



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE
ENSINO OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

JOHNSON & JOHNSON

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

NOVEMBRO, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE
ENSINO OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

JOHNSON & JOHNSON

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – PROF^a
RENATA ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

BARBARA KAYLANE
LOPES NOGUEIRA,
1012022201233
BARBARA CRISTINA
BARBOSA, 1012022201365
MAYCON SANTOS
ROSSETTI, 1012022201308
GIOVANNA LOURENÇO
RICCI, 1012022201245

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS, SP

NOVEMBRO, 2022

SUMÁRIO

PROJETO INTEGRADO	0
1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	8
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	8
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	9
3.1.2 E CRESCIMENTO	11
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	13
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	15
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	16
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	17
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	17
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	19
REFERÊNCIAS	23

1. INTRODUÇÃO

Atualmente vivemos em um contexto de ampla globalização. As instituições estão frenéticas em busca de maximizar seus ganhos e reduzir as perdas em um âmbito caracterizado pelo aumento da concorrência, avanço da tecnologia e a expansão de fronteiras. Neste cenário, é imprescindível a tomada de decisão correta e rápida, representando um diferencial competitivo. Dentre os instrumentos que, com dados relevantes podem subsidiar o processo decisório do administrador estão: O balanço patrimonial e a demonstração do resultado, que servem de matéria-prima para obtenção de diversas informações, tais como: Índices econômico-financeiros.

Segundo Matarazzo (2003, p.147): “Um índice é como uma vela acesa em um quarto escuro”. Segundo ele, “A característica fundamental dos índices é fornecer visão ampla da situação econômica ou financeira da empresa”.

Nesta ótica o estudo buscará mostrar de que forma a análise sobre os fatores da economia influenciam as atividades das empresas.

Pontuando a existência de uma concorrência entre empresas, ela tem o intuito de favorecer os consumidores e se faz necessária devido a uma saudável competitividade do mercado, contribui para uma elasticidade de demanda e exige dos responsáveis uma análise de como os concorrentes estão se planejando e agindo. É preciso que a empresa tenha um alicerce bem estruturado ao se deparar com o competidor e assim delinear estratégias e ter um planejamento eficiente para um conjunto de ações. Criar, inovar e encantar fazem parte do processo, mas é preciso expandir estas áreas constantemente, contudo os clientes exigem muito mais do que a inovação, eles buscam organizações eficientes e para que todo esse dinamismo aconteça é imprescindível conhecer bem o mercado, ter propriedade das necessidades do cliente, ter novidades a serem lançadas e sobretudo os pontos fortes da empresa estabelecidos para colocarem em evidência e ter os pontos fracos definidos para traçar um aperfeiçoamento. É importante ainda aproveitar as oportunidades externas que o mercado oferece, portanto o planejamento estratégico é fundamental para qualquer organização independente do

segmento, pois o planejamento contribui para que a empresa alcance objetivos e metas por meio de uma visão sistêmica.

De outra perspectiva não é novidade que a tecnologia nas empresas se tornaram indispensáveis para superar o mercado moderno e para prosperar diante de um grau cada vez mais elevado de competitividade. A inovação é inerente aos negócios bem sucedidos, ela gera diversos benefícios às organizações e exige que métodos de implementação sejam priorizados para que seja possível uma mudança. Antes da polarização do acesso facilitado aos recursos digitais, os negócios só conseguiam chegar ao público por meio de uma publicidade tradicional ou por indicação de outros clientes, já nos dias atuais, qualquer pessoa pode ter acesso a uma gama imensa de ofertas e empresas. Esse novo contexto fez a competitividade das organizações aumentarem de maneira exponencial, com a qualidade da comunicação, do atendimento, das ofertas e a tecnologia da matéria prima sendo cada vez mais decisiva para a conquista do público alvo e para cumprir com todos esses requisitos, a empresa precisa responder de forma imediata as inovações do mercado, aderir a processos internos mais ágeis e assertivos, otimizar seus recursos para tornar seus produtos ou serviços mais competitivos. Nesse sentido, a infraestrutura dos negócios é cada vez mais dependente da tecnologia, pois só ela é capaz de viabilizar o nível gerencial e de operação mais robusto, dinâmico e automatizado.

