



**PROJETO INTEGRADO**

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO  
BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**PROCESSOS GERENCIAIS**

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS IMPACTOS SOCIAIS

**UNILEVER PLC/ UNILEVER N.V.**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO OCTÁVIO  
BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**PROCESSOS GERENCIAIS**

**PROJETO INTEGRADO**

SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL E SEUS IMPACTOS SOCIAIS

**UNILEVER PLC/ UNILEVER N.V.**

MÓDULO CENÁRIOS ORGANIZACIONAIS

MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE  
EMPRESARIAL - PROFa. ELAINA CRISTINA PAINA  
VENÂNCIO

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE  
CONTEMPORÂNEA - PROFa. JULIANA MARQUES  
BORSARI

ESTUDANTES:

DANIELA FERREIRA PEREIRA, RA1012019200370

LEILA MARIA CORRÊA GONÇALVES, RA1012018200080

MARIANA CAROLINE DE SOUZA, RA1012019200108

MATHEUS AUGUSTO TOMAZ, RA1012018200373

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2020

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
<b>3. PROJETO INTEGRADO</b>	<b>6</b>
3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL	7
3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	16
3.1.2 NORMA ISO 14.001	32
3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	36
3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS	41
3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO	42
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>46</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>48</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

### **Objetivo do Projeto**

Análise sobre os possíveis impactos sociais provocados pela implantação de um sistema de gestão ambiental da empresa Unilever.

Optamos pela referida empresa por ter um plano de sustentabilidade (PSU) fundamental para seu modelo de negócios. Que define como irão desassociar seu crescimento do impacto ambiental, enquanto ao mesmo tempo seu impacto ambiental positivo.

O P.S.U. tem três grandes metas:

1. Ajudar mais de um bilhão de pessoas a melhorar sua saúde e bem-estar.
2. Reduzir pela metade a pegada ambiental dos seus produtos.
3. Obter 100% de suas matérias-primas agrícolas de forma sustentável e melhorar as condições de vida das pessoas envolvidas na sua cadeia de valor .

Sabem que os produtos devem ser sustentáveis em cada etapa do ciclo de vida deles, não apenas nas fábricas. Isso significa que trabalhar com outros, incluindo seus fornecedores, consumidores, governos, ONG's e outros negócios, ajuda a criar grandes mudanças necessárias para abordar os maiores desafios que nosso mundo enfrenta.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Empresa: Unilever plc/ Unilever N.V.

CNPJ: 61.068.276/0001-04

Endereço: Avenida da Nações Unidas, 14.261

Brooklin Paulista - São Paulo - SP

Edifício: Wtorre Morumbi

CEP: 04.533-085

site: [www.unilever.com.br](http://www.unilever.com.br)

Principal atividade: Bens e consumo

Produtos, alimentos, bebidas, agente de limpeza, cuidados pessoais.

### **Nossa História**

Transformando a vida sustentável em algo comum.

Em 1890, William Hesketh Lever, fundador da Lever Brothers, escreveu suas ideias para o sabão Sunlight – seu revolucionário novo produto que ajudou a popularizar a limpeza e higiene na Inglaterra Vitoriana.

Era "para tornar a limpeza comum; diminuir o trabalho das mulheres; promover a saúde e contribuir para a atratividade pessoal, que a vida pode se tornar mais agradável e gratificante para as pessoas que usam nossos produtos".

Esse senso de objetivo e missão sempre fez parte da cultura da Unilever. No século 21, ainda estamos ajudando as pessoas a serem mais atraentes, melhores e obter o máximo da vida – e nosso objetivo como negócio é "tornar a vida sustentável comum".

### **História Unilever Brasil**

No Brasil, nossa trajetória começou em 1929, quando desembarcaram no Porto de Santos três emissários da Unilever: Eric Hayden Morris, George McCabe e William Rigby. Do porto, eles seguiram direto para São Paulo. A cidade na época tinha cerca de 900 mil habitantes, mas crescia sem parar com a chegada constante de pessoas para trabalhar nas primeiras indústrias locais.

Um mês após a chegada dos três ao Brasil, a quebra da Bolsa de Nova York causou uma onda de falências e crises econômicas ao redor do mundo. Esse imprevisto, contudo, não alterou o plano dos executivos, que em 4 de outubro registraram a Sociedade Anônima Irmãos Lever, com sede na Praça Ramos de Azevedo, no centro da capital paulista. Sob o comando de Eric Haydn Morris, a nova empresa iniciou suas atividades importando os sabões para lavar roupas Sunlight e os Flocos Lux.

## **Produtos**

### **Alimentos**

- AdeS
- Arisco
- Calvé/Cica
- Hellmann's
- Bertolli
- Karo
- Heartbrand
- Knorr
- Maizena
- Lipton Ice Tea
- Slim-Fast
- Alsa
- Ben & Jerry's
- Azeite Gallo
- Tulli Creme
- Becel
- Kibon

### **Produtos de limpeza**

- Ala
- Brilhante
- Cif
- Comfort
- Fofo
- Minerva
- Omo/Skip
- Surf
- Vim

### **Higiene pessoal**

- Axe
- Clear
- Close Up
- Pepsodent
- Dove
- LUX
- Rexona
- Seda
- TRESemmé
- Vasenol
- Vinólia
- Lifebuoy
- Bed Head
- Nexxus

## **3. PROJETO INTEGRADO**

A sustentabilidade tem sido pauta de muitos debates na nossa sociedade. Afinal, os impactos da atividade humana, principalmente a industrial, sobre a natureza já provocaram danos profundos e, se nada for feito, pode agravar ainda mais a qualidade de vida nas grandes cidades.

Por isso, é primordial que as empresas adotem uma postura proativa e estejam preparadas para minimizar os prejuízos decorrentes dos seus processos sobre a natureza.

A preocupação socioambiental deve ser um guia para qualquer empreendimento e algumas empresas já são exemplos de sustentabilidade.

### **Qual é o conceito de sustentabilidade?**

Ser sustentável é muito mais do que somente ter preocupação com os impactos ao meio ambiente. É estruturar os processos produtivos de forma harmônica, nos quais o desenvolvimento e a proteção aos recursos naturais sejam condutas empresariais.

Trabalhar de forma que não prejudique o ambiente é o novo desafio das empresas do século XXI. O conceito de sustentabilidade é bastante amplo e envolve diversos fatores. De forma resumida, concentra-se no fato de desempenhar um conjunto de ideias e atividades voltadas à preservação de recursos naturais. Ou seja, tenta conciliar duas atividades antagônicas: produzir e degradar.

Ao longo da história, diversos acontecimentos demonstraram como a produção irresponsável pode gerar danos irreversíveis à natureza e à sociedade em geral. A Revolução Industrial, por exemplo, gerou problemas ambientais catastróficos chamou a atenção de todos para a necessidade de aliar a produção com a preservação dos recursos naturais.

## **3.1 MEIO AMBIENTE, NEGÓCIOS E RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL**





## **RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DA EMPRESA**

Os principais agentes do desenvolvimento econômico de um país são as empresas, onde seus avanços tecnológicos e a grande capacidade de geração de recursos fazem com que cada vez mais precisem de ações cooperativas e integradas onde possam desenvolver processos que tem por objetivo a Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social e Ambiental.

As empresas socialmente responsáveis, têm uma postura ética onde o respeito da comunidade passa a ser um grande diferencial. O reconhecimento destes fatores pelos consumidores e o apoio de seus colaboradores faz com que se criem vantagens competitivas e, conseqüentemente, atinja maiores níveis de sucesso.

A responsabilidade empresarial frente ao meio ambiente é centrada na análise de como as empresas interagem com o meio em que habitam e praticam suas atividades, dessa forma, uma empresa que possua um modelo de Gestão Ambiental já está correlacionada à responsabilidade social. Tais eventos irão, de certa forma, interagir com as tomadas de decisões da empresa, tendo total importância na estratégia empresarial.

Assim, a Gestão Ambiental e a Responsabilidade Social são atualmente condicionadas pela pressão de regulamentações e pela busca de melhor reputação perante a sociedade. A sociedade atual está reconhecendo a responsabilidade ambiental e social como valor permanente, consideradas fatores de avaliação e indicadores de

preferência para investidores e consumidores. Os investimentos destinados a Gestão Ambiental e a consciência da Responsabilidade Social pelas empresas são aspectos que fortalecem a imagem positiva das organizações diante dos mercados em que atuam, dos seus colaboradores, concorrentes e fornecedores.

O mundo Global, a despeito de todos os males causados aos mais fracos, trouxe uma inovação interessante: A responsabilidade Social e Ambiental como diferenciais de mercado.

## **2- RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL**

A Responsabilidade Social em uma corporação representa o compromisso contínuo da empresa com seu comportamento ético e com o desenvolvimento econômico, promovendo ao mesmo tempo a melhoria da qualidade de vida de sua força de trabalho e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo, sendo hoje um fator tão importante para as empresas como a qualidade do produto ou do serviço, a competitividade nos preços, marca comercialmente forte etc. Estudos mostram que atualmente mais de 70% dos consumidores preferem marcas e produtos envolvidos em algum tipo de ação social.

A Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários.

A atuação baseada em princípios éticos elevados e a busca de qualidade nas relações são manifestações da responsabilidade social empresarial. Numa época em que os negócios não podem mais se dar em segredo absoluto, à transparência passou ser a alma do negócio: tornou-se um fator de legitimidade social e um importante atributo positivo para a imagem pública e reputação das empresas. Empresas socialmente responsáveis estão mais bem preparadas para assegurar a sustentabilidade em longo

prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial.

As enormes carências e desigualdades sociais existentes em nosso país dão à responsabilidade social empresarial relevância ainda maior. A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento: sejam agentes de uma nova cultura, sejam atores de mudança social, sejam construtores de uma sociedade melhor.

A empresa é socioambientalmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa, agregando valor à imagem da empresa.

As transformações sócio-econômicas dos últimos 20 anos têm afetado profundamente o comportamento de empresas até então acostumadas à pura e exclusiva maximização do lucro. Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro lado, é bem sabido que com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos 5 recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social e ambiental.

A responsabilidade social e ambiental nos negócios é um conceito que se aplica a toda a cadeia produtiva. Não somente o produto final deve ser avaliado por fatores ambientais ou sociais, mas o conceito é de interesse comum e, portanto, deve ser difundido ao longo de todo e qualquer processo produtivo. Assim como consumidores, empresas também são responsáveis por seus fornecedores e devem fazer valer seus códigos de ética aos produtos e serviços usados ao longo de seus processos produtivos.

Responsabilidade social anda de mãos dadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. Uma atitude responsável em relação ao ambiente e à sociedade, não só garante a não escassez de recursos, mas também amplia o conceito a uma escala mais ampla. O desenvolvimento sustentável não só se refere ao ambiente, mas por via do fortalecimento de parcerias duráveis, promove a imagem da empresa como um todo e

por fim leva ao crescimento orientado. Uma postura sustentável é por natureza preventiva e possibilita a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais.

A globalização traz consigo demandas por transparência. Não mais nos bastam mais os livros contábeis. Empresas são gradualmente obrigadas a divulgar sua performance social e ambiental, os impactos de suas atividades e as medidas tomadas para prevenção ou compensação de acidentes. Nesse sentido, empresas serão obrigadas a publicar relatórios anuais, onde sua performance é aferida nas mais diferentes modalidades possíveis. Muitas empresas já o fazem em caráter voluntário, mas muitos prevêem que relatórios sócio-ambientais serão compulsórios num futuro próximo.

### **3- EMPRESAS BRASILEIRAS**

No Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

A obtenção de certificados de padrão de qualidade e de adequação ambiental, como as normas ISO, por centenas de empresas brasileiras, também é outro símbolo dos avanços que têm sido obtidos em alguns aspectos importantes da responsabilidade socioambiental.

Muito do debate sobre a responsabilidade social empresarial já foi desenvolvido mundo afora, mas o Brasil tem dado passos largos no sentido da profissionalização do setor e da busca por estratégias de inclusão social através do setor privado.

O Índice Dow Jones Mundial de Sustentabilidade (DJSI) foi criado em 1999 e, neste ano, 81 empresas mundiais do setor de petróleo e gás e 20 brasileiras tentaram seu ingresso. O questionário aborda questões de sustentabilidade, como governança corporativa, gestão da marca e de risco, até as mais específicas para a indústria de petróleo e gás, como mudança climática, padrões para fornecedores e gestão de projetos sociais.

A Petrobras conquistou o direito de compor, o Índice Dow Jones Mundial de Sustentabilidade (DJSI), o mais importante índice internacional de sustentabilidade, usado como parâmetro para análise dos investidores sócios e ambientalmente responsáveis.

No Brasil integram Índice Dow Jones Mundial de Sustentabilidade (DJSI): Aracruz Celulose, Banco Bradesco, Banco Itaú, Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG). No setor de petróleo e gás estão incluídas: BG Group, BP PLC, EnCana, Nexen Inc, Repsol YPF, Royal Dutch Shell, Shell Canada Ltd., Statoil, Suncor Energy Inc., Total S.A.

O levantamento da Market Analysis de 2007 aponta as dez melhores corporações em Responsabilidade Social atuantes no Brasil. Entre as melhores avaliadas estão Petrobras, Nestlé, Coca-Cola, Rede Globo, Unilever, Natura, Vale do Rio Doce, AmBev, Bom Preço e Azaléia.

É fundamental uma conscientização de mudança cultural no ambiente da célula social em relação ao seu entorno e a comunidade precisa de uma transformação cultural para que a vida possa ser de melhor qualidade. Urgente se faz, também, o cuidado com a natureza.

E sobre isto ensina o Prof. Lopes de Sá: “Pouco adianta, para fins humanos, que estejamos a apenas demonstrar que se investiu tanto ou quanto na solução de problemas ecológicos ou em interesses sociais, se não conhecemos, pela reflexão, as bases lógicas de uma interação entre a célula social e os seus estornos, entre a empresa e o meio em que vive, entre a instituição e a sociedade.”



### **Por que as empresas devem considerar o meio ambiente em seus negócios?**

Com a revolução tecnológica e o mundo cada vez mais globalizado há o surgimento de uma nova dinâmica de mercado, um novo contexto competitivo, disponibilidade de informações a qualquer pessoa, maior concorrência e uma comunicação instantânea. As variáveis como preço, qualidade do produto, serviço diferenciado ao cliente e controle de custo eram condições mínimas para a sobrevivência das empresas, mas atualmente essas variáveis isoladamente não garantem mais o crescimento da organização.

As empresas por serem organizações responsáveis em ofertar produtos aos seus clientes se tornaram tão importantes para os consumidores principalmente após a conscientização de que todos têm responsabilidade com suas ações no meio ambiente. Uma vez que as empresas têm maior visibilidade e suas responsabilidades com o meio ambiente têm aumentado.

Sendo evidenciado essas novas responsabilidades por meio da institucionalização de leis e regulamentos cada vez mais rígidos em relação ao meio ambiente, o que provoca ou deveria provocar, novos comportamentos organizacionais.

Como por exemplo, nessa nova concepção de mercado há mudança na exigência da prestação de serviços e na venda de produtos para as esferas de governo, historicamente eram embasadas unicamente pelo menor preço. Atualmente o Governo Federal, e alguns Estaduais, já implementam o conceito de “licitações sustentáveis” nas suas compras diretas e indiretas. A licitação sustentável é o procedimento administrativo formal que contribui para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável, mediante a inserção de critérios sociais, ambientais e econômicos nas aquisições de bens, contratações de serviços e execução de obras.

Nessa nova perspectiva de mercado, as empresas que administram essa nova variável fundamental, o aspecto ambiental, acabam construindo uma imagem sólida e que influencia fortemente em sua fixação no mercado e na fidelidade dos clientes.

Estamos vivenciando a era da informação e nesse sentido as empresas que não se adequarem a essa realidade estão em decadência. Aquelas que se diferenciam, agregando valor aos seus clientes, são as mais bem vistas por eles e por possíveis clientes. Por exemplo, o que acontece quando uma empresa gera um conteúdo de valor ao seu cliente? Ele irá compartilhar essa informação as pessoas mais próximas a ele, e assim a imagem daquela empresa estará se propagando.

É importante ressaltar que a imagem que uma empresa transmite não significa que é a mesma que o cliente irá assimilar, cada pessoa tem uma forma de pensar e logo uma forma de ver o mundo ao seu redor. Nesse sentido é essencial que a organização mostre o contexto e sua perspectiva sobre a imagem que está apresentando.

Mas de que forma as variáveis ambientais geram vantagens para a empresa?

- ***As satisfações dos clientes atualmente estão*** muito mais atreladas à experiência de consumo e sua relação com o meio ambiente do que propriamente com o produto. O consumidor esclarecido hoje valoriza, muito mais, as empresas e produtos que geram uma experiência de consumo atrelado ao bom desempenho ambiental.
- ***Há melhora na imagem da empresa,*** junto aos clientes, governo, comunidade, vizinhos, ONGs e mídia. Tendo uma atuação, levando em consideração os

aspectos ambientais, a empresa tem uma imagem positiva junto a essas entidades. A análise cuidadosa desses aspectos implicará em um processo de produção de uma forma mais orientada, evitando-se trabalhos dobrados e correções futuras. O tempo e a quantidade de mão de obra utilizada na remediação de problemas ambientais também têm um custo, vale ressaltar que o tempo é um recurso não renovável.

