



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

SUSTENTABILIDADE

UNILEVER

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2020

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

SUSTENTABILIDADE

UNILEVER

MÓDULO DE SUSTENTABILIDADE

Comportamento Humano nas Organizações – Prof. Karina Strobel Castillo

Comunicação e Expressão – Prof. Danielle Rodrigues

Metodologia Científica e Projetos – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Ética e Sociedade – Prof. Mateus Amoedo Zani

Desenvolvimento Sustentável – Prof. Celso Antunes de A. Filho

Alunos:

Brian Ribeiro Fernandes, RA 20000306

Gabriel Rigon Grilo, RA 20000181

José Alexander Ribeiro, RA 20001088

Lucas de Oliveira, RA 20000123

Shirley de Oliveira Abreu, RA 20001580

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
2.1 DESTAQUES ANUAIS	7
3 PROJETO INTERDISCIPLINAR	9
3.1 ÉTICA E SOCIEDADE	9
3.2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	10
3.3 COMPORTAMENTO HUMANO NA EMPRESA	12
4 CONCLUSÃO	13
REFERÊNCIAS	14
ANEXOS	16

1 INTRODUÇÃO

Sustentabilidade, de forma geral, busca o equilíbrio entre os recursos naturais e a procura deles pela sociedade como um todo, equilibrando a preservação do meio ambiente e o que ele pode nos oferecer em acordo com a condição da vida da população em relação ao cotidiano e ao futuro. “O termo sustentabilidade surge da necessidade de discussão a respeito da forma como a sociedade vem explorando e usando os recursos naturais, pensando em alternativas de preservá-lo evitando, assim, que esses recursos esgotam-se na natureza.” (SOUZA, 2019).

Para explicarmos de maneira abrangente sobre a Sustentabilidade precisamos primeiro entender o que é o Desenvolvimento Sustentável. De acordo com Rafaela Sousa “Desenvolvimento Sustentável se refere ao aumento socioeconômico, político e cultural atrelado à preservação do meio ambiente.” Dado este fato, o nosso trabalho exige mostrar como a sustentabilidade é importante e deve ser vista com a devida cautela. Dessa forma a escolha da empresa Unilever se dá em conta ao processo e cuidado que a organização tem em relação ao tema, visando buscar o bem-estar de bilhões de pessoas, diminuir o impacto ambiental e melhorar a vida de milhões de pessoas visando a igualdade na empresa, intercalando assim as unidades de estudo dentro da organização.

Ética é o ato de pensar em suas atitudes e suas escolhas em todos os momentos, visando as decisões mais balanceadas possíveis. Dentro das empresas isso não é diferente, e a ética de negócios é estudada e trabalhada para que a relação das pessoas e as empresas se mantenham no melhor caminho possível. “A ética está intimamente ligada à moral e consiste numa importante ferramenta para o bom convívio entre as pessoas e para o bom funcionamento das relações e das instituições sociais.”. (PORFÍRIO, 2011)

Com tudo, se a ética busca definir a maneira de agir das pessoas, o CHO (Comportamento Humano nas Organizações) visa estudar e assim modelar a forma como as pessoas possam se comportar nas organizações, visando uma postura saudável e decente para todos os colaboradores da empresa “Cada pessoa tem sua maneira de agir e pensar. E isso não é diferente no mundo corporativo. Portanto, saber como lidar com o comportamento humano em sua empresa é muito importante.”.(DOYLE, 2019)

Com isso para o entendimento de qualquer assunto ou tema, a comunicação é essencial para que o público entenda e absorva as informações que estão sendo passadas. Dentro das empresas isso é de extrema importância, já que a forma de expressar com os colegas de trabalho cria um bom relacionamento e estabiliza o ambiente. Assim, foi criada uma proposta para o desenvolvimento de um vídeo, no qual é trabalhado as principais ferramentas de comunicação e expressão. “Uma boa comunicação com o cliente em potencial e a correta expressão com toda certeza levará a bons resultados.”(SILVA, 2017).

Dado esses fatos é plausível acrescentar que para a resolução desse trabalho, é importante pensar nos métodos utilizados para servir de ferramenta e guia no desenvolvimento desta tarefa dentro da empresa. Com isso podemos citar que a metodologia é sem dúvidas a base para a criação de quaisquer projetos que possuem um modelo a seguir. Para DUARTE (apud FACHIN, 2006) “O método científico confere ao pesquisador inúmeras vantagens, oferecendo-lhe um conjunto de atividades sistemáticas e racionais, mostrando-lhe o caminho a ser seguido e permitindo-lhe detectar erros e auxiliando nas decisões...”

