



UNIFEOB

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

**DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL**

EUDORA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
ADMINISTRAÇÃO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS
TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS
PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL
EUDORA

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

Cecília Tiekko Gibo, RA 1012021100257

Edevania dos Santos Julio, RA 1012021100245

Emily Cunha Destro Moreira, RA 1012021100468

João Vitor de Carvalho Rabelo, RA 101202210031

Maria Renata Ribeiro Braga, RA 1012022201311

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

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)	6
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	8
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	9
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	11
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	12
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	14
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	15
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	16
4. CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS	20
ANEXOS	22

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Integrado em questão, terá como objetivo verificarmos o desenvolvimento empresarial e econômico da empresa Eudora e como elas podem afetar as atividades da empresa. Discutiremos os fundamentos da economia, englobando o Produto Interno Bruto (PIB) e sobre os conceitos de desenvolvimento e crescimento econômico. Abordaremos os fundamentos de administração, sobre o ambiente dentro de uma organização e também sobre o ambiente fora dela, sendo o mercado externo um dos principais pontos para as atividades da empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa estudada é a Eudora, pertencente ao Grupo Boticário, com venda multicanal, tendo portfólio multicategorias com mais de 1000 produtos nas categorias de maquiagem, perfumaria, cabelos , corpo, banho, tratamento facial e acessórios. O Boticário, cuja razão social é O Boticário Franchising S/A, de CNPJ 11.137.051/0001-86. Foi fundada na cidade de Curitiba, no Paraná, no ano de 1977 pelo farmacêutico boliviano Miguel Kringsner. Tem sua sede na cidade de São José dos Pinhais - PR, possuindo inúmeros revendedores e lojas por todo o país e estando presente em outros 10 países, como Estados Unidos da América, Japão e Portugal. Conta ainda com mais de 12 mil colaboradores.

O Boticário é hoje líder no segmento Comércio Varejista de Perfumaria, sendo seus produtos com preços acessíveis, sofisticados e possuindo tecnologia de ponta. São mais de 850 itens, entre maquiagem, perfumaria e cuidados pessoais, como cremes, protetores solares, loções, desodorantes, shampoos, sabonetes, entre outros. No ano de 2021 a empresa obteve um faturamento de R\$ 18,1 bilhões, uma crescente de quase 15% com o ano anterior, onde obteve R\$ 15,7 bilhões, alta de 2,6% em relação a 2019.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

A economia é uma ciência que estuda fenômenos que estão relacionados com a obtenção e a utilização dos recursos materiais necessários ao bem-estar.

O cenário econômico mundial atual se encontra com os dados recentes e de expectativas em uma piora, causados pela inflação alta e persistente, o que gerou nos Estados Unidos e na Europa ciclos de apertos financeiros. Esses problemas se dão por conta dos conflitos que perduram na Ucrânia, causando consequências econômicas, a grave crise no mercado imobiliário, a reversão das políticas fiscais expansionistas face ao recuo da pandemia e à necessidade de combater a inflação. Em consequência, as projeções de crescimento no mundo têm se reduzido de forma substancial.

Com a situação complicada que a economia vem sofrendo a nível mundial, o Brasil está sendo afetado por todo esse problema, porém há uma diferença observada para países emergentes ou desenvolvidos. De acordo com o Banco Central do Brasil, o ciclo de aperto monetário parece ter chegado ao fim, com isso abre-se a discussão para quando a taxa Selic deve ser reduzida.

As projeções do Ipea para o produto interno bruto (PIB) no primeiro semestre de 2022, embora estivessem acima da mediana do mercado, também se revelaram aquém do observado, ensejando a necessidade de revisão das previsões para o ano. Assim, a previsão de crescimento do PIB em 2022 está sendo elevada de 1,8% para 2,8%.

Pela ótica da produção, o crescimento no ano deve ser liderado pelos serviços (3,9%) e pela indústria (1,7%), ao passo que a agropecuária deve apresentar recuo (-1,7%) por conta de dados aquém do esperado e revisões de safras. Pela ótica da despesa, o consumo das famílias deve se expandir em 3,7%, as exportações, em 2,5% e o consumo do governo, em 1%, enquanto o investimento e as importações devem registrar relativa estabilidade (variações de 0,1% e 0,2%).

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.

Todos os países calculam o seu PIB nas suas respectivas moedas. O PIB do Brasil em 2021, por exemplo, foi de R\$8,7 trilhões.