- **Melhoria do desempenho da empresa**, com o aumento da produtividade. Analisando os aspectos ambientais negativos da empresa e efetivando soluções economicamente viáveis e práticas, resulta na facilitação da obtenção de licenças e autorizações junto aos órgãos governamentais ambientais. Sendo essa melhoria não ficando apenas no setor ambiental das empresas, ela é transcendida para todos os outros setores (Administração, Rh, distribuição, vendas, etc.).
- **Redução dos riscos**, uma vez que a empresa esteja bem estruturada com seus aspectos ambientais. Apresenta um menor risco de ter que arcar com multas, ações legais por descumprimento da legislação, menor probabilidade de acidentes ambientais, redução dos riscos para utilizadores dos produtos (por exemplo, a toxicidade existente no produto final como plásticos e tintas de brinquedos), melhor identificação das vulnerabilidades da empresa, menor risco para os administradores das empresas (ao se realizar as auditorias ambientais podem aparecer aspectos de risco que não eram visíveis e, na ocorrência de acidentes, os administradores poderão ser criminalmente responsabilizados, mesmo que desconheça os pontos fracos). Se a empresa investiu em ações preventivas aos problemas ambientais, seguramente ela reduziu seus riscos, razão para negociar com as seguradoras uma redução dos prêmios de seguros.
- **Maior permanência do produto no mercado**, principalmente por não ocorrerem reações negativas dos consumidores. Um problema ambiental identificado posteriormente ao lançamento de um produto (por exemplo, sua pintura com tinta 11 contendo produtos tóxicos) pode levar à necessidade de retirá-lo, prematuramente, do mercado, perdendo-se grandes investimentos no seu desenvolvimento, publicidade, etc.
- **Maior facilidade na obtenção de financiamentos**, uma empresa com uma imagem positiva quanto a seus aspectos ambientais, tem mais facilidade em



conseguir bons financiamentos junto a bancos e órgãos ambientais. Além da imagem, os riscos menores de problemas e indenizações pelos acidentes fazem com que existam maiores facilidades. Vale ressaltar que, existem linhas especiais de financiamento, a juros menores, para financiamento sobre a gestão ambiental das empresas.

- ***Demonstração aos clientes, vizinhos, acionistas, etc.*** A empresa que tem um sistema ambiental bem estruturado apresenta interesse em mostrá-lo a todos, para obter as vantagens decorrentes de sua atitude e mostrar que sua política e objetivos estão sendo atingidos, enfim, que a empresa executa todas as medidas necessárias para evitar impactos ambientais significativos e acidentes e que, na eventualidade de sua ocorrência, ela dispõe de uma organização e materiais adequados para reduzir as consequências desagradáveis.

Já está claro que as questões ambientais não podem ser ignoradas pelas empresas e organizações de todos os portes, depois de tantas tragédias provocadas pela negligência e imprudência com esse tema, podemos citar, Mariana/MG; Cantareí/SP; Inúmeros Incêndios florestais, despejo inadequado de resíduos sólidos e efluentes e tantos outros impactos ambientais negativos.

Atualmente a sustentabilidade deve ser vista como um fator intrínseco a durabilidade de uma empresa. Desenvolver ações mais sustentáveis deixou de ser só mais um discurso filosófico, agora é vista como uma importante ferramenta tanto para manutenção da imagem de uma empresa como principalmente para obter mais economia e aumentar sua competitividade no mercado.

### **3.1.1 SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL**

**Sistema de Gestão Ambiental (SGA)** é uma estrutura organizacional que permite à empresa avaliar e controlar os impactos ambientais de suas atividades, produtos ou serviços. São seis os elementos importantes de um SGA:

- **1. Política ambiental**, na qual a empresa estabelece suas metas e compromissos com seu desempenho ambiental;

- **2. Planejamento**, no qual a empresa analisa o impacto ambiental de suas atividades;
- **3. Implementação e operação**, que são o desenvolvimento e a execução de ações para atingir as metas e os objetivos ambientais estabelecidos na política ambiental.
- **4. Monitoramento e correção das ações**, que implica o monitoramento e a utilização de indicadores que asseguram que as metas e os objetivos estão sendo atingidos;
- **5. Revisão gerencial**, na qual o SGA é revisado pela alta administração da empresa, a fim de assegurar sua probabilidade, adequação e efetividade;
- **6. Melhoria contínua**. O Sistema de Gestão Ambiental é o conjunto de diretrizes adotadas para a implementação de uma política ambiental numa determinada empresa ou unidade produtiva que especifica competências, comportamentos, procedimentos e exigências a fim de avaliar e controlar os impactos ambientais de suas atividades



Na década de 70, em Estocolmo, a Comissão Brundtland, formada pela Organização das Nações Unidas para estudar a crescente deterioração do meio ambiente humano e dos recursos naturais e as conseqüências da deterioração para o desenvolvimento econômico

e social, definiu, no relatório “Nosso Futuro Comum” (Our Common Future), o desenvolvimento sustentável como o “desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”.

Essa é a definição mais aceita mundialmente do termo desenvolvimento sustentável. Ela se aplica ao meio ambiente na medida em que as necessidades atuais estão diretamente relacionadas aos recursos naturais. Basta pensar na energia fóssil (petróleo, por exemplo) e nas diversas matérias-primas comumente usadas em indústrias.

O Sistema de Gestão Ambiental representa um processo que busca resolver, mitigar ou prevenir problemas de caráter ambiental. Contribuir para o desenvolvimento sustentável é a meta maior do sistema.

E a partir dessa Conferência resultou no aumento significativo da pressão para a proteção do meio ambiente, provocada pela sociedade e pelas instituições, as empresas que de alguma forma provocaram impacto ao meio ambiente, e estas se viram obrigadas a atuarem de forma mais amigável possível com a natureza.

Diante desse cenário houve o surgimento de metodologias e processos a fim de tornar o processo produtivo mais apaziguador possível ao meio ambiente. O surgimento da sistematização de processos de Gestão Ambiental, que tem sido uma das respostas das empresas a este conjunto de pressões, em busca de uma industrialização mais sustentável.

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) pode ser definido como um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização, de forma a obter o melhor relacionamento com o meio ambiente. O SGA que é estabelecido pela NBR ISO 14001 faz parte de um conjunto de normas, a ISO 14000, que foram desenvolvidos pela INTERNATIONAL ORGANIZATION for STANDARDIZATION (ISO) que é uma organização internacional de padronização.

A partir desse cenário uma nova variável começou a ser incrementado no mercado, o Meio Ambiente, as empresas constataram que demonstrar qualidade ambiental é um

item considerado importante por seus clientes sendo hoje as pessoas mais informadas e motivadas para o assunto.

A implementação e o uso de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) além de ser utilizada para a prevenção dos danos ambientais em razão dos processos produtivos e dos produtos colocados no mercado, a empresa também parte em busca de sua 15 certificação com o atendimento das diretrizes estabelecidas na norma NBR ISO 14001, e com a efetivação deste pode gerar diversos benefícios à empresa.

Para a implementação do SGA é necessário que todos os setores da empresa estejam alinhados com os objetivos do Sistema, por isso é de extrema importância que na elaboração do SGA todos estejam cientes de suas obrigações por meio da aplicação da metodologia PDCA (Planejar, Executar, Avaliar e Agir), no entanto os aspectos principais são a definição dos objetivos do SGA pela alta administração, como se segue.

### **Etapa 1. Política Ambiental**

É o principal documento elaborado pela organização, na qual expõe suas intenções e princípios em relação ao seu desempenho ambiental global, que estabelece uma estrutura para a ação e definição dos seus objetivos e metas ambientais.

### **Etapa 2. Planejamento**

No planejamento deve incluir os seguintes tópicos: aspectos ambientais, requisitos legais e outros requisitos, objetivos e metas; e programas de gestão ambiental. A Norma Técnica NBR ISO 14001 recomenda que a organização formule um plano para cumprir sua Política Ambiental.

### **Etapa 3. Implementação e Operação**

Este recomenda que para que haja uma efetiva implantação da norma NBR ISO 14001 é necessário atender o que está previsto em sua política, metas e objetivos por meio da efetivação de algumas estruturas que são: Estrutura Organizacional e Responsabilidade; Treinamento, Conscientização e Competência; Comunicação; Documentação do

Sistema de Gestão Ambiental; Controle de Documentos; Controle Operacional e Preparação e atendimento a emergências.

#### **Etapa 4. Verificação e Ação Corretiva**

Neste cria condições para verificar se a empresa está de acordo com o programa de gestão ambiental previamente definido, trata as medidas preventivas, identifica 16 aspectos não desejáveis e mitigar quaisquer impactos negativos. A Verificação e Ação Corretiva são orientadas por quatro etapas do processo de gestão ambiental: Monitoramento e Medição; Não-conformidade e Ações Corretivas e Preventivas; Registros e Auditoria do SGA.

#### **Etapa 5. Análise Crítica**

É o momento em que a administração após a auditoria identifica a necessidade de possíveis alterações na Política Ambiental, nos seus objetivos e metas, ou em outros itens do sistema, aqui o processo de gestão é revisado, bem como o processo de melhoria contínua exercitado.

O Sistema de Gestão Ambiental (SGA) é um sistema que capacita uma organização a desenvolver e implementar política e objetivos que levem em consideração requisitos legais e informações sobre aspectos ambientais significativos. Esse sistema pode-se aplicar a todos os tipos e portes de organizações e adapta-se a diferentes condições geográficas, culturais e sociais

O sucesso do sistema depende do comprometimento de todos os níveis e funções e especialmente da Alta Administração. Um sistema deste tipo permite a uma organização desenvolver uma política ambiental, estabelecer objetivos e processos para atingir os comprometerimentos da política, agir, conforme necessário, para melhorar seu desempenho e demonstrar a conformidade do sistema com os requisitos desta Norma.