Mais adiante, analisando de outro panorama a tecnologia é o eixo de uma expansão de fronteiras para uma empresa. Internacionalizar é preciso porque evita a sazonalidade regional, valoriza o seu negócio perante o setor e sobre o seus concorrentes, ganha em escala e conhece novos produtos e/ou serviços em um mercado distinto do que está acostumado, mas usar a tecnologia também é para controle e atualizações, trazendo segurança e agilidade. Com a cobrança de novos mercados, desafios e novas culturas, a chance de estagnação por conta de cenários contrários diminui significativamente, pois deixa de depender exclusivamente de um único público ou região geográfica. A abertura para absorver o conhecimento no exterior pode facilitar uma imagem positiva da corporação dentro e fora do seu país e a dinâmica de internacionalização assume uma importância para a competitividade das empresas. O comércio internacional é um mundo de oportunidades, seja na exportação, seja na

importação, apesar de ser um grande desafio, é importante que uma organização experimente as vantagens de estar inserido na lista de empresas mundiais. Se preparar adequadamente, é possível pensar de forma global. No longo prazo, talvez o mais arriscado seja não expandir fronteiras.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social: JOHNSON & JOHNSON INDUSTRIAL LTDA.

CNPJ: 59.748.988/0001-14

Endereço: Rodovia Presidente Dutra, km 154 - Jardim das Indústria,
São José dos Campos/SP - Cep: 12.2407-07

É uma empresa americana, fundada em 1886, especializada na produção de artigos farmacêuticos, utensílios médicos e produtos pessoais de higiene. Sediada em Nova Brunswick, Nova Jersey, Estados Unidos. No Brasil iniciou suas operações em 1933, no bairro da Mooca, em São Paulo (SP). Atualmente, o complexo industrial localizado em São José dos Campos (SP) é o maior da empresa no mundo e atualmente emprega mais de 130.000 funcionários em todo o mundo. Criada para garantir o bem estar em cada fase da vida, com a missão de cuidar do mundo, cria produtos para garantir a saúde, higiene e beleza.

Seus produtos são de grande influência nas residências, empresas, ambulâncias e hospitais. Milhares de pessoas utilizam para cuidar da higiene bucal, reduzir febres, aliviar dores musculares, cuidar de ferimentos e manter a pele hidratada e protegida contra os raios solares. A Johnson & Johnson está presente em todas as fases da vida do consumidor com inúmeros produtos, de higiene e cuidado pessoal, passando pelos primeiros socorros, medicamentos e materiais cirúrgicos, destinados a manter a saúde e o bem-estar de milhões de compradores em centenas de países ao redor do mundo. Por tudo isso, a Johnson & Johnson faz parte da vida, pelo menos uma vez por dia, desde a infância até a maturidade.

Atividades de negócios da empresa:

32.50-7-05 - Fabricação de materiais para medicina e odontologia.

46.45-1-01 - Comércio atacadista de instrumentos e materiais para uso médico, cirúrgico, hospitalar e de laboratórios.

46.64-8-00 - Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso odonto-médico-hospitalar; partes e peças.

46.44-3-01 - Comércio atacadista de medicamentos e drogas de uso humano.

3. PROJETO INTEGRADO

O projeto integrado visa unir as ideias de um grupo de universitários, é um modelo de trabalho que estimula a disciplina e a combinação entre a teoria e a prática, busca sistematizar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes durante o desenvolvimento do curso e também oferecer uma vivência prática e profissional mediante a uma aplicação dos conhecimentos em situações reais. Neste projeto o intuito é buscar uma solução baseada nos assuntos dos fundamentos da administração e fundamentos da economia, elaborando um eficiente trabalho de melhoria na empresa.