O PIB mede apenas os bens e serviços finais para evitar a dupla contagem. Se um país produz R\$100 de trigo, R\$200 de farinha de trigo e R\$300 de pão, por exemplo, seu PIB será de R\$300, pois os valores da farinha e do trigo já estão embutidos no valor do pão.

Os bens e serviços que compõem o PIB são medidos no preço em que chegam ao consumidor. Dessa forma, levam em consideração também os impostos sobre os produtos comercializados.

O PIB não é o total da riqueza existente em um país. Esse é um equívoco muito comum, pois dá a sensação de que o PIB seria um estoque de valor que existe na economia, como uma espécie de tesouro nacional.

Na realidade, 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 crescimento do PIB está relacionado ao crescimento econômico, 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.

Diferença entre PIB nominal e PIB real:

O PIB nominal corresponde àquele cujo cálculo é feito com base nos preços correntes, portanto, no ano em que o produto final foi produzido e comercializado. O PIB nominal considera que há variações nos preços mediante a inflação ou deflação.

Já o PIB real corresponde àquele cujo cálculo é feito com base nos preços constantes, escolhendo, então, um ano específico e não levando em consideração o efeito da inflação. Portanto, o PIB real é o mais utilizado pelos economistas, pois, ao escolher um ano específico, calcula-se a produção sem muita variação.

As maiores economias do mundo de acordo com o PIB:

Segue a lista de países com os maiores PIBs (real) do mundo, segundo o Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais. os dados estão de acordo com o Fundo Monetário Internacional (2016):

1° Estados Unidos - US\$ 18.569,10 bilhões

2° China - US\$ 11.218,28 bilhões

3° Japão - US\$ 4.938,64 bilhões

4° Alemanha - US\$ 3.466,64 bilhões

5° Reino Unido - US\$ 2.629,19 bilhões

6° França - US\$ 2.463,22 bilhões

7° Índia - US\$ 2.256,40 bilhões

8° Itália - US\$ 1.850,74 bilhões

9° Brasil - US\$ 1.798,62 bilhões

10° Canadá - US\$ 1.529,22 bilhões

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Crescimento e desenvolvimento econômico são termos bem comuns quando o assunto é economia. No entanto, é importante ressaltar que crescimento é diferente de desenvolvimento.

Enquanto o crescimento econômico significa que durante um ou vários períodos, ocorreu um aumento sustentado de uma unidade econômica, o desenvolvimento econômico vai além, impactando diretamente a qualidade de vida das pessoas e a sociedade em geral.

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.

Portanto, crescimento é quando a produção quantitativa cresce, gerando enriquecimento, mas sem necessariamente afetar a melhoria das condições de vida da sociedade.

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.

E o Brasil apesar de ter registrado crescimento do PIB acima da média dos países em 2022, indicando a retomada da economia pós pandemia, outros dados mostram que grande parte da população ainda enfrenta séria crise, demonstrando que o desenvolvimento econômico não acompanha o crescimento econômico, a desigualdade social é evidente, grande parte da população tem renda baixa, padecendo na

precarização e informalidade do mercado de trabalho, os altos preços dos bens e serviços levam ao endividamento, e ainda, grande parte da população depende exclusivamente dos serviços públicos de saúde, educação e de programas de assistência social, serviços deficitários pela escassez de recursos e falta de investimento por parte do governo, ou seja, a grande parte da população não vive bem, apesar do crescimento econômico registrado.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

A origem da palavra administração vem do latim ad que significa direção e o minister seu significado é ministrar, obedecer e subordinar.

O processo administrativo eficiente está ligado ao planejamento, liderança, organização, direção e controle e gestão de recursos a fim de alcançar os objetivos seja de curto a longo prazo.

Uma das características fundamentais no sucesso da administração são a eficiência que compõem a uma gestão ideal de recursos e a eficaz que indica os objetivos a serem concretizados de forma correta e com maior qualidade.

Existem vários tipos de administradores que promove o sucesso organizacional, como por exemplo, os administradores da linha de frente ou o operacional que atua na execução de trabalhos de coordenação outro tipo é o de gerência que ocupa uma posição de intermediário com responsabilidade de gestão, por último é o administrador alta administração responsável por políticas e diretrizes no ambiente de trabalho, por tanto para executar este tipo de tarefa precisa se habilitar em conhecimentos e metodologias específicas, como na habilidade técnica, habilidade interpessoal com capacidade de trabalhar na gestão de pessoas, tendo a necessidade de uma comunicação clara e objetiva principalmente na resolução de conflitos, enfim, o administrador deve ser honesto, ético, verdadeiro, empático, flexível, e principalmente saber trabalhar com diversos talentos e ter visão do futuro embutido no sucesso organizacional, no entanto

para se alcançar os resultados desejados alguns princípios são fundamentais como o princípio do preparo, princípios do controle e o da execução.