A correta implementação do SGA gera diversos Benefícios à organização como Econômicos e Estratégicos.

Na primeira gera economia de custos, devido à redução do consumo de água, energia e outros insumos; Economia devida à reciclagem venda e aproveitamento de resíduos e diminuição de efluentes, além da redução de multas e penalidades por poluição.

Ainda podendo gerar incremento de receitas como o aumento da contribuição marginal de “produtos verdes” que podem ser vendidos a preços mais altos e o aumento da participação no mercado devido à inovação dos produtos e menos concorrência.

Como benefícios estratégicos é a melhoria da imagem institucional, Renovação do “portfólio” de produtos, Aumento da produtividade, Alto comprometimento do pessoal e entre outros.

### **O que é desenvolvimento sustentável e Sistema de Gestão Ambiental**

A Comissão Brundtland, formada pela Organização das Nações Unidas para estudar a crescente deterioração do meio ambiente humano e dos recursos naturais e as conseqüências da deterioração para o desenvolvimento econômico e social, definiu, no relatório “Nosso Futuro Comum” (Our Common Future), o desenvolvimento sustentável como o “desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”.

Essa é a definição mais aceita mundialmente do termo desenvolvimento sustentável. Ela se aplica ao meio ambiente na medida em que as necessidades atuais estão diretamente relacionadas aos recursos naturais. Basta pensar na energia fóssil (petróleo, por exemplo) e nas diversas matérias-primas comumente usadas em indústrias.

O Sistema de Gestão Ambiental representa um processo que busca resolver, mitigar ou prevenir problemas de caráter ambiental. Contribuir para o desenvolvimento sustentável é a meta maior do sistema.

### **A aplicação da ISO 14001:2015**

A aplicação da norma depende de fatores como a política ambiental da organização, da natureza das atividades por ela desenvolvidas, dos seus produtos e serviços, dos locais e

das condições nas quais o sistema funciona e do atendimento aos requisitos legais e estatutários do mercado que atua.

A ISO 14000 em sua nova versão, segue a estrutura de alto nível conhecida como Anexo SL que visa melhorar a compatibilidade com outras normas de sistema de gestão, inclusive com a ISO 9001.

A ISO 14001 adota uma abordagem sistêmica que possibilita que a organização atinja o sucesso sustentável a longo prazo e estabelece melhores práticas para:

- Proteção ao meio ambiente pela prevenção ou mitigação dos impactos ambientais adversos;
- Mitigação de potenciais efeitos adversos das condições ambientais da organização; – Aumento do desempenho ambiental;
- Utilização de perspectiva de ciclo de vida que pode prevenir o deslocamento involuntário dos impactos ambientais dentro do ciclo de vida.

### **Papo de maluco?**

#### **(Ou: importância de um Sistema de Gestão Ambiental)**

Definitivamente, não. A importância de contribuir com o desenvolvimento sustentável é hoje vital nas grandes empresas e mesmo as micro e pequenas estão preocupadas com o assunto.

Em primeiro lugar, porque a maior parte das pesquisas científicas demonstra a influência de ações humanas sobre mudanças globais no meio ambiente.

Em segundo lugar, mas não menos importante, porque as empresas têm diversos ganhos econômicos com a promoção do desenvolvimento sustentável. Em uma época na qual o governo brasileiro está cada dia mais preocupado com o meio ambiente, desenvolver um Sistema de Gestão Ambiental resulta em escapar de multas impostas por órgãos 19 voltados à proteção da natureza, como o Ibama, a empresas que violam o Direito Ambiental.

Obter financiamentos a juros mais convidativos é outra característica atrativa para quem tem um Sistema de Gestão Ambiental. Caso a empresa tenha um bom histórico de respeito ao meio ambiente, as chances de conseguir empréstimos a custos mais baixos aumentam significativamente (considerando-se bancos públicos).

Ademais, a preocupação com o desenvolvimento sustentável é mundial. Em termos práticos, isso significa que o certificado ISO 14001 é exigido por diversos países para que bens possam ser importados. Não ter o certificado pode diminuir as chances de exportação de uma empresa brasileira.

Por fim, a sociedade civil tem priorizado empresas preocupadas com a questão ambiental. Empresas que incorrem em violações sistemáticas ao meio ambiente têm a imagem prejudicada junto ao público, o que pode resultar em arranhões na imagem e consequente diminuição de vendas.

### **Benefícios de um Sistema de Gestão Ambiental**

- Um Sistema de Gestão Ambiental tem como benefícios:
- Redução de riscos de acidentes, de sanções legais etc;
- Aumento da qualidade dos produtos, serviços e processos;
- Economia ou redução do consumo de matérias-primas, água e energia;
- Captação de novos clientes;
- Melhora da imagem;
- Melhora dos processos;
- Aumento das possibilidades de permanência da empresa no mercado;
- Aumento das possibilidades de financiamentos, devido ao bom histórico ambiental.

Convém mencionar que a adoção de um SGA deve ser feita de modo estratégico por cada organização. O desenvolvimento do sistema é específico para cada tipo de empresa.

Assim como no caso da ISO 9001, não é objetivo da ISO 14001 impor uniformidade na estrutura do sistema desenvolvido ou uniformidade na documentação.



## **Elementos da ISO 14001**

De acordo com a Norma, a documentação do Sistema de Gestão Ambiental varia de uma organização para outra. Isso depende:

- do porte e tipo de organização e suas atividades, produtos ou serviços,
- da complexidade dos processos e suas interações, e
- da competência do pessoal.

Alguns exemplos de documentos:

- declarações das políticas, objetivos e metas
- informações sobre aspectos ambientais significativos
- informações do processo
- organogramas normas internas e externas
- planos locais de emergência
- registros

Isso não quer dizer que os documentos listados acima sejam os únicos.

## **Implementação e Certificação ISO 14001**

Para obter certificação ISO 14001, a organização deve aplicar algumas medidas para atender aos requisitos da norma.

Conseguir o certificado da ISO 14001 é um pouco mais complicado do que obter o certificado ISO 9001. A legislação pertinente ao Direito Ambiental no Brasil é bastante complexa e é necessário fazer um levantamento minucioso da situação da empresa.

O processo de implementação ISO 14001 demora, em média, de 10 a 18 meses. Em casos mais complicados e menos comuns, o tempo de implementação pode ser superior. Isso depende do tamanho da empresa, dos recursos humanos disponíveis para o trabalho e do grau de envolvimento da direção.

Cabe a uma consultoria todo o processo de implementação e auditoria interna. Já o processo de certificação cabe a organismos de certificação independentes, como a SGS e o Bureau Veritas Quality International, por exemplo.

### **Migração para a ISO 14001:2015 (para empresas já certificadas)**

Os certificados na versão 2008 possuem validade até setembro/2018. Após essa data, os certificados serão expirados automaticamente e por isso, recomendamos que o processo de migração seja iniciado ainda no começo de 2017 a fim de garantir a implementação eficaz de todos os requisitos.



### **PLANO DE AÇÃO UNILEVER - INSTITUTO ETHOS**



Iniciativa conseguiu definir focos e estabelecer metas e indicadores de desenvolvimento sustentável em completa sintonia com os objetivos do negócio.

*Por Sérgio Mindlin, presidente do Conselho Deliberativo do Instituto Ethos*

Um dos maiores desafios enfrentados pelas empresas que querem avançar no rumo da sustentabilidade é estabelecer um plano que incorpore a dimensão socioambiental no coração do negócio, isto é, que estabeleça umnexo entre os objetivos socioambientais e os resultados econômicos e financeiros que a empresa precisa alcançar. Fazer isso exige profunda reflexão sobre o negócio, a conjuntura e o futuro comum que todos – empresa e partes interessadas – vão compartilhar.

Um dos melhores exemplos de plano de sustentabilidade foi dado pela Unilever. Ela conseguiu definir focos, bem como estabelecer metas e indicadores em completa sintonia com os objetivos do negócio. Vamos comentar algumas das principais informações que o plano traz.

O Plano de Sustentabilidade da Unilever busca três resultados significativos até 2020: 3 – Melhorar as condições de vida e trabalho de pessoas que fazem parte da cadeia de fornecimento.

1 – Ajudar mais de 1 bilhão de pessoas a tomar iniciativas para melhorar sua saúde e bem-estar;

2 – Vincular seu crescimento à redução do impacto ambiental, obtendo reduções absolutas durante a vida útil de seus produtos. A meta é reduzir pela metade a pegada ambiental da fabricação e da utilização dos produtos;

3 – Melhorar as condições de vida e trabalho de pessoas que fazem parte da cadeia de fornecimento.

O plano está projetado para reduzir os impactos em todo o ciclo de vida dos produtos. Inovações e tecnologias serão fundamentais para atingir essas reduções.

