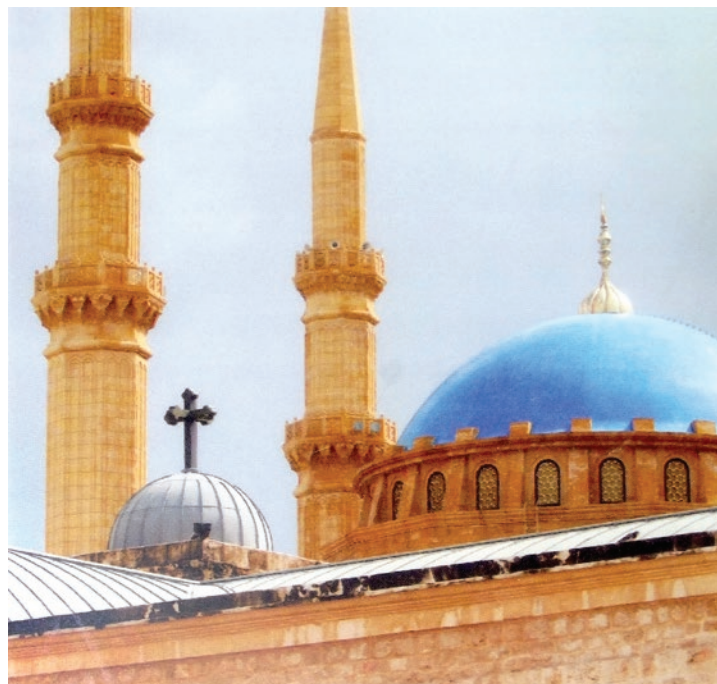




Business for Peace



NEGÓCIOS: Uma Força Poderosa para Apoiar a Paz e para a Compreensão Inter-religiosa



Global Compact Network
Indonesia



Religious Freedom & Business Foundation
Research, Forums, Award, Training & Networking

Agradecimentos

Os autores gostariam de expressar sua sincera gratidão à Sra. Melissa Grim, pesquisadora da Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios, pela elaboração dos exemplos utilizados neste guia. Os autores também se beneficiaram das valiosas contribuições de Y.W. Junardy, presidente da Indonesia Global Compact Network, bem como dos seus esforços para organizar a Mesa Redonda dos Líderes do Setor Privado (Private Sector Leaders Roundtable) em "O Papel das Empresas na Promoção da Paz e Harmonia Intercultural e Inter-religiosa" ("The Role of Business in Promoting Intercultural and Interreligious Peace and Harmony") no VI Fórum Mundial da Aliança das Civilizações das Nações Unidas. A experiência e os comentários do Senhor Greg Clark, vice presidente da Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios, que também provou ser crucial em todo o processo. As pesquisas sobre os exemplos utilizados são objeto da contribuição de estudiosos da Segunda Revista Anual de Direito e Religião da Academia de Verão de Oxford. Os autores também são gratos por todo o suporte da Fundação Rajawali pela impressão desta publicação. Por fim, os autores gostariam de agradecer as empresas aqui incluídas pela sua liderança nesta tão importante área.

Sobre o Pacto Global das Nações Unidas

Lançado em 2000, o Pacto Global das Nações Unidas é tanto uma plataforma política como um quadro prático para as empresas que estão comprometidas com a sustentabilidade e práticas empresariais responsáveis. Como uma iniciativa de várias lideranças dos interessados, busca-se alinhar as operações de negócios e estratégias com dez princípios universalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, no intuito de estimular em apoio aos objetivos mais amplos da ONU. Com 8.000 empresas signatárias em 145 países, é a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa voluntária no mundo. www.unglobalcompact.org

Sobre os Negócios para a Paz

Com base em mais de uma década de experiência trabalhando com o setor privado para explorar o papel da empresa em contribuir com a paz, o Pacto Global das Nações Unidas lançou Negócios para a Paz na Cúpula dos Líderes do Pacto Global (setembro de 2013). Esta plataforma de liderança auxilia as empresas na implementação de práticas responsáveis de negócios que estão alinhadas com os princípios das Nações Unidas em áreas afetadas por conflitos e de alto risco. A plataforma também incentiva ações práticas para promover a paz, aproveitando a influência dos negócios no ambiente de trabalho, no mercado e nas comunidades locais.