Os precursores da administração científica foram Taylor e Fayol, o primeiro com ênfase nas tarefas, objetivando o aumento da produtividade no nível operacional e o segundo contribuiu para a formulação dos atuais processos que envolvem a administração científica.

Os desafios das organizações com atuação no mercado externos são muitos exemplificando aqui alguns dos desafios primordiais e fundamentais na comercialização do mercado exterior são:

- . Capacidade de gestão da firma, pois exige uma escolha estratégica devendo atender as necessidades locais e também no mercado externo atingindo o seu potencial competitivo;

- . Atualização na tecnologia, seus produtos e serviços devem ser tecnologicamente atualizados compatíveis com os seus concorrentes internacionais, modernizando seus processos produtivos com o aumento na produtividade e na competitividade;

- . Adequação do produto no mercado externo e nas normas e certificações;

- . Adequação nas vendas e produções, pois os pagamentos e as logísticas são bem complexos;

- . Controle de qualidade;

- . Como a organização vai embalar e transportar seus produtos com eficiência;

- . Conhecer a burocracia e a legislação do mercado alvo na comercialização exterior;

- . Pensar na distribuição, na assistência e pós venda no país comprador;

- . Promoção comercial.

Esses são alguns dos desafios enfrentados pelas empresas que desejam atingir o mercado externo. No entanto os gestores deverão saber que os processos deste tipo de investimento terão retorno ao longo prazo, portanto todos esses desafios tem que levar em conta estudando minuciosamente a cada um se valerá a pena investir grandemente nesse tipo de mercado.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A atual conjuntura contemporânea e global exige que os seus administradores sejam atualizados e flexíveis a mudanças, pois o mercado externo impacta diretamente no gerenciamento da organização no modo geral, passando a exigir dos gestores maior agilidade e cultura em termos de globalização, estando portanto atentos às transformações globais, visto que clientes, fornecedores, stakeholders, concorrentes, legislações, situações econômicas e políticas interferem diretamente no processo de gerenciamento do negócio e seus gerente por sua vez, deverá identificar as ameaças e as oportunidades que o mercado externo promove, nao se pode descartar os avanços tecnológicos promovido por este tipo de mercado, se adequando às necessidades exigidas do mercado exterior, tendo empatia e motivação para com os seus colaboradores que são peças chaves da instituição.

Os gerentes deverão se capacitar em diversas áreas do conhecimento, representando os interesses da empresa, incentivar e motivar seus colaboradores a se dedicar e contribuir no desenvolvimento da mesma.

As constantes mudanças que acontece no mundo corporativo globalizado influência no gerenciamento da organização, o mercado está cada vez mais exigentes, com isso alguns fatores precisam ser trabalhados, como por exemplo, investir no seus colaboradores, oferecendo melhores condições humanas de trabalho, implantando novas estratégias de treinamentos , de motivação, melhorias no salários, seus funcionários devem se sentir, valorizados e importantes pra mesma isso deve ser bem claros, a comunicação deve ser clara, empática e interativa da gerência e em todas áreas que envolve a empresa.

O objeto da pesquisa desse projeto é a empresa brasileira de cosmético do grupo boticário Eudora Ltda que tem o sistema de mercado aberto que importa e exporta para diversos países, preocupada também com o meio interno externo, desenvolve em tecnologia no seus produtos, no seu espaço onde produz a suas mercadorias, compra matéria prima de fornecedores conscientes, incentiva os seus colaboradores, estando atentos às necessidades de cada um, solucionando os conflitos, estando atento às mudanças, as ameaças e as oportunidades que este tipo de mercado traz, com isso se tornou uma corporação de sucesso e solidificada no mundo globalizado.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Enquanto algumas marcas de beleza buscam alcançar o público mais jovem e seguir as últimas tendências, a Eudora encontrou seu lugar em um mercado mais maduro, com a marca voltada a mulheres que trabalham ou empreendem.

Seu faturamento alcançou 1 bilhão de reais em 2018. É a segunda maior marca do Grupo Boticário, maior rede de franquias do Brasil, e a que mais cresce.

