



Inova Brasil

Consultoria

Projeto Social Profissional de Jovens e Adultos

E-BOOK

**Educação corporativa, gestão sustentável e
inovação nas empresas**

Educação corporativa, gestão sustentável e inovação nas empresas



Prof. Ms. Valdec Romero Castelo Branco



Toneladas de lixo acumuladas na praia do Jardim dos Namorados, em Salvador, Bahia, 22/10/2011.

O processo de ensino e aprendizagem, geração, difusão do conhecimento, por meio da educação corporativa, são, hoje, os motores de geração de vantagens competitivas em relação aos concorrentes e a gênese de riquezas para as organizações.

EDUCAÇÃO CORPORATIVA



APRENDIZADO ORGANIZACIONAL

É a busca contínua por um novo patamar de conhecimento para a organização, por meio da percepção, da reflexão, do compartilhamento, da avaliação de experiências.



A CASA DO BOM
PROFICIONAL



A SUA MELHOR OPÇÃO É AQUI

COPY
R\$
0,10

Assim
R\$ 1,00

PESQUISAS
CONCURSOS
DETRAN
FGTS
PRF
JUSTIÇA



FAZEMOS

SCANEARÇÃO DE FOTOS

IMPRESSÃO

GRAVAÇÃO

EM CD-R

DIGITAÇÃO

2ª VIA

TELEFONE

LUZ

ÁGUA



UNIVERSIDADE CORPORATIVA

“Uma organização de ensino estabelecida e dirigida por uma organização que atua como um guarda-chuva estratégico para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais da organização.” Jeanne Meister (1999)



Universidade Tradicional X Universidade *Corporativa*

Universidade Tradicional	Universidade Corporativa
Desenvolve competências essenciais para o mundo do trabalho	Desenvolve competências para o sucesso do negócio
Aprendizagem baseada em sólida formação conceitual e universal	Aprendizagem baseada na prática de negócios
Sistema Educacional Formal	Sistema de desenvolvimento de pessoas pautado na gestão por competências
Ensina crenças e valores universais	Ensina crenças e valores da empresa e do ambiente de negócios
Desenvolve cultura acadêmica	Desenvolve cultura organizacional
Forma cidadãos competentes para gerar o sucesso das instituições e da comunidade	Forma cidadãos competentes para gerar o sucesso da empresa e dos clientes

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

A Universidade Corporativa (UC) é um “guarda-chuva estratégico” para desenvolver e educar funcionários, clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais da organização. O modelo de UC é baseado em competências e interliga aprendizagem às necessidades estratégicas de negócios.



MEISTER, Jeanne. **Educação Corporativa: a gestão do capital humano através das universidades corporativas.** São Paulo: Pearson Makron Books, 1999.

Educação Corporativa é um sistema de formação de pessoas pautado por uma gestão de pessoas com base em competências, devendo instalar e desenvolver nos colaboradores (internos e externos) as competências consideradas críticas para a viabilização das estratégias de negócio, promovendo um processo de aprendizagem ativo vinculado aos propósitos, valores, objetivos e metas empresariais.

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS



EBOLI, Marisa Pereira. **Educação corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: Gente, 2004.

O conceito de Educação Corporativa implica em uma mudança de paradigma...



“A educação é base para o desenvolvimento sustentável dos negócios.” Denise Asnis, Gerente de Educação Corporativa da Natura.



As ações da Educação Corporativa Natura estão divididas em cinco pilares:

- ❖ Visão (disseminar as crenças e a visão de mundo da empresa);
- ❖ Estratégico (disseminam o DNA da Natura: marca, produtos, relacionamento e gestão de pessoas);
- ❖ Funcional (melhorar o desempenho através do desenvolvimento das competências funcionais);
- ❖ Desenvolvimento (desenvolvimento de competências essenciais que dizem respeito a habilidades e atitudes pessoais);
- ❖ Formação (continuidade da educação formal).



Unindo a possibilidade de oferecer à comunidade um projeto de melhoria social e de preparar novos profissionais para a linha de produção da empresa, a Kraft criou a Universidade de Alimentos - UAL.



Problema: Em 1999, quando a *Kraft Foods Brasil* resolveu transferir suas operações de São Paulo para Curitiba, precisava identificar profissionais habilitados para atuar na área de produção de alimentos de qualidade e que soubessem operar equipamentos de última geração. Em um estudo no local foi possível detectar que não havia formas mais elaboradas de preparação de mão-de-obra qualificada.

Solução: Para melhorar esse quadro surgiu a UAL, calcada em dois aspectos fundamentais: o conceito de Universidade Corporativa, e a importância que os projetos comunitários desenvolvidos pela iniciativa privada estão ganhando dia-a-dia no Brasil.

Resultados:

Valor social: Qualificação de mão de obra para o mercado; Empregabilidade de pessoas sem perspectiva profissional.

Valor Econômico: Ritmo de crescimento da empresa foi garantido.

ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS

Uma nova cultura centrada no meio ambiente requer cada vez mais uma administração estratégica de Recursos Humanos.

A educação corporativa é uma ferramenta eficaz na realocação das informações que a organização e os funcionários recebem.

Entre elas: as demandas ambientais, as múltiplas deliberações e, as inter-relações ligadas às questões socioambientais.



**CULTURA
DE
INOVAÇÃO**

Promover

Um ambiente favorável à criatividade, experimentação e implementação de novas ideias que possam gerar um diferencial competitivo para a organização



Para que se preconizem inovações nas organizações, a articulação de nível intelectual passa a ser indispensável à aprendizagem corporativa.

Essa articulação compreende a interação com a realidade, por meio do questionamento constante das práticas educativas empregadas pela empresa.

INOVAÇÕES NAS EMPRESAS



www.plantamed.com.br



BAR MEU CACETE

NIO

VERDURA

CEM

AGROTOXIO



**PROIBIDO
BARULHO
SONORO
Após às 22:00 h**



AVISO:

O Bar do Fritz Joinville
no momento não está
aberto porque está
fechado. A Gerência.

Pai Ambrósio

**Resolvo os problemas amorosos e
profissionais**

**Curo qualquer doença
(até viadagem)**

Curo qualquer vício

Encontro cão perdido

Tiro unha encravada e fimose

**Jogo cartas,
bingo e bilhar**

tel: 3494-1485

F.0496 - 0020

SERVIMOS SUCO **NATURAL**

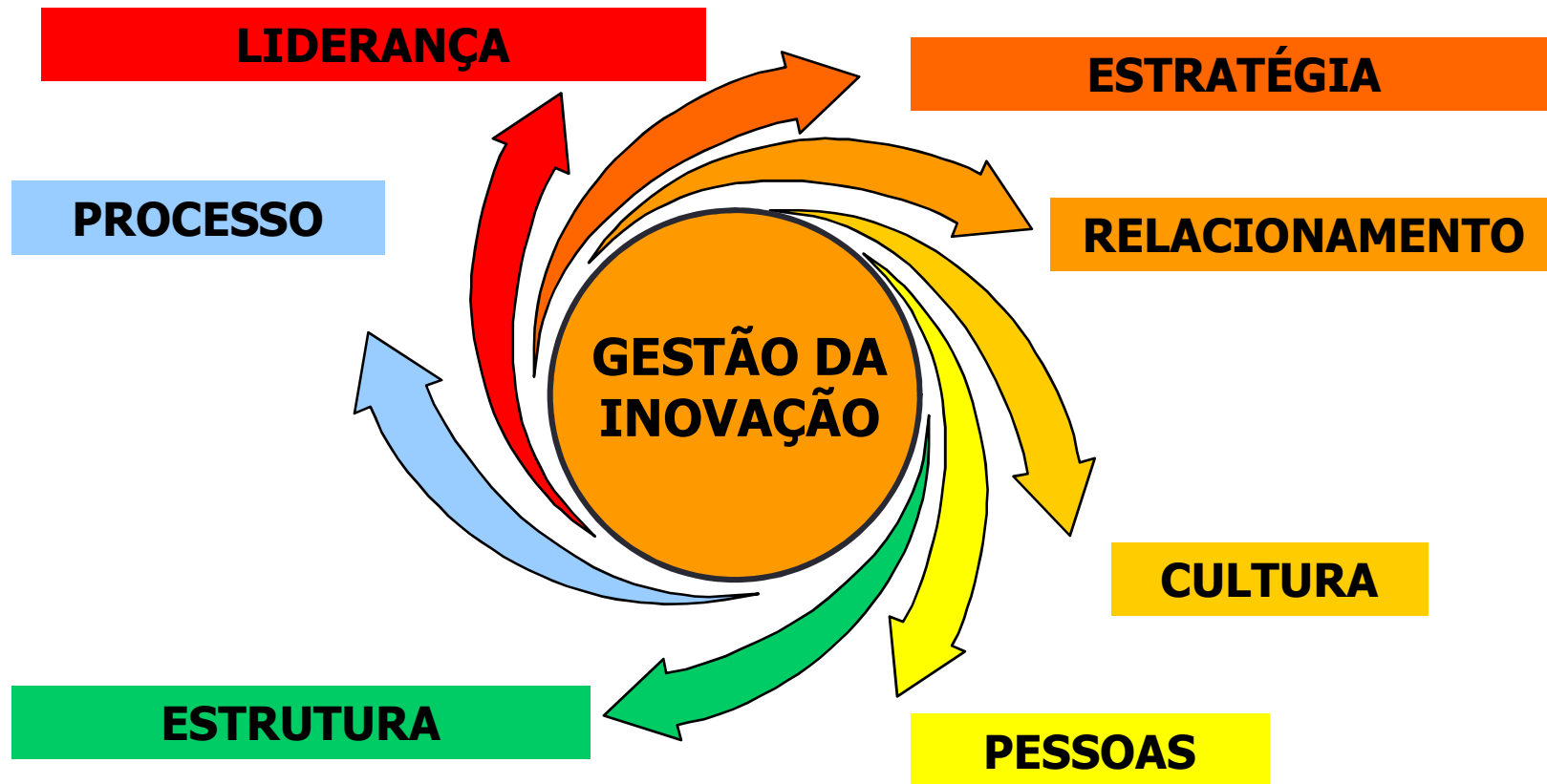
DO PÓ DO GUARANÁ

A FLÔR DE ZIACO

DO AMAZONAS



INOVAÇÕES NAS EMPRESAS



RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL



Atuação que se define pela relação ética e transparente da organização com todos os públicos com as quais ela se relaciona e voltada para o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras; de forma a respeitar a diversidade e a promoção da redução das desigualdades sociais, como parte integrante da estratégia corporativa.

AS EMPRESAS MAIS ADMIRADAS NO BRASIL

Revista Carta Capital - 2007

- 1. Natura**
- 2. Vale do Rio Doce**
- 3. Nestlé**
- 4. Petrobrás**
- 5. Gerdau**
- 6. Embraer**

- 7. Microsoft**
- 8. Real ABN Amro**
- 9. Votorantim**
- 10. Apple**
- 11. Coca-Cola**

AS EMPRESAS MAIS ADMIRADAS NO BRASIL

Revista Carta Capital – 2007

Fatores-Chave

- ❖ Competir globalmente.
- ❖ Compromisso com o País.
- ❖ Compromisso com RH.
- ❖ Ética.
- ❖ Inovação.
- ❖ Solidez financeira.

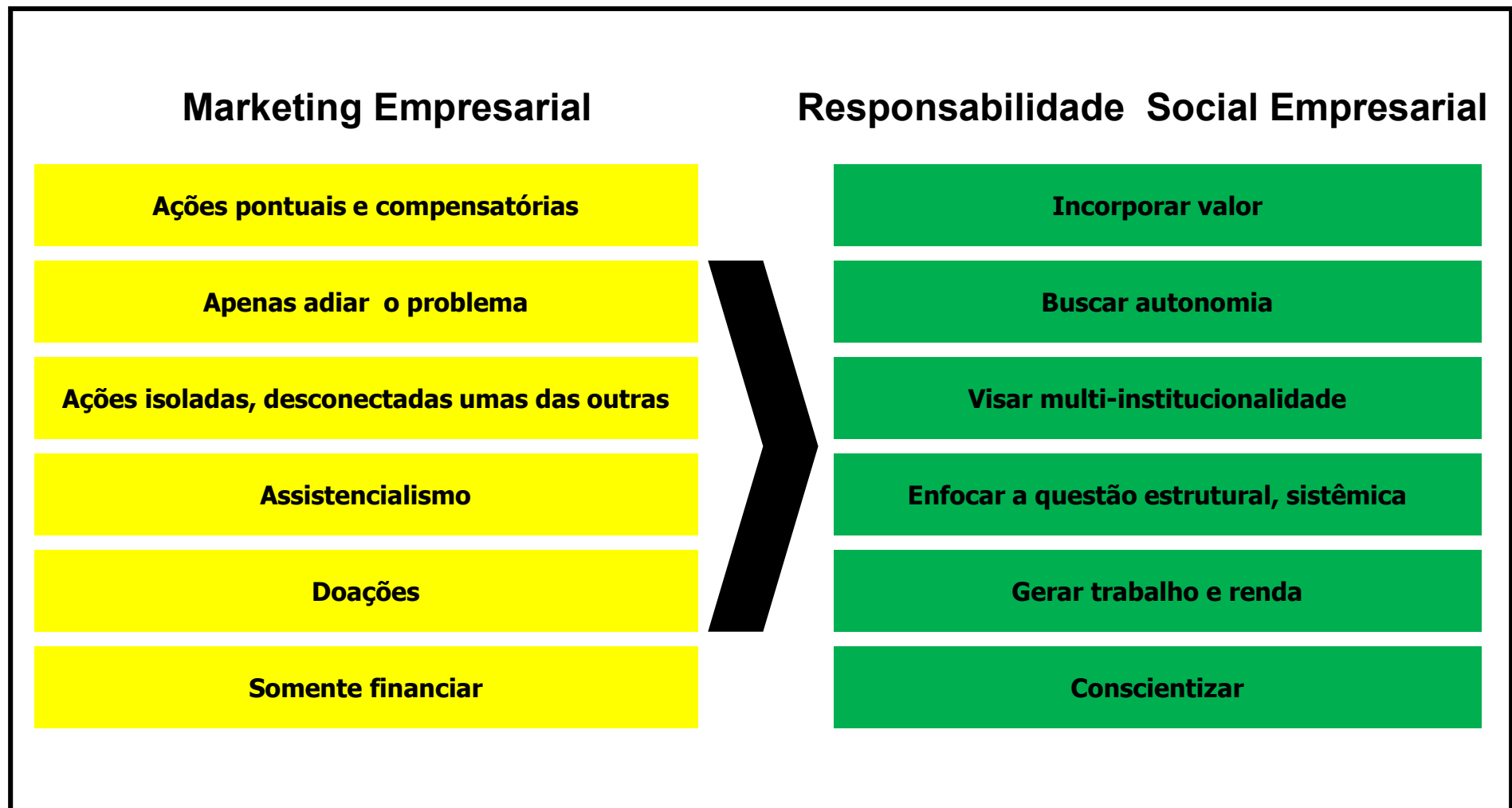
- ❖ Notoriedade.
- ❖ Qualidade de Gestão.
- ❖ Qualidade de produtos e serviços.
- ❖ Respeito pelo consumidor.
- ❖ Responsabilidade social.
- ❖ Comprometimento com o desenvolvimento sustentável

A SOCIEDADE EM TRANSFORMAÇÃO

- ❖ Busca por qualidade de vida;
- ❖ Aumento da consciência em relação a preservação do meio ambiente;
- ❖ A necessidade de valorização das pessoas;
- ❖ A comunicação e tecnologia ultrapassando a barreira dos negócios e da própria sociedade.



