

Negócios e Organizações Sustentáveis

Plano de Aula

✓ SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

- **14 pontos = Atividade Prévia – AP**
- **10 pontos = Atividades em Sala de Aula – AS** – Estes 10 (dez) pontos têm que ser **igualmente distribuídos** pelo número de encontros programados para a disciplina, sendo considerado “encontro” cada período de 3h30min de aula. Não pode haver encontro sem registro de pontuação de atividade em sala de aula, cujo formato é definido a critério do professor.
No caso desta disciplina, a **ATIVIDADE 1** é aplicada **via aplicativo Socrative** no 1º. dia de aula e vale 10 pontos. Desta forma, deverão ser distribuídos 10 pontos para cada um dos encontros seguintes e depois feita a média das notas.
- **50 pontos = Verificação de Aprendizagem – VA (Via Aplicativo Socrative)**
Observação: Heiko sugere que a VA encaminhada seja aplicada no último dia de aula da disciplina em todas as turmas do PEG NACIONAL (Associados, BSB, RJ e SP). Esta VA só faz sentido se aplicada no último dia de aula da disciplina, pelo professor.
Caso haja problemas de conexão com internet, pode-se utilizar a versão impressa.
Caso a VA desta disciplina esteja com aplicação programada para data posterior ao seu término, será necessário aplicar a outra opção de VA.
- **25 pontos = Questão Reflexiva – QR**
- **01 ponto = Autoavaliação – AU**

O curso de Negócios e Organizações Sustentáveis visa desenvolver os participantes em entender a relevância de temas sociais e ambientais na gestão de uma empresa.

Objetivos de Aprendizagem

Este módulo capacita os participantes para entender o processo básico necessário para a) entender como assuntos socioambientais afetam a competitividade de uma empresa, b) identificar demandas da sociedade, e c) começar pensar em como avançar a gestão de sustentabilidade na sua organização. Ao completar a aula os participantes devem estar capaz de

- Sensibilizar pelo equilíbrio entre negócios e impactos socioambientais;
- Articular a relevância de temas socioambientais para a competitividade da organização (ex. redução de custos, preços Premium, atender novos mercados...) – Ferramenta: Alavancas de Valor Tangível;
- Saber identificar temas sociais e ambientais relevantes – Ferramenta: Matriz de Materialidade;
- Conhecer organizações de referência e com pontos positivos e negativos de suas abordagens;
- Desenvolver ideias que visam a melhora de desempenho financeiro, social e ambiental;
- Entender temas de fronteira (ex. Valor Compartilhado).

Conteúdo

Para garantir que a especialização entregue o mesmo conteúdo em todas regiões no Brasil 75% do conteúdo é definido pelo programa, deixando 25% para o professor trazer temas de fronteira. O conteúdo que tem que ser abordado na aula é o seguinte:

- Competitividade & Sustentabilidade – como assuntos sociais e ambientais afetam o negócio e criam valor tangível e intangível?
- Priorização de assuntos socioambientais de acordo com a relevância para o negócio.
- Desenvolvimento de um Plano de Melhorias.

Para apoiar os professores nesta abordagem podemos providenciar slides, gabaritos e provas online (Socrative).

Sugestão para a Dinâmica da Aula

Como a Especialização esta lidando com participantes da geração Y e Z o propósito da aula não é transmitir conteúdo, senão engajar os participantes numa discussão que fomenta a aprendizagem e aplicação do conhecimento. Sendo assim, muito da transmissão de conteúdo acontece no momento de preparação para a aula. Estes conteúdos gerados pelos participantes antes da aula, servem para aprofundar a discussão em sala de aula.

Tarefas: Preparação para a Aula

ATIVIDADE PRÉVIA:

Pedimos duas tarefas para preparar para a aula:

1. Vai no posto de gasolina e tira 3 fotos do que você considera bom ou ruim em termos de sustentabilidade. Responde as seguintes perguntas frente ao posto visitado num máximo em 1 página e traz para o primeiro dia de aula: A) você considera este Posto de Gasolina sustentável? B) O que você sugeriria para tornar o posto sustentável? C) Se o dono te convida a ser sócio do posto – você aceita?
2. Responde as seguintes perguntas num máximo de 1 página e traz para o primeiro dia de aula: 1. Qual empresa você considera líder em sustentabilidade? 2. Por quê? 3. Que vantagem competitiva a empresa tem por ser considerado líder em sustentabilidade?