Criada em 2011, a marca faz parte do Grupo Boticário e atualmente conta com mais de 65 lojas físicas e nove quiosques, somando mais de 80 pontos de venda no país. Os produtos da marca são comercializados por meio de venda direta, lojas próprias, quiosques e e-commerce. A Eudora tem lojas nos estados de Minas Gerais, Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro. Atualmente não possui nenhuma loja no mercado externo.

Do Grupo Boticário, apenas a marca O Boticário possui lojas no exterior. A equipe deve verificar se a empresa escolhida para o projeto realiza atividades junto ao mercado externo.

Caso se instale em outro país, pode-se citar como benefícios o aumento da marca e por concentrar seu foco no público mais adulto e sem seguir muitas tendências atuais, assim como a maioria das marcas fazem, acredita-se que o sucesso é garantido, pois atinge um

mercado sem muitas opções e que se torna cada vez mais esquecido, porém que possui grande poder de compra.

Porém, por ser do mesmo grupo que a empresa O Boticário, pode ser que o valor de investimento inicial e que deverá ser mantido, não valerá muito a pena. Por isso, um grande estudo de público deverá ser realizado e analisar-se quais países estratégicos teriam um público maior e mais interessado.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

Um tema cada vez mais presente no dia a dia das pessoas, e que toca cada um de modos diferentes. Uns a leva o tema da diversidade de forma mais romântica, que acha que não existe mais o preconceito e outros de modo mais dramático que enxerga como um problema na sociedade, que não tem mais jeito.

Nos últimos anos, o assunto sobre diversidade vem sendo cada dia mais falado e ensinado nas escolas, lares e nas grandes empresas, mas ainda é uma grande barreira para a sociedade em geral lidar com: gênero, raça, valores, religião, expressão da sexualidade, ritmos de aprendizagem, configurações familiares, mulheres em cargos de liderança e etc.

Padrões culturais altamente definidos, pela sociedade, pelas redes sociais, televisão, família, amigos e etc. Faz pessoas se sentirem diferentes ou fora do padrão, podendo trazer a doença do século, que é a ansiedade seguida da depressão.

Muitas marcas e empresas famosas já vem mudando isso, para mostrar que está tudo bem ser do seu jeito e que isso não te faz uma pessoa melhor ou pior ou melhor e sim única, que não é necessário ser igual alguém para se encaixar na comunidade. Onde a diferença só nos faz pessoas únicas, que não existe ninguém igual a ninguém.

Nas empresas estão implementando pautas para conhecimento e ensinamento de como é bonita a diversidade, e como lidar com as situações no meio corporativo, principalmente em um país como Brasil que é totalmente diverso em suas culturas, por mais que na vida real todos nós temos medos de ser aceitos, por situações que estão fixadas nas nossas ilhas de referência de vida. Algumas empresas já tem disponível em seu recursos humanos, um canal para denúncias, caso se sinta coagido por alguma situação que venha ocorrer durante a sua jornada de trabalho.

Mas ainda tem um grande desafio a vencer diversidade, principalmente no Brasil, muitos indivíduos não denunciam e não sabem como lidar com as diferenças, muitas das vezes se oprime ou até mesmo usa dos meios de estética para mudar alguma característica física para pertencer a um padrão. Ou se coloca na posição de não merecimento por alguma imposição na sociedade.

Hoje temos muitos meios disponíveis para conhecimento de como lidar com algumas situações que podemos passar, como até mesmo é usado muito a questão do autoconhecimento, não só para aprender sobre você, mas aprender a lidar com algumas

situações que podem mexer com o próximo. Lidar como cada pessoa é única e que as escolhas que ela toma não a define com seu julgamento.

O cuidado com os gestos e de como se trata ou se refere ao outro também é uma forma de lidar com a diversidade.

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

Multiculturalismo e identidade, pode ser um defino um conjunto de estudos, que se estuda e compreende as questões das sociedades multiculturais como o brasil, são povos diversos em cultura e étnicas distintas, vivendo em uma só sociedade. Ele surgiu junto com a luta do movimento negro nos Estados Unidos, na década de 60, com temas como: pós colonismo, a identidade a cultura os direitos a minoria e a diversidade.

O multiculturalismo é uma política identitária, que provê os interesses de determinados grupos da sociedade, como os que têm vulnerabilidade social, acontece no fortalecimento dos interesses sociais.

A identidade cultural que diz quem nós somos diante de determinado grupo social que escolhemos durante a vida podendo alterar essa identidade.

