



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MARKETING

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E EMPRESARIAL

BOMBRIL S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E EMPRESARIAL
BOMBRIL S.A.

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA PAINA
VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

FLAVIANA DIONISIA MARCON DE AGUIAR, RA
1012020200222
GUSTAVO MOREIRA DE FARIA, RA 1012020200217
MÁRCIA HELENA PFISTER, RA 1012020100490

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	5
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	5
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	6
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	9
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	9
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	11
4. CONCLUSÃO	12
REFERÊNCIAS	13
ANEXOS	14

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do presente Projeto Integrado é realizar uma análise sobre alguns fatores da economia e como afetam as atividades de diversas empresas.

A empresa escolhida por nossa equipe foi a Bombril S/A.

Inspirado nas lâs de aço americanas, Roberto Sampaio Ferreira decide investir na ideia e, em 14 de janeiro de 1948, funda a Abrasivos Bombril Ltda. Seu produto foi uma revolução, pois polia panelas, limpava vidros, louças, azulejos, ferragens e muitas outras coisas, dando à marca o conceito de “1001 utilidades”.

Em 1999, a Bombril foi eleita a nona marca mais lembrada pela revista Exame e considerada como a “marca do século”.

Possui mais de 2.400 funcionários, distribuídos em suas três fábricas localizadas em São Bernardo do Campo (SP), Abreu e Lima (PE) e em Sete Lagoas (MG).

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Abrasivos Bombril Ltda, inscrita sob o CNPJ 50.564.053/0001-03 foi fundada em 14 de janeiro de 1948, por Roberto Sampaio Ferreira, sendo inspirado pelas lãs de aço fabricadas nos Estados Unidos. Seu lançamento fora uma revolução no mercado doméstico nacional, sendo utilizado em várias aplicações, desde o polimento de painéis, limpeza de vidros, de azulejos, louças e ferragens, sendo daí a origem do conceito de “1001 utilidades”.

Em 1961, a empresa incorpora a Companhia de Produtos Químicos - Fábrica Belém, detentora das marcas Sapólio e Radium de saponáceos em pedra, passando a desenvolver e aprimorar essa linha, incluindo até uma versão cremosa.

Já em 1972, a Bombril incorpora a Indústria de Lã de Aço Mimosa Ltda e, em 1973, a Q Lustro, esta que, por sua vez, detinha 25% do *market share* nacional.

A marca começou a ganhar enorme visibilidade em 1978, quando foi criada, pelos publicitários Washington Olivetto e Francisc Petit, da agência DPZ, a figura do Garoto Bombril, representada pelo ator Carlos Moreno. Rapidamente o personagem se associou ao produto e as vendas estouraram.

Nos anos seguintes, a empresa continua a expandir a sua capacidade produtiva, inaugurando novas fábricas e alocando a sua sede na Via Anchieta KM 14, no bairro Rudge Ramos em São Bernardo do Campo, no estado de São Paulo, em uma área construída de 69.220 m², onde permanece até os dias atuais.

Além da marca Bombril, a empresa é detentora de diversas grandes marcas de sucesso no ramo de limpeza, como a Brillo, Força Azul, Kalipto, Limpex, Limpol, Mon Bijou, Pinho Bril, Polibril, Prá-Lixo, Q’Brilho, Q’Lustro, Remobril, Sapólio Radium e Vantage.



3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O Produto Interno Bruto (PIB) é o resultado obtido através da soma de todos os bens e serviços produzidos na economia, em um país, durante um determinado período, normalmente 01 (um) ano.

Em outras palavras, 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.

O PIB do Brasil em **2019**, por exemplo, foi de **R\$ 7,3 trilhões**. No último trimestre divulgado (2º trimestre de 2020), o valor foi de R\$ 1 653,0 bilhões.

