

Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global 2005

INSTITUTO
ETHOS



Indicadores Ethos
Aplicados aos
Princípios do
Pacto Global

Patrocinadores

Abradee

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

Chesf

A Chesf decidiu patrocinar as Ferramentas de Gestão Ethos 2005 por entendê-las como instrumentos importantes de aprendizagem e de avaliação da gestão, considerando os interesses de todos os públicos com os quais se relaciona. A Empresa, maior geradora de energia elétrica do país, tem a responsabilidade social incorporada na sua missão e sente-se orgulhosa em estar contribuindo, há mais de 50 anos, para o desenvolvimento do Nordeste. A Chesf está utilizando as ferramentas de gestão Ethos para verificar a conformidade das suas práticas com a sustentabilidade econômica, social e ambiental, e tem atuado para que seus públicos de relacionamento também incorporem os conceitos de responsabilidade social empresarial nas suas decisões.

CPFL

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

Natura

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

Petrobras

A Petrobras patrocina o Kit Ferramentas de Gestão, desenvolvido pelo Instituto Ethos, com o propósito de consolidar anualmente o compromisso por uma gestão empresarial socialmente responsável. A Companhia aceita o desafio de estimular as corporações a atuarem em responsabilidade social e ambiental, por meio da formação de parcerias que possibilitem a construção de uma sociedade mais justa. Associada à excelência em suas operações de produção e refino de óleo e gás, a Petrobras dedica o mesmo empenho a suas ações nas áreas social e ambiental, com o objetivo de promover o desenvolvimento com cidadania.

Ripasa

A Ripasa S/A Celulose e Papel reconhece que atitudes positivas em relação às comunidades com as quais interage fortalece cada vez mais sua missão que está alicerçada em valores como ética, respeito e parceria. Participar com o Instituto Ethos desta publicação revela que todos podemos desempenhar papéis qualificados e comprometidos, disseminando uma cultura de auto-avaliação e aprendizagem para conquista de práticas consistentes.

SESI

O SESI Santa Catarina defende que, ao apoiar as Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos, contribui para a disseminação e a promoção de práticas e valores indispensáveis ao desenvolvimento sustentável. Atuando como fornecedor de serviços sociais à Indústria, o SESI conscientiza as empresas sobre a importância da responsabilidade social para a manutenção dos negócios e desenvolve programas para viabilizar seu exercício social, dentro de suas necessidades. Foi também com base nas Ferramentas de Gestão do Instituto Ethos que o SESI SC desenvolveu seu programa interno de Gestão Socialmente Responsável, em vigor desde 2002.

Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

2005

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

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

Realização

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

Execução (versão original)

Ana M. C. Esteves, Raphael Rodrigues, Reinaldo Bulgarelli e Sérgio A P Esteves

Colaboradores do Instituto Ethos

Karina B. Forlenza (captação), Marcelo Linguitte e Paulo Itacarambi

Revisão 2005

Ana Lucia Custodio, Gláucia Térreo, Daiane Correa Moraes e Renato Moya

Patrocínio

Associação Brasileira de Distribuidores de Energia (Abradee), CPFL Energia, Chesf, Natura, Petrobrás, Sesi SC e Ripasa

Apoio

The William and Flora Hewlett Foundation e Inter-American Foundation (IAF)

Projeto e Produção Gráfica

Waldemar Zaidler, William Haruo (Planeta Terra Design)

Todos os direitos reservados.

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

São Paulo, junho de 2005.

Tiragem: 10.000 exemplares



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo),
fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria e não credenciamos nem autorizamos profissionais a oferecer qualquer tipo de serviço em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos "selo" com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma entidade ou empresa (associada ou não) utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Para esclarecer dúvidas ou nos consultar sobre as atividades do Instituto Ethos, contate-nos, por favor, pelo serviço "Fale Conosco", do site www.ethos.org.br

Sumário

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

Indicadores Ethos aplicados aos Princípios do Pacto Global

Direitos Humanos

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

Direitos do Trabalho

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

Princípio 6: As empresas devem eliminar a discriminação com respeito ao emprego e à ocupação	33
<i>Indicador 1: Sobre o monitoramento da situação do público interno em relação a mecanismos de discriminação</i>	33
<hr/>	
Proteção Ambiental	
<hr/>	
Princípio 7: As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais	36
<i>Indicador 1: Sobre o apoio a uma abordagem preventiva aos desafios ambientais</i>	36
Princípio 8: As empresas devem se engajar em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental	39
<i>Indicador 1: Sobre o engajamento em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental</i>	39
Princípio 9: As empresas devem incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis	41
<i>Indicador 1: Sobre o incentivo ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis</i>	41
<hr/>	
Contra a Corrupção	
<hr/>	
Princípio 10: As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina	43
<i>Indicador 1: Sobre a sua conduta</i>	43
<i>Indicador 2: Sobre a disseminação do tema frente a seus públicos</i>	46
<i>Indicador 3: Sobre a sua cadeia de valores</i>	48
<hr/>	
Anexo: Interseção entre os Indicadores Ethos e os Princípios do Pacto Global	51
<hr/>	
Gabarito	54
<hr/>	
Referências: Ciclo Social da ONU	55
<hr/>	

Apresentação

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

Os compromissos empresariais propostos pelo Pacto Global requerem atenção e alguns cuidados para que a iniciativa não seja banalizada por uma adesão sem conseqüências concretas. Os principais cuidados a serem observados se referem, por um lado, à atenção das empresas para com os impactos potenciais (atuação preventiva) de seus planos, metas e estratégias nas comunidades em que atuam e na sociedade em geral e, por outro, ao envolvimento das empresas com uma agenda de ação local, estimulando um vínculo pragmático dos negócios com o desenvolvimento sustentável no plano internacional.