**Plano de Ação**

O Plano de Sustentabilidade da Unilever está centrado em três grandes áreas: saúde e bem-estar, meio ambiente e melhores condições de vida e trabalho.

Saúde e bem-estar é o ponto inicial. Ao promover uma boa nutrição e uma boa higiene, os produtos têm um impacto positivo em dois dos maiores desafios da saúde no mundo: a doença cardiovascular e a diarreia.

Com relação ao meio ambiente, a Unilever vai se concentrar na redução dos gases de efeito estufa, no melhor aproveitamento da água, no tratamento dos resíduos e em recursos agrícolas sustentáveis.

A escolha desses tópicos se deve aos seguintes fatores:

- **Gases de efeito estufa (GEE):** porque a maioria dos produtos – sabonetes, xampus e itens de lavanderia – são usados com água aquecida e, portanto, consomem muita energia.
- **Água:** porque é necessária em grandes quantidades na cadeia de suprimentos agrícolas, e porque as pessoas precisam dela quando utilizam quase todos os produtos da Unilever.
- **Resíduos:** porque a empresa compra mais de 2 milhões de toneladas de embalagem por ano.
- **Recursos agrícolas sustentáveis:** porque metade das matérias-primas é de origem agrícola e florestal.

Com relação a melhores condições de vida e trabalho, o foco estará no mundo em desenvolvimento, no qual a empresa emprega indiretamente centenas de milhares de pequenos agricultores e distribuidores.

O Plano de Sustentabilidade da Unilever define metas quantificadas e com prazos para cada área. Para muitas delas, 2020 é o prazo limite, mas é apenas um marco em uma jornada ainda mais longa.

## **As Metas do Plano**

### **1. Melhorar a saúde e o bem-estar**

Até 2020, a empresa pretende auxiliar mais de 1 bilhão de pessoas a tomar atitudes para melhorar sua saúde e seu bem-estar, com foco em duas vertentes: saúde e higiene; e nutrição.

- **Saúde e higiene** – A meta, até 2020, é contribuir para que mais de 1 bilhão de pessoas melhorem seus hábitos higiênicos e que 500 milhões de pessoas tenham acesso a água potável. Isso ajudará a reduzir a incidência de doenças potencialmente fatais, como a diarreia. Indicador: O número de pessoas atingidas de forma cumulativa por uma intervenção que, com base em estudos anteriores, pode resultar numa mudança positiva e constante de comportamento.

- **Nutrição** – Até 2020, a meta é dobrar o portfólio de produtos que atendem aos mais altos padrões nutricionais, com base em orientações alimentares reconhecidas mundialmente. Isso vai ajudar centenas de milhões de pessoas a ter uma dieta mais saudável.

*Indicador:* Percentual dos produtos que atendem aos mais elevados padrões nutricionais, com base nas diretrizes nutricionais reconhecidas globalmente para os quatro principais nutrientes: sal, açúcar, gordura saturada e gordura trans.

## **2. Reduzir o impacto ambiental**

Nesse aspecto, a grande meta da empresa é reduzir pela metade, até 2020, a pegada ambiental relacionada à fabricação e ao uso de produtos, à medida que o negócio cresce, com foco na redução dos GEE, em eficiência no uso da água, na redução de resíduos e no uso de recursos sustentáveis.

- **GEE** – Reduzir pela metade o impacto dos gases de efeito estufa dos produtos, em todo o ciclo de vida, até 2020. Indicador: Emissões de GEE associadas ao ciclo de vida de um produto, com base na “utilização por consumidor” como, por exemplo, o impacto de GEE ao se beber uma xícara de chá.

A linha de cálculo mostra que a fabricação e o transporte representam apenas 5% dos impactos totais, enquanto o fornecimento de matérias-primas e a utilização do produto pelos consumidores representam, em conjunto, mais de 90%.

**Água** – Reduzir pela metade o gasto de água relacionado ao consumo dos produtos, até 2020. Indicador: Quantidade de água no produto, bem como a água necessária para sua “utilização pelo consumidor”, como, por exemplo, para uma lavagem de cabelo com xampu.

A análise destacou que aproximadamente 40% da pegada de água da empresa é proveniente do processo de lavagem de roupa. Uma proporção significativa disso é a lavagem feita à mão em países em desenvolvimento.

- **Resíduos** – Reduzir pela metade os resíduos associados ao descarte dos produtos, até 2020. Indicador: Peso em gramas do material da embalagem, bem como da sobra do produto dentro dela. Foram utilizados índices nacionais sobre reciclagem e reutilização, bem 26 como uma medida com base na “utilização pelo consumidor”, como por exemplo, o resíduo associado a uma porção de sopa.

Por esse critério, verificou-se que embalagens de alimentos e de géis de banho são as que mais contribuem para a pegada de resíduos. Todavia, para alcançar a meta, todas as categorias terão de reduzir o desperdício.

- **Recursos sustentáveis** – Até 2020, 100% das fontes de matéria-prima agrícola da empresa serão sustentáveis. Indicador: Matérias-primas ou embalagens provenientes de fontes renováveis e sustentáveis certificadas ou feitas de materiais reciclados (% por peso).

### **3. Melhorar as condições de vida e trabalho**

Em relação a esta meta, a Unilever pretende, até 2020, prover melhorias nas condições de vida e trabalho de centenas de milhares de colaboradores.

- **Contribuição para o desenvolvimento socioeconômico** – Até 2020, a empresa irá reunir mais de 500 mil pequenos agricultores e distribuidores em sua cadeia de suprimentos. Indicador: Número de agricultores e de distribuidores (microempresários) que passaram a integrar a rede de suprimentos da Unilever.

- Local de trabalho – A empresa pretende, até 2020, reduzir a “zero” o número de acidentes no local de trabalho. Quer também diminuir em 50% a taxa de frequência de acidentes registrados em fábricas e escritórios, comparada ao ano de 2008.

Outras metas relativas ao local de trabalho:

- Melhorar a saúde e a nutrição dos funcionários;
- Diminuir o número de viagens;
- Reduzir o consumo de energia nos escritórios;
- Reduzir o lixo produzido nos escritórios;
- Adquirir materiais de escritório de fontes sustentáveis

### **Prestação de contas**

O plano será acompanhado pelo Grupo de Desenvolvimento Sustentável da Unilever – composto por cinco especialistas externos em responsabilidade e sustentabilidade corporativa –, cuja função é instruir e criticar o andamento da estratégia de desenvolvimento sustentável da empresa.

Os resultados do plano serão comunicados a cada três meses ao Comitê de Diretores para Responsabilidade e Reputação Corporativa. Haverá também um relatório público anual.

As metas estabelecidas pelo Plano de Sustentabilidade da Unilever estão sintonizadas com o que foi discutido na Rio+20 e com os **Compromissos e Demandas para o Futuro Que Queremos**, que as empresas assumiram durante a Conferência Ethos Internacional 2012. Além disso, elas estão enquadradas nas questões trabalhadas pela **Plataforma por uma Economia Inclusiva, Verde e Responsável**, lançada em 2011 pelo Instituto Ethos e empresas parceiras. 2/7/2012

---

- PARCERIA INSTITUCIONAL

---



- PARCERIA ESTRATÉGICA

---

- APOIO INSTITUCIONAL

---



Conheça nossos projetos nas quatro grandes áreas que atuamos: Meio Ambiente, Direitos Humanos, Integridade e Gestão Sustentável.



### Direitos Humanos

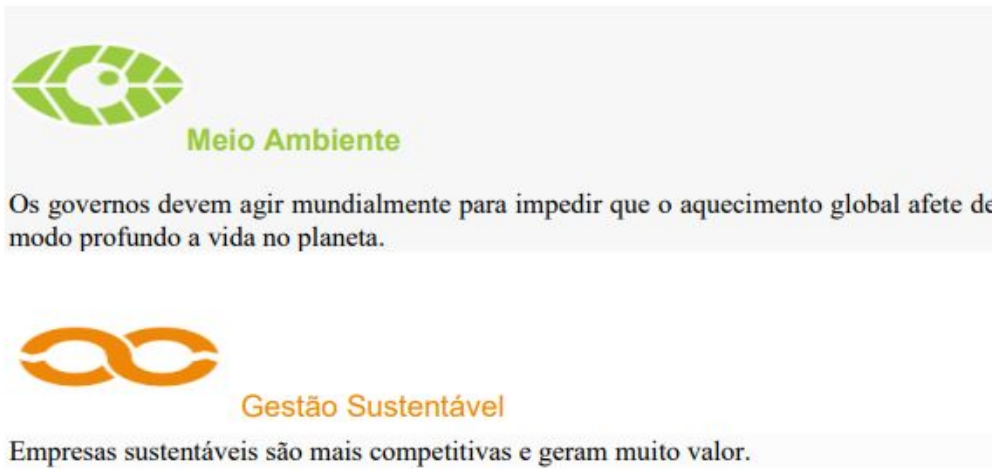
Um dos passos básicos para diminuir a desigualdade social é empoderar grupos discriminados por meio da inclusão no mercado de trabalho.