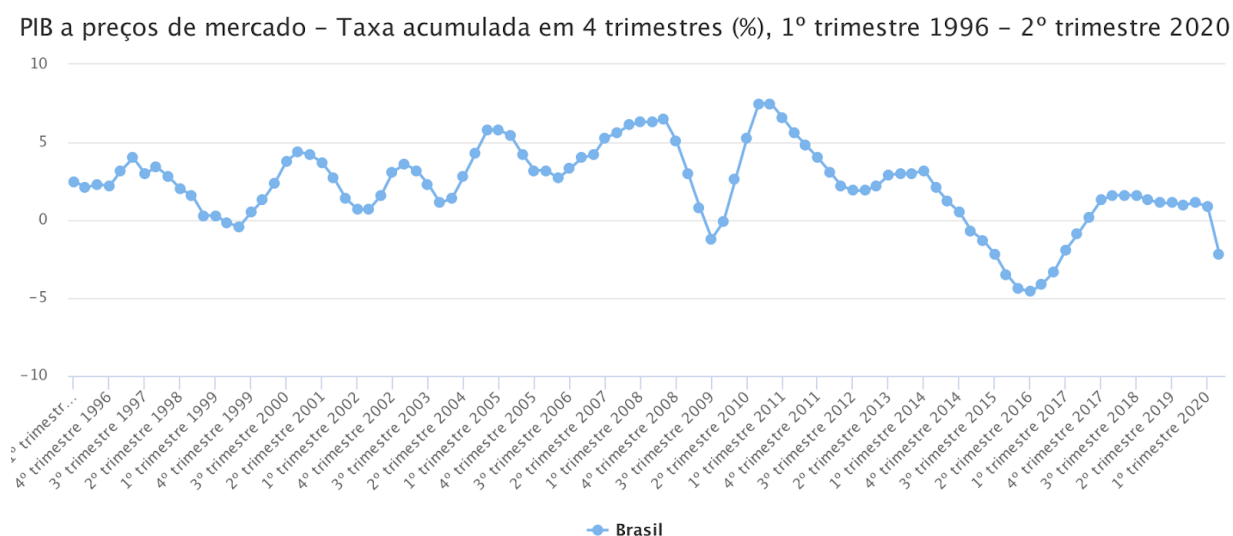
Segundo o Banco Central (BC), houve uma redução na projeção de queda na economia brasileira. A estimativa de recuo do PIB para junho/2020 passou de 6,4% para 5%, segundo o relatório de inflação divulgado trimestralmente pelo BC.

Segundo o Banco Central, há “perspectivas mais favoráveis para o terceiro trimestre, em linha com os indicadores domésticos disponíveis, as informações mais recentes sobre a pandemia e a evolução esperada da economia internacional”.

Em plena crise econômica causada pela pandemia do Covid-19, esta recuperação foi mais rápida do que o esperado e também se deve aos efeitos positivos do auxílio emergencial sobre o consumo.

Para 2021, “ainda com incerteza acima da usual”, a projeção de crescimento é de 3,9%. “Ressalte-se que essa perspectiva depende da continuidade do processo de reformas e ajustes necessários na economia brasileira, condição essencial para permitir a recuperação sustentável da economia”, finaliza o Banco Central.

Fonte: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/projecao-do-bc-para-queda-do-pib-passa-de-64-para-5>



Fonte: "IBGE – Contas Nacionais Trimestrais"

Gráfico 1 - Projeção do Banco Central para queda do PIB

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Quando o assunto é economia, crescimento e desenvolvimento econômico são expressões bastante empregadas para especificar suas principais fontes e quando ocorrem.

Crescimento econômico ocorre quando há um aumento da produção e consumo de bens dentro do país. Normalmente, este número é medido através do PIB (produto interno bruto) ou do PNB (produto nacional bruto),

No crescimento econômico, a produção cresce e gera um enriquecimento para a economia, porém, sem afetar as condições de vida das pessoas, que continuam tendo o mesmo padrão de antes.

Já o **desenvolvimento econômico** altera a qualidade de vida da sociedade, podendo ser medida através da educação, saúde e renda, por exemplo. O IDH (índice de desenvolvimento humano) é utilizado para medir esta qualidade de vida e também para fazer uma comparação com diferentes economias.