Pensar os negócios em um contexto mais amplo, de compromissos globais, e promover a interação das

empresas com organizações da sociedade civil que defendem causas relevantes representa uma oportunidade excepcional de aprendizagem para todos os envolvidos, fortalece a democracia e estabelece condições melhores para a promoção de uma cultura de paz.

Em termos pragmáticos, implica na incorporação dos dez princípios do Pacto Global aos princípios, planos e práticas das empresas. Se a relação das empresas com o Pacto Global for tratada como algo paralelo, isto é, se não incorporada aos interesses empresariais, não terá, naturalmente, sustentabilidade. Tais princípios estão agrupados em quatro áreas: **Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Proteção Ambiental e Contra a Corrupção.**

A presente versão dos **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global** é resultado de uma revisão que objetivou a adequação da linguagem e a atualização dos temas abordados. O décimo princípio do Pacto Global, "Contra a Corrupção", foi incluído, com três novos indicadores, que lidam com o tema sob a perspectiva da conduta empresarial, de sua disseminação aos seus públicos interessados e à cadeia de valores.



OS DEZ PRINCÍPIOS

Direitos Humanos

- 1** As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente dentro de sua esfera de influência; e
- 2** as empresas devem certificar-se de que não são cúmplices de abusos e violações dos direitos humanos.

Direitos do Trabalho

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

Proteção Ambiental

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

Contra a Corrupção

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

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

Em setembro de 2000, as Nações Unidas – numa reunião em que participaram 147 Chefes de Estado e de Governo e 191 países – aprovaram os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), nos quais são contidos um conjunto de metas.

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas são:

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

- Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento

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

EXEMPLO DE INTENÇÃO ESTRATÉGICA

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

EXEMPLOS DE ÁREAS A SEREM CONSIDERADAS NA FORMULAÇÃO DE METAS

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

A formulação de intenções estratégicas e o estabelecimento de metas é mais bem realizado quando a situação atual da empresa é bem conhecida e há planejamento em relação a onde se quer chegar (situação atual e situação desejada).

OS INDICADORES ETHOS APLICADOS AOS PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL

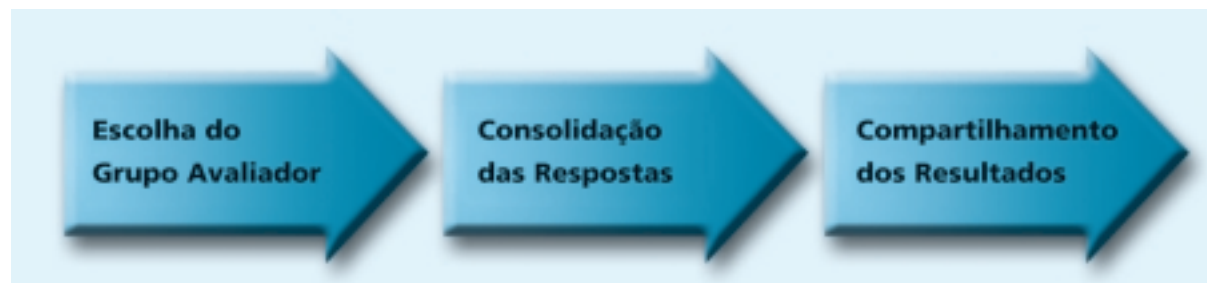
Os Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global foram desenvolvidos como um instrumento auxiliar nesse processo de identificação de onde a empresa está, em relação à inserção dos dez princípios em seus planos e práticas, e onde pretende chegar. Eles representam um ponto de partida capaz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

Recomendamos que os **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global** sejam aplicados como complemento aos demais Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Ambos propiciam condições para um diagnóstico capaz de gerar ações relevantes para pessoas, empresas e sociedade.

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

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

Após esse momento inicial, a empresa está pronta para estabelecer uma linha de ação que permita viabilizar a incorporação dos dez princípios na ação organizacional. Esse processo pode ser iniciado com a aplicação dos **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global**. Alguns cuidados, entretanto, devem ser observados:



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

ORIENTAÇÃO AO USUÁRIO:

Para criar melhores condições no uso da ferramenta, **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global**, é importante que algumas referências sejam consideradas:

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

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

Nesta publicação dos **Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global**, há uma correlação com alguns dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005, que podem ampliar ou aprofundar a análise.

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

Indicadores Ethos Aplicados aos Princípios do Pacto Global

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

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

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

A empresa assume que, ao cumprir a legislação, atende as referências sobre a Declaração Universal dos Direitos Humanos e as questões a ela relacionadas.	As referências da Declaração Universal dos Direitos Humanos e as questões a elas relacionadas estão contempladas nas políticas e práticas corporativas e as lideranças são estimuladas a contribuir com o seu cumprimento e monitoramento.	A gestão estratégica de longo prazo tem como uma das bases a Declaração Universal de Direitos Humanos e o público interno é estimulado a contribuir com o seu cumprimento e monitoramento	Além disso, a empresa incentiva iniciativas de promoção de uma cultura de direitos humanos na relação com seus <i>stakeholders</i> externos.	Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 3.4, 3.5 e 3.6 do tema Valores, Transparência e Governança, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