### Integridade

Acreditamos que a ética nas relações é um pilar imprescindível para o desenvolvimento econômico. Desde 1998, estamos engajados nessa agenda.





### 3.1.2 NORMA ISO 14.001



#### **ISO 14001 – SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL O que é?**

*A ABNT NBR ISO 14000 especifica os requisitos de um Sistema de Gestão Ambiental e permite a uma organização desenvolver uma estrutura para a proteção do meio ambiente e rápida resposta às mudanças das condições ambientais. A norma leva em conta aspectos ambientais influenciados pela organização e outros passíveis de serem controlados por ela.*

A implementação dessa norma deve ser buscada por empresas que desejam estabelecer ou aprimorar um Sistema de Gestão Ambiental, estar seguras sobre políticas ambientais praticadas ou demonstrar estar de acordo com práticas sustentáveis a clientes e a organizações externas.

## **O QUE É A ISO 14001:2015**

Pensando pela ótica da sustentabilidade, não faz sentido uma empresa ter uma atuação apenas ecologicamente correta e não atuar com a gestão ambiental de forma estratégica, pensando no desenvolvimento sustentável da empresa.

E foi nesse o foco que mudança da versão da ISO 14001 foi planejada. A ISO 14001:2015 incorpora além de questões estratégicas, a preocupação com a cadeia de valor, ciclo de vida, entre outras mudanças.

Já é sabido que a ISO 14001 na sua versão atual proporciona ganhos econômicos, pois ao reduzir o consumo de recursos, também reduz custos, mas agora esse enfoque ganha forças, o que agregará muito valor para as empresas que conquistarem essa certificação.

Também, para fechar o tripé da sustentabilidade, a norma atual que ainda não atua com aspectos sociais, terá uma atenção para esse tema com a necessidade de avaliação das expectativas das partes interessadas, incluindo condições ambientais locais, regionais e globais que afetam a organização ou que possam ser afetados por ela.

### **Principais mudanças na ISO 14001:2015**

#### **1. Estrutura de Alto Nível (Anexo SL)**

Assim como a nova versão da ISO 9001, a ISO 14001 adotou a Estrutura de Alto Nível que é o apêndice SL das Diretrizes ISO/IEC, em que todas as normas de sistema de gestão devem respeitar e compartilhar uma base consistente comum. Essa mudança visa melhorar a compatibilidade com outras normas de sistema de gestão e estabelecer a estrutura básica de requisitos pelos próximos 10 anos ou mais. A estrutura dos capítulos está indicada abaixo:

#### **2. Direcionamento Estratégico:**

Outra mudança está ligada ao direcionamento estratégico do sistema de gestão ambiental por meio dos tópicos “Entendendo a organização e seu contexto” e “entendendo as necessidades e expectativas das partes interessada”. Essa mudança tem

o objetivo de refletir práticas empresariais mais modernas e algumas técnicas que podem ser utilizadas para esse item é a aplicação de uma matriz swot e/ou o canvas a fim de alinhar todas as diretrizes estratégicas da organização. Para completar essa gestão estratégica, destaque também para as ações para tratar riscos associados a ameaças e oportunidades, que é o pensamento baseado em risco, amplamente difundido nos comentários sobre a revisão da ISO 9001, mas que também ganha destaque na ISO 14001.

### 3. Liderança

A Liderança também ganha destaque no resultado do sistema de gestão ambiental, uma vez que será necessária a integração da gestão ambiental com os processos corporativos e com o ambiente de negócios da empresa, fortalecendo a sua vocação para o desenvolvimento sustentável, evidenciando a necessidade do comprometimento de todos da empresa, principalmente da liderança da empresa com os resultados encontrados.

- Prefácio
- Introdução
- Escopo
- Referências normativas
- Contexto da organização
- Liderança
- Planejamento
- Apoio
- Operação
- Avaliação de desempenho
- Melhoria

– ANEXO A: Orientações para uso desta norma

– ANEXO B: Correspondência entre a ABNT NBR ISO 14000:2015 e a ABNT NBR ISO 14001:2004

#### **4. Desempenho Ambiental**

Na versão atualizada da ISO 14001 entende como foco principal a melhoria do desempenho ambiental e não a melhoria do desempenho do sistema de gestão, dessa forma, será analisado de forma mais enfática as reais reduções de emissões, efluentes e resíduos que a empresa obteve com a implementação do sistema de gestão ambiental. Ainda neste item, existe a preocupação com o gerenciamento dos aspectos ambientais durante o ciclo de vida do produto ou serviço da organização.

#### **5. Documentos**

Acompanhando a estrutura de alto nível, uma grande mudança nos sistemas de gestão é a simplificação da linguagem a fim de evitar dúvidas e garantir a compreensão e interpretação consistente dos requisitos, dessa forma, os atuais controle de documentos e controle de registros serão agora considerados como Informação Documentada, garantindo mais agilidade e controle sobre todas as informações relevantes para a empresa.

#### **6. Proteção Ambiental**

Com a nova versão da ISO 14001, espera-se que a organização tenha atitude mais proativa com a proteção do meio ambiente em relação aos danos e degradação, a correta utilização dos recursos e a preservação da biodiversidade.

#### **Certificação do Selo ISO 14.001 - UNILEVER**

O cuidado com o meio ambiente garantirá a sustentabilidade da empresa, mas especialmente de nosso planeta. Ao longo dos anos, construímos uma relação de respeito com o meio ambiente, otimizando o uso dos recursos naturais e minimizando

ao máximo o descarte de nossos resíduos. Todas as nossas fábricas seguem as diretrizes mundiais da companhia, desenvolvidas pelo SEAC - Centro de Excelência Ambiental, Saúde e Segurança Ocupacional e Produto, localizado na Inglaterra. Na década de 90 sistematizamos as práticas de Gerenciamento Ambiental existentes desde os anos 80.

No Brasil, este sistema foi adotado por todas as fábricas em 1993. Desde a implantação do SGA - Sistema de Gerenciamento Ambiental - foram realizados vários investimentos para adequar as atividades aos novos padrões. Na prática, baseia-se no conceito dos três Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), reduzir o consumo de recursos naturais, geração de resíduos e emissões ambientais, utilizar quando possível e reciclar.

Desde então, quatro fábricas foram certificadas conforme a norma ISO 14001: Vinhedo, Indaiatuba, Valinhos (Alimentos) e Valinhos (Higiene e Beleza). O SGA considera em seus levantamentos, prioritariamente, os seguintes aspectos:

- Consumo de recursos naturais (água, energia, e outros insumos)
- Geração de efluentes líquidos
- Geração de resíduos sólidos
- Emissões atmosféricas
- Ruídos externos
- Impacto das operações de fornecedores.

### **3.2 AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Breve histórico: TRABALHO

O trabalho talvez seja em nossa atualidade a atividade humana que retém em si um valor fundamental para a integração social, constituindo matéria nuclear do território existencial de homens e mulheres.

Para as gerações adultas, locus privilegiado da organização da vida em sociedade. Pode-se afirmar que a ideia de trabalho com a qual as gerações adultas de nossa atualidade estão envolvidas socialmente, e da qual somos herdeiros diretos, tem sua origem na era moderna, mais especificamente no advento da Revolução Industrial.

Na modernidade, o trabalho tornou-se um fenômeno cultural de conjunto, sendo assimilado de forma hegemônica nas sociedades como o princípio positivo matricial da vida adulta. Como esclarece o filósofo André Gorz, (2007, p.21), o trabalho, tal qual o

compreendemos na modernidade “*é uma atividade que se realiza na esfera pública, solicitada, definida e reconhecida útil, por outros além de nós e, a este título remunerada. É pelo trabalho remunerado que pertencemos a esfera pública, adquirimos uma existência e uma identidade sociais (isto é, uma profissão)*”. Anteriormente à Revolução Industrial, o trabalho era fundamentalmente concebido como uma atividade dirigida à subsistência, envolvido com o provento de necessidades vitais relativas à sobrevivência e reprodução da espécie.

O teórico alemão **Karl Marx** (1818-1883) definiu **trabalho** como a ferramenta com a qual o homem altera a natureza em seu benefício, a atividade fundadora da humanidade e de todo o contexto social. Por meio dele, o homem pré-moderno, agrário em sua origem, produzia o que necessitava para sua subsistência e construía o seu mundo com seu próprio labor. Partindo dessa lógica, o trabalho para Marx seria o “**bem inalienável do homem,**” isto é, algo que não poderia ser vendido ou cedido, uma vez que seria a ferramenta de manutenção de sua própria sobrevivência. Nessa relação entre trabalho e sobrevivência, Marx enxergava a essência da própria vida humana. Portanto, vender a força de trabalho por um salário seria o mesmo que vender a própria vida.

### **A Revolução Industrial e o Trabalho Assalariado**

Vender a própria mão de obra, ou o chamado trabalho assalariado, entretanto, tornou-se atividade comum. A **Revolução Industrial** iniciou uma série de mudanças nas relações sociais e nas relações de trabalho do indivíduo, que até então vivia ligado diretamente à terra.