Sobre a Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios

A Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios é uma organização de caridade não partidária que educa a comunidade empresarial global sobre como a liberdade religiosa é boa para os negócios, e ajuda a comunidade empresarial unir forças com organizações governamentais e não governamentais na promoção do respeito à liberdade de religião ou crença, o que é universalmente reconhecido como um direito humano. A fundação se engaja em quatro principais áreas de trabalho, são elas: (1) fóruns globais anuais sobre negócios, crença, liberdade a partir de 2015 Exposição Mundial em Milão (Milan World Expo); (2) prêmios globais bienais que reconheçam os melhores avanços e inovações por parte das empresas em melhorar o respeito pelos entendimentos inter-religiosos e da liberdade religiosa, a serem apresentados em cidades sedes dos Jogos Olímpicos, começando no Rio de Janeiro, em 2016; (3) pesquisa e treinamento; e (4) facilitação do "investimento de impacto" para capacitar as minorias religiosas e étnicas através de negócios sustentáveis e networking com empresas que obtém retornos financeiros e sociais em seus investimentos. www.religiousfreedomandbusiness.org

Observação

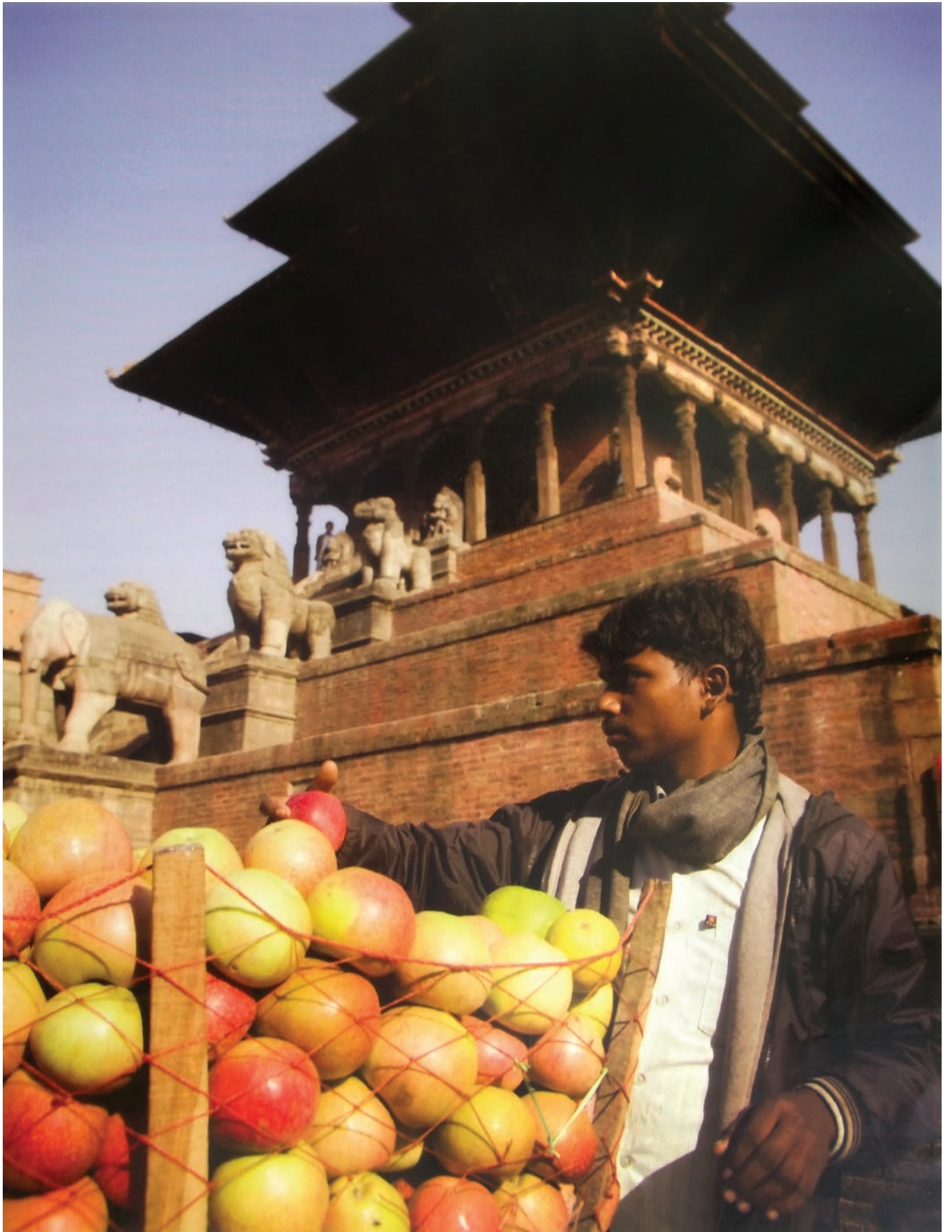
Esta publicação destina-se estritamente para fins de aprendizagem. A inclusão de nomes de empresas e/ou exemplos não constitui um endosso das empresas individuais pelo Pacto Global das Nações Unidas. O material desta publicação pode ser citado e utilizado desde que haja a devida atribuição.