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

<p>A preocupação com os temas relacionados aos direitos humanos está presente no discurso da empresa e as lideranças participam esporadicamente em eventos e fóruns relacionados ao tema.</p>	<p>Existem processos formais de disseminação dos direitos humanos na cultura da empresa, lideranças participam ativamente de eventos e fóruns relacionados ao tema.</p>	<p>O posicionamento da empresa é explícito quanto aos seus compromissos com o tema dos direitos humanos e o público interno é estimulado a participar de fóruns e eventos sobre o tema.</p>	<p>Além disso, assume papel de liderança na disseminação das questões relacionadas aos direitos humanos, promovendo eventos e fóruns relacionados ao tema, e estimula que seus <i>stakeholders</i> externos conheçam e participem desses eventos e fóruns.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 3.4, 3.5 e 3.6 do tema Valores, Transparência e Governança, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

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

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

		Sim	Não
2.4.	Explicita em seu Código de Ética — instrumento que norteia suas relações com seus diferentes públicos — e dissemina permanentemente o seu posicionamento de respeito e apoio aos direitos humanos em questões que rejeitam, por exemplo, as discriminações negativas, as práticas ilegais de produção, armazenamento, distribuição e comercialização, o trabalho forçado ou compulsório, as diferentes formas de assédio, a concorrência desleal, a aceitação de propinas, a formação de cartéis, a sonegação de impostos, a corrupção ativa e passiva e a violação dos direitos da criança e do adolescente?		
2.5.	Considera importante que temas como erradicação do trabalho infantil, trabalho forçado ou compulsório, erradicação do analfabetismo, combate às DST/AIDS, exploração e abuso sexual de crianças e adolescentes, preservação ambiental e preservação da cultura local sejam naturalmente considerados em suas relações com seus diferentes públicos (fornecedores, clientes, acionistas, público interno, concorrência, comunidades)?		

		2003	2004	2005
2.6.	Quantidade de artigos divulgados ou eventos realizados pela empresa – ou com o seu apoio – sobre temas relacionados a direitos humanos:			

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

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

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

<p>A empresa considera a Declaração Universal dos Direitos Humanos uma importante referência às questões relacionadas às suas atividades sociais.</p>	<p>Tem uma posição formalmente definida de adequação de seus programas, políticas e práticas na área social alinhados à Declaração Universal dos Direitos Humanos.</p>	<p>Além da empresa empenhar-se no desenvolvimento e disseminação dos conceitos da Declaração Universal dos Direitos Humanos em suas atividades sociais, o entende como assunto estratégico para os negócios.</p>	<p>A empresa incentiva seus fornecedores e outros <i>stakeholders</i> externos a participarem de suas atividades sociais, com o objetivo de promover o conhecimento aprofundado e o respeito à Declaração Universal dos Direitos Humanos.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

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

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

		Sim	Não	
3.6.	Procura estabelecer temas, prioridades e metas na ação social com base em indicadores sociais locais, em uma agenda nacional de desenvolvimento e, especificamente, em indicadores e princípios de desenvolvimento humano sustentável, difundidos pelo PNUD, utilizando-os na definição de prioridades?			
3.7.	Valoriza a diversidade e combate o assédio de qualquer natureza e a discriminação em questões envolvendo raça/cor/etnia, gênero, orientação sexual, deficiência, HIV/AIDS ou idade em suas atividades no campo da ação social?			
3.8.	Valoriza a democracia e promove o desenvolvimento de relações de parceria que levam em conta o bem comum, combatendo, ao mesmo tempo, relações que implicam em dependência econômica, dominação ou consentimento forçado?			
3.9.	Considera o tema da violência sexual (exploração e abuso sexual) de crianças e adolescentes em atividades/projetos específicos ou em conteúdos de seus programas/projetos sociais?			
3.10.	Considera o tema da educação ambiental e do direito das futuras gerações em atividades/projetos específicos ou em conteúdos de seus programas/projetos sociais?			
3.11.	Considera o tema da erradicação do analfabetismo em atividades/projetos específicos ou em conteúdos de seus programas/projetos sociais?			
3.12.	Considera os temas do protagonismo juvenil e da importância da participação democrática dos jovens em atividades/projetos específicos ou em conteúdos de seus programas/projetos sociais?			
3.13.	Considera o tema da erradicação do trabalho infantil e da promoção dos direitos da criança e do adolescente em atividades/projetos específicos ou em conteúdos de seus programas/projetos sociais?			
		2003	2004	2005
3.14.	Volume de recursos financeiros destinados a iniciativas sociais que valorizam o respeito e o apoio aos direitos humanos:			

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

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

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

Ver sites: www.onu-brasil.org/global_compact.php - www.oit.org/public/portuguel/regional/ampro/brasil/normas_princip_dir.htm - www.pnud.org.br

Princípio 2

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

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

<p>A empresa conhece as questões relevantes de direitos humanos em seu setor e entende que é necessário ter uma postura institucional de monitoramento de suas práticas relacionadas às questões de direitos humanos, bem como estimular seus parceiros da cadeia produtiva a ter o mesmo tipo de postura, mas não tem formalizado esse posicionamento.</p>	<p>A empresa assume formalmente uma postura institucional que estabelece um acompanhamento das questões relacionadas aos direitos humanos na sua cadeia de negócios.</p>	<p>A gestão estratégica da empresa contempla um modelo formal de monitoramento de questões relacionadas aos direitos humanos, tanto interno como na cadeia de negócios.</p>	<p>Além disso, a empresa participa de fóruns empresariais e demais eventos que tratam de questões relacionadas a direitos humanos, compartilhando suas aprendizagens e contribuindo para que outras empresas tenham o mesmo posicionamento.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 3.4, 3.5 e 3.6 do tema Valores, Transparência e Governança, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

