skills program, which offers training and access to technology. Among the company's partners on these projects are CDI and the education secretariats from various Brazilian states. In 2003 IBM signed a letter of intent with the federal government to encourage the development of free software in the country.

Many companies have formed partnerships with CDI — Committee for

the Democratisation of Information Technology, an NGO that seeks to bring about social inclusion through digital inclusion. CDI was responsible for structuring the EICs — IT and Citizenship Schools, which are basically informal learning centres distributed throughout the country. There are many ways in which companies can form partnerships with CDI.

Companies such as Vale do Rio Doce, Esso, Philips, Sadia and Telefônica have donated computers and financial resources to equip and establish the EICs in the communities in which they are based. These projects promote the social reintegration of people with low incomes, mostly in the areas surrounding the company's sites. Cadbury Adams set up EICs on its company sites, promoting the digital inclusion of its employees, who acquire greater computer skills as a result, which they can then share with their families.

Accenture, a technology management consultancy, collaborated in the organizational structuring and economic sustainability model for CDI. In addition to financing the creation of one hundred IT schools on its own behalf, the company also drew upon its relationship network to help the committee find new partners to contribute by donating computers and software. Microsoft donates the software run in all of the computers installed at CDI's IT and Citizenship Schools (EICs) in Brazil.



3. **Viabilização de parcerias para o desenvolvimento social sustentável**

Como forma de sensibilizar e mobilizar lideranças empresariais e da sociedade civil para ações de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável, a empresa Amanco, em parceria com outras organizações, realizou a II Conferência de Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável da Região Sul. Além disso, a empresa também reconhece projetos e ações sociais implementadas por construtoras e revendas de material de construção, irrigação e infra-estrutura, por meio do Prêmio Amanco por um Mundo Melhor. O projeto Agenda 21 Cajamar, da Natura, incentiva a interação de

lideranças da sociedade civil, do setor privado e do setor público governamental. O objetivo do projeto é promover a implementação da Agenda 21 no município de Cajamar (SP), onde está localizada uma de suas unidades, integrando seus funcionários à comunidade em que está inserida. O projeto Rede Petrobras de Responsabilidade Social pretende avaliar os indicadores de atuação social de seus parceiros e estimular seu envolvimento nos projetos selecionados pelo Programa Petrobras Fome Zero. O Progefe — Programa de Gestão de Fornecedores da Engenharia tem o objetivo de formar um sistema de informações que permita avaliar e estimular o desenvolvimento da gestão socialmente responsável dos fornecedores.

Ações empresariais *Business actions*

- Natura
- Amanco
- Petrobras

3. **Creation of partnerships for sustainable social development**

As a way of making business and civil society leaders aware of the need for social responsibility and sustainable development actions and mobilizing them to engage in actions for themselves, Amanco, in partnership with other organizations, staged the II Social Responsibility and Sustainable Development Conference for the Southern Region. In addition to this the company also recognizes social actions and projects implemented by construction companies and retailers of construction, irrigation and infrastructure materials through its Amanco Better World Award.

Natura's Cajamar Agenda 21 project encourages the interaction of civil society leaders from the private and public/government sectors. The goal of the project is to promote the implementation of Agenda 21 in the municipality of Cajamar in São Paulo, where one of the company's units is based, so as to integrate its employees within the community.

The Petrobras Network Social Responsibility project aims to evaluate its partners' social performance indicators and stimulate their involvement in the projects selected by the Petrobras Fome Zero Program. The objective of the Progefe — Engineering Suppliers Management Program is to create an information system that allows the company to evaluate and encourage the development of socially responsible management among its suppliers.

Relação de empresas citadas

Web sites of the companies cited

Abbot Laboratórios do Brasil	abbottbrasil.com.br
Accenture Brasil	www.accenture.com/
Accor Brasil	www.accor.com.br
Aché Laboratórios Farmacêuticos	www.ache.com.br
Alcatel Telecomunicações	www.alcatel.com.br
Amanco Brasil	www.amanco.com.br
Anglo American Brasil	www.angloamerican.com.br
AngloGold Brasil	www.anglogold.com.br
Avon Cosméticos	www.avon.com.br
Banco Bradesco	www.bradesco.com.br
Banco do Brasil	bb.com.br
Bandeirante Energia	www.bandeirante.com.br
BankBoston Brasil	www.bankboston.com.br
Basf do Brasil	www.basf.com.br
Bayer	www.bayer.com.br
Boehringer Ingelheim do Brasil	www.boehringer-ingelheim.com.br
Bristol-Myers Squibb Brasil	www.bristol.com.br
Bunge Alimentos	www.bunge.com.br
Cadbury Adams Brasil	www.cadburyadams.com/
Companhia Siderúrgica Belgo Mineira	www.belgo.com.br
Companhia Vale do Rio Doce	www.vale.com.br
Construtora Norberto Odebrecht	www.odebrecht.com.br
CST – Companhia Siderúrgica de Tubarão	www.cst.com.br
Esso Brasileira de Petróleo	www.esso.com.br
Ford Motor Company do Brasil	www.ford.com.br
GlaxoSmithKline Brasil	www.glaxosmithkline.com.br
Grupo Pão de Açúcar	www.grupopaodeacucar.com.br
Hewlett-Packard Brasil	www.hp.com.br
IBM Brasil	www.ibm.com.br
Indústria Química e Farmacêutica Schering-Plough	www.schering-plough.com.br
Kodak Brasileira	www.kodak.com.br
Laboratórios Pfizer	www.pfizer.com.br
Merck Sharp & Dohme (MSD)	www.msdonline.com.br
Microsoft Informática	www.microsoft.com.br
Mineração Rio do Norte (MRN)	www.mrn.com.br
Natura Cosméticos	www.natura.net/
Nestlé Brasil	www.nestle.com.br
PepsiCo do Brasil	www.pepsico.com/
Petrobras	www.petrobras.com.br
Philips do Brasil	www.philips.com.br
Produtos Roche Químicos e Farmacêuticos	www.roche.com.br
Sadia Alimentos	www.sadia.com.br
Seara Alimentos	www.seara.com.br
Shell Brasil	www.shell.com.br
Siemens Brasil	www.siemens.com.br
Souza Cruz	www.souzacruz.com.br
Telefônica Brasil	www.telefonica.com.br
Texaco Brasil	www.texaco.com.br
Tim Maxitel	www.timmaxitel.com.br
Unilever Brasil	www.unilever.com.br
White Martins Gases Industriais	www.whitemartins.com.br

Realização / Published by

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Patrocínio institucional / Institutional sponsorship



Patrocínio / Sponsored by



Apoio institucional / Institutional support