PLANO DE AULA:

Bloco 1 – Sustentabilidade & Competitividade

| Tempo | Conteúdo | Abordagem / Integração Preparação Aula | Ferramentas |
|-------|--|--|---|
| 1,5 h | Competitividade & Sustentabilidade ou como negócios sustentáveis geram valor | <p>Organiza a sala num formato que 5-6 participantes sentam juntos para facilitar um trabalho em grupo.</p> <p>Sem introdução os grupos têm na mesa a seguinte instrução impresso em papel:</p> <p>Vocês têm 20 min para discutir as seguintes perguntas: Quais práticas sustentáveis / não-sustentáveis vocês conseguiam identificar nos postos? Ranqueia as seguintes temas a base de quais foram mais citadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Uso de energia- Gestão de resíduos- Saúde & Segurança no Trabalho- Uso de água- Resíduos da Construção- Contaminação do Solo <p>Ao final dos 20 minutos o Professor coleta quais temas foram mais citadas nas diferentes mesas no flipchart.</p> <p>Agora debriefing da pergunta de qual empresa é líder em sustentabilidade e por quê? O professor pergunta: Quem pensou na Natura? Quais outras empresas vocês consideram líderes em sustentabilidade – listar no flipchart. O quê estas empresas fazem diferente de seus concorrentes? Coletar respostas no flipchart.</p> <p>Trabalho em grupo: quais vantagens competitivas vocês conseguiam identificar? Discutem na mesa e lista todos argumentos. Deixar eles discutir 10 min e depois listar todas alavancas na flipchart.</p> <p>A base da discussão introduzir o slide de Alavancas de Valor e perguntar: quais 3 alavancas são mais relevantes para um Posto de Gasolina? Ranquear os temas de acordo com as Alavancas.</p> <p>Resultado: A tabela cruza temas socioambientais com alavancas de valor do negócio. Você acaba de fazer algo que muitos CEO's consideram um desafio.</p> <p>Fazer mesma dinâmica com stakeholders – quais são os 3 stakeholders mais importantes? Como eles estão preocupados com os temas?</p> <p>Monta matriz de materialidade Ipiranga com os top 3 temas.</p> <p>Check de Realidade</p> <p>Ipiranga introduzia o Posto Sustentável em 2012.</p> | Tabela Alavancas de Valor Tabela Stakeholders Matriz de Materialidade |

Bloco 2 – Estágios de maturidade

| | | | |
|-------|----------|--|--------------------|
| 1,5 h | Estágios | <p>Avaliação dos temas priorizados no Modelo do Zadek Explicar o modelo e as dimensões a base do caso da Nike Colocar temas do Posto Ipiranga no modelo Reflexão:</p> <ul style="list-style-type: none">- Riscos / Oportunidades- Benchmarking – colocar os concorrentes no modelo- Cenários do futuro – pensar o modelo para 2025 <p>Depois de executar para o caso da Ipiranga deixar um tempo para fazer a aplicação do gabarito.</p> | Modelo Simon Zadek |
|-------|----------|--|--------------------|