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

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".

Em face da mudança climática, instabilidade e ameaças ao progresso realizadas no aumento dos padrões de vida durante o século 20, a Unilever lança o Plano de Sustentabilidade da Unilever, nosso projeto para um modelo de negócios sustentável.

Depois de seu lançamento em 2010, o **Plano de Sustentabilidade da Unilever** é reconhecido por comentaristas independentes como um dos planos de sustentabilidade mais ambiciosos já criado por uma empresa internacional – e continua a evoluir, impulsionando crescimento em nossos negócios enquanto aproveita nossa pesquisa e experiência para criar mudanças no mundo.

Até 2014, nossas "marcas sustentáveis" – marcas que tem um objetivo sustentável e contribui para uma ou mais metas do Plano de Sustentabilidade da Unilever – estão crescendo duas vezes mais rápido do que o resto dos negócios e realizando uma grande contribuição para o crescimento geral.

Visando a praticidade, o grupo buscou realizar o projeto na empresa situada na cidade de Aguaí - SP localizada no endereço Estrada - Pirassununga , S/N, KM 1. Foi fundada em 23/04/2013 com a razão social de UNILEVER BRASIL INDUSTRIAL LTDA, CNPJ 01.615.814/0092-30 e sua atividade principal é Fabricação De Sabões E Detergentes Sintéticos.

2.1 DESTAQUES ANUAIS

Em 2010 a Unilever é nomeada líder de sustentabilidade no "super setor" de Alimentos e Bebidas dos Índices de Sustentabilidade da Dow Jones, pelo 12º ano consecutivo.

Os acionistas da Alberto Culver votam em favor da nossa aquisição da empresa, trazendo marcas como TRESemmé, Alberto VO5, Nexxus, St Ives e Simple para o portfólio da Unilever.

Em 2011 nosso CEO, Paul Polman, promete apoio da Unilever para uma mudança de todo setor em direção ao suporte da agricultura sustentável no Fórum Econômico Mundial em Davos.

No ano de 2012 a receita da Unilever excede €50 bilhões, com todas as regiões e categorias contribuindo com o crescimento. Agora temos 14 marcas com vendas de mais de €1 bilhão por ano.

Continuamos a fazer um excelente progresso para atender as metas do Plano de Sustentabilidade da Unilever. Mais de um terço dos materiais brutos agrícolas são obtidos de forma sustentável e mais de 50% das fábricas atingiu a meta de enviar descartes para aterros. Alcançamos 224 milhões de pessoas através de programas para reduzir doenças diarreicas ao lavar as mãos com sabão, fornecer água potável segura, promover a saúde oral e melhorar a autoestima de jovens.

A Unilever é nomeada como ganhadora do prestigioso 2013 Catalyst Award por nossas iniciativas que expandem oportunidades para mulheres e negócios. A empresa entra novamente no mercado de Myanmar com o lançamento de operações de negócios completas, incluindo uma nova unidade de fabricação e sede em Yangon.

A Unilever recebe 44 prêmios no 60th Cannes Lions International Festival of Creativity.

Lançamos o Unilever Sustainable Living Young Entrepreneur Awards, um programa de premiação internacional para inspirar jovens em todo mundo a abordar questões ambientais, sociais e de saúde.

Apesar de um difícil ambiente econômico, a Unilever alcança um crescimento anual pelo quinto ano consecutivo. Continuamos a remoldar nosso portfólio, fazendo várias aquisições estratégicas no ano, incluindo a empresa de sorvetes premium Talenti na América do Norte e a empresa de purificação de água Qinyuan na China.

A Unilever é nomeada líder do grupo de indústrias de Alimentos, Bebidas e Tabaco na análise dos Índices de Sustentabilidade de 2014 da (Dow Jones Sustainability Indices - DJSI).

A Unilever continua a mostrar crescimento lucrativo consistente em mercados voláteis enquanto fortalece a sustentabilidade de nosso portfólio.