DIREITOS HUMANOS

Princípio 2

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Conhece as questões envolvendo direitos humanos a serem consideradas em seu setor de atividade?		
1.2.	Conhece as questões a serem monitoradas envolvendo direitos humanos decorrentes dos impactos gerados pela realização de seus negócios e dos riscos presentes nas comunidades em que atua?		
1.3.	Procura manter-se atualizada em relação a riscos e oportunidades através de uma relação com organizações da sociedade civil que lidam com temas relacionados a direitos humanos?		
1.4.	Tem processos para estabelecer diálogos sociais em torno de direitos humanos e dos impactos, riscos e oportunidades produzidos pelos negócios nas comunidades em que atua mais diretamente?		
1.5.	Procura criar espaços de diálogo com autoridades e organizações da sociedade civil que atuam em temas ligados direta ou indiretamente às suas atividades empresariais quando ocorrem situações de conflito de interesses ou alguma denúncia sobre violação de direitos humanos em sua cadeia de negócios?		
1.6.	Estabelece relações de cooperação (técnica, financeira, etc.) com colaboradores, fornecedores ou clientes quando há riscos e potencial de violação de direitos humanos, visando corrigir ou evitar que eles aconteçam?		
1.7.	Monitora e divulga seus resultados relacionados aos diferentes temas de direitos humanos priorizados em sua ação social, criando condições para um diálogo com a comunidade e as organizações da sociedade civil que estão direta ou indiretamente ligadas a estes temas?		
1.8.	Monitora a situação de seu público interno em relação aos quesitos de diversidade, verificando se negros, mulheres, pessoas com deficiência, jovens e pessoas com mais de 45 anos não são discriminados, ou seja, não são vítimas de violação de direitos humanos?		
1.9.	Cumprir a Lei de Cotas para pessoas com deficiência (Lei 8213/91), em sintonia com a Convenção 159 da OIT (Convenção sobre Reabilitação Profissional e Emprego de Pessoas Deficientes)?		
1.10.	Cumprir a legislação antidiscriminação racial do país, em sintonia com a Convenção 111 da OIT (sobre a discriminação em matéria de emprego e profissão)?		
1.11.	Cumprir a legislação antidiscriminação da mulher, em sintonia com a normativa nacional, com a Convenção 100 da OIT (sobre a igualdade de remuneração de homens e mulheres por trabalho de igual valor) e a Conferência Mundial da ONU sobre a Mulher (Beijing/95)?		

DIREITOS HUMANOS

Princípio 2

		Sim	Não
1.12.	Possui canais formais e informais de participação dos colaboradores na elaboração de sugestões para melhoria da qualidade da relação da empresa com seus diferentes públicos?		
1.13.	Assegura-se de que os serviços de segurança privada atuam em conformidade com a lei e de acordo com a normativa internacional sobre armas, uso da força e respeito aos direitos humanos?		
1.14.	Procura certificar-se da origem dos produtos de seus fornecedores e dos impactos socioambientais produzidos pelos mesmos?		
1.15.	A empresa publica regularmente relatórios, conjugando resultados econômicos, sociais e ambientais, nos quais procura evidenciar seus valores e posicionamentos institucionais relacionados a direitos humanos?		

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

DIREITOS HUMANOS

Princípio 2

NOTAS / DÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

*Ver sites: www.onu-brasil.org/global_compact.php - www.oit.org/public/portugue/region/ampro/brasil/rules/organiza.htm.
Veja também os documentos do ciclo social da ONU, em referências.*

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 3

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

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

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

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 7 – 7.1 – 7.2 - 7.3 – 7.4 – 9 – 9.1 e 9.2 do tema Público Interno, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 3

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Não cria nenhum obstáculo, incluindo os relacionados ao assédio moral, para que os colaboradores possam associar-se de forma livre e independente, dialogar sobre o que consideram ser seus interesses legítimos e negociar termos, condições e responsabilidades, mesmo nas situações em que o direito à liberdade de associação coletiva esteja restringido por lei.		
1.2.	Assegura condições objetivas, expressas em política, para que representantes dos colaboradores não sofram qualquer tipo de assédio ou discriminação em decorrência dessa representação?		
1.3.	Assegura condições objetivas, expressas em política, para que os colaboradores tenham livre acesso aos seus representados no próprio local de trabalho?		

		2003	2004	2005
1.4.	Quantidade de colaboradores filiados ao(s) sindicato(s) com o(s) qual(is) a empresa mantém negociações:			

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

Princípio 4

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

1. Sobre a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório¹:

<p>A empresa declara formalmente sua rejeição a qualquer tipo de trabalho forçado ou compulsório, mas não monitora sua cadeia de negócios.</p>	<p>Possui cláusulas específicas em seus contratos e monitora sua cadeia de negócios, mas não mantém evidências de que este requisito é atendido em toda cadeia de negócios.</p>	<p>Além de a empresa monitorar a cadeia de negócios e de manter evidências de que este requisito é atendido em toda cadeia de negócios, busca construir com os parceiros soluções capazes de inibir o trabalho forçado ou compulsório.</p>	<p>Além disso, a empresa procura participar de fóruns empresariais que tratam de questões relacionadas a relações de trabalho, compartilhando suas aprendizagens e contribuindo para a erradicação do trabalho forçado ou compulsório na sociedade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 24 e 24.1 do tema Fornecedores, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

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

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 4

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

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

Princípio 5

As empresas devem apoiar a erradicação efetiva do trabalho infantil.