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

A economia brasileira cresceu 1,2% no segundo trimestre de 2022, comparado ao trimestre anterior, na série com ajuste sazonal. É o quarto resultado positivo consecutivo. Frente ao mesmo trimestre de 2021, o PIB cresceu 3,2%. No primeiro semestre de 2022, o PIB acumula alta de 2,5%. Os dados foram divulgados nesta quinta-feira (1º/09) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE).

Em valores correntes, o PIB, que é a soma dos bens e serviços finais produzidos no Brasil, totalizou R\$2,4 trilhões no segundo trimestre de 2022. O setor da economia que registrou maior crescimento foi a indústria (2,2%), seguida pelos serviços, que avançaram 1,3%, e a agropecuária, que expandiu 0,5%.

Apesar de não ter sido a atividade econômica com o maior resultado, foram os serviços que impactaram fortemente o crescimento do PIB do segundo trimestre.

Os serviços pesam 70% da economia, então têm um impacto maior nesse resultado. Dentro dos serviços, outras atividades de serviços (3,3%), transportes (3,0%) e informação e comunicação (2,9%) avançaram e puxaram essa alta. Em outras atividades

de serviços, estão os serviços presenciais, que estavam represados durante a pandemia, como os restaurantes e hotéis, por exemplo.

Nos serviços, apresentaram resultados positivos: outras atividades de serviços (3,3%), transporte, armazenagem e correio (3,0%), informação e comunicação (2,9%), comércio (1,7%), atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados (1,4%) e atividades imobiliárias (0,3%). Houve queda em administração, defesa, saúde e educação públicas e seguridade social (-0,8%).

O crescimento de 2,2% na indústria se deve aos desempenhos positivos de 3,1% na atividade de eletricidade e gás, água, esgoto, atividades de gestão de resíduos, de 2,7% na construção, de 2,2% nas indústrias extrativas e 1,7% nas indústrias de transformação.

A agropecuária, que havia recuado 0,9% no último trimestre, variou 0,5% no segundo trimestre deste ano. No semestre, a agropecuária vem caindo, puxada pela retração na produção da soja, que é a maior lavoura do país.

O avanço do PIB no primeiro semestre deste ano (2,5%) mostra que a atividade econômica do país está 3,0% acima do patamar pré-crise sanitária da Covid-19, registrado no quarto trimestre de 2019.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano. Todos os países calculam o seu PIB nas suas respectivas moedas. Por exemplo, o PIB do Brasil em 2021 foi de R\$8,7 trilhões. No último trimestre divulgado (2º trimestre de 2022), o valor foi de R\$2 404,0 bilhões.

O PIB mede apenas os bens e serviços finais para evitar a dupla contagem. Se um país produz R\$100 de trigo, R\$200 de farinha de trigo e R\$300 de pão, por exemplo, seu PIB será de R\$300, pois os valores da farinha e do trigo já estão

embutidos no valor do pão. Os bens e serviços finais que compõem o PIB são medidos no preço em que chegam ao consumidor. Dessa forma, levam em consideração também os impostos sobre os produtos comercializados.

O PIB não é o total da riqueza existente em um país. Esse é um equívoco muito comum, pois dá a sensação de que o PIB seria um estoque de valor que existe na economia, como uma espécie de tesouro nacional.

Na realidade, o PIB é um indicador de fluxo de novos bens e serviços finais produzidos durante um período. Se um país não produzir nada em um ano, o seu PIB será nulo.