O compromisso com a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) incorporado a gestão da empresa está baseado no posicionamento:



Responsabilidade Social, Desenvolvimento Sustentável e Sustentabilidade

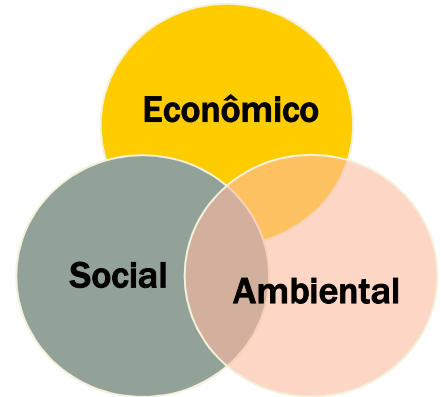
Responsabilidade Social

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define:

- pelo compromisso público de implementação de processos produtivos, comerciais e gerenciais baseados em relações éticas, transparentes e solidárias da empresa com todos os públicos afetados pelas suas atividades e;
- pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com a sustentabilidade da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a igualdade.

Desenvolvimento Sustentável

“Atender as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de futuras gerações atenderem às suas próprias necessidades”.

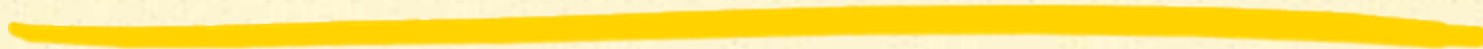


Sustentabilidade

Sustentabilidade é a capacidade de continuidade no longo prazo.



BANCO REAL



Sustentabilidade faz parte do negócio



BANCO REAL

Sustentabilidade
é fazer hoje
pensando também
no amanhã.

SUSTENTABILIDADE
É QUANDO TODOS
BANHAMOS, E NÃO
EU OU VOCÊ.

Sustentabilidade
é considerar
os aspectos social,
ambiental e econômico
em nossas decisões.

Sustentabilidade
é dar certo, fazendo
a coisa certa,
do jeito certo.

> Sustentabilidade & Triple Bottom Line
(Tripla Criação de Valor)

Um novo banco para uma
nova sociedade



Não é abrir mão do econômico, mas integrar as dimensões sociais e ambientais em todas as decisões.



Pensar sistemicamente!

Engajando Nossos Funcionários

Interdependência e
engajamento

- Esses esforços não funcionam sem o engajamento dos nossos funcionários
- Como engajá-los? → Educação + Desenvolvimento Sustentável



Engajando Nossos Funcionários

Interdependência e engajamento

Educação +
Desenvolvimento
Sustentável

+

Revisão dos programas
e criação de novos
treinamentos

+

Modelo
Educativo

=

Formação de
Multiplicadores

Programa de
Desenvolvimento de
Lideranças

Modelo de
Gestão comercial

Oficinas de
Sustentabilidade

Negócios Sustentáveis
Workshops → 2000
Gerentes e RMs

Engajando Nossos Funcionários

Interdependência e engajamento



Oficinas de sustentabilidade

- 110 oficinas realizadas desde 2003
- 2.148 funcionários e convidados externos
- Oficinas customizadas para Plataforma de Serviços Compartilhados, DH, Jurídico, Compliances, Risco, VP Tesouraria & Produtos.

> O que aprendemos

- ❖ Liderança visionária e foco na implementação.
- ❖ É preciso integrar aspectos socioambientais no nossos produtos, processos e políticas.
- ❖ Inserção de sustentabilidade no planejamento estratégico e modelo de governança para avaliar processo.
- ❖ Investimento em educação e engajamento para todos os funcionários, clientes e fornecedores.
- ❖ Buscar a coerência todo o dia.
- ❖ Assumir que o processo é longo... E que não estamos prontos





“Nós precisamos ser a mudança que queremos ver no mundo.”

Mahatma Gandhi



natura

bem estar bem



construindo a marca natura

Eduardo Costa
Diretor da Marca
Natura Cosméticos S/A
Federasul – 21.Nov.2006



Reconhecimento da atuação empresarial

- ❖ A empresa mais admirada do Brasil.
- ❖ A melhor empresa para a mulher trabalhar.
- ❖ A empresa modelo em responsabilidade social.
- ❖ A marca brasileira mais valiosa do Brasil (consumo).





Nosso modelo de negócios

- ❖ Promoção do crescimento econômico compatível com o desenvolvimento social.
- ❖ Uso responsável dos recursos ambientais.