Pela 15ª vez em 16 anos, a Unilever foi nomeada líder do grupo de empresas de Alimentos, Bebidas e Tabaco com uma pontuação de 92 entre 100. Também fomos selecionados como um componente do Índice de Sustentabilidade da Dow Jones (DJSI) seguindo nossa participação no 2015 RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment.

Em janeiro, anunciamos que alcançamos nossa meta de enviar nenhum resíduo não perigoso para aterros em toda nossa rede de fábricas. Em junho, alcançamos uma redução de 1 milhão de toneladas de emissões de CO2 desde 2008.

"Marcas sustentáveis" agora representa metade de nosso crescimento e estão crescendo duas vezes mais rápido do que nossas outras marcas. Um número crescente de nossas marcas líderes integrou sustentabilidade na contribuição que dão ao mundo – seu objetivo – e nos ingredientes e ciclo de vida dos seus produtos.

Contribuímos para lançar as Metas de Desenvolvimento Sustentável (Sustainable Development Goals - SDGs) das Nações Unidas e participar de chamadas globais de ação na Conferência do Clima de Paris 2015 (COP21). Anunciamos que a Unilever terá "um saldo positivo de carbono" até 2030.

Em "Mobilising Collective Action: USLP Summary of Progress 2015", relatamos que estamos no caminho para alcançar a maioria de nossas metas da PSU e realizar uma chamada para ação coletiva sem precedentes para abordar os maiores desafios que o mundo enfrenta.

3 PROJETO INTERDISCIPLINAR

3.1 ÉTICA E SOCIEDADE

Com base nos resultados de aprendizagem podemos concluir que a ética se baseia no ato de se pensar em atitudes e escolhas que sejam as mais justas possíveis. A ética nos negócios busca equilibrar a relação de empresa e funcionários no quesito de suas ações e de que forma elas afetam de forma geral, a ética aplicada é basicamente a reflexão de nossas atitudes e escolhas dentro da área profissional. É importante estudar ética nos negócios pois, com isso teremos uma visão e qualidade de um profissional que se destaca dentro de uma empresa.

No livro Governança, gestão responsável e ética nos negócios de Mário Sérgio Cunha Alencastro e Osnei Francisco Alves podemos ter uma visão abrangente do assunto Ética nos negócios, nele os autores destacam o fato de que muitas empresas utilizam de práticas duvidosas visando apenas os lucros da empresa se esquecendo de condutas éticas muito importantes, como podemos ver no trecho "É comum vermos empresários recorrerem a práticas pouco duvidosas- e até ilícitas- na condução de seus negócios, com a desculpa de que "os fins justificam os meios", sendo que o termo fins aqui se refere aos livros que nem sempre são utilizados os métodos mais corretos para atingi-los." (Alencastro, Mario. Governança, Gestão Responsável e Ética nos negócios. Intersaberes.2017. p27.). Os autores explicam também que a ética nos negócios não está só relacionada ao comportamento dentro da empresa, mas também o'que esses comportamentos e decisões causam na população e no meio ambiente, ou seja, pensar em ética é pensar no bem estar de todos como um conjunto.O livro também aborda sobre o tema "Administrar atualmente", fala sobre como empresas eticamente responsáveis têm mais chances de alcançar o sucesso e a importância do código de ética.

Visando Ética a partir dos pontos de vista de 4 filósofos distintos, sendo eles: Platão, Espinosa, Kant e Sartre. Passado de forma resumida a definição que cada um

desses filósofos é incrível analisar que mesmo todos eles se referindo ao mesmo assunto, todos tem um visão diferente sobre o que significa ser a Ética para as pessoas. Platão define que Ético é aquele que busca conhecimento para conseguir entender as coisas no geral e assim aumentar sua margem de acerto. Espinosa explica que Ética é aquele que toma suas decisões em prol da razão, independente da situação, nunca visando os lados emocionais. Kant ressalta que toda ação que nós tomamos é preciso que analisemos antes, como se fosse uma lei para todos os indivíduos, ou seja, se eu fizer determinada ação todos deveriam realizá-la da mesma forma. E por fim Sartre explica que nós somos livres para fazer qualquer coisa, independente do que seja, se estamos passando por aquela situação é porque nossas escolhas nos levaram até ali, mesmo que estejamos vivenciando um momento difícil.