No Brasil isso é bem visto, pois além das nossas culturas, temos muitos imigrantes vindo viver em nosso país, que talvez tenha visto com um olhar do que é passado na mídia e quando está vivendo aqui vê a real situação no país, podendo se sentir excluídas.

Diversidade Cultural e Étnico – raciais, os indivíduos têm a genética semelhantes, podemos ter genes diferentes que se associa a aparência física e cor de pele sobre uma influência nos ambientes, o que nos diferencia segundo etnologia são os costumes a cultura que está inserido durante o logo da vida, é nossa herança cultural e não nossa cor. O que se defende é a luta política e econômica pelos privilégios e oportunidades iguais. É preciso exigir aprender mais sobre essa desigualdade que ainda

acontece muito no Brasil, trazendo mais construção do assunto nos meios de aprendizagem. Nós meio corporativo poderia ter uma meta de inclusão em diversos cargos, principalmente de liderança.

Gênero e Diversidade, segunda a constituição brasileira homens e mulheres tem direitos iguais, não é biológico é algo social e é construído por ser humanos ao longo do tempo, começando pelo movimento feminista lá em 1960, onde o machismo era dominante. Isso já mudou muito a longo do tempo, mas ainda há muita barreira ser derrubada, seja com a mulher com multifuncionalidades e um salário menor e menos cargos de liderança, e na inclusão de identidade que não se idêntica com o gênero que nasceu, e encontra ainda muita dificuldade de se inserir na sociedade e nas empresas.

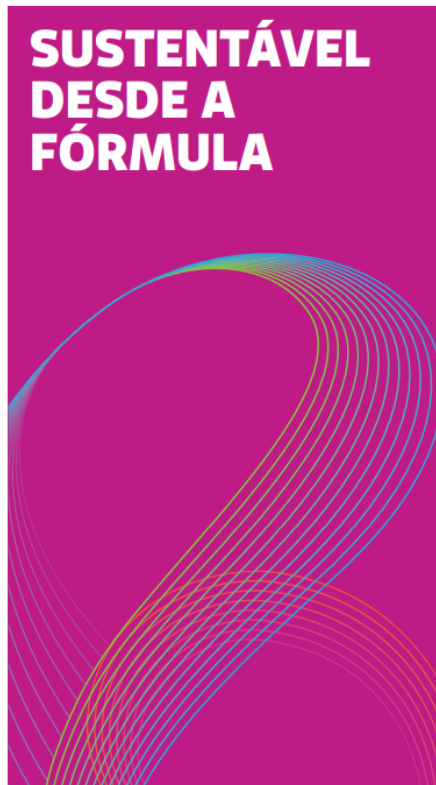
Cultura religiosa no Brasil, a uma grande e rica diversidade religiosa no Brasil, consequência de uma grande miscigenação cultural, que ocorreu ao longo dos processos de migração no país, mas ainda mantendo dominante o catolicismo, vindo da colonização do Portugal e foi a religião oficial do Brasil até 1890. Onde depois dessa época podendo se fazer encontros de cultos de outras religiões, são garantidas na lei, onde possui a liberdade de seguir uma religião ou não seguir nenhuma outra. Mas ainda sofrendo muitos preconceitos em outras religiões ao não ser católica.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

É notório que muitas pessoas não possuem noções básicas de economia e administração de seus próprios bens, ou até possuem mas não sabem como aplicar e obter resultados positivos. Dentro de empresas, para que a organização tenha bons resultados, lucros e crescimento constante, é preciso que haja uma boa administração e líderes competentes para manterem as empresas “na linha” e sempre para frente.

A economia é uma ciência que estuda fenômenos que estão relacionados com a obtenção e a utilização dos recursos materiais necessários ao bem-estar. A Eudora, por se tratar de uma empresa de cosméticos (maquiagens e perfumes), gera interesse em

seus consumidores, em saber a forma de teste utilizada, porém, a Eudora nunca testou em animais e, além das maquiagens, todos os seus produtos são cruelty free. A marca também usa organs-on-chip para a fabricação de seu portfólio, um chip tridimensional que simula as condições de uso dos produtos em órgãos humanos. Parece algo irrelevante, mas é um ponto que muitas vezes gera interesse ou desinteresse em seu público alvo.



Produtos
68%
dos produtos
com atributos de
sustentabilidade
em 2018



Condicionador da linha
Siage Expert
Embalagens com
plástico vegetal

O grupo Boticário, também possui um sistema onde após o fim do produto, o consumidor realiza o descarte da embalagem em uma das lojas do grupo (Eudora, Quem Disse, Berenice? ou O Boticário) e essa embalagem terá o processo de reciclagem correto e com menos impactos ambientais possíveis.



Eudora

Comunicação do programa de retorno de embalagens Chega Lá e Recicla nos Espaços da Representante e nos principais canais de comunicação para as representantes da marca. A mensagem também foi reforçada nas sacolas de compras dos pontos de venda e nos e-mails marketing. Sustentabilidade foi tema em plenária, ativações e pontos de contato do Encontro Nacional da Força de Vendas de Eudora.

A empresa também possui um grande incentivo à diversidade e não possui padrões de públicos, incentivando e apoiando todos, de todos os grupos. Seja como gênero, cor, raça, etnia, portadores de deficiência, etc.

Desde a composição das equipes, das fábricas, vendas, inclusão de gestores e colaboradores, campanhas publicitárias, ou seja, todas as etapas refletem a crença de que, sendo quem são, as pessoas conseguem ser mais íntegras, produtivas e felizes. A marca adota a ideia de que é necessário existir a diversidade dentro do seu time, para refletir a mesma diversidade que representa seus produtos e sua marca.



4. CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos o desenvolvimento econômico e empresarial e podemos concluir que enquanto o crescimento econômico significa que durante um ou vários períodos, ocorreu um aumento sustentado de uma unidade econômica, o desenvolvimento econômico vai além, impactando diretamente a qualidade de vida das pessoas e a sociedade em geral.

Este trabalho foi de extrema importância para nosso conhecimento, pois como vimos acima, tal desenvolvimento é capaz de gerar riquezas e melhoria na qualidade de vida da população de uma região, enquanto contribui para o equilíbrio social e o respeito ao meio ambiente. Com isso a participação social nas organizações da comunidade e da sociedade pode ampliar o acesso das classes mais populares aos atos de gestão e solução dos problemas econômico-sociais, contribuir para o desenvolvimento da sociedade civil e assegurar o fortalecimento dos mecanismos democráticos para a construção de um modelo de sociedade mais inclusiva.

Nesta mesma ideia o desenvolvimento empresarial tem sua importância, uma vez que é parte da cultura de valorização dos funcionários, importante não só para o crescimento da organização, mas também para a retenção de talentos. As coisas mudam o tempo todo, há grandes volumes de informação e o nível de tecnologia está altíssimo.

REFERÊNCIAS

Brasil apresenta dados de retomada econômica ao G20. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-10/brasil-apresenta-dados-de-retomada-economica-ao-g20>>. Acesso em: 16 de novembro de 2022.

Brasil Escola, O que é o PIB. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-e-pib.htm>>. Acesso em: 22 novembro de 2022.

Casa da Consultoria. Disponível em: <<https://casadaconsultoria.com.br>>. Acesso em: 16 de novembro de 2022.

COSTA, R. R. DA. Visão Geral da Conjuntura . Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/2022/09/visao-geral-da-conjuntura-16/>>. Acesso em 26 de novembro de 2022.

Crescimento e desenvolvimento econômico: Guia completo para você saber tudo sobre o assunto Disponível em: <<https://capitalresearch.com.br/blog/crescimento-e-desenvolvimento-economico/>>. Acesso em: 15 de novembro de 2022.

Diversidades, Diversidade de gênero. Disponível em: <<https://youtu.be/DDOmz75mfDs>> - Acesso em: 25 de novembro de 2022.

Diversidade e inclusão: conviver transforma | Viviane de Araújo | TEDxBalneárioBarraDoSul. Disponível em: <https://youtu.be/K4_PEHfZqJA>. Acesso em: 25 de novembro de 2022.

Diversidade e inclusão: conviver transforma | Viviane de Araújo | TEDxBalneárioBarraDoSul. Disponível em: <https://youtu.be/K4_PEHfZqJA>. Acesso em: 25 de novembro de 2022.

Diversidade: o que é e como colocá-la em prática? - eCycle. Disponível em:
<<https://www.ecycle.com.br/diversidade/>>. Acesso em: 25 de novembro de 2022.

Eudora, Sustentabilidade. Disponível em:
<<https://www.eudora.com.br/sustentabilidade/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2022.

IBGE, Produto interno Bruto - PIB. Disponível em:
<<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>>. Acesso em 23 de novembro de 2022.

Movimento #DiversaBeleza. Disponível em:
<<https://www.grupoboticario.com.br/noticias/movimento-diversa-beleza/>>. Acesso em:
28 nov. 2022.

ANEXOS