Quebrando paradigmas para implementar cultura

- ❖ Desde um princípio, a Essência Natura foi norteadora de nossas ações – e não o mercado.
- ❖ Tudo o que construímos, nosso modo de agir, a forma como concebemos nossos produtos e serviços tem como princípio a coerência com nossa forma de pensar de dentro para fora.
- ❖ Isso nos levou e nos leva a quebrar muitos paradigmas, tanto de mercado como corporativos.



Nossa estratégia de negócios





Nossas cinco competências Organizacionais:

1. Gestão das Relações.
2. Prática da Sustentabilidade.
3. Vitalidade de Inovação.
4. Gestão da Marca.
5. Capacidade de Internacionalização.

Nossos seis processos chave

1. Gestão da Marca.
2. Funil de Inovação.
3. Planejamento Mercadológico.
4. Fluxo Logístico.
5. Ciclo do Pedido.
6. Gestão Comercial.



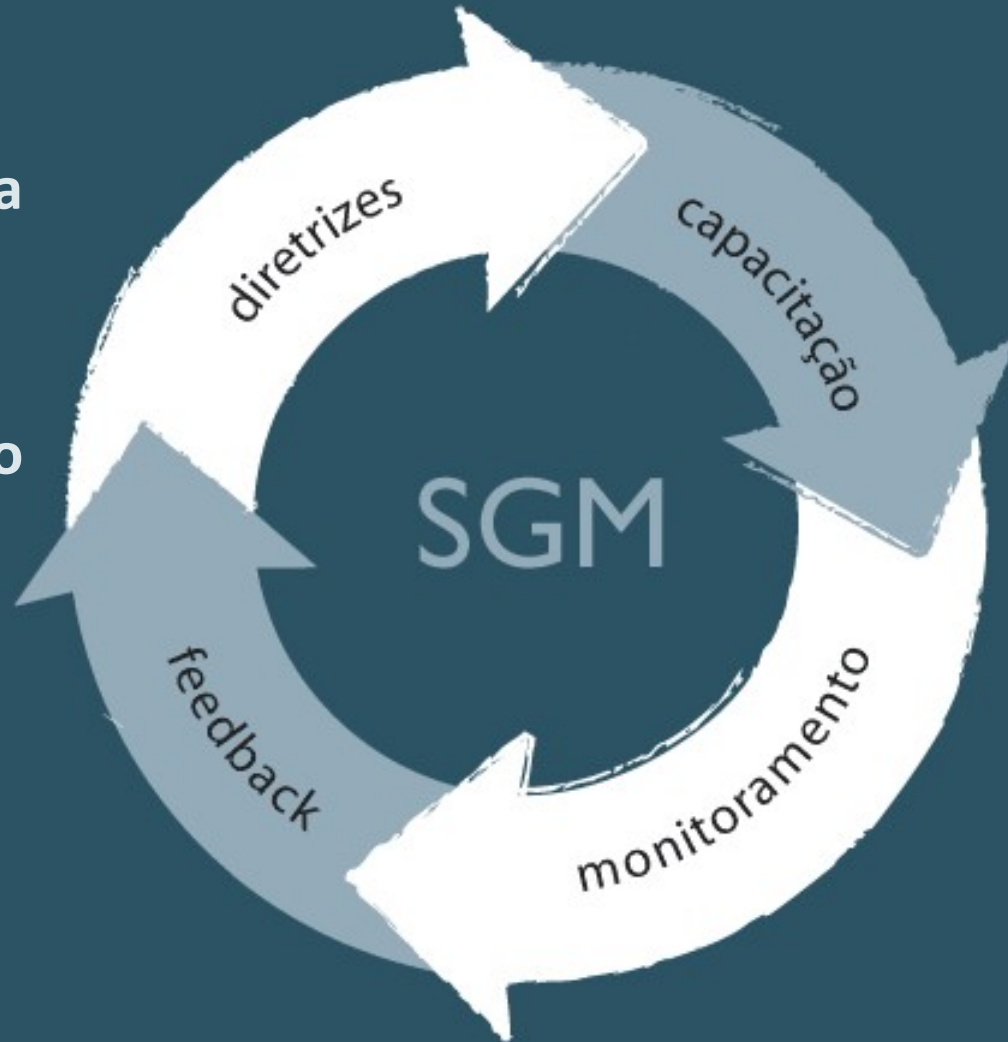
Atributos Natura

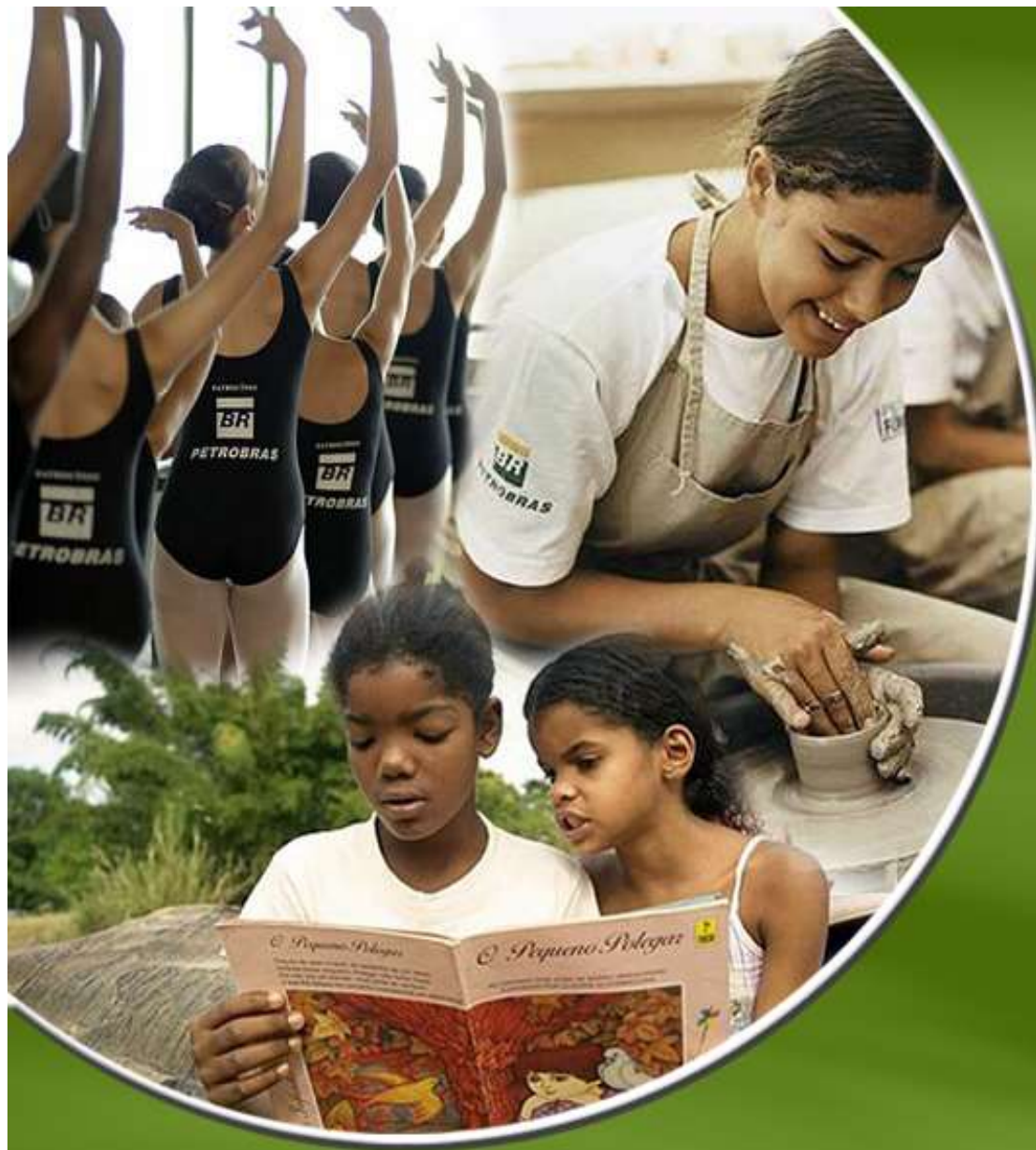


Sistema da gestão da marca

Sistema que promove a educação e a inovação.

Inspira e oxigena a evolução da marca.





Responsabilidade Social e Ambiental na Petrobras

Ana Paula Grether

Coordenadora do Balanço Social e Ambiental

Orientações e Práticas de Responsabilidade Social



PETROBRAS

ESTRATÉGIA CORPORATIVA

Crescimento Integrado

Rentabilidade

Responsabilidade Social e Ambiental

Ampliar a atuação nos mercados-alvo de petróleo, derivados, petroquímico, gás e energia, biocombustíveis e distribuição sendo referência mundial como uma empresa integrada de energia

Crescer a produção e as reservas de petróleo e gás, de forma sustentável e ser reconhecida pela excelência na atuação em E&P

Expandir a atuação integrada em refino, comercialização, logística e distribuição com foco na Bacia do Atlântico

Desenvolver e liderar o mercado brasileiro de gás natural e atuar de forma integrada nos mercados de gás e energia elétrica com foco na América do Sul

Ampliar a atuação em petroquímica no Brasil e na América do Sul, de forma integrada com demais negócios do Sistema PETROBRAS

Atuar globalmente, na comercialização e logística de biocombustíveis liderando a produção nacional de biodiesel e ampliando a participação no negócio de etanol

Excelência operacional, em gestão, recursos humanos e tecnologia



PETROBRAS

Atitude Petrobras

Prática do Desenvolvimento Sustentável

Responsabilidade Social

Gestão Ambiental

Criar um diferencial de políticas empresariais que se traduzam em resultados sociais e ambientais, aliados à busca pela rentabilidade.



PETROBRAS

O QUE É RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Para a Petrobras, responsabilidade social é a forma de gestão integrada, ética e transparente dos negócios e atividades e das suas relações com todas as partes interessadas.

Promover os direitos humanos e a cidadania, respeitando a diversidade humana e cultural, não permitindo a discriminação, o trabalho degradante, o trabalho infantil e escravo, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e para a redução da desigualdade social.



PETROBRAS

PROGRAMA PETROBRAS AMBIENTAL

Seleção Pública 2004

- ✓ Inscrição: 1.681 projetos
- ✓ Investimento: R\$ 40 milhões em 2 anos
- ✓ 30 projetos em todas as regiões do país
- ✓ Formação de 432 parcerias institucionais
- ✓ Envolvimento de 19 Estados e mais de 250 municípios
- ✓ Atendimento direto a mais de 3 milhões de pessoas
- ✓ Atendimento total a 20 milhões de pessoas



Seleção Pública 2006

- ✓ 36 projetos contemplados de abrangência nacional
- ✓ Municípios atendidos: 158
- ✓ Parcerias institucionais: 161
- ✓ Investimento: R\$ 48 milhões em 2 anos



INSTITUTO
ETHOS

**EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL**

BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

Gestão de Projetos
com Responsabilidade Social

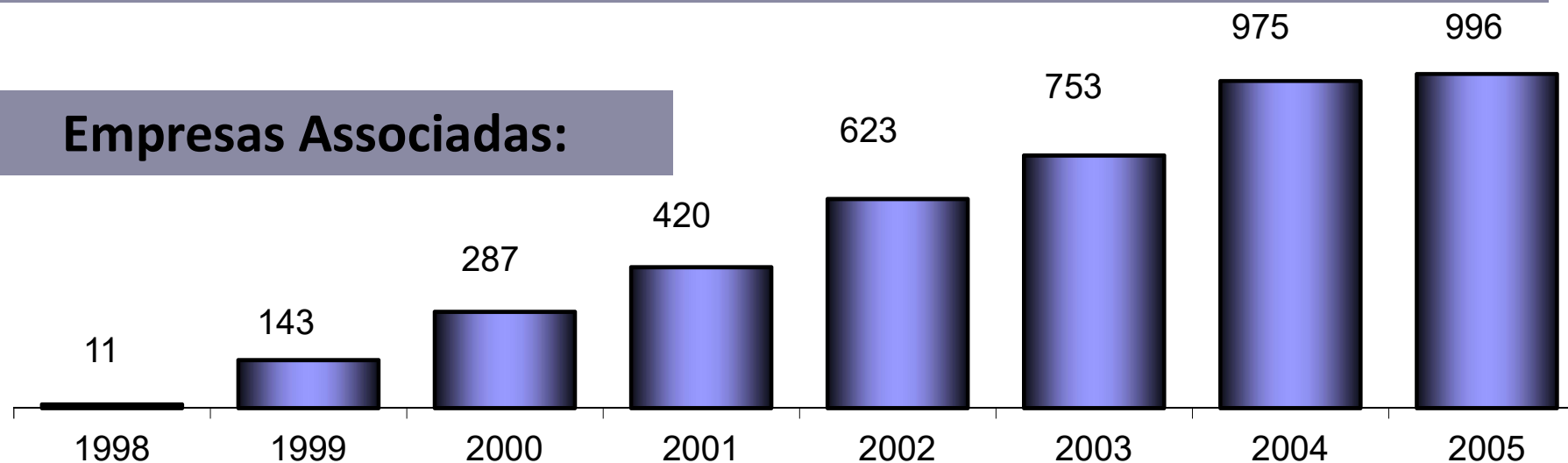
Paulo Itacarambi - Mar/05

Sobre o Instituto Ethos

Missão:

Mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Empresas Associadas:



Responsabilidade Social Empresarial

Responsabilidade Social Empresarial é a forma de gestão que se define pelo compromisso público de implementação de processos produtivos, comerciais e gerenciais baseados em relações éticas, transparentes e solidárias da empresa com todos os públicos afetados pelas suas atividades e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com a sustentabilidade da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a igualdade.

Responsabilidade Social Empresarial

Estratégia de transformação social

Estratégia empresarial



Sustentabilidade

- ➔ Da Sociedade
- ➔ Dos Negócios

Sustentabilidade da sociedade

Problemas centrais:

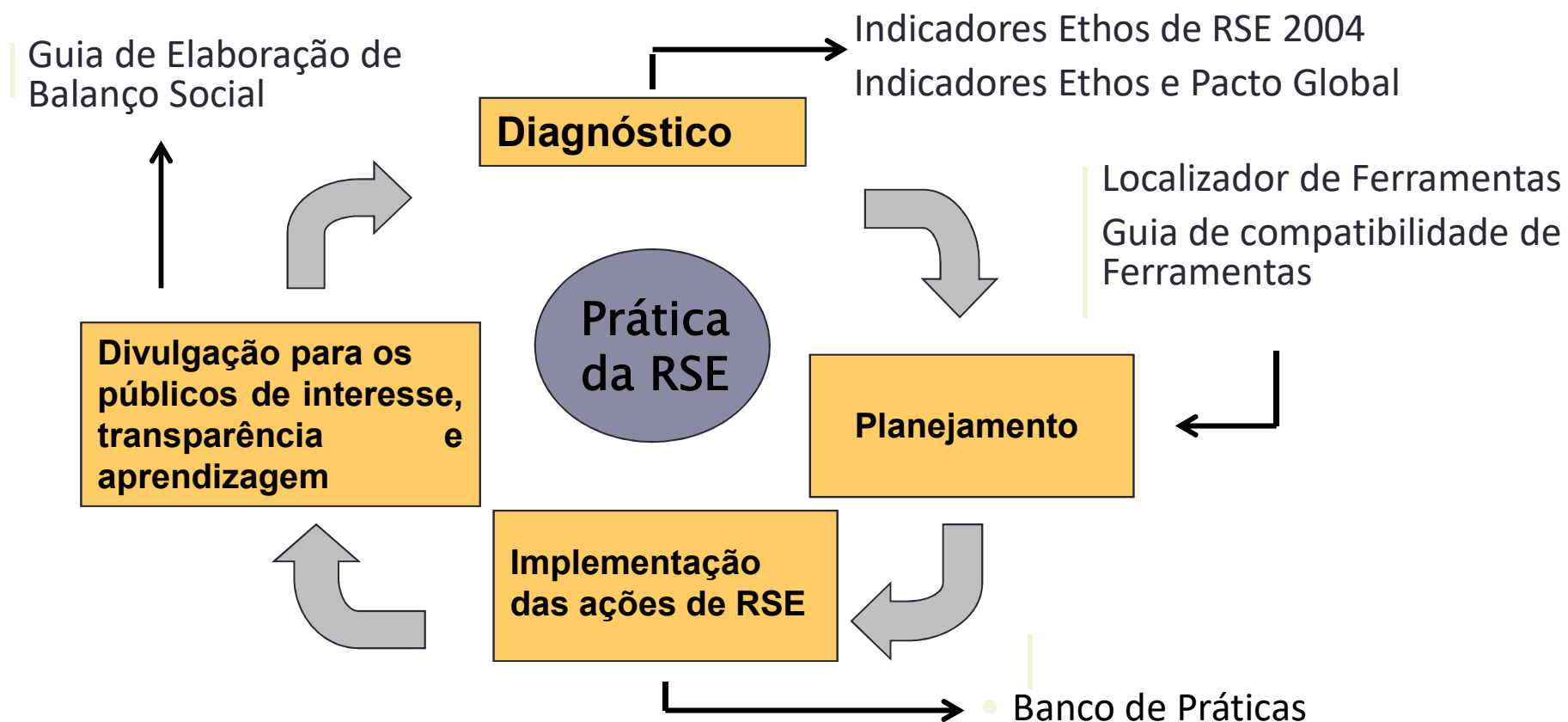
- ❖ Uso insustentável e predatório dos recursos naturais;
- ❖ Alta transferência de renda no sentido da acumulação e não da distribuição;
- ❖ Redução da participação do trabalho no processo produtivo;
- ❖ Crescente exclusão social;
- ❖ Aplicação e gestão dos recursos públicos de forma ineficaz ou indevida

Responsabilidade Social Empresarial na Prática

Em termos práticos, implementar a RSE é cuidar da qualidade dos relacionamentos da empresa com os seus diversos públicos e dos impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais de suas atividades.

Ferramentas de Gestão

Conjunto de ferramentas desenvolvidas pelo Instituto Ethos para atender às necessidades da empresa nos processos de gestão.



Não é sobre as faltas alheias que devemos fixar a atenção, mas sobre o que nós mesmos deixamos de fazer. Fácil é ver as faltas do próximo; difícil, as próprias. Às dos outros, damos o maior relevo possível; às nossas, ao contrário, dissimulamos, como o trapaceiro esconde os dados.” Buda (Siddharth Gautama)



<http://consultoriainovabrasil.weebly.com/>



VALDEC ROMERO CASTELO BRANCO

Professor universitário há 26 anos, formado em administração de empresas; mestre em administração de empresas; mestre em educação, administração e comunicação (multidisciplinar); pós-graduação Lato Sensu em Docência do Ensino Superior.

Atua como consultor sênior na INOVA BRASIL consultoria empresarial.

Ministra, desde 1995, palestras, cursos, treinamentos, seminários, workshops, cursos in company etc.

Ex-sócio da Lume Recursos Humanos, empresa especializada em mão de obra temporária e efetiva, terceirização, cursos, palestras etc. Leciona disciplinas ligadas as áreas de Administração (RH; Marketing; Logística), Ciências Contábeis; Ciências Econômicas: Gestão de Negócios; Plano de Negócios; Empreendedorismo; TGA; Gestão de Pessoas; Gestão Por Competência; Consultoria Interna de RH; Estratégia Corporativa; Fundamentos de Comunicação e Marketing; Introdução à Economia; Macro e Microeconomia, Economia Brasileira; entre outras.

Autor dos livros: Inteligência Empresarial / Empresa eficaz, gestão por competências e humanização nas empresas / Educação em foco: pedagogia na visão de um administrador / Inteligência de Mercado (coautor) / Aprendizagem organizacional: da pedagogia a gestão estratégica de recursos humanos / Rumo ao Sucesso: aprenda como transformar sua vida profissional em uma carreira de sucesso / Comida, Sexo & Administração (ensaios sobre liderança) / Emprego, educação e família no Brasil: os efeitos da globalização na economia brasileira / O Brasil do Desemprego

Responsabilidade Social: Desenvolve trabalhos junto à comunidade, oferecendo cursos gratuitos, voltados à capacitação profissional de jovens e adultos.