SUMÁRIO

Introdução	7
Grupo BMW Abraça o Diálogo Intercultural e a Diversidade Cultural	8
A Empresa COCA-COLA Oferece uma Compreensão Para Além das Fronteiras com a Máquina “Small World”	10
Empresas da Indonésia Abrem suas Portas para a Fé e a Ação	11
PETROBRAS Apóia a Incubação de Empresas de Afro-Brasileiros	12
Oportunidades e Empreendimentos na Nigéria	13
Conclusão	14

“Dado o seu papel na construção da economia, mobilizando pessoas em torno de um propósito comum e desenvolvendo continuamente estilos de gestão interculturais, o mundo dos negócios tem uma importante participação na promoção da compreensão intercultural e inter-religiosa. Gerir com êxito diversidades e promover a tolerância e a compreensão – entre colaboradores, consumidores e outras partes interessadas – é cada vez mais necessário para o sucesso do negócio a longo prazo.”

*– Georg Kell, Diretor Executivo,
Pacto Global das Nações Unidas*



“Os negócios estão na encruzilhada da cultura, do comércio e da criatividade. Isto significa que os negócios têm os recursos para tornar o mundo mais pacífico, bem como o incentivo para fazê-lo. Na verdade, como esses estudos de caso mostram, os negócios são bons para o entendimento inter-religioso, a liberdade religiosa e a paz.”

*– Brian Grim, Presidente,
Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios*

INTRODUÇÃO

O Pacto Global das Nações Unidas de Negócios para a Paz (UN Global Compact Business for Peace) e a Fundação Liberdade Religiosa & Negócios apresentam nesta publicação um novo recurso para destacar como as empresas podem promover a paz e a compreensão inter-religiosa. De fato, a compreensão inter-religiosa - e sua consequente contribuição para a paz - é do interesse direto do setor dos negócios. Uma pesquisa recente do "Jornal Interdisciplinar de Pesquisa sobre Religião" mostra que o crescimento econômico e a competitividade global são mais fortes e estáveis quando as hostilidades sociais envolvendo religião são baixas e quando o Governo respeita e protege o direito à liberdade, universalmente reconhecido.

Entendimento inter-religioso também fortalece os negócios, reduzindo a corrupção e encorajando liberdades mais amplas, ao mesmo tempo que aumenta a confiança e promove o respeito. A pesquisa mostra que leis e práticas que oprimem o livre exercício da religião são relacionadas a níveis mais altos de corrupção. Da mesma forma, a liberdade religiosa é altamente correlacionada à presença de outras liberdades e a uma gama de bens sociais e econômicos, tais como melhor saúde e maior renda para as mulheres. Envolver-se positivamente em torno da questão do entendimento inter-religioso também ajuda as empresas a fortalecer a confiança e respeito de seus consumidores, funcionários e possíveis organizações parceiras - o que pode somar às empresas vantagens competitivas como sustentabilidade, ética e vanguarda no engajamento corporativo junto à sociedade.