Cálculo do PIB

Para o cálculo do PIB, são utilizados diversos dados; alguns produzidos pelo IBGE, outros provenientes de fontes externas. Essas são algumas das peças que compõem o quebra-cabeça do PIB:

Balanço de Pagamentos (Banco Central)

Declaração de Informações Econômico-Fiscais da Pessoa Jurídica - DIPJ
(Secretaria da Receita Federal)

Índice de Preços ao Produtor Amplo - IPA (FGV)

Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA (IBGE)

Produção Agrícola Municipal - PAM - (IBGE)

Pesquisa Anual de Comércio - PAC (IBGE)

Pesquisa Anual de Serviços - PAS (IBGE)

Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF (IBGE)

Pesquisa Industrial Anual - Empresa - PIA-Empresa (IBGE)

Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física - PIM-PF (IBGE)

Pesquisa Mensal de Comércio - PMC (IBGE)

Pesquisa Mensal de Serviços - PMS (IBGE)

Análises feitas a partir do PIB

A partir da performance do PIB, pode-se fazer várias análises, tais como:

Traçar a evolução do PIB no tempo, comparando seu desempenho ano a ano;

Fazer comparações internacionais sobre o tamanho das economias dos diversos países;

Analisar o PIB per capita (divisão do PIB pelo número de habitantes), que mede quanto do PIB caberia a cada indivíduo de um país se todos recebessem partes iguais, entre outros estudos.

O PIB é, contudo, apenas um indicador síntese de uma economia. Ele ajuda a compreender um país, mas não expressa importantes fatores, como distribuição de renda, qualidade de vida, educação e saúde. Um país tanto pode ter um PIB pequeno e ostentar um altíssimo padrão de vida, como registrar um PIB alto e apresentar um padrão de vida relativamente baixo.

3.1.2 E CRESCIMENTO

A Johnson & Johnson do Brasil é uma das maiores afiliadas do grupo fora dos Estados Unidos. Sua chegada ao país aconteceu em 1933 para suprir o mercado brasileiro com produtos de uso hospitalar e doméstico, como algodão, gaze, esparadrapo e compressas cirúrgicas, entre outros.

A primeira fábrica foi instalada às margens do Rio Tamanduateí, no bairro da Móoca, em São Paulo, trazendo consigo a mesma filosofia de trabalho que inspirava qualidade e inovação em seus empreendimentos.

Desde então, a Johnson & Johnson do Brasil lançou produtos pioneiros, produzindo em escala industrial o primeiro esparadrapo antialérgico, os primeiros soros para diagnósticos sanguíneos, agulhas e suturas cirúrgicas, as primeiras compressas estéreis e descartáveis para pronto uso.

Nessa trajetória, a Companhia detectou necessidades, treinou mão-de-obra,

investiu em infra-estrutura, esclareceu o consumidor, cresceu e ganhou destaque. O Brasil dava, assim, os primeiros passos rumo à auto-suficiência na produção de material cirúrgico e hospitalar.

A Johnson & Johnson construiu e equipou laboratórios e unidades de fabricação e multiplicou a diversidade dos seus produtos, destacados sempre pela qualidade e pelo pioneirismo. Alguns deles mudaram hábitos de higiene pessoal e influenciaram na melhoria da saúde da população.

Em 1934, o lançamento do MODESS, primeiro absorvente descartável do mercado, revolucionou o modo de pensar da mulher brasileira. Na década de 70, as fraldas descartáveis modificaram os conceitos de higiene para bebês. E em 1984, a chegada de SUNDOWN ao Brasil iniciou as discussões sobre a necessidade de cuidados durante a exposição ao sol.

Com o seu crescimento, as instalações às margens do Rio Tamanduateí logo se tornaram insuficientes para absorver todas as atividades da empresa.

Em 1954, a Johnson & Johnson foi instalada no Parque Industrial, em São José dos Campos, cidade distante que fica a 72 quilômetros de São Paulo, onde hoje se concentra toda a produção de seus produtos.

Em São José dos Campos, a Companhia também mantém seu Centro de Pesquisas e Tecnologia (CPT), que supre o mercado latino-americano na busca de novos métodos e processos de fabricação de produtos.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

No atual cenário mundial, as empresas se sentem no dever de planejar estratégias para se manterem economicamente, exigindo cada vez mais uma melhoria contínua em seus processos e no ambiente em que atua, onde uma estratégia bem definida deve considerar o recinto interno e externo da organização.