As principais fontes de crescimento econômico são capital físico, capital humano e tecnologia.

Capital físico: são os ativos não humanos, feitos por humanos e que são utilizados na produção, como por exemplo as ferramentas, máquinas e estruturas físicas usadas nas empresas e instituições. Entram nessa lista as máquinas, os prédios da companhia, infraestrutura, como transportes, energia, comunicações e tecnologia.

Capital humano: são as atividades que resultam em um custo no período corrente e que proporcionam um crescimento na produtividade no futuro. Em outras palavras, as características adquiridas pelo cidadão que melhoram sua performance. Quanto maior for o nível médio de habilidade e conhecimento das pessoas, mais fácil será aplicar esse conhecimento em prol do progresso técnico, conseqüentemente aumentando o padrão de vida do país.

Tecnologia: por fim, o desenvolvimento da tecnologia é outra fonte primordial, que é considerada a força motora principal do crescimento econômico. Historicamente o desenvolvimento tecnológico proporciona um aumento da produtividade do trabalho, tornando-se fundamental para o crescimento econômico.

Segundo dados apontados pelo TCU (Tribunal de Contas da União), o custo Brasil é reconhecido pela sociedade como um dos graves entraves ao crescimento do país, pois reduz a produtividade e afeta a competitividade no cenário internacional. Entre os principais componentes desse custo está a exagerada burocracia, representada, em grande parte, pela complexidade desnecessária do arcabouço normativo e por processos de trabalho ineficientes,

afetando cidadãos e empresas. Além disso, não há clareza acerca de quais serviços públicos devem ser entregues à população, os responsáveis pelas entregas e os níveis de prioridade e qualidade. Esse problema resulta em aumento dos gastos públicos, estímulo à corrupção, desestímulo aos negócios e é um dos principais entraves ao crescimento econômico do país.

Um ponto importante para alavancar o crescimento econômico é o investimento em ciência, tecnologia e inovação. Embora o Brasil conte com fundos e políticas voltados para o tema, repetidamente constata-se ausência de estrutura atuante de coordenação das políticas federais de fomento à inovação sob uma perspectiva integrada de governo, além de falhas na estratégia nacional de ciência, tecnologia e inovação e no monitoramento e na avaliação dessas políticas públicas.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) publicou o documento Brasil Pós Covid-19. Elaborado por pesquisadores de todas as áreas de atuação da instituição, o trabalho apresenta uma série de propostas de curto a longo prazo para acelerar o desenvolvimento sustentável no país após a pandemia. As sugestões estão divididas em quatro pilares: atividade produtiva e reconstrução das cadeias de produção, inserção internacional, investimento em infraestrutura, além de proteção econômica e social de populações vulneráveis.

O compromisso com o equilíbrio fiscal é apresentado como a chave para o sucesso na retomada do desenvolvimento econômico do país diante do atual cenário mundial. Para acelerar o crescimento, o Ipea recomenda que, além das reformas fiscais, seja posto em prática um amplo conjunto de reformas microeconômicas pró-investimentos e uma reforma tributária que ajudaria a melhorar a eficiência da economia.

Entre as medidas propostas estão a concessão de empréstimo favorecido para micro e pequenas empresas (MPEs), de modo a se garantir a preservação do tecido produtivo, e a implementação de programas de subsídio temporário à contratação de trabalhadores, além da renovação de programas de redução da jornada. Outras recomendações tratam da utilização das compras públicas para fomentar as atividades de MPEs e da criação de uma estratégia integrada para promover o emprego e a educação dos jovens vulneráveis.

O documento aponta também para a necessidade de reformas do sistema legal de recuperação de empresas brasileiras para enfrentamento da crise sistêmica de Covid-19, além

de imediato apoio financeiro aos esforços internacionais de desenvolvimento de vacinas para o novo coronavírus.