Com a chegada da pandemia causada pelo vírus COVID-19, o desemprego que já era um problema nacional ganhou forças tirando a renda de várias famílias que atualmente se encontram dependendo de doações ou ajuda de parentes para se manterem. Muitas empresas praticam boas ações doando álcool em gel, dinheiro e cestas básicas para pessoas e hospitais necessitados, o que tem ajudado e muito famílias carentes e pessoas doentes como por exemplo do Banco Itaú que chegou a doar R\$ 150 milhões de reais para infraestrutura hospitalar. Após a pandemia uma das atitudes éticas que as empresas podem adotar e manter as doações para famílias carentes, a partir do crescimento econômico, dar oportunidades para aqueles necessitam, gerar o máximo de emprego possível e outra atitude seria possibilitar apoio psicológico de seu funcionários que tenham perdido pessoas da família recentemente por conta da pandemia. Enfim, garantir o bem estar e prestar apoio psicológico a todos que compõem a empresa, afinal é preciso que todos estejam bem para que uma empresa cresça.

3.2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sustentabilidade, a Unilever um claro exemplo de como uma empresa deve se comportar com o meio ambiente, com seus funcionários e com a sociedade, desde suas origens a Unilever é uma empresa que se norteia por propósitos. Hoje, nosso propósito é simples, porém claro: tornar a vida sustentável parte do dia a dia de todos.

A nossa visão, o crescimento dos negócios não pode ocorrer em detrimento das pessoas e do planeta. É por isso que estão mudando nossa forma de fazer negócios e que queremos mudar a maneira como os negócios são realizados.

"Nosso Plano de vida sustentável (USLP) tem a ambição ousada de alcançar mudanças em nossa empresa. Lançado em 2010, ele está promovendo o crescimento sustentável por meio de marcas com propósito, reduzindo os custos dos negócios, diminuindo riscos e nos ajudando a criar confiança".

O plano de vida sustentável da Unilever foi colocado em prática para dissociar o crescimento da pegada ambiental, aumentando ao mesmo tempo o impacto social positivo. Como objetivo principal são três, sustentados por nove compromissos e metas que envolvem o desempenho social ambiental e econômico. Vamos continuar trabalhando com outros agentes para concentrarmos nas áreas onde conseguiremos gerar a maior mudanças e apoiar todos os Objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU (ODSs).

Ao contrário de muitas empresas, o foco da Unilever é crescer ajudando a sociedade na sustentabilidade, fazendo campanhas nas redes sociais, canais de televisão etc. As três metas da Unilever no momento são: Mais saúde e bem estar para mais de 1,24 bilhão de pessoas, Redução do impacto ambiental pela metade, e Como melhorar a vida de milhões de pessoas, algumas dessas metas então corretamente dentro do prazo.

Uma boa maneira de mostrar como a Unilever é tão dedicada com a sustentabilidade é seus vários e vários prêmios, como em 2010 que foi nomeada líder de sustentabilidade no "super setor" de alimentos e bebidas dos Índices de sustentabilidade da Dow Jones pela 12ª vez consecutiva entre outras premiações.

3.3 COMPORTAMENTO HUMANO NA EMPRESA

Através do aprendizado obtido, foi notado a importância do bom relacionamento entre a empresa e o funcionário, sendo possível obter dados e informações de como está o ambiente de trabalho e a organização dentro da empresa. É através do diagnóstico organizacional que se torna possível tomar decisões precisas quanto ao desenvolvimento competente e o ponto de vista do colaborador em relação a empresa.

A Unilever se preocupa com os funcionários, e tem como prioridade o desenvolvimento destes, assim, atrair talentos, incluir ideias e diferenças, garantir um ambiente de trabalho seguro, saudável e aberto à diversidade, além de criar oportunidades para o desenvolvimento e capacitação profissional, influenciando pessoas à liderança, buscando promover a qualidade de vida e a motivação das equipes de maneira permanente.

Atuando em sintonia com os desafios do contexto Brasileiro, para atender as necessidades e opinião dos funcionários, a Unilever aplica periodicamente a pesquisa de clima organizacional (Global People Survey, ou GPS, na sigla em inglês) para coleta de informações, e indicação de pontos, que possam ser melhorados no ambiente de trabalho da empresa, é através da análise de pesquisa que a Unilever colhe informações para tomar decisões adequadas para cada problema detectado.

Com o diagnóstico organizacional aplicado na empresa e os dados coletados, foi montado uma planilha (anexo 2), logo depois, com o resultado da coleta foi possível gerar gráficos para uma análise mais ampla (anexo 1).

Através destas análises, e levantamento de soluções para os problemas é possível que o ambiente de trabalho se torne propício a um clima organizacional adequado e motivador, que seja seguro, saudável e capaz de atender as necessidades e dificuldades dos colaboradores, proporcionando melhorias dentro da empresa.

4 CONCLUSÃO

Com o término do nosso trabalho, vimos como a ética dentro das organizações é de extrema importância para o desenvolvimento tanto dos funcionários como da empresa, e graças a esse bom relacionamento dentro da organização foi possível realizar um questionário para a coleta de informações de alguns funcionários.

Com a realização do questionário feito dentro da empresa foi analisado a visão de funcionários de diferentes setores sobre a mesma perspectiva, ou seja, avaliar a opinião dos funcionários buscando entender os quanto satisfeitos os funcionários estão com o local de trabalho no geral. Após isso foi criado o relatório sobre a pesquisa dentro da empresa explicando de forma didática o resultado do questionário.

No término do nosso trabalho, a questão sobre Sustentabilidade foi vista como o ponto forte e de grande foco dentro da empresa, visando à criação de formas e programas para que o meio ambiente seja tratado da maneira mais séria e seja algo a ser seguido por outras empresas.

REFERÊNCIAS

ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha; ALVES, Osnei Francisco. **Governança, gestão responsável e ética nos negócios**. Curitiba: Editora InterSaber, 2017.

DUARTE, Vânia. **A metodologia na pesquisa científica**: Esmiuçando conceitos.

Disponível em:

<<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/a-metodologia-na-pesquisa-cientifica-esmiucando-conceitos.htm>> Acesso em: 21 maio 2020.

DOYLE, Daniella. **Comportamento humano nas organizações**:conheça 3 dicas para Melhorar o desempenho da sua equipe.Siteware. Disponível em :

<<https://www.siteware.com.br/gestao-de-equipe/comportamento-humano-nas-organizaes/>> Acesso em : 17 abril 2020.

LEWGOY, Julia.**Veja empresas que doaram dinheiro,produto e trabalho para combater o coronavírus**. Valor Investe. Disponível em:

<<https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2020/04/07/veja-empresas-que-doaram-dinheiro-produtos-e-trabalho-para-combater-coronavirus.ghml>> Acesso em: 14 maio 2020.

LIMA, Luiz . **“O que é Diagnóstico Organizacional?”**; Administradores.com

Disponível em:

<<https://administradores.com.br/artigos/o-que-e-diagnostico-organizacional>> Acesso em: 29 abr.2020.

PORFÍRIO, Francisco. **"Ética"; Brasil Escola**. Disponível em:

<<https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/o-que-etica.htm>> Acesso em: 17 abr. 2020.

SILVA, Irene. **Graduação em administração**: comunicação e expressão. Disponível

em : <<https://www.faculdades.inf.br/administracao/comunicacao-e-expressao-10.html>>

Acesso em: 21 maio 2020.

SOUSA,Rafaela. **Sustentabilidade**. Disponível em:

<<https://brasilecola.uol.com.br/educacao/sustentabilidade.htm>> Acesso em: 16 abr. 2020.

UNILEVER. **Nossa história**. Disponível em :

<<https://www.unilever.com.br/about/who-we-are/our-history/>> Acesso em : 23 abril 2020.

UNILEVER. **2010- até os dias atuais**. Disponível em :

<<https://www.unilever.com.br/about/who-we-are/our-history/2010-present.html>>

Acesso em : 23 abril 2020.