A corporação multinacional mais reputada da América é a Johnson and Johnson . A empresa é a potência do serviço médico. Esta empresa possui uma plataforma mundial de marketing e negócios. Mesmo esta empresa sobreviveu durante a situação desastrosa da condição financeira do país. Para proteger sua posição estável, a empresa precisa conhecer e entender seus fatores internos e externos. Funciona como um milagre.

Há mais de um século, esta empresa familiar está operando em condições estáveis. É uma empresa tradicional que se dedica ao desenvolvimento de equipamentos médicos, bens de consumo embalados e vários produtos farmacêuticos. A empresa é uma das empresas mais valiosas do mundo.

A Johnson and Johnson é uma empresa reconhecida globalmente, produz dispositivos médicos e produtos farmacêuticos e mantém sua posição de triunfo na colossal plataforma de mercado mundial. Portanto, a análise SWOT da Johnson and Johnson funciona como um auxílio para a empresa. Essa análise ajuda a identificar os pontos fortes e fracos da empresa. Além disso, a empresa também pode determinar suas oportunidades com a ajuda dessa análise SWOT. A empresa pode anular as ameaças também se tiver conhecimento prévio das mesmas.

Forças:

- Em todo o mundo, esta empresa também é a empresa mais influente. Eles influenciam o bem-estar das economias dos países e incluem o mercado de ações dos EUA;
- Com mais de um século de experiência, a empresa é excelente no atendimento às necessidades dos mercados-alvo. Assim, isso funciona como uma força significativa para a empresa;
- A empresa possui uma cadeia de suprimentos substancial, que garante a disponibilidade das matérias-primas e a distribuição dos materiais acabados de forma eficiente.
- A empresa tem domínio global, pois opera por meio de suas 265 subsidiárias em mais de 60 países. Também ocupa uma posição de liderança entre outras empresas de assistência médica em todo o mundo;

Fraquezas:

- As ações judiciais sobre vários projetos como o talco de talco da Johnson and Johnson e o Xarelto, e outras coisas influenciam muito a confiança do cliente. Leva a um impacto negativo;
- A receita global da empresa gira principalmente entre três divisões, dispositivos médicos, diagnósticos e produtos farmacêuticos. Assim, isso prova que eles não têm diversidade, o que incorreu em uma perda catastrófica;
- A empresa acabou dependendo da Zytiga até 2018, que costumava faturar US \$3,5 bilhões por ano. Suas vendas diminuíram quando o tribunal concedeu uma permissão para as vendas da versão genérica.

Oportunidades:

- 57% das vendas vêm dos EUA. Portanto, a empresa precisa se concentrar em vendas farmacêuticas na Ásia, África e América Latina;
- Eles podem oferecer um preço com desconto em drogas para atrair a classe baixa.

- Houve um incremento na receita total para 80%. O aumento na venda de produtos de saúde para os consumidores lidera. Reequilibrar sua carteira;

Ameaças:

- A empresa enfrenta forte concorrência da Abbott, Procter and Gamble e muitas outras. Se isso continuar, eles também podem perder sua participação no mercado. É um medo para eles;
- O aumento nas vendas de medicamentos genéricos representa uma ameaça significativa para a empresa;
- O rápido surgimento de medicamentos inovadores em muitos países como a Índia funciona como uma ameaça para a empresa. Eles precisam avançar com novas tecnologias.

A análise SWOT da Johnson and Johnson pode mostrar que a empresa pode lidar com suas fraquezas e amortecer suas ameaças com algumas estratégias fáceis.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A organização Johnson & Johnson se classifica como uma organização de sistema aberto, formada por meio da interação e da troca da organização com o ambiente externo. Dessa forma, para garantir sua sobrevivência, sempre que acontece uma mudança no lado de fora da organização, ela procura transformar e adaptar seus produtos, técnicas e estruturas para atender a essas demandas e cenários. Um exemplo disso foi a criação da vacina Janssen, fabricada pela farmacêutica Johnson & Johnson.