Conforme a estratégia de revisão de categorias da Bombril S/A, foi promovida a ampliação do portfólio com o lançamento dos lenços umedecidos da marca Limpol e a manutenção da edição limitada da fragrância jabuticaba do detergente Limpol. Foi destacada ainda as iniciativas relacionadas à comunicação com o consumidor, com a ampliação dos investimentos em marketing promocional e divulgação em mídias digitais. Outra iniciativa importante foi o lançamento da Campanha promocional do amaciante Mon Bijou “Toda Maciez que você merece”, retomando uma prática tradicional da Companhia, visando a retomada aos tempos de protagonismo em inovação.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Com relação ao ambiente externo, a Bombril analisa não só as oportunidades, mas também as ameaças e leva em conta os fatores político-legais, sócio-culturais, econômico-culturais e tecnológicos, os quais passaremos a discorrer.

Fatores político-legais diz respeito à parte legal da infraestrutura da empresa, que por ser do ramo industrial, envolve estar de acordo com as leis de proteção ambiental, regulamentos da ANVISA, políticas tributárias e leis trabalhistas, além de reciclagem de embalagens, dentre outras.

Fatores sócio-culturais é a análise do tipo de consumidor nos dias atuais e suas preferências, tendo em vista que hoje a maioria das mulheres trabalha fora e dispõe de pouco tempo para os afazeres domésticos, necessitando assim de produtos que satisfaçam suas necessidades e que auxiliem na limpeza da casa de forma prática e rápida.

Fatores econômico-culturais diz respeito ao nível de renda da população, considerando a tendência de crescimento através do PIB e, em contrapartida, analisando a taxa de desemprego da população, de forma a sempre procurar elaborar produtos acessíveis a todas as classes econômicas, garantindo a qualidade da marca.

No quesito **fatores tecnológicos**, a Bombril está sempre inovando em produtos e tecnologias no sentido de desenvolver produtos/processos biodegradáveis e sustentáveis (como solventes orgânicos e não inflamáveis), sempre investindo em pesquisas e desenvolvimento.

Com relação aos desafios e ameaças, a Bombril tem sempre que estar alerta à diferenciação dos seus produtos aliada à qualidade e ao custo dos mesmos, bem como estimular a lembrança e a preferência da marca, destacando nas propagandas as características valorizadas pelo consumidor, de forma a manter os compradores sempre fiéis à marca.

SISTEMAS ABERTOS E SISTEMAS FECHADOS

As organizações comunicam-se diretamente com o ambiente externo, propiciando um relacionamento de ganho mútuo são classificadas como de **sistema aberto**.

As empresas irão retirar insumos de seu ambiente externo e os transformar em produtos ou serviços, que serão disponibilizados novamente para aquele ambiente, sendo oferecidos aos clientes.

Já que as empresas que utilizam os **sistemas fechados** desconsideram o ambiente externo em que estão inseridas, ou seja, não há uma relação de troca. Assim, a empresa não será afetada pelas mudanças externas, já que não adquire matéria-prima do ambiente externo.

A Bombril S/A é classificada como uma empresa que aderiu ao sistema aberto, já que tem seus valores mobiliários negociados na B3.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Bombril, hoje com mais de 70 anos de história e uma das maiores fabricantes de produtos de higiene e limpeza, começou a olhar desde os primórdios de sua criação para o mercado externo. A ideia da criação da marca brasileira foi inspirada em uma empresa americana de lâs de aço.

Atualmente, a marca exporta para 19 países, dentre os quais se destacam o México (33%), Paraguai (24%), Japão e Bolívia (ambos com 11%).

Apesar da marca ser bastante expressiva no Brasil e na América do Sul, é possível concluir que ela está em plena expansão de sua área de atuação e que ainda existe um mercado enorme que pode ser muito bem explorado nos próximos anos.

A pandemia do COVID-19 e a desvalorização da moeda brasileira frente ao dólar, tendem a criar um clima favorável à um aumento nessa exportação e no seu marketshare externo. Com isso, a empresa conseguiria uma margem melhor por produto, devido ao câmbio, e um resultado melhor do exercício.

