



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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
<Pizza na Roça>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2020

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
<PIZZA NA ROÇA>

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTE:

Walison Melo Da Silva, RA: 1012019100336

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2020

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
Análises feitas a partir do 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.....	8
4. CONCLUSÃO.....	12
REFERÊNCIAS.....	13
ANEXOS.....	14

1. INTRODUÇÃO

Devido à globalização, é de suma importância que toda empresa necessite para se manter no mercado, conhecer fatores da economia e como estes afetam as atividades da empresa. Faz-se essencial que os gestores estejam atentos às alterações ocorridas no ambiente externo de suas organizações, sempre tentando prever contextos futuros e adaptar-se antes que seja tarde demais, evitando situações como a entropia.

O propósito desse projeto é realizar uma análise sobre alguns fatores da economia tais como: O PIB, o Desenvolvimento e Crescimento; Ambiente Organizacional e O Mercado Externo; e como afetam as atividades da empresa positivamente e negativamente.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Pizza na Roça, fundada em 19 de junho de 2003, é uma microempresa que trabalha no ramo de alimentação, inscrita no CNPJ 306135840001-31, enquadrada no regime tributário “Simples Nacional”, classificada como Sistema Aberto, com uma média de 11 (onze) funcionários, situada no endereço Vicinal Manoel Lorca Km 4, S/N, Caconde-SP.

Por ser em uma cidade do interior, iniciou suas atividades em um espaço o tanto quanto pequeno, numa área de 87m², com uma produção de pizza apenas para familiares, e amigos mais próximos, gerando em torno de 30-40 pizzas por fim de semana. Em 2008, 5 anos depois, Pizza na Roça, participou de uma Copa Brasileira de Pizzarias, mais precisamente a II Copa Brasileira de Pizzarias, se consagrando a vencedora e ganhando o título de “Melhor Pizza do Brasil”..

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Foi em meados do século XVIII que surgiram as primeiras teorias, que permitiram a economia ser reconhecida como ciência. O responsável por isso foi o britânico Adam Smith, por meio de sua obra “A Riqueza das nações”.

A economia é uma ciência social que estuda o processo de produção, distribuição, acumulação e consumo de bens e serviços nas sociedades. Isso significa que é uma área que se preocupa em como os bens e serviços são produzidos, utilizando recursos escassos e procurando maximizar a satisfação dos agentes econômicos, considerando que as suas necessidades são ilimitadas e insaciáveis.

A economia se resume na análise das tomadas de decisões de consumo, produção e alocação dos recursos, considerando que os recursos são escassos, ou seja, se encontram de forma limitada. Indispensáveis a vida humana.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano.

O PIB do Brasil em 2019, por exemplo, foi de R\$ 7,3 trilhões.

Análises feitas a partir do PIB

A partir da performance do PIB, pode-se fazer várias análises, tais como:

- Traçar a evolução do PIB no tempo, comparando seu desempenho ano a ano;
- Fazer comparações internacionais sobre o tamanho das economias dos diversos países;

- Analisar o PIB per capita (divisão do PIB pelo número de habitantes), que mede quanto do PIB caberia a cada indivíduo de um país se todos recebessem partes iguais, entre outros estudos.
 - O PIB é, contudo, apenas um indicador síntese de uma economia. Ele ajuda a compreender um país, mas não expressa importantes fatores, como distribuição de renda, qualidade de vida, educação e saúde. Um país tanto pode ter um PIB pequeno e ostentar um altíssimo padrão de vida, como registrar um PIB alto e apresentar um padrão de vida relativamente baixo.
 - O governo aumentou a projeção para o crescimento da economia em 2019. A estimativa do Produto Interno Bruto (PIB, soma de todos os bens e serviços produzidos no país), foi revisada de 0,85% para 0,90%.

Para 2020, a previsão é que o PIB tenha expansão de 2,32%, ante a previsão anterior de 2,17%. Para os três anos seguintes, a estimativa é 2,50%.