Linhas de produção em fábricas têxteis na Primeira Revolução Industrial

## **Sistema Econômico: Capitalismo**

O conjunto de características particulares de cada economia é denominado de Sistema Econômico. Pode-se observar que cada país possui um tipo de propriedade adotado, dos processos de circulação das mercadorias, dos níveis de desenvolvimento tecnológico, existem diferentes classificações de sistemas econômicos, mas atualmente se reconhece a existência de dois distintos, que seriam: o capitalismo e o socialismo.

### **Capitalismo**

Observa-se que o capitalismo é o principal sistema econômico adotado pelas nações desenvolvidas e pelos países em desenvolvimento.

#### **Ele é caracterizado, dentre outras coisas, pela:**

- Propriedade privada dos meios de produção (meios e equipamentos),
- Pelo trabalho assalariado,
- Por uma relativa liberdade dos agentes econômicos,
- Pela existência da livre-iniciativa empresarial, dentre outros. u de divisão do trabalho, além de diversos outros fatores.

Entre o século XVIII e o início do século XX, o capitalismo foi caracterizado pelo liberalismo econômico, ou seja, uma situação na qual a interferência do governo nos assuntos econômico é mínima.

Compreende-se que uma das principais características do capitalismo, que o diferencia dos outros modos de produção, é a acumulação de capital. Nas sociedades escravistas e feudais, o explorador consumia a massa de produto excedente, tomando dos produtores diretos. A produção era ainda dominada pelo valor de uso: seu objetivo é o consumo.

### **Socialismo**

O Socialismo, por sua vez, tem origem no século XIX, como uma crítica ao sistema capitalista e especialmente na sociedade industrial que se desenvolvia.

Desta maneira, um grupo de intelectuais de diversas nacionalidades como Proudhon, Karl Marx, Friedrich Engels, Saint-Simon, Robert Owen, idealizaram uma sociedade diferente da capitalista. Ali, a propriedade e os meios de produção estariam nas mãos do Estado ou pertenceria à coletividade.

### **Capitalismo Financeiro**

O Capitalismo Financeiro – também conhecido como Capitalismo Monopolista – é a fase do sistema capitalista caracterizada pelo crescimento da especulação financeira em torno de ações de empresas, juros, títulos de dívidas e outras formas de crédito que se transformaram em mercadorias, sendo comercializadas como tais. Diz-se que sua origem foi gradativa e ocorreu ao longo do final do século XIX e início do século XX, estendendo-se até os dias atuais.

O fato de essa fase do capitalismo também ser chamada de “monopolista” refere-se ao processo de concentração de capitais e de mercado nas mãos de poucas empresas. Afinal, a comercialização de direitos e ações sobre indústrias e instituições provoca a compra de uma marca pela outra, que passa a controlar parte do mercado. Assim, quando um grupo econômico passa a controlar várias empresas que, não necessariamente, atuam no mesmo segmento, diz-se que esse grupo formou uma *holding*.

Marx observou que esse novo homem urbano perdeu seu acesso à terra, o que fez surgir uma classe de trabalhadores cuja única forma de subsistência era a venda de sua força de trabalho.

Esse fenômeno desencadeou grandes problemas sociais, que se alastraram por todo o século XIX e grande parte do século XX, momento em que ações de melhorias das condições de trabalho e o estabelecimento de leis trabalhistas surgiram em defesa do trabalhador.





A produção automatizada substituiu grande parte da mão de obra humana

### **Gestão Ambiental e Sua Contribuição para o Desenvolvimento Sustentável**

Cada vez mais as empresas têm convivido com transformações diárias em seu ambiente de negócios.

A sociedade em constante transição e a tecnologia em avanço, acabam gerando um forte impacto na forma como as organizações atuam e devem atuar.

A incorporação da variável ambiental dentro da gestão empresarial se tem convertido em uma necessidade inexplicável para aquelas empresas que não queriam atuar e cumprir com as obrigações perante a sociedade.

Esta incorporação se desenvolve eficientemente mediante a inclusão junto ao sistema de gestão geral da empresa, conhecida como Sistema de Gestão Ambiental, que deve instrumentar-se mediante os meios e estruturas necessárias para que não fique só como uma mera declaração de intenções.

Neste contexto, este artigo trata do meio ambiente e o desenvolvimento econômico; a empresa e a responsabilidade ambiental; entra em cena a expressão desenvolvimento sustentável; o novo paradigma - gestão ambiental e gestão ambiental e seus benefícios.

Os avanços ocorridos na área ambiental quanto aos instrumentos técnicos, políticos e legais principais atributos para a construção da estrutura de uma política de meio ambiente, são inegáveis e inquestionáveis.

Os dez passos necessários para a excelência ambiental segundo Elkington & Burke, apud Donaire (1999) são os seguintes:

1 - Desenvolva e publique uma política ambiental.

- 2 - Estabeleça metas e continue a avaliar os ganhos.
- 3 - Defina claramente as responsabilidades ambientais de cada uma das áreas e do pessoal administrativo (linha de assessoria).
- 4 - Divulgue interna e externamente a política, os objetivos e metas e as responsabilidades.
- 5 - Obtenha recursos adequados.
- 6 - Eduque e treine seu pessoal e informe os consumidores e a comunidade. 7 - Acompanhe a situação ambiental da empresa e faça auditorias e relatórios.
- 8 - Acompanhe a evolução da discussão sobre a questão ambiental.
- 9 - Contribua para os programas ambientais da comunidade e invista em pesquisa e desenvolvimento aplicados à área ambiental.
- 10 - Ajude a conciliar os diferentes interesses existentes entre todos os envolvidos: empresa, consumidores, comunidade, acionistas etc.

Atividades de reciclagem, incentivo à diminuição do consumo, controle de resíduo, capacitação permanentes dos quadros profissionais, em diferentes níveis e escalas de conhecimento, fomento ao trabalho em equipe e às ações criativas são desafios-chave neste novo cenário.

Para se entender a relação entre a empresa e o meio ambiente tem que se aceitar como estabelece a teoria de sistemas, que a empresa é um sistema aberto. Sem dúvida nenhuma, as interpretações tradicionais da teoria da empresa como sistema tem incorrido em certa visão parcial dos efeitos da empresa geral e em seu entorno.

A empresa é um sistema aberto porque está formado por um conjunto de elementos relacionados entre si, porque geram bens e serviços, empregos, dividendos, porém também consome recursos naturais escassos e gera contaminação e resíduos. Por isto é necessário que a economia da empresa defina uma visão mais ampla da empresa como um sistema aberto.

### **3.2.1 SISTEMAS ECONÔMICOS E OS IMPACTOS SOCIAIS**

#### **Sistemas Econômicos UNILEVER**

A maneira pela qual a empresa UNILEVER escolheu trabalhar, ou seja, de forma sustentável, auxilia e muito no sistema econômico da organização. Isso se dá ao fato de

que, estando a sustentabilidade no centro do modelo de negócios, há o fortalecimento do relacionamento com os clientes, fornecedores e todas as partes interessadas, dando assim, ótimos resultados à empresa.

Foi publicado um relatório online em 2019 referente às contas de 2018, em que fica nítido seu progresso econômico. Isso porque, de acordo com uma pesquisa realizada, mais da metade dos consumidores optam comprar de forma sustentável, e, crescendo a confiabilidade dos consumidores, cresce as vendas o que impacta diretamente no caixa da companhia.

Se de um lado há o aumento de fluxo de caixa devido ao crescimento contínuo de pelo menos 26 marcas que seguiram a linha de vida sustentável, como Dove, Hellmann's, Lipton, dentre outras, de outro tem também a redução cumulativa de 600 milhões de euros de custos de energia por eficiência desde 2018. Isso se dá devido ao corte de desperdícios, redução de uso de energia, recursos naturais e matérias-primas gerando eficiência e ficando assim, menos expostos a volatilidade de preços praticados no mercado. No que tange às matérias primas, o fato delas serem, também, sustentáveis, também previne o desperdício.

O que a UNILEVER busca é uma melhoria contínua em sua fabricação mundial, para assim impulsionar a economia de custo e ter maiores retornos, impactando diretamente no crescimento, uma vez que o dinheiro é reaplicado em novas oportunidades estratégicas. Assim sendo a Unilever acredita que seu crescimento lucrativo também deve ser responsável.

### **3.2.2 SOCIOLOGIA NO TRABALHO**

A visão da Unilever com relação a parte social da empresa é que haja igualdade no local de trabalho, que haja oportunidades iguais para mulheres, e uma política de empresa inclusiva.

Sendo a Unilever uma empresa que se norteia por meio de propósitos, o principal deles é tornar a vida sustentável parte comum no dia a dia de todos. E por isso a preocupação em manter o bem estar de seus funcionários.