(Fonte: *Press Release* emitido pela Bombril no dia 13/11/2020, referente ao 3º Trimestre de 2020, e disponível na página http://ri.bombril.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=56730)

4. CONCLUSÃO

Toda empresa, seja de pequeno, médio ou grande porte, deseja sempre aumentar sua participação no mercado de trabalho. E com a Bombril não é diferente. Nestes mais de 70 (setenta) anos de vida, a Bombril acompanha o crescimento e desenvolvimento econômico do país, sendo que a cada mudança na economia, a fim de não ficar de fora da concorrência, tem que se adaptar e procurar inserir no mercado produtos que sejam acessíveis a todos os tipos de consumidores, considerando suas mais variadas rendas.

Sem falar na geração de empregos, fator este que a Bombril também contribui para o crescimento e desenvolvimento econômico do país. Inclusive, ela já foi classificada entre as 50 (cinquenta) melhores empresas para se trabalhar no Brasil.

Ficou evidente que a Bombril tem que acompanhar este desenvolvimento econômico, fazendo um estudo dos seus consumidores e adotando algumas estratégias competitivas para se manter no mercado em que atua, sempre sendo lembrada pelos seus consumidores.

REFERÊNCIAS

<https://bombril.com.br/>

<https://aletp.com.br/bombril-historia-da-marca/>

<https://www.bombril.com.br/sobre/empresa>

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/projecao-do-bc-para-queda-do-pib-passa-de-64-para-5>

<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>

<https://www.capitalresearch.com.br/blog/investimentos/crescimento-e-desenvolvimento-economico/>

<https://www.docsity.com/pt/bombril-1/4799699/>

https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=36144&Itemid=2

<http://www.gecompany.com.br/educacional/analise-fundamentalista/bombril-analise-fundamentalista-ate-setembro-2016/>

http://ri.bombril.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&conta=28&tipo=56730

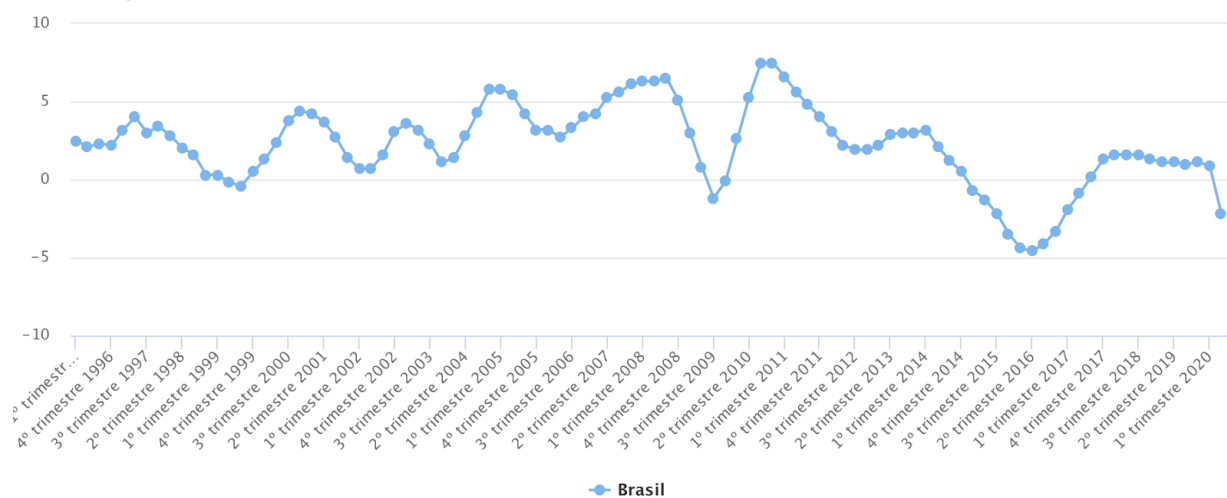
ANEXOS

Logo da Bombril:



Gráfico 1 - Projeção do Banco Central para queda do PIB

PIB a preços de mercado – Taxa acumulada em 4 trimestres (%), 1º trimestre 1996 – 2º trimestre 2020



Fonte: "IBGE – Contas Nacionais Trimestrais"

Linha de produtos:

