



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

LOGÍSTICA

MARKETING

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

DANONE S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
DANONE S. A.

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

Daiana Rosa de Almeida, RA 1012022200066

Pablo Lauan Maia, RA 1012022201380

Robson M.Reinal Ribeiro, RA 1012022201167

Virginia E.Rodrigues Salgado, RA 1012022201095

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	5
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	5
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	7
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	8
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	8
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	9
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	11
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	11
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	16
4. CONCLUSÃO	18
REFERÊNCIAS	19

1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho serão abordados desde da história da empresa Danone que hoje atua em diversos países.

Uma empresa que lidera um dos mercados mundiais no seu segmento de alimentos lácteos e à base vegetal.

Este projeto foi desenvolvido para analisarmos economia no cenário brasileiro o produto interno bruto (PIB), mercado externo entre outros.

Com base será estudado fundamentos de administração com análise no ambiente organizacional e os problemas no mercado externo.

No final deste projeto, será apresentado a conclusão geral dos assuntos abordados.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

RAZÃO SOCIAL: DANONE LTDA

CNPJ: 23.643.315/0142-93

ENDEREÇO: Antônio Bortolan, 163, Bairro - Bortolan

CIDADE | ESTADO: POCOS DE CALDAS | MG

CEP: 37718-256

A Danone é uma fábrica que produz vários tipos de produtos lácteos e à base vegetal, sua história começa em 1919 na Espanha, quando Isaac Carasso resolveu empreender. Em um pequeno galpão na cidade de Barcelona, ele começou a produzir iogurte feito com leite fresco: nascia a Danone. Devido a grande aceitação de todos em casa, Carasso resolveu arriscar e aumentou sua produção para comercializar o iogurte. Em 1923, a Danone começou a vender seus deliciosos iogurtes em farmácias da região, que o empreendedor não esperava era o tamanho sucesso que seus produtos faziam entre os consumidores.

Em 1947, a marca lançou o iogurte de morango em garrafas, o que fez um baita sucesso entre os consumidores em todo os Estados Unidos. Os famosos iogurtes “Fruity” aromatizados foram criados em 1953, juntamente com uma intensa campanha publicitária com slogans marcantes que ficaram na mente do público. Em 1958, a Danone construiu a segunda fábrica em Paris, pois a demanda por seus produtos era cada vez maior. Em 1970, o cremoso e aclamado Danette foi lançado no mercado mundial e se tornou um dos campeões de vendas.

Ainda em 1970, a Danone desembarca em terras brasileiras trazendo o seu primeiro iogurte feito com polpa de frutas. O sucesso da Danone foi tanto no Brasil, que a produção de iogurtes pulou de 6 mil para 24 mil potes por hora. Em 1973, foi lançado no Brasil um produto que se tornou o carro-chefe dessa marca espanhola: o Danoninho, que é vendido até hoje. Para aumentar ainda mais as vendas no Brasil, já que era um

mercado altamente promissor, a Danone investiu massivamente em campanhas publicitárias voltadas para as crianças. Em 1986, a Danone resolveu expandir ainda mais os negócios e acabou entrando para o segmento de biscoitos e bolachas, adquirindo a General Biscuit. Já em 1988, com os negócios indo de vento em polpa também nos EUA, a Danone lança a sua linha exclusiva de iogurtes light, que eram benéficos para a flora intestinal e para a digestão.

Em 2000, a Danone resolveu ampliar sua linha de produtos lácteos frescos ofertados a milhares de consumidores brasileiros, já que era um mercado com um enorme potencial. Atualmente, a Danone se tornou um império e líder global em produtos lácteos frescos, marca presença em mais de 120 países, conta com cerca de 102.500 colaboradores e teve faturamento de 6,14 bilhões de euros em 2019.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

São abordadas nesta parte do PI as informações sobre o cenário econômico atual em que o Brasil se encontra.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

PIB, abreviação de Produto Interno Bruto, é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por uma cidade, estado ou país em um determinado período. O cálculo é feito trimestralmente e novamente no final do ano, quando é apresentado o total consolidado.

Como dissemos anteriormente, é um termômetro do desempenho econômico de um país porque mostra a temperatura daquele mercado. Quando o PIB está alto,

significa que a economia está aquecendo, o que geralmente vem acompanhado de mais empregos e mais consumo. O cenário oposto ocorre quando o PIB é baixo. Uma redução da atividade econômica é ruim para o investidor, mas principalmente para o cidadão que tem que lidar com menos produtos e serviços disponíveis, menos dinheiro circulando na economia e mais inflação.”

Um país pode produzir 1 trilhão de lucro ao longo de um ano, mas uma alta repentina de preços dá a impressão de que o resultado foi maior, então existem dois tipos de PIB:

PIB real: considera apenas o volume de produtos e serviços produzidos, independentemente da inflação;

PIB nominal: soma dos preços dos bens e serviços na data em que foram disponibilizados.

O PIB é medido trimestralmente e depois comparado ao trimestre ou ano anterior para refletir com precisão o desempenho da economia. Um PIB alto significa que a economia está aquecida e, portanto, houve um aumento na oferta de produtos e serviços. E o baixo PIB aponta exatamente para o cenário oposto.

O impacto do PIB sobre o investimento se reflete indiretamente, por meio da taxa Selic. Quando o PIB está mais alto, a economia está mais aquecida, as pessoas consomem mais, o que pode levar a um aumento da inflação, o que obrigará o Copom a aumentar a taxa Selic. Com o aumento das principais taxas de juros, os investimentos em renda fixa como Tesouro Direto, CDB, LCI e LCA estão melhorando sua rentabilidade, aumentando a demanda dos investidores, principalmente aqueles com perfil conservador e desconfiados do mercado de renda variável.

A empresa francesa de laticínios Danone informou na quarta-feira que registrou um lucro líquido de 737 milhões de euros (US\$ 749,4 milhões) no primeiro semestre do ano. O resultado representa um decréscimo de 31,12% face ao apurado nos primeiros seis meses de 2021, em 1,07 mil milhões de euros.

O lucro por ação foi de 1,14 euros, uma queda de 29,8% em relação aos 1,63 euros do ano anterior. O lucro líquido recorrente, que exclui itens excepcionais, aumentou 5,1% ano a ano, para € 1,051 bilhão, ou € 1,63 por ação. No mesmo período do ano passado, o valor foi de 1 bilhão de euros, ou seja, 1,53 euros por ação. As previsões dos analistas de consenso fornecidas pela Danone previam um lucro líquido recorrente de € 1,01 bilhão no primeiro semestre de 2022.

A Danone tem projeções otimistas e espera um crescimento orgânico das vendas liderado por aumentos de preços de 5% a 6%, ante expectativas anteriores de 3% a 5%. A empresa também confirmou que espera que a margem operacional recorrente permaneça acima de 12%.

A Danone aplica o IAS 29 em países hiperinflacionários conforme definido no IFRS, com exceção da Turquia com um impacto insignificante para o primeiro semestre de 2022. A adoção do IAS 29 nesses países hiperinflacionários exige que seus ativos e passivos monetários e sua demonstração de resultados foram atualizados para refletir mudanças nos preços gerais, a força de sua moeda funcional, resultando em um ganho ou perda na posição líquida da moeda incluída no lucro líquido. Adicionalmente, as suas demonstrações financeiras são convertidas para euros ao câmbio final do período a que .

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

“O estado de bem-estar é um conceito que abrange as esferas social, política e econômica, que vê o estado como uma instituição obrigada a organizar a economia nacional e fornecer aos cidadãos serviços básicos, como saúde, educação e segurança. a desigualdade social para promover um modo de vida que traga mais condições humanitárias à classe trabalhadora e aos mais pobres”. "Pela experiência dos brasileiros, o Brasil não é uma referência forte quando se fala em política pública. Mas, globalmente, temos políticas públicas valiosas que estão muito alinhadas com a ideia do estado de bem-estar."