Com a visão compartilhada de uma economia global mais sustentável e inclusiva, que proporcione benefícios duradouros para as pessoas, comunidades e mercados, é certo que as empresas podem fazer contribuições significativas para o avanço da compreensão inter-religiosa e, portanto, para a paz, tanto através do núcleo do negócio como das atividades correlatas. Os exemplos desta publicação constituem um importante passo para proporcionar às empresas orientações sobre como e por que elas podem fazer contribuições práticas e significativas nesta área, beneficiando tanto os seus próprios negócios bem como as sociedades em que operam. As abordagens destacadas neste documento incluem:

- **Utilizar Conhecimentos de Marketing para Atravessar Fronteiras:** As empresas podem fazer contribuições positivas para a paz na sociedade através da articulação de campanhas publicitárias que unem pessoas de várias religiões e origens, como visto na campanha publicitária "Coca-Cola oferece compreensão além das fronteiras" (Coke Serves Up Understanding Across Borders).
- **Incentivar a Inovação:** Considerando que o diálogo intercultural e a cooperação são partes essenciais do trabalho diário de empresas multinacionais, uma empresa, o Grupo BMW, passou a incentivar outras organizações a criarem estratégias inovadoras para a compreensão inter-religiosa através de um prêmio organizado em colaboração com a Aliança das Civilizações das Nações Unidas. Diversas organizações ganharam este prêmio, dentre elas uma empresa de turismo no Oriente Médio, a qual oferece aos seus clientes novos roteiros que visam construir pontes e aproximar as culturas, como pode ser visto no projeto intitulado "Promoção da Compreensão Através de Turismo na Terra Santa". Uma outra inovação intercultural reconhecida recorre a agências de emprego para ajudar a contribuir para a diversidade religiosa da força de trabalho, como pode ser visto no projeto "Ajudando a Juventude Muçulmana nas Filipinas".
- **Desenvolver e Estimular o Empreendedorismo Social:** Os negócios também podem constituir um terreno comum onde as diferenças religiosas dão lugar a preocupações comuns. O projeto "Oportunidade e Empreendedorismo na Nigéria" descreve uma abordagem modelada por uma organização de construção da paz que demonstrou como o apoio a empresas e a novos empreendedores em áreas de conflito pode reduzir o extremismo. O projeto "Petrobras Apóia o Desenvolvimento de Negócios de Afro-Brasileiros" similarmente demonstra como o apoio de uma empresa para novas pequenas empresas pode ter um impacto significativo no desenvolvimento de comunidades marginalizadas.
- **Apoiar a Diversidade da Força de Trabalho:** Quando as empresas são sensíveis às questões religiosas e culturais à sua volta, elas podem não só aumentar a moral e a produtividade de seus funcionários, mas também atender a outras necessidades sociais de difícil abordagem, como mostra o projeto "Empresas da Indonésia Abrem Suas Portas Para a Fé e Ação".

Através desta publicação colaborativa, o Pacto Global das Nações Unidas de Negócios para a Paz e a Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios procura sensibilizar as empresas, os governos, e demais interessados sobre as maneiras pelas quais os negócios podem e estão contribuindo para a paz e a compreensão inter-religiosa.

Para saber mais sobre como se envolver nesta questão, por favor contate:

- **O time do Pacto Global das Nações Unidas de Negócios para a Paz** no business4peace@unglobalcompact.org e visite o site www.business4peace.org.
- **Fundação da Liberdade Religiosa e Negócios** no brian@religiousfreedomandbusiness.org e visite o site <http://religiousfreedomandbusiness.org>.

GRUPO BMW ABRAÇA O DIÁLOGO INTERCULTURAL E A DIVERSIDADE CULTURAL



O Grupo BMW é uma empresa global que atua em mais de 140 mercados ao redor do mundo. Esta posição remete-se a consciência de que as diferentes origens e a consequente diversidade cultural de seus funcionários são fatores importantes para o sucesso da empresa.

Uma clara manifestação do compromisso global do Grupo BMW com a promoção do diálogo intercultural e da diversidade cultural é o seu apoio contínuo a iniciativas e boas práticas de tolerância religiosa através do Prêmio de Inovação Intercultural, o qual tem um impacto duradouro, sustentável e positivo. Criado em parceria com a Aliança das Civilizações das Nações Unidas (UNAOC), desde 2011 o Prêmio concede apoio financeiro e institucional a dez organizações sem fins lucrativos que estão promovendo o diálogo intercultural e a cooperação ao redor do mundo. A UNAOC é uma iniciativa do Secretário Geral das Nações Unidas que tem como objetivo melhorar a compreensão e cooperação das relações entre as nações e as pessoas de todas as culturas e religiões e combater as forças que fomentam a polarização e o extremismo.