Em dezembro de 2019, surgiu um vírus que levaria a medicina (e o mundo) a uma transformação histórica. Visando o combate da pandemia de COVID-19, a empresa Johnson & Johnson juntamente da Janssen Biotech desenvolveram a Vacina Janssen, a primeira vacina de dose única no mundo para o combate do vírus.

Dentro da organização, podemos pensar na disposição dos recursos materiais e humanos, bem como na utilização racional e previsível desses recursos. Fora dela, temos a regularidade do comércio influenciada pelas mudanças que abalam o mercado, os insumos de trabalho, as tecnologias e outros. Ou seja, ao pensar nas metas organizacionais, as empresas se organizaram de forma a produzir para atingir metas de produção cada vez maiores. A partir desse procedimento, elas tendem a focar arranjos,

levando em conta os elementos internos do sistema de trabalho. Porém, sendo um sistema aberto, as empresas estão imersas e são reguladas também por elementos externos, como o mercado, por exemplo. Assim sendo, elas terão de produzir conforme a demanda, a disponibilidade de matéria-prima e de mão-de-obra etc.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Atualmente, os avanços da tecnologia permitem comunicações imediatas com as mais distintas regiões do planeta, possibilitando que os mais diversos negócios sejam efetuados, diariamente, com empresas de variados e distantes países. Assim a multinacional americana de produtos farmacêuticos e de higiene Johnson & Johnson possui em torno de 200 subsidiárias operando em mais de 90 países, e seus produtos são vendidos em mais de 175 países do mundo. Como fornecedor global de produtos e serviços de cuidados de saúde, a empresa realiza diariamente operações de importações e exportações. Sabemos que com isso é gerado diversos empregos, pois o mercado agora é voltado para todo o mundo. Além disso, como há muita concorrência no nível mundial, muitas inovações tecnológicas surgem diante dessa concorrência.

A Johnson & Johnson é uma grande empresa formada por três companhias principais, o que cria um universo de possibilidades e áreas de atuação. Das três companhias, temos uma de bens de consumo, uma farmacêutica e uma de dispositivos médicos, a Medical Devices. O pilar farmacêutico tem sido, há algum tempo, o mais forte da companhia na área de exportação. A unidade de medicamentos respondeu por 55% das vendas da empresa em 2020, enquanto a área de dispositivos médicos gerou 28% das vendas da companhia, no total. A divisão de consumo correspondeu a 17% das vendas da Johnson & Johnson. Ao todo, a multinacional teve US \$83 bilhões de receitas em 2020. Segundo os dados, uma parte muito significativa teve impulso pelo desenvolvimento e venda da vacina contra a Covid-19 da companhia, já que de abril a junho atual as vendas globais do imunizante da Janssen (braço farmacêutico da J&J) somaram em torno de R\$ 845 milhões.

O alcance global evidencia a expectativa dos clientes da Johnson & Johnson em relação à alta qualidade, além de demonstrar a enorme confiança que possuem em relação à alta qualidade. Outros benefícios do mercado externo são o de que as

empresas conseguem trazer dinheiro externo para o país, fortalecendo a economia. Por exemplo: A J&J possui clientes dos Estados Unidos, assim ganhará em dólar – e parte desse dinheiro é arrecadado pelo governo, que pode usá-lo para seus programas sociais. Com isso é gerado mais enriquecimento para a população: para os donos do negócio, para seus trabalhadores e para quem recebe esses benefícios indiretamente através do governo.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

A Formação para a Vida é um dos eixos do Projeto Pedagógico de Formação por Competências da UNIFEOB.

Esta parte do Projeto Integrado está diretamente relacionada com a extensão universitária, ou seja, o objetivo é que seja aplicável e que tenha real utilidade para a sociedade, de um modo geral.

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

Tópico 1: Multiculturalismo e Identidade

A cultura está relacionada diretamente com o modo como um grupo, uma nação ou um povo constitui suas crenças, estilo de vida, vestimentas, músicas, entre outros. A identidade cultural é a identificação essencial da cultura de um povo. O que um povo produz linguística, religiosa, artística, científica e moralmente compõe o seu conjunto de produção cultural.

