



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Mc Donald's

POÇOS DE CALDAS, MG

NOVEMBRO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Mc Donald's

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

Rafaela Cristina de Oliveira, RA1012020200261

POÇOS DE CALDAS, MG

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	6
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	6
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	6
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	7
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	7
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	7
4. CONCLUSÃO	8
REFERÊNCIAS	9
ANEXOS	10

1. INTRODUÇÃO

No presente trabalho abordado o tema de desenvolvimento econômico e empresarial, estudei e pesquisei sobre uma grande rede de fast food, onde realizei meu estudo em unidade específica. Apresento como a situação atual da economia afeta esse segmento no mercado e como ele se comporta, diante de algumas mudanças governamentais nos últimos tempos, apresento também a economia atual, o PIB, o ambiente organizacional e sua posição no mercado externo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Dados da Companhia

RAZÃO SOCIAL: Arcos Dourados Comércio de alimentos Ltda.

CNPJ: 42.591.651/0820-18

Situada a rua Assis Figueiredo, 1106, Poços de Caldas-MG, tendo como principal atividade servir comida rápida com produtos e atendimento de qualidade. É a maior cadeia mundial de restaurantes fast food de hambúrgueres, tendo como seus principais produtos: Hambúrguer, fritas, sobremesas. Presente em 119 países, a rede possui mais de 36 mil restaurantes, onde trabalham mais de 2 milhões de funcionários que alimentam diariamente mais de 70 milhões de clientes. No Brasil a rede é operada desde de 2007 pela Arcos Dourados Máster franqueada da marca Mc Donald's em toda américa latina .

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

O ano de 2020 tem sido um ano difícil, o que não é novidade para ninguém. A pandemia não estava nos planos e, apesar de todo mundo ter se acostumado com o tal “novo normal”, ninguém ainda sabe ao certo o que o futuro próximo nos reserva.

Nos mercados, claro, a incerteza sempre se traduz em volatilidade. E tem sido assim desde fevereiro. Depois dos tombos dos primeiros meses, os mercados estão um pouco mais calmos(mais ainda muito vulneráveis). A proximidade de uma vacina, portanto, deve ser o grande impulsionador dos mercados.O Brasil teve uma recuperação econômica que não se Imaginava nos tempos “tenebrosos” do início da pandemia. Apesar de todos os ruídos, a renda média da população não sofreu alterações significativas, nas classes mais baixas houve aumento e os empregos foram mantidos.

O mundo ainda mantém suas taxas de juros baixas, assim como as expectativas sobre a inflação. Além disso, a abundância de dinheiro no mercado(FGTS, AUXÍLIO EMERGENCIAL, SAQUE ANIVERSÁRIO) deve permanecer, favorecendo ativos de risco e o crescimento econômico .

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O produto interno bruto é um indicador que corresponde a soma de todos os bens e serviços finais produzidos internamente em determinada época.

O produto interno bruto (PIB) avançou 0,5% no quarto trimestre de 2019, na comparação com o trimestre anterior, já livre de efeitos sazonais, e 1,7% na comparação interanual, de acordo com os dados do Sistema de Contas Nacionais Trimestrais (SCNT) divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O PIB encerrou 2019 com alta de 1,1%, em linha com a previsão da visão geral da Carta da Conjuntura divulgada em dezembro de 2019,1 o que representou uma pequena desaceleração em relação ao desempenho observado nos dois anos anteriores, quando registrou avanço de 1,3%. A demanda interna, por sua vez, cresceu 1,7% no ano, novamente acima do PIB. O resultado do quarto trimestre deixa um carry-over de 0,8% para 2020. Isso significa que, caso permanecesse estagnado ao longo dos próximos quatro trimestres, o PIB fecharia o ano com alta de 0,8%.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Depois de defender que a principal resposta econômica á crise do coronavírus deveria ser o avanço das reformas, o governo passou a adotar um conjunto amplo de medidas fiscais, regulatórias e tributárias para fazer frente ao impacto do surto, de dimensões crescentes e ainda incertas, sobre a atividade.