O apoio da BMW e da UNAOC ao Prêmio eleva o patamar e o alcance do trabalho feito pelas inúmeras organizações participantes em todo o mundo. O compromisso do Grupo BMW para com os premiados se estende para além do apoio financeiro para incluir outros tipos de suporte, como por exemplo ajudando-os a se tornarem parte de uma rede global de organizações que trabalham para a compreensão intercultural e inter-religiosa.

O Prêmio reconhece projetos altamente inovadores nas áreas de migração e integração, consciência intercultural, educação para a cidadania intercultural, artes, bem como projetos de grupos e/ou temas específicos - como a fé & crença, mulheres, jovens e mídia e as organizações de TI. Por exemplo, os 2.014 projetos finalistas vêm de todo o mundo, representando países de seis continentes. As diversas regiões de origem dos projetos salientam a importância do Prêmio Inovação Intercultural e seu comprometimento com a promoção mundial da compreensão e da diversidade intercultural. Os onze finalistas deste ano serão premiados durante o Painel do 6º Fórum Mundial da UNAOC em Bali, na Indonésia, na presença de chefes de Estado, ministros, imprensa e organizações da sociedade civil.

Abaixo estão dois vencedores que focalizaram suas forças na compreensão inter-religiosa, o tema desta série de estudos de caso.

Promover a Compreensão Através do Turismo nas Terras Sagradas

Um recente vencedor do Prêmio de Inovação Intercultural, a Iniciativa de Desenvolvimento do Oriente Médio e da Justiça (MEJDI Tours), é uma empresa de turismo árabe-judaica realizando excursões no Egito, Israel, Jordânia, Turquia e Palestina.



Objetivando promover a paz e a compreensão cultural através da promoção do turismo, a MEJDI promove a excursão “Narrativa Dupla”, que é liderada por guias israelenses e palestinos que oferecem suas perspectivas sobre a cultura, política e religião em cada local turístico. Esta abordagem para construção da paz e da compreensão ganhou um apoio adicional, com a Organização Mundial do Turismo, que orienta a empresa uma vez que trabalha para construir pontes entre as culturas.

As excursões de MEJDI são lideradas por Liel Maghan, um Israelense, e Aziz Abu Sarah, um Palestino, que vieram juntos para permitir que turistas se tornem exploradores culturais e entendam verdadeiramente os diferentes lados dos conflitos no Oriente Médio. Como os dois homens agora são bons amigos, eles entendem os desafios que muitos israelenses e palestinos enfrentam, sobretudo em perceber e compreender quem está do outro lado.

Ajudando Jovens Muçulmanos nas Filipinas

Outro destinatário do prêmio é Kapamagogopa (KI), uma organização não governamental que objetiva promover a compreensão religiosa nas Filipinas, onde as tensões entre as nações de minoria muçulmana e maioria cristã levaram à violência e outros problemas. A KI mobiliza jovens muçulmanos na ilha de Mindanao à trabalharem como voluntários para organizações e empresas não muçulmana, tanto estrangeiras como nacionais. Trazendo muçulmanos para definições não muçulmanas, a KI visa influenciar positivamente a percepção cristã sobre os

muçulmanos e dá aos jovens muçulmanos a sensação de que eles possam tomar medidas positivas para mudar suas vidas. O Secretário Geral das Nações Unidas Ban Ki-moon elogiou o KI, atestando que o projeto “está abordando uma longa história de violência entre muçulmanos e cristãos definindo comunicações, criando trabalhos, e promovendo empregos”.

A EMPRESA COCA-COLA OFERECE UMA COMPREENSÃO PARA ALÉM DAS FRONTEIRAS COM A MÁQUINA “SMALL WORLD”



Em 2013, a empresa Coca-Cola iniciou um projeto para promover a compreensão e o diálogo em uma das áreas de maior e mais longo conflito na terra, colocando duas máquinas conhecidas como “Small World Machines” em Nova Delhi, na Índia e Lahore, Paquistão. Estas máquinas oferecem aos usuários um link de comunicação ao vivo com outras pessoas que usam máquinas idênticas em outras partes do mundo. Há muito tempo separados por uma fronteira castigada por uma série de guerras, indianos e paquistaneses passaram a usar os “feeds” de vídeo ao vivo das máquinas e das grandes telas 3D sensíveis ao toque para falar e até mesmo “tocar” a pessoa do outro lado. Como mostra um anúncio publicitário de três minutos da Coca-Cola, pessoas de ambos os lados da fronteira que nunca haviam trocado manifestações de paz, tocaram as mãos, dançaram juntos, sorriram e trocaram manifestações de apreço.

A ideia surgiu quando a Coca-Cola estava focada em aumentar as vendas no Paquistão. Em vez de abordar individualmente o Paquistão como um mercado separado da Índia, a empresa decidiu tratar os dois países como um único mercado após suas equipes de campo observarem que indianos e paquistaneses buscavam novos caminhos de diálogo e de comunicação. Isto levou à ideia das máquinas “Small World” unindo pessoas.

O projeto exigiu meses de ampla cooperação entre as equipes da empresa na Índia e no Paquistão, que só se conheceram pessoalmente quando o projeto foi lançado e as máquinas entraram em operação. Embora as questões tecnológicas e de segurança tenham causado

atrasos, as máquinas passaram a operar ao vivo em Março de 2013 em dois shoppings populares de cada país, permitindo que mais de 100 participantes se conhecessem e interagissem com alguém do outro lado de uma das fronteiras mais fortemente vigiadas do mundo.

O objetivo da Coca-Cola para a campanha era “criar histórias em torno de experiências compartilhadas entre fronteiras” e mostrar o papel positivo que uma marca pode desempenhar na sociedade. Quando a máquina “Small World” foi concebida, a tecnologia ainda não existia para a comunicação via web câmera onde as pessoas em uma máquina poderiam interagir com as de outra máquina como se estivessem separados apenas por um pedaço de vidro. Isso levou a agência a criar uma nova tecnologia inovadora que simula essa experiência “em pessoa”. A Coca-Cola acredita que a campanha das máquinas “Small World” tem potencial para ajudar a superar outros conflitos e planeja apresentá-las em outros locais.

EMPRESAS DA INDONÉSIA ABREM SUAS PORTAS PARA A FÉ E A AÇÃO



Na Indonésia, diversas empresas estão tomando esforços para promover o entendimento inter-religioso. Um exemplo disto é a empresa de taxi EXPRESS. Com uma frota de mais de 10.000 taxis em Jakarta, a empresa fornece um ambiente de trabalho amigável através da criação de salas de oração e facilitando a comunicação entre muçulmanos e cristãos, bem como celebrando o ano novo chinês. Este tipo de conduta além de fomentar o entendimento inter-religioso, aumenta a produtividade e satisfação dos trabalhadores.

Além de acomodar a prática religiosa no ambiente de trabalho, as empresas da Indonésia também ajudam a atender as necessidades sociais e religiosas dos trabalhadores fora do trabalho, enquanto que, ao mesmo tempo, aumentam a segurança e a retenção do empregado. Por exemplo, a "PT Kereta Api Indonesia", uma empresa ferroviária indonésia, fornece transporte ferroviário gratuito aos seus trabalhadores muçulmanos para voltarem às suas casas para comemorarem o "Eid". Isto é importante porque muitos destes funcionários optariam pela opção mais acessível porém perigosa, qual seja a motocicleta. Além de ser mais seguro, aumenta o número de pessoas utilizando o transporte de massa, aliviando o congestionamento do outro lado da ilha de Java, e reduzindo também as taxas gerais de acidentes de condução. A "PT XL-Axiata", uma empresa de telefonia móvel, também fornece transporte gratuito para casa para a prática religiosa. Em conjunto com a "Giant Hypermarket", a empresa ajudou no total 6.000 lojistas à retornarem para casa para o Eid por cinco anos.

Além de oferecer uma assistência logística aos empregados para suas práticas religiosas, as empresas na Indonésia também fizeram contribuições para corrigir grandes problemas sociais, aparentemente sem solução. Por exemplo, empresas em Jakarta, juntamente com grupos civis e o governo, ajudaram 4.541 casais de baixa rede a celebrarem casamentos inter-religiosos, recebendo as licenças de casamento adequadas. Antes disto, estes casais não podiam obter a licença para casar por motivos legais ou financeiros, o que os impedia de receber a certidão de nascimento de seus filhos. Sem carteira de identidade, licença para casamento e certidão de nascimento, as famílias frequentemente não tinham acesso ao tratamento de saúde nacional, educação pública, direitos legais e emprego. Tendo os certificados necessários, as empresas podem ajudá-los ainda mais a conseguir bolsas de estudo, formação profissional e oportunidades de emprego.