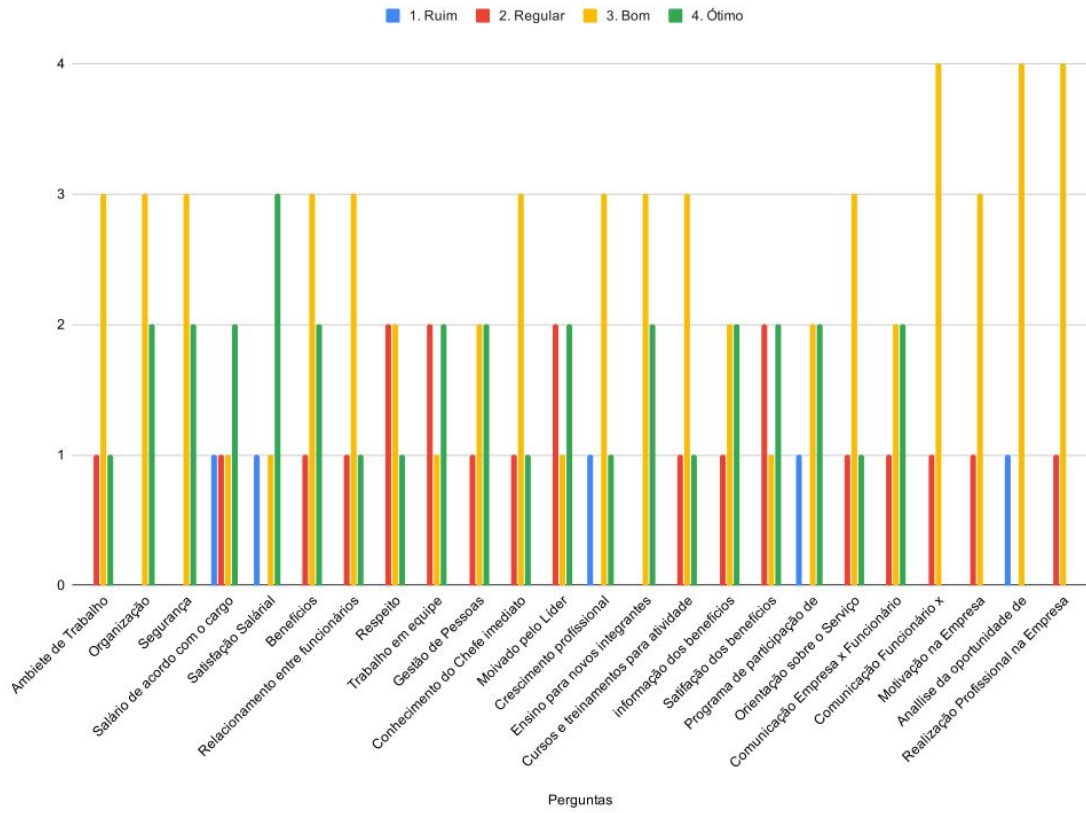
UNILEVER. **Unilever Brasil Industrial LTDA**. Disponível em:
<<https://www.econodata.com.br/lista-empresas/SAO-PAULO/AGUAI/U/01615814009230-UNILEVER-BRASIL-INDUSTRIAL-LTDA>> Acesso em : 24 mar. 2020.

UNILEVER. **Vida sustentável**. Disponível em:
<<https://www.unilever.com.br/sustainable-living/>> Acesso em : 11 maio 2020.

© Unilever 2020. **Unilever Brasil**. "Pessoas" Unilever.com
Disponível em:
<<https://www.unilever.com.br/about/pessoas/>> Acesso em: 29 abr. 2020.

ANEXOS

1. Ruim, 2. Regular, 3. Bom e 4. Ótimo



Anexo:1

Área	Cargo	Gênero	Ambiente 1	Ambiente 2	Ambiente 3	Salário 1	Salário 2	Salário 3	Relacionamento 1	Relacionamento 2	Relacionamento 3	Liderança 1	Liderança 2	Liderança 3	Treinamento 1	Treinamento 2	Treinamento 3	Benefícios 1	Benefícios 2	Benefícios 3	Comunicação 1	Comunicação 2	Comunicação 3	Motivação 1	Motivação 2	Motivação 3	MEDIA	
Utilidades	Secretário em Operações	Masculino	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	
Manufatura	Tec. Segurança do trabalho	Masculino	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
Manufatura	Operário Básica	Feminino	2	4	3	1	1	2	3	3	2	3	3	2	1	3	3	4	2	1	3	2	3	2	1	2	2	
Manutenção	Almovente	Masculino	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	
Manutenção	Eletricista	Masculino	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
			Média por Item	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
			1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
			2	1	0	0	1	0	1	1	2	2	1	1	2	0	0	1	1	2	0	1	1	1	1	1	0	1
			3	3	3	3	1	1	3	3	2	1	2	3	1	3	3	3	2	1	2	3	2	4	3	4	4	
			4	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	0	0	0	0	

Anexo: 2