1. Sobre o apoio à erradicação do trabalho infantil:

<p>A empresa se posiciona contra o trabalho infantil, em qualquer momento de seu processo de produção e não emprega crianças e adolescentes menores de 18 anos, salvo na condição de aprendizes, de acordo com a lei (Lei do Aprendiz nº 10.097/2000).</p>	<p>A empresa possui uma política específica a respeito do trabalho infantil e sua erradicação e determina em seus contratos, em cláusula específica, a proibição do trabalho infantil em sua cadeia produtiva. Mantém diálogos com seus públicos acerca do tema, demonstrando as conseqüências do trabalho infantil para o indivíduo e para a sociedade.</p>	<p>Além disso, verifica o cumprimento da cláusula que proíbe o trabalho infantil na cadeia produtiva, por meio de visitas periódicas e da requisição de documentação comprobatória de sua não-existência.</p>	<p>Além disso, incentiva que seus fornecedores proíbam o trabalho infantil em suas cadeias de negócios e participa ativamente na elaboração de políticas públicas que garantam o bem-estar das crianças e adolescentes.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 – 10.1 – 10.2 do tema Público Interno e 23 – 23.1 do tema Fornecedores, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 5

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Promove campanhas de conscientização de seus públicos (público interno, consumidores e clientes, fornecedores, governo e sociedade, etc) quanto da necessidade da erradicação do trabalho infantil?		
1.2.	Divulga ao público interno, dentre outras informações relevantes, a legislação nacional e as convenções internacionais ratificadas pelo país sobre a erradicação do trabalho infantil?		
1.3.	Participa, em conjunto com outras empresas, em campanhas pela inclusão escolar de crianças e adolescentes?		
1.4.	Promove programas ou projetos de educação a crianças e adolescentes da comunidade?		
1.5.	Participa de campanhas de combate à violência sexual (exploração e abuso sexual de crianças e adolescentes), divulgando seu posicionamento institucional a todos os seus públicos?		

		2003	2004	2005
1.6.	Quantidade de recursos financeiros destinados à promoção dos direitos da criança e do adolescente:			
1.7.	Percentual do faturamento bruto investido em programas ou projetos específicos a crianças e adolescentes:			
1.8.	Percentual de aprendizes contratados, em relação ao público interno:			

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

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 5

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

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

Princípio 6

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

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

<p>A empresa se declara formalmente contra qualquer prática de discriminação.</p>	<p>A empresa possui política e práticas formais de não-discriminação, mas não monitora o seu cumprimento ou se as oportunidades são distribuídas com equidade entre os diferentes segmentos da população do país (sobretudo em relação a negros, pessoas com deficiência, mulheres etc.).</p>	<p>A empresa possui cadastro para candidatos e colaboradores com quesitos de diversidade não usuais (raça/cor, deficiência, religião, por exemplo), produz diagnósticos para gestores e estabelece planos de ação com ações afirmativas para correção de possíveis situações de iniquidade.</p>	<p>Além dos cuidados que assume em valorizar a diversidade em suas relações, a empresa insere o tema na sua comunicação institucional (interna e externa), procura participar de fóruns empresariais que tratam de questões relacionadas a este tema, compartilhando suas aprendizagens e contribuindo para disseminar uma cultura de valorização da diversidade no meio empresarial e na sociedade em geral.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 11 – 11.1 – 11.2 – 11.3 – 11.4 – 11.5 – 11.6 – 11.7 – 11.8 – 11.9 – 11.10 – 11.12 do tema Público Interno, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 6

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Realiza periodicamente um censo junto ao seu público interno?		
1.2.	Usa esse censo para o estabelecimento de objetivos que melhorem o perfil da demografia interna, principalmente com relação a pessoas com deficiência, negros, mulheres e pessoas com mais de 45 anos?		
1.3.	Tem processo para divulgar, periodicamente, relatórios que ratificam seu posicionamento institucional em relação à valorização da diversidade, informam sobre a demografia do público interno e reforçam os objetivos estabelecidos?		
1.4.	Procura manter-se atualizada quanto a questões relacionadas à valorização da diversidade por meio de uma relação permanente com organizações da sociedade civil que lidam com segmentos discriminados no mercado de trabalho (movimento de gays e lésbicas, pessoas com deficiência, movimento negro, pessoas com HIV/AIDS, movimento jovem)?		
1.5.	Realiza ações afirmativas para correção das distorções no acesso de minorias ao emprego, na ocupação de cargos em todos os níveis, nos salários e nos benefícios?		
1.6.	Apóia organizações sociais que atuam no combate à discriminação ou na defesa de direitos humanos de minorias?		
1.7.	Realiza ações sociais ou investimento social privado que beneficiam minorias?		

		2003	2004	2005
1.8.	Quantidade de recursos destinados na área de ação social em benefício de minorias (ações afirmativas):			

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

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 6

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

www.oit.org/public/portuguel/region/ampro/brasil/rules/organiza.htm (OIT - Convenções 100 e 111) e
www.ilo.org/ilo/lex/english/index.htm (ILO - Convenção 159)

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 7

As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais

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

<p>A empresa conhece, respeita e opera de acordo com as leis ambientais que regulamentam as operações em seu ramo de atividade.</p>	<p>A empresa possui um modelo de educação e gerenciamento ambiental, realiza estudos periódicos sobre o impacto de seus produtos e serviços e orienta a formulação de suas políticas e práticas ambientais de acordo com o conhecimento obtido.</p>	<p>Tem consolidado em seu plano estratégico mecanismos de prevenção e manutenção do meio ambiente com metas para que o processo de concepção e desenvolvimento de seus produtos e serviços seja ambientalmente sustentável.</p>	<p>Além disso, participa de fóruns empresariais que abordam a questão da responsabilidade ambiental e procura articular-se com diferentes atores da sociedade civil na busca por soluções sustentáveis para os desafios ambientais prementes de seu ramo de atividade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 17 – 17.1 – 17.2 – 17.3 – 17.4 – 17.5 e 17.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 7

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

		2003	2004	2005
1.10.	Quantidade de recursos financeiros destinados, no exercício, ao apoio a organizações governamentais e/ou não governamentais que atuam na preservação do meio ambiente:			
1.11.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, ao controle e minimização de emissões aéreas, de efluentes, e de preservação do meio ambiente:			

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 7

		2003	2004	2005
1.12.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, ao tratamento de resíduos sólidos:			
1.13.	Quantidade de recursos financeiros (em relação ao faturamento bruto) destinados, no exercício, à prevenção de aspectos relacionados a saúde e segurança na fabricação de produtos:			
1.14	Volume de emissões (em toneladas de CO ₂ ou equivalente de carbono):			

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

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

Princípio 8

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

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

<p>A empresa participa de iniciativas setoriais que buscam soluções para questões ambientais inerentes a sua atividade, em resposta a solicitações externas.</p>	<p>A empresa possui política que prioriza a contratação de fornecedores comprometidos com a causa ambiental e que comprovem sua boa conduta neste tema. Participa ativamente de fóruns sociais e empresariais sobre responsabilidade ambiental de seu setor.</p>	<p>A empresa incentiva sua cadeia de negócios a se comprometer com a causa ambiental; articula, com ela, iniciativas que visam a responsabilidade ambiental, incluindo a busca de recursos e financiamentos para substituição de tecnologias ambientalmente ultrapassadas e o desenvolvimento de soluções operacionais com menor impacto ambiental.</p>	<p>Participa na elaboração, no controle e na avaliação de políticas públicas ambientais que promovam uma postura empresarial responsável em relação ao meio ambiente, não se atendo ao seu ramo de atividade.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 20 – 20.1 – 20.2 – 20.3 – 20.4 – 20.5 e 20.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 8

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Participa de iniciativas empresariais (fóruns, seminários, congressos, etc.) que incentivam e estimulam práticas ambientais responsáveis?		
1.2.	Promove campanhas de internas de conscientização ambiental, demonstrando, por exemplo, a importância da redução do consumo de energia e de água?		
1.3.	Promove campanhas de conscientização ambiental tendo como público-alvo familiares de empregados, fornecedores, clientes, comunidade e público em geral?		
1.4.	Realiza estudos de materiais alternativos e estimula em sua cadeia de negócios o uso de materiais com baixo nível de impacto ambiental?		
1.5.	Possui sistema de monitoramento de resíduos, acompanhando regularmente sua destinação?		
1.6.	É exemplo de excelência e estimula a gestão do desperdício na sua cadeia de negócios?		

		2003	2004	2005
1.7.	Quantidade de recursos financeiros, em relação ao faturamento bruto, disponibilizados na participação de iniciativas que estimulam práticas ambientais conscientes:			
1.8.	Percentual do faturamento bruto destinado a campanhas de educação ambiental (internas e externas):			

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

Princípio 9

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

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

<p>A empresa procura adquirir conhecimento sobre inovações tecnológicas que sejam ambientalmente amigáveis e tem o objetivo de incorporá-las aos processos de produção ou prestação de serviços.</p>	<p>A empresa incorpora inovações em parte dos processos de produção ou prestação de serviços e tem o objetivo de incorporá-las a todos os processos para os quais já existam tecnologias ambientalmente amigáveis.</p>	<p>A empresa incorpora inovações em todos os processos de produção ou prestação de serviços para os quais já existam tecnologias ambientalmente amigáveis e participa de fóruns para discussão e formação de consórcios para difusão e barateamento de tecnologias ambientalmente amigáveis.</p>	<p>A empresa condiciona o sucesso econômico e financeiro ao sucesso ambiental.</p>	<p>Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.</p>
<p>ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/></p>	<p>ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/></p>	<p><input type="checkbox"/></p>

Este indicador, se correlacionado com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2005 21 – 21.1 – 21.2 – 21.3 – 21.4 – 21.5 e 21.6 do tema Meio Ambiente, poderá ser ampliado ou aprofundado, melhorando as condições de análise.

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

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 9

Sim

Não

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

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

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

2003

2004

2005

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

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

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

1. Sobre a sua conduta, a empresa:

Entende que corrupção é crime previsto por lei e, caso se configure alguma ação interna nesse sentido, considera os processos legais de punição.	Além de aplicar os processos legais de punição em situações apuradas internamente, tem um posicionamento claro de repúdio à corrupção diante de todos os seus públicos.	Possui e dissemina permanentemente um código de conduta que a orienta em situações consideradas dúbias ou conflitos de interesse, devidamente materializado por um sistema formal de denúncia e comitê de ética interno. Adota procedimentos de monitoração aleatória e auditoria.	Além disso, não pratica corrupção passiva e encaminha às autoridades competentes as evidências de práticas de corrupção em sua cadeia de negócios, como forma de contribuir na erradicação dessa prática na sociedade.	Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A EMPRESA		Sim	Não
1.1.	Mantém transparência em relação ao apoio e financiamento de campanhas políticas ou de partidos políticos?		
1.2.	Tem norma explícita de não utilização do poder econômico para influenciar seus públicos ou outras instituições?		

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

		Sim	Não
1.3.	Tem implementados medidas e mecanismos para facilitar a denúncia de práticas corruptas internas?		
1.4.	Tem implementados medidas e mecanismos para auditar quaisquer vantagens ou benefícios materiais recebidos ou oferecidos por seus colaboradores que possam resultar em possíveis conflitos de interesses relativos as suas funções na empresa?		
1.5.	Repudia qualquer tipo de registro indevido de contas?		
1.6.	Previne o uso indevido de procedimentos relativos à concessão de subsídios e licenças pelas autoridades públicas para atividades comerciais?		
1.7.	Considera importante que temas contra corrupção sejam naturalmente tratados em suas relações com seus diferentes públicos (fornecedores, clientes, acionistas, público interno, concorrência, comunidades)?		

		2003	2004	2005
1.8.	Quantidade de artigos divulgados na imprensa referentes à corrupção em que o nome da empresa foi mencionado:			

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

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

2. Sobre a disseminação do tema frente a seus públicos, a empresa:

Declara-se formalmente contra qualquer tipo de corrupção, mas o assunto é tratado somente na esfera da alta direção.	Possui políticas, procedimentos e práticas formais amplamente disseminadas no âmbito interno da empresa.	Além disso, busca disseminar o seu posicionamento e a estimular a replicação desses processos na cadeia de negócios, realizando encontros, palestras e seminários educativos sobre o tema.	Participa como empresa líder em iniciativas e fóruns de combate à corrupção disseminando o tema para todos os <i>stakeholders</i> externos.	Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.
ESTÁGIO 1 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 2 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 3 <input type="checkbox"/>	ESTÁGIO 4 <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A EMPRESA:		Sim	Não
2.1.	Estimula e protege a liberdade de seus diferentes públicos em buscar, receber e disseminar qualquer tipo de informação referente a práticas de corrupção?		
2.2.	Promove, estimula ou apóia formalmente iniciativas abertas de diálogo entre vários sujeitos sociais sobre questões relacionadas à corrupção?		
2.3.	Explicita em seu código de conduta, instrumento que norteia suas relações com seus diferentes públicos, e dissemina permanentemente o seu posicionamento frente as questões acerca da corrupção?		

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

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

3. Sobre o tema na sua cadeia de valores, a empresa:

Apenas assume seu posicionamento de repúdio à corrupção e não se envolve na avaliação de situações específicas, exceto quando podem comprometer sua reputação.	Estimula a formação de uma frente de ação de combate à corrupção, com a orientação e o suporte das autoridades envolvidas, e participa da criação de mecanismos que previnam a concorrência desleal.	Além das ações previstas nos estágios anteriores, tem como princípio de operação não estabelecer qualquer tipo de relacionamento com indivíduos e organizações que validem, sob qualquer pretexto, a corrupção.	Além das ações descritas nos estágios anteriores, lidera ou participa de fóruns e de mobilizações empresariais contra a corrupção.	Não havíamos conversado anteriormente sobre este assunto.
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A EMPRESA:		Sim	Não
3.1.	Tem mecanismos para tratar o tema preventivamente em toda a cadeia de negócio, envolvendo os seus diferentes públicos (como fornecedores, parceiros e clientes)?		
3.2.	Tem políticas estabelecidas para casos de <i>stakeholders</i> sabidamente envolvidos em questões de corrupção?		
3.3.	Tem valores estabelecidos para conduta que impacte seus concorrentes e atua em processos de mobilização, disseminação e debates sobre tal conduta?		
3.4.	Entende a corrupção como empecilho ao desenvolvimento social e econômico do país, possuindo material com argumentação do assunto para ser usado como base em seus discursos e processos de mobilização?		

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

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

NOTAS / IDÉIAS / POSSIBILIDADES VISANDO A DOCUMENTAÇÃO DE INICIATIVAS

Estes indicadores (1, 2 e 3), se correlacionados com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2004 32.1, 32.2, 33.1, 33.2 e 33.3 do tema Governo e Sociedade, poderão ser ampliados ou aprofundados, melhorando as condições de análise.

Anexo

Intersecção entre os Princípios do Pacto Global e os Indicadores Ethos 2005

Indicadores Ethos 2005

Princípios correspondentes do Pacto Global

VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

AUTO-REGULAÇÃO DA CONDUTA

<i>Compromissos Éticos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Enraizamento na Cultura Organizacional</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Governança Corporativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

RELAÇÕES TRANSPARENTES COM A SOCIEDADE

<i>Diálogo com as Partes Interessadas (Stakeholders)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Relações com a Concorrência</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Balanço Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

PÚBLICO INTERNO

DIÁLOGO E PARTICIPAÇÃO

<i>Compromissos Éticos</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Relações com Trabalhadores Terceirizados</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Gestão Participativa</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

RESPEITO AO INDIVÍDUO

<i>Compromisso com o Futuro das Crianças</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<i>Valorização da Diversidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Indicadores Ethos 2005

Princípios correspondentes do Pacto Global

TRABALHO DECENTE

<i>Política de Remuneração, Benefícios e Carreira</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Cuidados com Saúde, Segurança e Condições de Trabalho</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Comportamento Frente a Demissões</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Preparação para Aposentadoria</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