Amparados pelo Pacto Global de Redes da Indonesia (Global Compact Network Indonesia) e uma variedade de empresas, dentre tantas a Rajawali's B Channel (agora Rajawali TV), Coca-Cola, Sari Roti, So Nice Sausage, Kopi Kamu, Papa Ron, e organizações religiosas, a Fundação da Casa do Amor (The House of Love Foundation) criou e colocou para funcionar a iniciativa do casamento em colaboração com o Governo Municipal de Jakarta. O programa fez com que casais muçulmanos, protestantes, católicos, budistas, hinduístas e confúcios de toda a capital participassem. Esta iniciativa também estimulou a compreensão intercultural e inter-religiosa no seio da comunidade.

PETROBRAS APÓIA A INCUBAÇÃO DE EMPRESAS DE AFRO-BRASILEIROS



Brasileiros de ascendência Africana ainda enfrentam discriminação por sua aparência e crenças, incluindo suas crenças religiosas. A Petrobras, uma empresa de energia multinacional de economia mista com sede no Brasil e listada no Índice de Sustentabilidade Dow Jones desde 2006, apóia o projeto "Incubadora Afro-Brasileira", cujo objetivo é combater a discriminação, promovendo o empreendedorismo entre os afro-brasileiros. O apoio da Petrobras permite que a Incubadora ofereça uma série de serviços gratuitos para os aspirantes a empresários, que vão desde a formação em gestão para assistência em marketing e contabilidade. Em julho de 2014, a Incubadora estava apoiando mais de 1.000 empresas e, desde o início da sua operação, ajudou a criar mais de 2.500 pequenas empresas na área metropolitana do Rio de Janeiro.

Trabalhando em parceria com o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas, a Incubadora visa promover uma maior aceitação de afro-brasileiros ao alçá-los a uma maior integração econômica. Um exemplo é Nildilene Silva, a proprietária de uma distribuidora de doces no Rio de Janeiro. Ela fez bom uso da orientação empresarial e de gestão prestados pela Incubadora para ajudar a criar um negócio no ramo de alimentação que hoje emprega outras nove pessoas. Sua capacidade de expandir o seu negócio, apesar dos desafios enfrentados, é um exemplo do trabalho da Incubadora de aumentar o reconhecimento profissional de empreendedores Afro-brasileiros no país.

OPORTUNIDADES E EMPREENDIMENTOS NA NIGÉRIA



Na Nigéria, empresas e ONG's de desenvolvimento econômico estão trabalhando para acabar com a violência generalizada, o que já levou centenas de vidas e ameaça uma guerra civil.

No estado de Adamawa, nordeste da Nigéria, jovens adultos em muitas das comunidades pobres rurais e marginalizadas de Adamawa não têm as habilidades empreendedoras necessárias que precisam para sair da armadilha da pobreza que muitas vezes alimenta o violento extremismo religioso. A maioria dos jovens na área não possuem empregos. Em Adamawa, e em toda Nigéria, a população dobra a cada 30-35 anos, desta forma, ajudar pessoas a criarem seus próprios trabalhos talvez seja a solução mais imediata para o desemprego.

A Yola Inovações em Máquinas (Yola Innovation Machine) e outras estão ajudando uma nova geração de empreendedores a criarem empresas. Por exemplo, eles ajudaram a criar e estimular um novo negócio conhecido como Yola EcoSentials (YES), o qual recicla matérias em bens vendáveis, tais como bolsas, tapetes, mochilas e pulseiras. Os produtos são feitos de "plarn", um fio obtido através da reciclagem de sacos de lixo. Cada item vendido pela "Yola EcoSential" gera renda e emprego e, ao mesmo tempo, ajuda a proteger o meio ambiente.

No estado de Plateau, no centro do país, empresários muçulmanos e cristãos estão cooperando para resolver a violência religiosa. Em Jos, capital de Plateau, existe uma espécie de regra não escrita que, quando há tensões religiosas, cristãos e muçulmanos não devem cruzar certos limites da cidade. Esta divisão pode ser devastadora para vendedores de produtos perecíveis e outros empresários que atendem pessoas em ambos os lados da divisa.