O Dia Mundial do Leite foi criado pela Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO/ONU) há duas décadas para incentivar o consumo de produtos lácteos. Comemorando nesta terça-feira (1º), a Danone reforçou seu compromisso com o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva do leite, principal matéria-prima da empresa. A Danone desenvolve iniciativas que proporcionam resultados sociais e ambientais positivos que vão além do desempenho financeiro. "Nossas escolhas, incluindo nossa alimentação, afetam o mundo. Por isso, a Danone traz valores de sustentabilidade e responsabilidade social em seus produtos para ter um impacto positivo em nossas vidas", disse Luísa Danone, Gerente do Programa de Sustentabilidade e Inovação Silveira.

Para promover o desenvolvimento econômico e sustentável, 70% dos fornecedores de leite da Danone no Brasil são pequenos produtores. Os departamentos de compra de leite responsáveis pela obtenção do leite fresco usam o procedimento Comquali para aumentar os sólidos e reduzir a contagem de células somáticas, dois indicadores-chave da qualidade do leite. Dessa forma, a Danone compra matéria-prima, equipamentos e implementos para pecuaristas a preços mais baixos e melhores condições de pagamento. Mais de 90% dos produtores utilizam a Central de Compras todos os anos desde a sua criação.

A Danone apresenta todos os seus projetos e resultados socioambientais à sociedade em seu Relatório de Sustentabilidade.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

Neste tópico do Projeto Integrado, os estudantes devem realizar uma análise do ambiente organizacional da empresa e dos desafios de atuação no mercado externo.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Como o mercado externo está diretamente relacionado ao funcionamento e progressão de uma empresa de capital aberto como a Danone, fez-se necessário aprofundar na extrema importância sobre o relacionamento da indústria com o comércio mundial. Sendo assim, um dos principais fatores que fez com que a Danone rapidamente se destacasse no mercado externo foi entender as necessidades e expectativas do público ao redor do mundo. Como se originaram na Europa, seus consumidores buscavam por produtos saudáveis, que pudessem ajudá-los a passar pelo momento de forte desnutrição, porém ao comercializar em outros países, como nos EUA, as necessidades e expectativas do público eram outras. Os americanos estavam acostumados a comer *fast food* e a pauta de alimentação saudável não era exatamente importante. Então, a empresa de laticínios teve que se reinventar de acordo com a demanda e ainda que mesmo tendo o iogurte como seu produto chefe, expandiram seu portfólio, atendendo e superando as expectativas dos consumidores ao redor do mundo.

Ademais, para se destacar no mercado externo, a empresa conquistou a certificação de Empresa B, sendo a 1ª grande empresa de alimentos e bebidas no Brasil, gerando voluntariamente impactos positivos para sociedade e para o meio ambiente, agindo com responsabilidade, transparência, cumprindo altos padrões de gestão e melhoria contínua. Além de promover o desenvolvimento econômico e sustentável de pequenos produtores rurais e oportunidade para comerciantes, gerando oportunidade, capacitação e renda para diversas famílias. Assim ratificam que acreditam que uma grande indústria deve usar sua escala para mudar o sistema atual e criar modelos mais saudáveis e sustentáveis para as pessoas e para o planeta.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Danone é uma empresa de capital aberto, uma sociedade anônima S.A., onde viabiliza os grandes empreendimentos, tendo um instrumento próprio de captação de recursos com um número expressivo de investidores. A S/A tem características inconfundíveis, como tendo seu capital social dividido em ações; sendo sociedade de capital e não de pessoas, onde a responsabilidade dos sócios é limitada ao preço de

emissões das ações subscritas ou adquiridas; é sempre empresarial independente do seu objeto social havendo a possibilidade de subscrição do capital mediante apelo público.

Os capitais sociais são os recursos destinados pelos sócios à sociedade para que cumpra seu objetivo econômico, sendo formado por contribuições em dinheiro ou qualquer outra espécie de bens suscetíveis de avaliação em dinheiro. Este é dividido em partes ou frações chamadas ações, que poderão ou não ter valor nominal. A S/A é uma sociedade empresarial de capital, onde suas ações, em regra, livremente são transferíveis a qualquer pessoa. Pagando o preço da ação, o sócio está liberado de qualquer responsabilidade de seu patrimônio pessoal.