As principais medidas já adotadas:

Meta fiscal- Governo pediu ao Congresso o reconhecimento do estado de calamidade pública, o que o dispensa de cumprir a meta fiscal do ano fixada em lei, abrindo espaço para aumento de gastos.

Suspensão e Redução de contrato de trabalhos- Salários e jornada de trabalho foram reduzidos até 50%.

Para a população mais vulnerável houve a antecipação das duas parcelas do 13º de aposentados e pensionistas do INSS.(46 bilhões de reais), antecipação do pagamento do abono salarial para Junho(12,8 bilhões de reais), transferência de valores não sacados do PIS/PASEP para o FGTS para permitir novos saques(21,5 bilhões de reais), reforço de 3,1 bilhões de reais ao programa Bolsa família, antecipação de 25% do que teriam direito os trabalhadores mensalmente caso requeressem o benefício do seguro-desemprego.(Programa válido para pessoas que recebem até 2 salários mínimos e tiverem redução de salário e jornada(10 bilhões de reais) e programa de concessão

direta de recursos aos autônomos, de valor médio de 200,00 reais, ao custo de 5 bilhões de reais por mês, pelo prazo de três meses(15 bilhões de reais) .

Na ARCOS DOURADOS COM. DE ALIM. LTDA-Mc Donald's as políticas tiveram um impacto bem positivo. Toda venda perdida durante o período em que o restaurante ficou fechado já foi recuperado, com a liberação dos saldos, tivemos mais consumidores e a venda aumentou. Gerou mais empregos e mesmo com todos os procedimentos de segurança contra o COVID-19 os clientes não deixaram de consumir no restaurante.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

O Mc Donald's hoje é reconhecido pela formação de profissionais, principalmente jovens, pelo seu comprometimento com o negócio e com valores como espírito de equipe e responsabilidade social. Nas redes franqueadas do Mc Donald's os jovens correspondem a maior parte da força de trabalho, entre balconistas, cozinheiros, atendentes, faxineiros, entre outros, pois devido a facilidade de se trabalhar e a não exigência de experiência de trabalho, oferece aos jovens uma oportunidade de trabalho fácil, de aprendizagem rápida , e uma forma de remuneração, principalmente á jovens de classes mais baixas, sem estudos, ou experiência profissional anterior. Devido também a alta rotatividade neste tipo de carreira, os jovens entram e saem com muita rapidez, porém existem planos para formação dos mesmos gerentes dos restaurantes. A maioria dos gerentes, e da alta hierarquia dentro dos restaurantes, geralmente é formada pelos próprios jovens que seguiram carreiras, e foram auxiliados pela Universidade do Hambúrguer , onde aprendem a administrar os restaurantes da rede e tem uma formação nesta área.

A padronização e os rígidos controles de qualidade e segurança alimentar do cardápio Mc Donald's também são reconhecidos internacionalmente. Dos ingredientes rigorosamente selecionados á rapidez e cortesia no atendimento, da limpeza nas instalações aos cuidados com a decoração do ambiente, tudo é concebido para proporcionar uma refeição saborosa, nutritiva e em todos os sentidos, agradável.

Em 2006, o Mc Donald's deu início a uma verdadeira revolução em seu conceito: depois de pesadas críticas quanto aos malefícios de suas refeições, a preocupação da rede passou a ser oferecer um cardápio mais saudável e menos calórico a seus consumidores. O cardápio passou a conter opções de alimentos mais saudáveis como saladas, frango e outros itens frescos. Em Março todas as embalagens dos produtos passaram a conter informações nutricionais. Em 2009 foram abertos 102 pontos de vendas no Brasil, sendo uma média de duas unidades abertas por semana. Hoje se atua em 143 cidades brasileiras, atendendo 1,6 Milhões de clientes por dia.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

O Mc Donald's tem focado sua estratégia em ampliar seu público, sem perder o foco na família e nas crianças, que são os principais targets da rede. O executivo Roberto Gnyppek, o consumidor tem arriscado menos e procurando produtos que sabe que vão valer o valor do reembolso e isso tem sido um diferencial da rede.