Em resposta, empresários tem de trabalhar com estas limitações, arriscando suas vidas não apenas para seu sustento, mas também para manter os negócios em movimento em toda a divisão religiosa. Por exemplo, uma vendedora de vegetais cristã, viúva, que cria sete filhos, muitas vezes não pode ir ao mercado para reabastecer seu estoque de vegetais devido à violência religiosa ou de uma possível violência. Entretanto, uma ligação telefônica para o seu fornecedor muçulmano resolve o problema. Eles marcam em um lugar discreto para se encontrarem, estipulam um preço e concluem a transação.

Uma melhora na economia e novas oportunidades, como as criadas pela "Yola Innovation Machine", pode ser uma ferramenta eficaz na redução de extremismos violentos vez que empregos são criados e pessoas de diferentes credos trabalham juntos para resolver problemas de negócios.

CONCLUSÃO

Como mostram esses exemplos, os negócios têm a capacidade de ser um importante parceiro no aumento da compreensão inter-religiosa e da paz, de diversas maneiras. Empresas são incentivadas a tomar medidas adequadas a fim de identificar a interação que existe entre suas principais operações comerciais, relações governamentais, engajamento das partes interessadas, estratégia de investimento social e como esses fatores podem afetar possíveis tensões sociais ou resultados positivos. Recursos para verificar como as empresas podem implementar práticas empresariais responsáveis em um ambiente complexo – tal como a Orientação do Pacto Global das Nações Unidas sobre Responsabilidade Empresarial em Áreas de Conflito e de Alto Risco: Um recurso para empresas e investidores (UN Global Compact's Guidance on Responsible Business in Conflict-Affected and High-Risk Areas: A Resource for Companies and Investors) – destina-se a auxiliar as empresas que estão lutando com estas questões.

Os exemplos aqui incluídos vão desde campanhas publicitárias para incentivar abordagens até a compreensão inter-religiosa através da sensibilização da comunidade e programas de premiação. Algumas empresas oferecem novos modelos de engajamento intercultural, tais como turismo, enquanto outras empresas podem desempenhar um papel importante na construção de uma compreensão inter-religiosa preparando os funcionários para um trabalho intercultural.

Quando as empresas se sensibilizam às questões religiosas e culturais que estão ao seu redor, elas podem reforçar a sua lição social e aumentar a moralidade e a produtividade de seus empregados, ao mesmo tempo que atendem as necessidades sociais. Os negócios podem ser muitas vezes vanguardistas no que se refere à criação de espaços nos quais pessoas de diferentes culturas e religiões se encontram e cooperam. Dado o seu papel na construção da economia e o seu pioneiro trabalho na gestão intercultural, os negócios possuem uma importante função em promover a compreensão intercultural e inter-religiosa. Tensões culturais, religiosas e étnicas minam ambientes de trabalho estáveis. Ao mesmo tempo, administrar com sucesso a diversidade e promover a tolerância e a compreensão – entre empregados, clientes e outros interessados – é cada vez mais reconhecido como fundamental para o sucesso do negócio à longo prazo.

Por fim, os exemplos oferecidos neste guia e em outros lugares demonstram que os negócios podem ajudar a transformar as diferenças religiosas e interculturais que poderiam corroborar em violência, em um entendimento comum e em empreendimentos produtivos. Fazendo disto uma causa comum com outras empresas, organizações, e demais interessados neste crucial problema, pode-se ajudar tanto as empresas como a sociedade a prosperar.



Os Dez Princípios do Pacto Global das Nações Unidas

DIREITOS HUMANOS

- Princípio 1 Os negócios devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
- Princípio 2 certificar-se de não serem cúmplices de abusos dos direitos humanos.

TRABALHO

- Princípio 3 Os negócios devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- Princípio 4 a eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- Princípio 5 a abolição efetiva do trabalho infantil; e
- Princípio 6 a eliminação da discriminação com relação ao emprego e profissão.

MEIO AMBIENTE

- Princípio 7 Os negócios são chamados para apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- Princípio 8 tomar iniciativas para promover uma maior responsabilidade ambiental; e
- Princípio 9 incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

ANTI-CORRUPÇÃO

- Princípio 10 Os negócios devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.



Published by the UN Global Compact
Contact: globalcompact@un.org
August 2014

Republicado pela Fundação para Liberdade Religiosa e Negócios
Contato: brian@religiousfreedomandbusiness.org / ricardo.leite@cerqueiraleite.com.br
Janeiro 2015