Tópico 2: Diversidade Cultural e Étnico-raciais

Em termos de linguagem e dicionário, raça é uma divisão considerada tradicional dos grupos humanos com diversas características físicas e hereditárias, que vão desde a cor da pele até o formato da cabeça. Historicamente falando, raça nada mais é do que uma construção social que foi feita com algumas críticas ao conceito – para distinguir as pessoas fisicamente. Sabe-se ainda que o tipo de meio ambiente em que os diversos grupos se formaram, lá no início da humanidade, é que foi o principal fator para o desenvolvimento de diferentes tonalidades de pele, cor dos olhos e estatura, por exemplo.

Tópico 3: Gênero e Diversidade

O gênero está relacionado com as diferenças entre homens e mulheres, separando-os por diferenças biológicas. Ou seja, quando estamos tratando de características biológicas de seres vivos, exemplo: a espécie humana pertence ao gênero homo. Já quando tratamos das desigualdades enfrentadas entre homens e mulheres, por exemplo, estamos tratando de seu aspecto social, ou seja, da interação entre pessoas, das dicotomias entre homens e mulheres em sociedade. Muitos aspectos, portanto, são discutidos através do viés sociológico. Certamente, cada pessoa tem habilidades e facilidades muito próprias, mas isso vai muito além do fato de sermos homens ou mulheres. A realidade é que cada um de nós deve ter a oportunidade e a possibilidade de desenvolver conhecimentos e descobrir capacidades e habilidades igualmente, tendo a partir disso, a possibilidade de praticar aquilo com o que tem mais afinidade.

Tópico 4: Cultura religiosa no Brasil

A religião está ligada a nós humanos desde os tempos tidos como pré-históricos. Nos diferentes grupos e tempos, deuses, semideuses, heróis, o sol, a lua, alguns animais e algumas pessoas exemplares, ao longo do tempo e dependendo de cada cultura, acabaram se tornando uma divindade. Isso porque a religião nasce como forma de responder a perguntas para as quais não havia respostas, ou como possibilidade de resolução de muitos mistérios de um mundo ainda com grupos humanos em

desenvolvimento e formação. Portanto, cada grupo que habitava o mundo nesse momento inicial foi se desenvolvendo conforme as possibilidades do seu ambiente (BEZERRA, 2011), tanto no inverno rigoroso da Sibéria, como no verão tórrido de uma aldeia africana. Por isso, é importante que saibamos que todos esses primeiros grupos originaram parte de nossas crenças, que culminaram depois no cristianismo, islamismo, budismo, hinduísmo e em outras religiões que conhecemos hoje. É importante que conheçamos essa variedade de crenças e religiosidades presentes em nosso país para que, com esse conhecimento sobre nossa cultura diversificada, possamos entender comportamentos, formas de viver e de acreditar. O IBGE levantou dados que resultaram no reconhecimento de mais de 40 expressões religiosas no Brasil.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Sempre falamos que é preciso respeitar o outro, independente de qualquer coisa. Entretanto, poucas vezes há uma reflexão ou diálogo sobre a origem das discriminações e o porquê de termos que nos educar a respeitar o próximo. Isso não deveria ser uma noção a priori?

É preciso entender que a diversidade é uma construção social. Isso significa que as distinções não existem em si mesmas; somos nós, enquanto sociedade, que construímos parâmetros do que é feio, belo, estranho é correto, entre outros.

Também é necessário compreender que existem diferenças de todo tipo: de raça, gênero, sexualidade, religião, valores, ritmos de aprendizagem, configurações familiares, etc. E todas estão interligadas.

Por exemplo, o preconceito racial em relação aos negros está acompanhado da discriminação estética (achar feio os traços típicos da raça, como lábios e narizes mais

grossos), da religiosa (estranhamento com as religiões de matriz africana) e da cultural (não incluindo a história deles nos livros didáticos, por exemplo).

Essa reflexão é fundamental, pois ajuda a entender que é a sociedade que institui padrões e, portanto, pode agir sobre os mecanismos para mudar essa realidade. Mas como fazer isso? É o que veremos no banner abaixo.

DICAS DE COMO CONVIVER MELHOR COM A DIVERSIDADE



1. ENTENDA AS DIFERENÇAS

Não espere que todos pensem como você. Cada um tem suas singularidades e vivências; é preciso respeitá-las.

2. PRATIQUE A EMPATIA



Empatia é a habilidade de se colocar no lugar do outro; buscar compreensão de suas ações e pensamentos.

3. NÃO FAÇA JULGAMENTOS

Utilize as diferentes opiniões para trocas de experiências e aprendizados. Não permitir que o outro se expresse é CENSURA.



" Como a natureza sabe, sem diversidade não há evolução."- Isaias Raw.



4. CONCLUSÃO

A empresa Johnson & Johnson tem em seus modelos administrativos atitudes correspondentes com as teorias científicas de Planejamento Estratégico, aliada a isso podemos confirmar que são por esses resultados mostrados acima que a multinacional figura como uma líder do mercado que atua, bem como uma marca conceituada de forma global, com amplas condições de crescimento e consolidação no mundo dos negócios. Sendo assim concluímos que os modelos mentais e o planejamento estratégico, são fortes aliados de uma administração vitoriosa e próspera, a empresa compreende e analisa de forma satisfatória conceitos que tornam uma empresa de sucesso, ou seja, bom planejamento.

A J&J (Johnson & Johnson) vem alcançando resultados satisfatórios e crescimento acima da média do setor nos últimos anos. É destaque no mercado farmacêutico não apenas pelo seu crescimento, mas pelas práticas adotadas. Preocupa-se em levar para o mercado as mais novas tendências, investe pesadamente em inovação de produtos, serviços e gestão. Toda a estratégia da Johnson & Johnson está enraizada em conceitos e valores ligados ao relacionamento e à transparência.

REFERÊNCIAS

BUSCH, Alexander. Brasil está melhor do que outras economias. Folha de São Paulo, São Paulo, 26 out. 2022. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/brasil-est%C3%A1-melhor-do-que-outras-economias/a-63564147>> Acesso em: 14 nov. 2022

EQUIPE LOCAWEB. Análise de concorrência: saiba qual a importância e como fazer. 20 jan. 2022. Disponível em: <<https://blog.locaweb.com.br/temas/como-vender-mais/analise-de-concorrenca-saiba-qual-a-importancia-e-como-fazer/>> Acesso em: 14 nov. 2022.

EXAME. Lucro da Johnson & Johnson sobe 73% no 2º trimestre, para US \$6,27 bi, 21 jul. 2022. Disponível em <<https://exame.com/negocios/lucro-da-johnson-johnson-sobe-73-no-2o-trimestre-para-us-627-bi>> Acesso em: 12 out. 2022.

JOHNSON & JOHNSON. Wikipédia a enciclopédia livre. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Johnson_%26_Johnson> . Acesso em 31 out. 2022.

LIMA, Mariana. PIB: O que é , para que serve e como é calculado o PIB. Exponencial, 19 set. 2022. Disponível em: <<https://www.creditas.com/exponencial/o-que-e-pib/>> Acesso em: 20 out. 2022.

MORESCO, Caroline. Transformação digital: qual o impacto da tecnologia e inovação nas empresas? Becker - direito empresarial, 24 ago. 2021. Disponível em <<https://www.direitoempresarial.com.br/transformacao-digital-qual-o-impacto-da-tecnologia-e-inovacao-nas-empresas>> Acesso em 15 nov. 2022.

SILVA, Eliane Moura. Religião, diversidade e valores culturais: conceitos teóricos e a educação para a cidadania. Revista de estudos da religião, n. 2, p. 1-14, 2004.