Essas estimativas estão no Boletim Macrofiscal da Secretaria de Política Econômica (SPE) do Ministério da Economia,

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

O crescimento econômico acontece quando ocorre um aumento da produção e consumo de bens e serviços. Esse aumento pode ser medido através de índices como o Produto Interno Bruto (PIB) ou Produto Nacional Bruto (PNB).

Para que seja possível alcançar o crescimento econômico, a economia deve apresentar um resultado integrado, consistindo em um aumento desde os setores primários, passando pelos secundários até os terciários.

Já o desenvolvimento econômico afeta a qualidade de vida da sociedade e é possível medir por meio de indicadores como a educação, saúde, renda, pobreza, entre outros. Atualmente o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é o índice mais explorado para realizar comparações de desenvolvimento de diferentes economias e períodos.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

É fato dizer que o mundo está em constante transformação e evolução. A globalização modificou a sociedade, influenciando nas estruturas sociais, econômicas e políticas. Assim, as organizações necessitam adaptar-se ao novo ritmo do mercado rapidamente, para que consigam sobreviver e dar continuidade aos seus negócios.

A empresa Pizza na Roça, classificada como um sistema aberto, enfrenta nos 16 anos de portas abertas, as influências do ambiente externo. Para se manter em atividade, embora a pizza seja o carro-chefe, constantemente o proprietário acrescenta opções variáveis, como: restaurante, delivery, eventos, sushi, menu degustação, e ultimamente, as pizzas pré-assadas.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Muitas são as vantagens da exportação para as empresas. Souza considera que “a atividade de exportação é uma alternativa de desenvolvimento de determinada empresa”.

Diversificação de mercados

A estratégia de destinar uma parcela de sua produção para o mercado interno e outra para o mercado externo permite que a empresa amplie sua base/carteira de clientes, o que significa correr menos riscos, pois, quanto maior o número de mercados ela atingir, menos dependente ela será. A diversificação de mercado permite, ainda, que a sazonalidade do produto seja eliminada, isto é, uma empresa que fabrica produtos voltados para o clima frio, poderá produzi-los o

ano inteiro, porque terá diferentes mercados onde vendê-los, e não dependerá somente das estações nacionais. (MDIC, 2012)

o aumento da produtividade

Quando uma empresa começa a exportar, sua produção aumenta numérica e qualitativamente. Isso ocorre devido à redução da capacidade ociosa existente, que é obtida por meio da revisão dos processos produtivos. Com o aumento da produção, naturalmente, aumenta também a capacidade de negociação para a compra de matéria-prima. Com isso, o custo da fabricação das mercadorias tende a diminuir, tornando-as mais competitivas e aumentando a margem de lucro. (MDIC, 2012)

Melhora da qualidade do produto

Outra vantagem bastante perceptível é a melhoria da qualidade do produto. Esta também tende a aumentar, pois a empresa tem que adaptá-lo às exigências do mercado ao qual se destina, o que a obriga a aperfeiçoá-lo. Ao ingressarem no mercado internacional, as empresas adquirem tecnologia, pois os países desenvolvidos exigem dos seus fornecedores normas e procedimentos que, com o tempo, são internalizadas e passam a ser rotineiras e, assim, todos os seus negócios posteriores com o exterior, ou com o mercado interno serão feitos dentro dessas normas. A interação com novos mercados propicia o acesso a novas tecnologias. As empresas exportadoras passam a adotar programas de qualidade e a desenvolver testes em seus produtos, passando a implantar mecanismos que garantam sua qualidade, para evitar problemas com os importadores, e até uma possível devolução da mercadoria. (MDIC, 2012)