É considerada a empresa preferida para trabalhar em pelo menos 50 países. Isso porque criou uma estrutura de remuneração justa, tem a melhora contínua na nutrição, saúde e bem estar dos seus funcionários. Além disso, trabalham para que seus empregados tenham acesso a treinamentos e desenvolvimentos de habilidade. Quando se fala em oportunidades iguais para mulheres há a preocupação com o equilíbrio de gênero em posições de liderança. E ainda no que diz respeito a ser uma empresa de negócios inclusivos, está em andamento o aprimoramento da vida de pequenos proprietários rurais.

Há o trabalho com ONG's, governos e outros participantes que, acreditando que a mudança é boa para a sociedade e para os negócios, viabilizam o trabalho da organização em prol dessa mudança, trabalhando como parceiros na cadeia de distribuição, ou seja, criam inovações em produtos e embalagens.

Leva-se em consideração, como vantagem competitiva, prever o quão dinâmicas são as sociedades tendo idéias inovadoras de como suprir as necessidades de consumidores mutantes. E visando isso, a meta é de que até o ano presente, 2020, um bilhão de pessoas sejam ajudadas no quesito de melhorar a própria saúde e bem estar. Para isso a preocupação com a higiene contribuindo para redução de incidências de doenças que ameaçam a vida, como a diarreia. E o aprimoramento contínuo sobre a qualidade nutricional de todos os produtos sendo que, também até 2020, a meta é de dobrar a proporção de produtos no portfólio que atendam as mais altas exigências de qualidade nutricional.

Percebe-se, portanto, o quanto a Unilever se preocupa com o bem estar geral de sua sociedade, se adequando sempre, aprimorando sempre suas idéias e funcionalidades para melhor atender seu público, seus fornecedores, seus colaboradores, seus funcionários, seus parceiros.

#### 4. CONCLUSÃO

Concluimos com este trabalho o quanto a gestão ambiental é importante para as indústrias, pois é necessário equilibrar as questões ambientais de forma que não se vise apenas o lucro, mas que desde o início a sociedade questione ações ligadas a sustentabilidade.

Inserida neste contexto a empresa UNILEVER tinha 1890 como lema “tornar a limpeza comum, diminuir o trabalho das mulheres, promover saúde e contribuir para que a vida se torna se mais agradável e gratificante para clientes que usam os produtos assim produzidos pela empresa”. Com o passar do tempo a empresa trouxe esse seu lema e também inseriu de se tornar a vida sustentável comum.

Podemos descrever neste trabalho também o que a indústria provocou ao longo do tempo, grandes impactos ambientais. Foi necessário a criação de medidas para que as empresas mudassem seus comportamentos quanto a seus processos de produção sobre a utilização de recursos naturais e descarte dos lixos no meio ambiente.

Sendo assim as empresas que adotaram medidas como a Responsabilidade Social e Ambiental, a implantação da Norma ISO14001 dentre outras possuíam uma postura mais ética, ganhando respeito da comunidade onde estão inseridas, conseqüentemente aumentam as vantagens de negócios atingindo níveis de sucesso.

Relatamos neste trabalho que o Sistema de Gestão Ambiental SGA é um processo que tende a buscar resolver, suavizar ou prevenir problemas de caráter ambiental ocasionado pelas empresas. A sua principal meta é o desenvolvimento sustentável.

A empresa que trouxemos para este trabalho UNILEVER entendendo bem a SGA buscou definir metas e foco juntamente com os objetivos de seu negócio para alcançar a sustentabilidade.

Não podemos deixar de mencionar o quanto a Norma ISO14001 auxilia as empresas a estarem seguras enquanto a políticas ambientais estando de acordo com as práticas sustentáveis a clientes e organizações.

Ao entramos nas relações de trabalho na sociedade verificamos que antes da Revolução Industrial o trabalho era concebido como uma atitude do homem para a sua subsistência, com a chegada da Revolução Industrial inicia uma mudança na relação social e as de trabalho na sociedade.

Concluimos nosso trabalho mencionando a relação da empresa UNILEVER com a parte social. Seu objetivo dentre outros: que haja igualdade no local de trabalho, que as mulheres tenham também oportunidades, implantando uma política de empresa inclusiva. A empresa tem muitos propósitos, mais o principal é tornar a vida mais sustentável parte comum no dia a dia de todos, por isso a preocupação em manter o bem estar de todos.

## REFERÊNCIAS

ISO 14.001 - Disponível em Templum

<https://certificacaoiso.com.br/iso-14001/> Acesso em 19 de mar. 2020

POR QUE AS EMPRESAS DEVEM CONSIDERAR O MEIO AMBIENTE EM SEUS NEGÓCIOS – Disponível em

<https://www.logicambiental.com.br/meio-ambiente-enegocios/> - Acesso em 19 de mar. 2020

RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL DA EMPRESA.

Disponível em - Comercio em ação – Disponível em -

<https://comercioemacao.cdlbh.com.br/2018/09/04/as-5-empresas-mais-sustentaveis-domundo-e-o-que-aprender-com-elas/> - Acesso em 08 de mar. 2020

SGA – SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL – Definição – Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_de\\_gest%C3%A3o\\_ambiental](https://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gest%C3%A3o_ambiental) - Acesso em 18 de mar. 2020

SGA - SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL – Disponível em

<https://www.logicambiental.com.br/meio-ambiente-e-negocios/> - Acesso em 19 de mar. 2020

UNILEVER – Conheça o Plano de Ação do Instituto Ethos – Disponível em

<https://www.ethos.org.br/cedoc/conheca-o-plano-de-sustentabilidade-da-unilever/>

<https://www.unilever.com.br/sustainable-living/> Acesso em 06 de abril de 2020.

<https://www.unilever.com.br/about/who-we-are/our-strategy/> Acesso em 06 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível em <https://http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2002-fin-1858.pdf> Acesso em 02 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível em <https://https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/52118614.pdf> Acesso em 02 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível em <https://https://www.kalendae.com.br/blog/gestao-da-mudanca/> Acesso em 05 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível <https://https://brasilescola.uol.com.br/geografia/capitalismo-financeiro.htm> Acesso em 07 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível <https://https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/sistema-economico-capitalismo/29789> Acesso em 07 de abril de 2020.

AS RELAÇÕES DE TRABALHO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA - Disponível <https://https://www.univcosa.com.br/uninoticias/noticias/karl-marx-e-o-trabalho-na-sociedade-contemporanea> Acesso em 07 de abril de 2020.



## ANEXOS

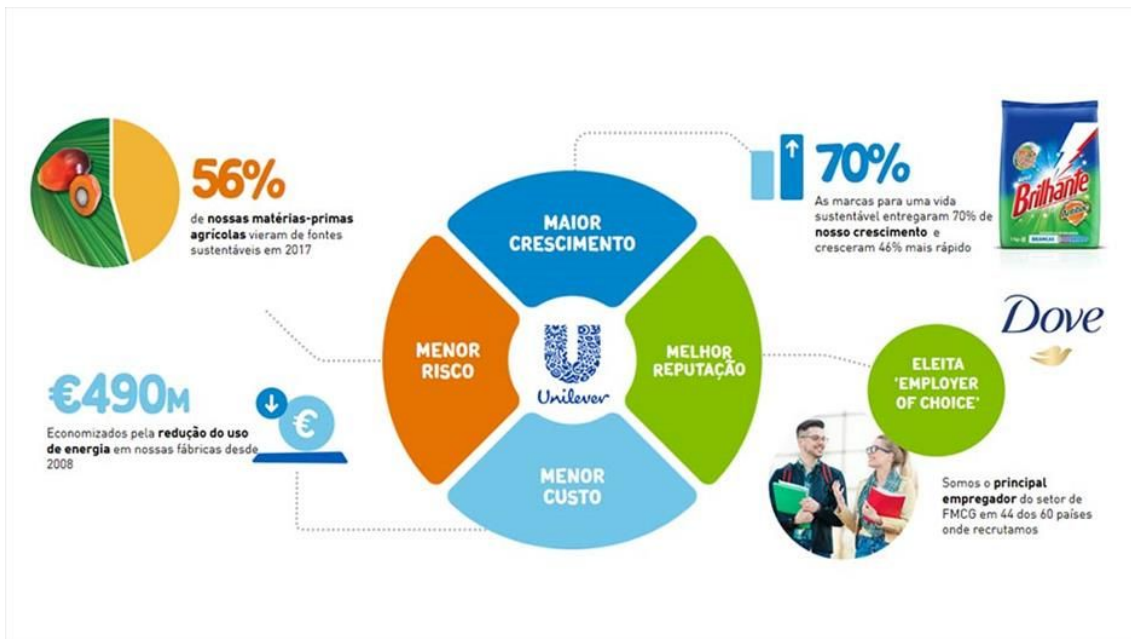


Imagem 1: A sustentabilidade gera valor ao negócio.



Imagem 2: As Estações de Reciclagem GPA Unilever existem desde 2001 e, através delas, já foram coletadas mais de 111 mil toneladas de resíduos.



Imagem 3: A Fábrica de Pouso Alegre atingiu Zero Emissão de CO2 em 2017.



Imagem 4: Carrinho do Programa Eu Sou Kibon em ação em Recife(PE) - Inclusão social





Imagem 5: Fachada da Unilever em Vinhedo (SP)