A rede tem apresentado um cardápio cada vez mais variado, com produtos novos e extensões. A estratégia visa sempre gerar experiências distintas para o consumidor que gosta desses produtos.

O posicionamento estratégico é diferente de tudo o que tem observado no mercado. Enquanto todo mundo está falando de preços para atrair o cliente, o Mc Donald's fala de valor agregado. Oferecendo experiência e porções que valem o preço que é praticado. A preocupação do Mc Donald's é conseguir uma boa equação de valor para o consumidor, com produtos únicos e relevantes.

Mesmo com todo esse cenário, o Mc Donald's tem conseguido avançar no mercado, crescendo em share, muito por conta desse posicionamento. Claro que a rede tem propostas de preço atrativas, mas não ancorados em preço, porque isso não gera fidelização.

Benefícios do negócio:

-Foco do negócio em velocidade (administração criada por Fayol).

- Velocidade, preços baixos e volumes elevados.
- Cardápio reduzido de 25 itens para 9 itens(principalmente hambúrgueres)
- Introdução de conceitos ligados á linha de produção nos restaurantes.
- Substituição de louças e talheres por sacos de papel.
- Novo segmento de mercado,entre outros.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A comunicação corporativa do Mc Donald's no Brasil é o fruto de planejamento, ousadia, humildade e coragem para abraçar o risco, além também da existência de executivos inovadores e digitalmente sociais, que estão no comando da empresa no País.

A força de trabalho da Arcos Dorados- É formada por aproximadamente 50 mil funcionários, sendo que a maioria são jovens com idade variando de 16 a 24 anos.

Estratégia singular para a comunicação interna- Todas as informações circulantes na comunicação interna devem ser encaradas como comunicação externa, partindo do princípio de qualquer conteúdo pode escapar das fronteiras da empresa.

Simplificação da mensagem em três grandes pilares: Valorização das pessoas, qualidade do produto, experiência dos clientes.

Fatores internos e externos

Forças: Empresa tradicional

- Hambúguer University
- Padronização-manuais
- Comida rápida e prática com qualidade
- Localização
- Oportunidades de crescimento profissional
- Especialização dos funcionários

Marca

Fraquezas: Alta rotatividade dos funcionários, colaboradores vistos como máquinas, alto teor calórico na alimentação .

Oportunidades: Inovação de produtos, campanhas sociais, novas lojas no interior do Brasil .

Ameaças: Globalização, tendências demográficas, concorrentes, identificação da marca com valores norte americanos, desinteresse dos consumidores, faixa etária da população.

4. CONCLUSÃO

Neste trabalho de PI, falei sobre a Arcos Dourados Comércio de Alimentos Ltda que é a maior cadeia mundial de restaurantes fast food de hambúrgueres, foi abordado os assuntos de cada tema que vi nas aulas, falei sobre os fundamentos da economia, o produto interno bruto(PIB), desenvolvimento e crescimento, fundamentos da administração, ambiente organizacional e o mercado externo. Houve um pouco de dificuldade em relação ao mercado externo, demais tópicos foi super tranquilo.

REFERÊNCIAS

<https://www.parmais.com.br/blog/atual-situacao-economia-do-brasil/>

https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/pdfs/conjuntura/200305_cc_46_pi_b.pdf

<https://epocanegocios.globo.com/economia/noticia/2020/03/quais-medidas-ja-foram-tomadas-pelo-governo-brasileiro-em-reacao-impacto-economico-do-coronavirus.html>

<https://www.trabalhogratico.com/outras/diversos/teoria-clonica-da-administracao-caso-mcdonalds-103297>

www.propmark.com.br

<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/tudo-sobre-o-mcdonalds/11178/>

www.meioemensagem.com.br

ANEXOS