Servindo para a captação de recursos no mercado para que com esse caixa que a empresa possui, essa possa expandir, construir, contratar ou investir. Se assim o fizer, a empresa precisa seguir uma série de regras de transparência e demonstrativos aos seus acionistas, gerando assim uma grande responsabilidade para a mesma. Uma das principais vantagens de ser uma empresa de capital aberto é a captação de recursos sem juros, sem ter que pedir empréstimos para o mercado de bancos, onde a taxa de juros é muito alta.

Além de abrir oportunidade de liquidez para uma reorganização de sócios, caso algum destes não desejam mais participar da empresa, este apenas vende sua parte, não desfalcando a empresa. Ainda as empresas que abrem seu capital, tem sua imagem no mercado valorizada, uma vez que precisam seguir uma série de regras e protocolos, valorizando sua imagem.

Uma das desvantagens é a perda de autonomia dos sócios, pois agora estes precisam passar por assembleias, organização de governança corporativa, para poder aprovar mudanças na empresa e a vulnerabilidade, pois sua imagem está relacionada a acontecimentos dentro da empresa, que caso estes venham a perder a confiança dos investidores, a empresa ter uma brutal perda brutal de valor no mercado.

Para resumir, como sendo uma empresa de capital aberto, a Danone capta o fluxo de entrada de materiais e recursos do ambiente externo, transforma os recursos ou insumos em produtos ou serviços do sistema, e exporta estes novamente para o ambiente externo, gerando um *feedback* dado pelo ambiente.

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 UNIFEQB.

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**

Há uma grande diversidade cultural e social no meio em que vivemos e faz necessário explicar e ensinar aos alunos, o futuro de nossa sociedade, que isso é normal e algo bonito e que deve ser apreciado e não julgado e excluído. O objetivo da educação na perspectiva do multiculturalismo é conscientizar as crianças no seu contexto de coletividade que existem diferenças, instruí-las em relação ao preconceito, para que uma nova geração cresça de forma saudável e respeitosa em relação a si mesma e em relação ao próximo.

Diante disso, não tem como mais pensar na educação de forma homogênea. A sociedade brasileira é uma sociedade multicultural e de origem multicultural, não devemos esquecer da nossa história e de como nossa sociedade foi miscigenada e herdou características de outras culturas.

Ademais, o multiculturalismo busca tolerância e solidariedade. Tolerância no sentido de entender e de aceitar o outro empaticamente, respeitando as diferenças e as escolhas de cada ser, individual ou coletivamente. E solidariedade, no sentido de compreender que não há uma única cultura detentora da verdade universal, superior em seus métodos e conhecimentos, mas sim, que o mundo é formado por um “mosaico de

culturas”, e que em nome desse mosaico e de um futuro comum para todos, a diversidade cultural e ambiental deve ser preservada.

- **Tópico 2:** Diversidade Cultural e Étnico-raciais

Há tempos a preocupação com a diversidade é debatida em vários setores da nossa sociedade e, nas organizações, não é diferente. A Lei nº 8.213, de julho de 1991, conhecida como Lei de Cotas, obriga empresas com mais de 100 funcionários, o preenchimento de 2% a 5% das vagas do quadro de funcionários com reabilitados ou pessoas com deficiência. No entanto, aplicar a diversidade nas empresas, definitivamente, vai muito além. Abrir as portas das organizações para a diversidade atinge todos os fatores de construção social: idade, nacionalidade, posição social e orientação sexual. Em um mercado cada vez mais globalizado, a diversidade em uma empresa vai além de respeitar e aceitar as diferenças. É fundamental entender que uma equipe com diversos perfis fica mais rica em talentos, melhora os resultados da empresa e contribui para o sucesso empresarial. Benefícios da diversidade nas empresas.

Em um ambiente empresarial no qual se respeita as diferenças, automaticamente haverá redução nos conflitos, maior engajamento dos colaboradores. Uma pesquisa da Harvard Business revela que os conflitos são reduzidos em até 50% em relação às organizações que não investem em diversidade. Com a melhor convivência dentro da empresa, acolhendo as diferenças, também fará com que os colaboradores se sintam mais seguros e acolhidos, podendo diminuir o turnover da organização. Valorizando as diferenças, há melhorias no clima organizacional, os colaboradores ficam mais criativos e liberam seus potenciais. Ainda segundo a pesquisa da Harvard Business, empresas nas quais o ambiente de diversidade é reconhecido, os funcionários estão 17% mais engajados e dispostos a ir além das suas responsabilidades. Além disso, empresas que investem fortemente em uma equipe multidisciplinar, principalmente em um país onde há uma multiplicidade de raças, religiões, etnias etc. cumprem seu papel social.

Tal investimento traz uma boa visibilidade na comunidade — na qual a organização está inserida — e incentiva outras empresas a fazerem o mesmo. Com

todos os benefícios citados acima, a valorização da diversidade no ambiente empresarial também melhora os resultados finais e os lucros da empresa significativamente. Conforme uma pesquisa da empresa de consultoria e gestão, McKinsey & Company, empresas com diversidade étnica e racial têm 35% mais chances de ter rendimentos acima da média do seu setor. Ainda de acordo com a pesquisa, organizações com diversidade de gênero, têm 15% a mais de chances de ter rendimentos acima da média.

- **Tópico 3: Gênero e Diversidade**

Ao longo de gerações, mulheres e negros também têm lutado por igualdade na sociedade e dentro das empresas. Mesmo com o feminismo ganhando cada vez mais espaço no país, elas ainda precisam enfrentar desafios como as desigualdades salariais, pouca representatividade nas empresas e a violência contra o gênero. Se tratando de uma mulher negra então, tudo fica mais difícil.

A Danone respeita e valoriza a diversidade de cada um. Por isso, acreditamos que experiências e valores de origens distintas enriquecem o ambiente de trabalho e potencializam os resultados. Somos todos diferentes. Somos todos únicos. Somos todos Danoners. Em linha com esses valores, a Danone investe em cursos de especialização profissional de pessoas com deficiência através da instituição parceira: Ser Especial, dessa forma, a Danone procura não somente promover a inclusão do público PCD no mercado de trabalho, mas também promover a capacitação dos mesmos. Entendemos que além da importância de se conseguir um emprego, existe a necessidade de uma melhor preparação e conhecimento sobre os desafios do mercado. Por isso, na SER ESPECIAL, existem diversos cursos que procuram preparar o PCD para esse momento. A partir dessa parceria, a Danone disponibiliza para seus clientes e fornecedores profissionais treinados para as posições de: assistente administrativo, promotor de vendas e atendimento ao cliente. Através dessa plataforma, queremos apoiar a inclusão de PCDs no mercado de trabalho e contribuir para uma cultura inclusiva no mercado de trabalho.

- **Tópico 4: Cultura religiosa no Brasil**

Nos últimos anos, com o avanço de políticas de diversidade no mundo corporativo, tornou-se comum a existência de comitês de discussão e ações sobre questões de gênero, etnia, orientação sexual e PCDs nas empresas. Agora, aos poucos, as companhias começam a entender a importância de incluir os diferentes credos nesse movimento. Segundo David Miller, diretor do grupo de estudos Fé e Trabalho da Universidade Princeton e autor do livro *God at Work: the History and Promise of the Faith at Work Movement* (“Deus no trabalho: a história e a promessa da fé no movimento trabalhista”, numa tradução livre), publicado em 2007, a maioria das pessoas que são atraídas pela ideia de espiritualidade no ambiente corporativo deseja uma vida integrada, em que não precise separar a fé de sua atividade profissional. Trabalhadores de todos os níveis, sejam eles funcionários de cargos de entrada ou executivos seniores, não se contentam mais em deixar sua alma no estacionamento. Hoje, os profissionais querem significado e propósito moral em seu trabalho”, escreve em seu livro. Para o autor, essa questão complementa um desejo de que o emprego seja mais significativo. A população do Brasil é majoritariamente cristã, de acordo com o último censo demográfico, realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Embora o debate sobre a inclusão de questões religiosas esteja avançando no mundo corporativo, especialistas afirmam que para essas iniciativas darem resultado é preciso criar ações estruturadas. À medida que você investe na diversidade religiosa, sua equipe de trabalho se torna mais heterogênea. Ou seja, há mais pessoas com crenças, valores e hábitos diferentes e isso pode ser um desafio. Portanto, deixe claro: o respeito coletivo é algo prioritário. Pode-se observar que o Brasil possui uma diversidade de religião, até mesmo porque é um país laico, ou seja, sem religião oficial, livre a qualquer culto religioso, a partir desta pesquisa observou-se que no Brasil existe um grande número de pessoas de diferentes religiões convivendo em um mesmo espaço organizacional, e ao que parece, segundo os dados coletados que há uma pequena tolerância entre eles, talvez se dê pela necessidade de adaptação ao bom clima organizacional; nos dias de hoje a inclusão é o ponto crucial de toda organização que quer ter sua imagem melhorada diante da sociedade e do meio em que está inserida, mesmo que sua identidade seja outra.

Ainda que não seja nítido a intolerância à determinada crença ela está presente tanto quanto o ar que se respira, entretanto com necessidade de estabilidade de emprego e as leis punitivas por discriminação, dá-se a impressão de que não exista a intolerância religiosa o que de fato é do conhecimento de todos que não é verdade, pois é cotidiano ver em noticiários ofensas e pedidos de desculpas a líderes e cultos religiosos, uma vez que não se respeita a escolha do outro, sente-se no direito de criticar, julgar e condenar como se a sua opção fosse a única e verdadeira.

Visto à necessidade de se manter no emprego o fato é que quem se adapta a organização independente de sua religião é o sujeito e mesmo que alguma organização seja pública ou privada promova a diversidade, ao parecer ainda não é o suficiente para diminuir o preconceito e a discriminação entre os integrantes de uma mesma organização, sociedade ou país, como se vê com frequência através dos meios de comunicação. Por mais que se promova diversidade de religião ou outra qualquer, só surtirá efeito de fato se a população deixar a cultura do preconceito e discriminação no passado, que por sinal é exemplo de vergonha a qualquer nação e repúdio a tais atos, como relatos através da história da humanidade. Existe o poder de lei para punir os perseguidores, o que não muda a cultura da ignorância de alguns e o que poderia ser um aprendizado com outras culturas, passa a ser o caos e acaba em processos judiciais, uma vez que direitos estão sendo violados e em alguns casos chegando a extremos fatais sem a menor necessidade, se o respeito à vida fosse a prioridade e conseqüentemente todos os demais garantidos em lei, ou seja, o direito de igualdade, liberdade de ter exercer a religião ou culto religioso em qualquer ambiente, só ou coletivo, como também o de não ter nenhuma.

A diversidade hoje é presente em qualquer ambiente organizacional ao mesmo passo que a proporção da intolerância ao que é diferente. Trabalhar com a diferença do outro tem seu lado positivo, cria – se a oportunidade de aprender e respeitar novos costumes, culturas e crenças, mas o indivíduo é por natureza individualista e não reconhece o que é ser diferente e somar ao coletivo ao mesmo tempo. Acredita que sua verdade e escolha é a única e que deve ser seguida por todos que o rodeia, em sua maioria, não generalizando, mas se for ao longo da história da humanidade verá que se

pode verificar exemplos de abnegação em prol do próximo, independentemente de sua religião.

É difícil que a ignorância seja deixada de lado em guerras onde não se percebe que o povo briga entre si pela mesma coisa ou crença, mas só que não percebem, pois, a arrogância supera a compreensão, à exemplo de cristãos, protestantes, espíritas e outras que derivam do Cristianismo, tamanha é a ignorância em brigar entre si se todas partem do mesmo princípio religioso, dentre outros exemplos que não se faz necessário citar. Ser tolerante é uma virtude de muitos, ainda que disfarçada, mas ser paciente, compreensivo, respeitoso é para poucos, somente os de mente aberta e coração puro podem ser, acima de tudo conviver em total harmonia sem distinção de raça, sexo, política ou religião sem preconceito ou discriminação.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Após realizar a síntese dos conteúdos, é hora dos estudantes colocarem a “mão na massa”, de produzirem algo que possa ser utilizado na prática pela sociedade.

A equipe precisa elaborar um material como um podcast, um banner, um pequeno vídeo (sugere-se este em razão da facilidade de elaboração e divulgação), onde os integrantes devem abordar como as pessoas podem conviver melhor com a diversidade.

Caso a equipe escolha pelo vídeo, poderá ser gravado de forma bem simples e ser disponibilizado em algum canal do Youtube de seus integrantes, como “Não Listado”, e se a equipe se sentir à vontade, também pode compartilhar esse vídeo nas redes sociais usando a #edn_online.

O objetivo é que todos os integrantes da equipe participem desse material e que possam compartilhá-lo para que as pessoas da comunidade onde estejam inseridos entendam melhor sobre os aspectos da diversidade cultural, de gênero e religiosa e pratiquem a sua cidadania de forma mais tolerante.

Portanto, neste tópico do PI, a equipe deve elaborar um pequeno texto descrevendo o conteúdo desse material e, em seguida, colocar o link público do arquivo para que possa ser verificado e avaliado.

A divulgação e compartilhamento desse material para a comunidade externa será de responsabilidade dos próprios estudantes, conforme o compromisso social de cada pessoa, pois a UNIFEOB apenas usará esse material para avaliação desta atividade.

4. CONCLUSÃO

O trabalho apresentado tem como objetivo o estudo da empresa Danone S.A., sendo uma multinacional de capital aberto de produtos alimentícios, com sede em Paris, na França.

Como sendo uma empresa de capital aberto, a Danone capta o fluxo de entrada de materiais e recursos do ambiente externo, transforma os recursos ou insumos em produtos ou serviços do sistema, e exporta estes novamente para o ambiente externo, gerando um feedback dado pelo ambiente.

A Danone, se fez necessário aprofundar na extrema importância sobre o relacionamento da indústria com o comércio mundial, entenderam as necessidades e expectativas do público ao redor mundo, se reinventar de acordo com a demanda e ainda que mesmo tendo o iogurte como seu produto chefe, expandiram seu portfólio, atendendo e superando as expectativas dos consumidores ao redor do mundo.

Atualmente, a Danone se tornou líder global em produtos lácteos, presente em mais de 120 países, com cerca de 102.500 colaboradores e teve faturamento de 6,14 bilhões de euros em 2019. No mundo a empresa vende mais de 6 milhões de copos de iogurtes, com mais de 100 variedades de sabores, por dia.

REFERÊNCIAS

J. Ferreira (2017). «Sociedade com o capital aberto ao investimento do público» (PDF). *Revista de Direito das Sociedades*. 2: 219-254; >

Gonçalves, Reinaldo. «A Teoria do Comércio Internacional» (PDF). Arquivado do original (PDF) em 13 Maio 2013;

Danone no Brasil - Nossa história;

Folha de S. Paulo - Grupo Danone compra Paulista e se torna líder do setor no Brasil.

PENA, Rodolfo F. Alves. "Produto Interno Bruto (PIB)"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/economia/pib.htm>. Acesso em 15 de novembro de 2022.

Nogueira, Ana Cecilia. "PIB: o que é e quais seus impactos na economia?" Disponível em: <https://blog.bancointer.com.br/o-pib-e-seus-impactos>. Acesso em 15 de novembro de 2022.

“Danone registrou lucro líquido de US \$749,4 milhões no 1o semestre”. Disponível em: <https://diariocomercial.com.br/noticia/8170/danone-registrou-lucro-liquido-de-us-7494-milhoes-no-1osemestre>. Acesso em: 18 novembro. 2022.

PORFÍRIO, Francisco. "Estado de bem-estar social"; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/estado-bem-estar-social.htm>. Acesso em 19 de novembro de 2022.

“Iniciativas da Danone aliam desenvolvimento econômico e sustentável para pequenos pecuaristas “.

Disponívelem:<https://opresenterural.com.br/iniciativas-da-danone-aliam-desenvolvimentoeconomico-e-sustentavel-para-pequenos-pecuaristas/>. 28 de maio de 2021. Acesso em 20 novembro de 2022.

MOREIRA, Antônio Flávio. CANDAU, Vera Maria. Multiculturalismo: diferenças culturais e práticas pedagógicas. Editora Vozes Limitada, 2012. PABIS, Nelsi Antonia. Educação e diversidade cultural. 2014.

“Instituto Brasileiro de Neurodesenvolvimento - Conheça a história da Danone - 15/12/2020.