Bloco 3-4 – Visão Macro

| | | | |
|-------|-------------|---|---|
| 2,5 h | Visão Macro | <p>Trabalhar a capacidade de argumentação com uma dinâmica “Fight Club”. Monta grupos de 5-6 participantes. Da para cada dois grupos a mesma empresa (ex. Petrobras, Ambev, Natura, Pão de Açúcar... idealmente empresas representadas na sala de aula que todo mundo conhece). Um grupo tem que argumentar em favor da empresa ser sustentável e o outro grupo em contra. Deixa um tempo de 15 min para preparar e depois cada grupo vem no palco para “lutar”</p> <p>Quem acha isso radical demais, alternativamente pode mandar os grupos coletar argumentos em favor e em contra em post-its que depois se coloca no flipchart na frente. Vocês estão vendo como é difícil mostrar que uma empresa serve a sociedade... quais exemplos existem do mais avançado? Quais são as críticas mais pesadas que existem? Como estas empresas respondem a estes questionamentos?</p> <p>Da esquina da sua casa para o mundo... Frente ao Posto de Gasolina na esquina da sua casa você pode observar a sustentabilidade do negócio. Isso também se reflete no mundo. Tem vários conceitos: Gestão de Riscos Socioambientais Empresas B Negócios de Impacto ODS Responsabilidade Social Corporativa Ética de Negócios Economia Circular</p> | Valor Compartilhado (Porter & Kramer) Video do Yunus: https://www.youtube.com/watch?v=KmHyoW3Www4 |
|-------|-------------|---|---|

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Existem varias nomenclaturas diferentes, que podem confundir... O que todos tem em comum é: Relação entre Negócios e Sociedade</p> <p>Para mostrar isso escolhemos alguns – mas isso não quer dizer que os outros não servem.</p> <p>Modelo Filantropia – Valor Compartilhado Explicar cada modelo com um caso e depois distribuir mini-casos para discussão em grupos.</p> <p>Cada grupo: O quê esta fazendo? Gera impacto social? Quais dados / indicadores ajudam você a caracterizar a iniciativa como filantropia/risco/sustentabilidade/ valor compartilhado?</p> <p>Resultado: Os participantes entendem o contexto histórico e estarão sensibilizados para diferenciar a abordagem de sustentabilidade nos negócios e organizações.</p> <p>Momento aplicação do gabarito: Reflexão sobre quais projetos sociais e ambientais existem dentro da sua organização e em que estágio eles estão.</p> | |
|--|--|--|

Bloco 5 – Aplicação: Criar ideias para um plano de ação

| Tempo | Conteúdo | Abordagem / Integração Preparação Aula | Ferramentas |
|--------------|---------------------------|---|--------------------|
| 1,5 h | Aplicação do Conhecimento | <p>Resgate da aula anterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lembrar da tabela vinculando negócio & sustentabilidade, matriz de materialidade, modelo Zadek. - Resgatar questão de valor compartilhado <p>Trabalho individual (30 min) - repassar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quais alavancas de valor são mais importantes para a organização na qual você trabalha? - Quais projetos sociais e ambientais sua organização tem? - Quais temas sociais e ambientais você acha relevante para sua organização? - A base de todo isso – montar plano de ação. O quê você sugere para transformar sua organização numa organização mais sustentável e competitiva? <p>Discussão em grupos pequenos (3-4 participantes)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cada um conta sua ideia (5 min) - Escolher a iniciativa mais interessante | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>Desenvolver a iniciativa escolhida no mesmo grupo Dependendo do tempo os grupos apresentam na plenária. Deixar claro no final que é possível: “Você pode fazer a diferença” Se tem mais tempo refletir sobre o exercício:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quais competências alguém precisa para convencer sua empresa a ser mais sustentável? - Elaborar uma mapa de empatia do ponto de vista de seu gerente, cliente um líder comunitário. | |
|--|--|---|--|