Diminuição da carga tributária

As empresas que exportam podem utilizar mecanismos que contribuem para uma diminuição dos tributos que normalmente são devidos nas operações no mercado interno, são chamados de incentivos fiscais. Os incentivos fiscais são

benefícios destinados a eliminar os tributos incidentes sobre os produtos nas operações normais de mercado interno. Quando se trata de uma exportação, é importante que o produto possa alcançar o mercado internacional em condições de competir em preço e, por isso, ela pode compensar o recolhimento dos impostos internos [...] como o IPI, ICMS, COFINS, PIS e o IOF. (MDIC, 2012)

Melhoria da empresa

Geralmente, quando uma empresa passa a exportar ela obtém melhoras significativas, tanto dentro da empresa (novos padrões gerenciais, novas tecnologias, novas formas de gestão, qualificação da mão-de-obra, agregação de valor à marca) quanto fora (melhoria da imagem: frente a clientes, fornecedores e concorrentes). Ao tornar-se uma empresa exportadora, a sua imagem muda. O seu nome e a sua marca passam a ser uma referência em relação à concorrência, e ela passa a ser vista como uma empresa de produtos de qualidade. Os compradores no exterior são bastante exigentes, e tanto os clientes quanto os fornecedores sabem que a empresa que está exportando consegue colocar seus produtos no exterior graças ao seu esforço em se tornar mais competitiva. A empresa passa a gerar novos empregos, devido ao aumento da produção, e os funcionários passam a sentir orgulho de trabalhar em uma empresa que exporta seus produtos. (MDIC, 2012)

Burocracia

As empresas exportadoras reclamam mais da burocracia (39%) do que as não exportadoras (34%), apesar dos dois grupos reclamarem do excesso.

Sistema tributário

O sistema tributário brasileiro atrapalha a expansão para 31% das exportadoras e a iniciativa de começar para 24% das que não venderam para o exterior no último ano.

Infraestrutura de transporte

Uma em cada quatro empresas diz que a infraestrutura do país prejudica a

logística para exportar. Entre os que não exportaram, 7% dizem que esse foi um impeditivo.

Taxa de câmbio

Para 22% dos que já vendem para o exterior, o câmbio não favoreceu as exportações. Dos que não venderam, 9% disseram que foi um problema para iniciar.

Barreiras tarifárias e não tarifárias

O excesso de barreiras atrapalharam 20% dos que já exportam e intimidaram 8% dos que ainda não começaram.

Financiamento para exportação

Dos exportadores, 18% disseram que foi um problema nos últimos 12 meses. A dificuldade de obter o recurso foi apontada por 8% dos que não exportaram.

Adequação de produto e processo produtivo para atender às demandas de compradores

Esse problema afetou mais os não exportadores do que os exportadores. Os que ainda não vendem para o exterior e que a apontaram foram 20% do total, contra 16% dos que já exportam.

Falta de informação de mercados potenciais

A falta de conhecimento do mercado foi um impeditivo para 16% começarem a exportar. Dos que vendem, 12% reclamaram.

Escala de produção

Enquanto 11% dos exportadores reclamaram da escala de produção, 12% dos que não exportam citaram como um problema.

Trabalhador qualificado

A falta de trabalhador qualificada foi apontada por 4% dos exportadores e por 3% dos não exportadores.

4. CONCLUSÃO

Empresa de pequeno porte, situada em uma cidade do interior de São Paulo, atendendo há 16 anos. Independente do seu tamanho, seja ela, pequeno, médio ou grande porte, as empresas enfrentam as influências do mercado externo. Para se manter ativo, o proprietário deve buscar constantemente estar aberto às novas tendências, às novas tecnologias e à satisfação dos clientes. Por isso a importância de conhecer os fatores da economia para bem administrar.

REFERÊNCIAS

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

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-11/governo-aumenta-projecao-de-crescimento-do-pib-para-090>

<http://www.economia.gov.br/central-de-conteudos/publicacoes/boletim-macrofiscal/2019/boletim-macrofiscal-novembro19-final.pdf>

<https://comercioexteriorintensivo.wordpress.com/2013/02/23/as-vantagens-da-exportacao-para-as-empresas/>

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

ANEXOS