MEIO AMBIENTE

RESPONSABILIDADE FRENTE ÀS GERAÇÕES FUTURAS

<i>Comprometimento da Empresa com a Melhoria da Qualidade Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Educação Ambiental</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Sustentabilidade da Economia Florestal</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

GERENCIAMENTO DO IMPACTO AMBIENTAL

<i>Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Minimização de Entradas e Saídas de Materiais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

FORNECEDORES

SELEÇÃO, AVALIAÇÃO E PARCERIA COM FORNECEDORES

<i>CrITÉrios de Seleção e Avaliação de Fornecedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Trabalho Forçado (ou Análogo ao Escravo) na Cadeia Produtiva</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Indicadores Ethos 2005

Princípios correspondentes do Pacto Global

CONSUMIDORES E CLIENTES

DIMENSÃO SOCIAL DO CONSUMO

<i>Política de Comunicação Comercial</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Excelência do Atendimento</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Conhecimento e Gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

COMUNIDADE

RELAÇÕES COM A COMUNIDADE LOCAL

<i>Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Relações com Organizações Locais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

AÇÃO SOCIAL

<i>Financiamento da Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Envolvimento da Empresa com a Ação Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

GOVERNO E SOCIEDADE

TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

<i>Contribuições para Campanhas Políticas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Construção da Cidadania pelas Empresas</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Práticas Anti-corrupção e Propina</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

LIDERANÇA SOCIAL

<i>Liderança e Influência Social</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Participação em Projetos Sociais Governamentais</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

GABARITO

DIREITOS HUMANOS

Princípio 1

Indicador 1 - Sobre a inserção de temas de direitos humanos na gestão da empresa

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

Indicador 2

Sobre a valorização de temas de direitos humanos na rede de relações da empresa

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
2.1			2.2			2.3		
2.4			2.5					

Indicador 3 - Sobre a inserção de temas de direitos humanos na ação social ou no investimento social privado

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
3.1			3.2			3.3		
3.4			3.5			3.6		
3.7			3.8			3.9		
3.10			3.11			3.12		
3.13								

Princípio 2

Indicador 1 - Sobre a monitoração de questões de direitos humanos na cadeia de negócios e na ação social

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		
1.7			1.8			1.9		
1.10			1.11			1.12		
1.13			1.14			1.15		

DIREITOS DO TRABALHO

Princípio 3

Indicador 1 - Sobre o apoio à liberdade de associação e o reconhecimento do direito à negociação coletiva

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		

Princípio 4

Indicador 1 - Sobre a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		
1.7								

Princípio 5

Indicador 1 - Sobre o apoio à erradicação do trabalho infantil

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		

Princípio 6

Indicador 1 - Sobre o monitoramento da situação do público interno em relação a mecanismos de discriminação

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		
1.7								

PROTEÇÃO AMBIENTAL

Princípio 7

Indicador 1 - Sobre o apoio a uma abordagem preventiva aos desafios ambientais

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		
1.7			1.8			1.9		

Princípio 8

Indicador 1 - Sobre o engajamento em iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		

Princípio 9

Indicador 1 - Sobre o incentivo ao desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4								

CONTRA A CORRUPÇÃO

Princípio 10

Indicador 1 - Sobre a sua conduta

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
1.1			1.2			1.3		
1.4			1.5			1.6		
1.7								

Indicador 2 - Sobre a disseminação do tema frente a seus públicos

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
2.1			2.2			2.3		

Indicador 3 - Sobre a sua cadeia de valores

ESTÁGIO 1 ESTÁGIO 2 ESTÁGIO 3 ESTÁGIO 4

	SIM	NÃO		SIM	NÃO		SIM	NÃO
3.1			3.2			3.3		
3.4								

Referências

Ciclo Social da ONU

Cúpula Mundial sobre a Criança/1989 – Nova York
http://www.unicef.org/brazil/dir_cri.htm

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento/1998 – Estocolmo
http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=15006&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

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

Iniciativas de Suporte sobre Desenvolvimento Social

(Cúpula Copenhague + 5)/2000 – Genève

http://www2.mre.gov.br/copenhague/livro_ingles_final_p_www.pdf (arquivo em .pdf)

Declaração do Milênio (Cúpula do Milênio)/2000

– Nova York

http://www.undp.org.br/milenio/textos/Declaracao_do_Milenio_A_RES_55_2.pdf (arquivo em .pdf)

Declaração de Compromissos sobre HIV/AIDS

(Assembléia Geral das Nações Unidas sobre HIV/AIDS)/2001 – Nova York

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

Conferência Mundial contra o Racismo, a Discriminação

Racial, a Xenofobia e as Formas Correlatas de Intolerância/2001 – Durban

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

Declaração Universal sobre Diversidade Cultural

(Conferência Geral da UNESCO)/ 2001 – Paris

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

Declaração Rio + 10/ 2002 – Johannesburgo

Rio + 10 – O Plano de Ação de Johannesburgo

http://www.johannesburgsummit.org/html/documents/summit_docs/2309_planfinal.htm (site em inglês).

Realização



EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br

Patrocínio



Apoio



THE WILLIAM AND FLORA
HEWLETT FOUNDATION



Impresso em papel couché Image Mate 240 g/m² (capa) e papel couché Kromma Silk 90 g/m² (miolo), fabricados pela Ripasa S/A Celulose e Papel, em harmonia com o meio ambiente.