Bloco 6 - Temas Avançados – a escolha do Professor

| | | | |
|-------|-----------------|--|--|
| 1,5 h | Temas Avançados | <p>Este conteúdo é a livre escolha do professor.</p> <p>Sugestões para explorar são:</p> <p>Trabalhar a questão de como levar o aprendizado á prática. Deixa grupos discutir a questão – o que você pode fazer ao voltar ao trabalho amanhã para transformar sua organização? Cada grupo trabalha por 20 min e depois a Professora coleta todas respostas no flipchart.</p> <p>Trabalhar a questão dos stakeholders. A base das iniciativas escolhidas anteriormente provocar a reflexão sobre quais stakeholders são importantes e que eles esperam da empresas e que a empresa espera deles.</p> <p>Discutir a questão de <i>compliance</i> e montar uma Matriz de Riscos legais, reputacionais, operacionais...</p> <p>Trazer mais ferramentas. A professora pode explorar as seguintes questões:\</p> <ul style="list-style-type: none"> - como fazer um benchmarking – a FDC providencia uma ferramenta de auto-avaliação e comparação. Neste caso cada participante preenche um questionário e recebe um relatório. A base do relatório pode trabalhar encima de duas perguntas: 1 – o que você deveria comunicar melhor que sua empresa esta fazendo? 2 – Qual tema representa um risco alto para a empresa? - Simular uma Análise Ciclo de Vida – Onde na cadeia de valor os temas identificados no caso Ipiranga tem mais impacto? Extração de Recursos – Logística - Operação da Empresa – Consumo - Pós-Consumo? - Plano de Negócios: Focar na questão de criação de valor. Cria uma empresa que resolve uma questão social ou ambiental que o mercado esta demandando. - Call for Engagement – como desenvolver meus colegas para criar uma empresa mais sustentável? | |
|-------|-----------------|--|--|

Ganchos com outras matérias:

- Finanças: Como sustentabilidade entra num cash-flow statement? Como vender um projeto de sustentabilidade para o CFO?
- RH: Como sustentabilidade ajuda a reduzir a rotatividade voluntária?
- Cadeia de Valor: Quais riscos socioambientais existem na cadeia de valor? Ferramenta de Análise Ciclo de Vida.
- Marketing: como vender produtos mais sustentáveis com preço Premium?
- Gestão de Riscos: como integrar riscos socioambientais na gestão de riscos? Qual é o impacto dos riscos destacados no “World Economic Forum Global Risk Report” na estratégia da empresa?
- Valor Intangível: como a sustentabilidade ajuda a criar valor intangível?
- Planejamento Estratégico de longo prazo: como mega-tendências sociais e ambientais vão afetar a competitividade da organização até 2030?

Literatura:

Mandatória

Spitzeck H., Árabe M. E Viera Barreto Rodrigues Pereira N. (2016): Guia How-To Matriz de Materialidade, disponível em: http://www.fdc.org.br/professoresepesquisa/nucleos/Documents/sustentabilidade/guia_howto_matriz_materialidade.pdf

Complementar

Árabe M. e Spitzeck H. (2015): GRS Insight Criando Valor Compartilhado, Fundação Dom Cabral, Nova Lima, disponível em: https://www.fdc.org.br/professoresepesquisa/nucleos/Documents/sustentabilidade/centro_sustentabilidade/grs_insight_criando_valor_compartilhado.pdf

BCG (2009): The Business of Sustainability, disponível em: http://image-src.bcg.com/Images/BCG_The_Business_of_Sustainability_Sep_09_tcm9-170158.pdf

Eccles, R. G., I. Ioannou and G. Serafeim (2013). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance, Harvard Business School. **Working Paper 12-035**.

Porter, M. E. and M. R. Kramer (2011). "Creating Shared Value." Harvard Business Review 89(1/2): 62-77.

World Economic Forum & Boston Consulting Group (2011). "The New Sustainability Champions", disponível em http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGC_SustainabilityChampions_Report_2011.pdf
Vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=6eWgDxJW_Y

Zadek S. (2005): A rota da responsabilidade empresarial, Harvard Business Review Brasil (Agosto), Boston.

Pontes de Conhecimento

TED talk Simon Sinek – Como grandes líderes inspiram ação: <https://www.youtube.com/watch?v=aya026BmkPk>
TEDx São Paulo talk Fábio Barbosa - <https://www.youtube.com/watch?v=SrONJfa9lZU>
TED talk John Doerr – Seeking salvation and profit in greentech - <https://www.youtube.com/watch?v=nuXlFbJNltg>
Plataforma Liderança Sustentável - <http://www.ideiasustentavel.com.br/lideres/>
Historia das Coisas - <https://www.youtube.com/watch?v=MWUHurprTVA>