

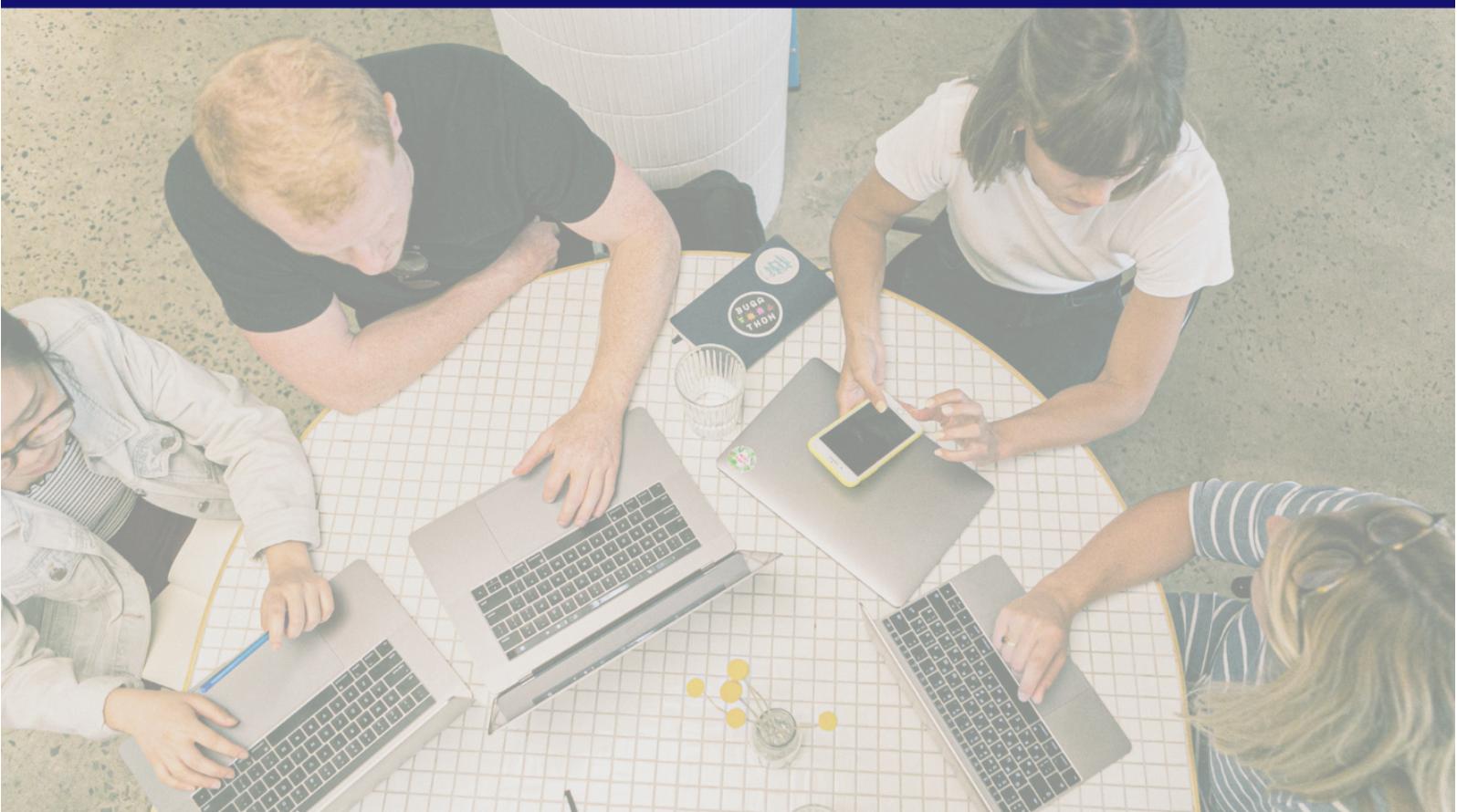


UNifeob
| ESCOLA DE NEGÓCIOS



2023

PROJETO INTEGRADO



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

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
TENDÊNCIAS E DESAFIOS DO AGRONEGÓCIO
NUTRIPAL RACOES LTDA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2023

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

**PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
TENDÊNCIAS E DESAFIOS DO AGRONEGÓCIO
NUTRIPAL RACOES LTDA**

MÓDULO DE GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

Agronegócios – Prof. Antonio Donizeti Fortes

Finanças Corporativas – Prof. Danilo Morais Doval

Gestão de Passivos Trabalhistas – Prof. Marcelo Ferreira Siqueira

Métodos Quantitativos e Estatística Aplicada – Prof. Thiago Nogueira

Projeto de Gestão do Agronegócio – Prof^ª. Ana Carolina Maldonado Matos

Estudantes:

Alan Nascimento Maia, RA 22000198

Alexandre Medeiros Guilherme, RA 22000928

Carlos Varise Zambelli, RA 2200196

Evandro Elizeu Junior, RA 22000945

Ítalo Mendes Cardozo, RA 22001414

Lucas Felipe da Silva, RA 22000204

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO 2023

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	5
2	DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3	PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL	8
3.1	AGRONEGÓCIOS	8
3.1.1	ANÁLISE DAS ATIVIDADES DO AGRONEGÓCIO	9
3.1.2	PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE	9
3.2	FINANÇAS CORPORATIVAS	10
3.2.1	CAPITAL DE GIRO	10
3.2.2	INDICADORES DE LIQUIDEZ	12
3.3	GESTÃO DE PASSIVOS TRABALHISTAS	13
3.3.1	PASSIVOS TRABALHISTAS	14
3.3.2	GERENCIAMENTO DE PASSIVOS TRABALHISTAS	14
3.3.3	IDENTIFICAÇÃO DOS SUJEITOS DA RELAÇÃO DE EMPREGO	14
3.4	MÉTODOS QUANTITATIVOS E ESTATÍSTICA APLICADA	15
3.4.1	DEFINIÇÃO DE ESCOPO	16
3.4.2	OBTENÇÃO DE DADOS	16
3.4.3	GERAÇÃO DE INFORMAÇÕES	17
3.5	CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: ENFRENTANDO ESTEREÓTIPOS	19
3.5.1	ENFRENTANDO ESTEREÓTIPOS	20
3.5.2	ESTUDANTES NA PRÁTICA	22
4	CONCLUSÃO	23
	REFERÊNCIAS	24

1 INTRODUÇÃO

Com base nas aulas ministradas no módulo de gestão de agronegócios, o grupo teve o objetivo de uma elaboração da estrutura financeira e das principais atividades da empresa Purina Nutripal Rações, no objetivo da criação de um projeto de consultoria.

Para esse semestre o projeto tem o nome de: “Tendências e Desafios do Agronegócio”. Uma vez que, o agronegócio é um setor fundamental da economia que engloba todas as atividades relacionadas à produção, processamento e distribuição de alimentos. Ele desempenha um papel crucial na alimentação da população global e no fornecimento de matérias-primas para diversas indústrias. Além disso, o agronegócio é uma fonte significativa de empregos em áreas rurais e desempenha um papel importante na estabilidade econômica de muitos países.

Através disso, os conteúdos foram:

Agronegócio: Por estar em alta na região de São João da Boa Vista, e no Brasil o agro gera muito emprego e movimentação a economia, portanto vai ser trabalhado a sustentabilidade e a importância do agronegócio.

Finanças corporativas: Desempenham um papel vital na garantia da saúde financeira e no apoio ao crescimento sustentável. Ao concentrar-se em decisões estratégicas relacionadas a investimentos, financiamento e gestão de ativos, a equipe busca otimizar a alocação de recursos, equilibrando eficazmente os aspectos de risco e retorno. Isso não apenas fortalece a posição financeira da empresa, mas também contribui para uma entrega consistente de produtos de alta qualidade, refletindo o compromisso contínuo com a excelência e a satisfação do cliente.

Gestão de passivos trabalhistas: O objetivo dessa unidade é o conhecimento e a importância das leis trabalhistas no ambiente de trabalho, para tanto, é necessário analisar na Nutripal suas responsabilidades, e verificar se há possíveis passivos trabalhistas.

Métodos Quantitativos e Estatística Aplicadas: A unidade tem como missão principal ajudar na análise e interpretação de dados, permitindo tomar decisões informadas, identificar padrões, fazer previsões e avaliar a significância estatística de resultados. Em resumo, esses métodos fornecem uma base sólida para a tomada de decisões fundamentadas em dados numéricos.

Formação para vida: A unidade trabalhará voltando conhecimentos a sociedade, sabendo de que forma esse trabalho pode contribuir para todos, no meio dela, será trabalhado os esteriótipos e a importância do convívio em comunidade.

Com isso, as matérias estudadas neste semestre tem como objetivo uma visão voltada ao agronegócio que são elas: Agronegócios, Finanças Corporativas, Gestão de passivos trabalhistas, Métodos quantitativos e Estatística aplicada e o conteúdo de Formação para a Vida: enfrentando estereótipos.

Trabalhadas essas ações no projeto o benefício é que a empresa possa ter uma visão mais ampla sobre o seu andamento assim fazendo uma correção quando identificar o seu possível passivo trabalhista, além de investir cada vez mais na sustentabilidade onde é um aspecto que traz benefícios tanto para empresa quanto ao meio ambiente. Ainda, elaborando um projeto através da estatística aplicada por meio de visualização de gráficos de desempenho, assim se tornando cada vez uma empresa mais forte e habilitada para trabalhar no ramo do agronegócio.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Nutripal é uma empresa especializada na venda de produtos alimentícios e vendas de insumos para a melhoria da saúde de animais, sendo eles como pet e também animais do campo e fazendas, além de vendas de produtos voltados ao agronegócio, artigos de pesca e atendimento veterinário. Prestando serviços na cidade de Santa Cruz das Palmeiras há mais de 43 anos.

Como já foi dito na introdução do projeto, foi escolhido a empresa Nutripal Rações LTDA (Purina), que tem seu CNPJ - 54.218.235/0001-83, localizada no endereço - Avenida Constantino Stocco, n - 196, com telefone para contato - (19) 3672-1541 / (19) 99192-1751, e CEP 13652-058, situada na cidade de Santa Cruz das Palmeiras - SP.

Dito isso, a empresa é composta por 2 sócios e 7 funcionários, sendo eles atenciosos e especialistas no cuidado aos animais, para que seu pet possa ter uma melhor experiência ao passar pela purina e os tutores confiança e satisfação pela competência do serviço prestados pela organização.

Com isso, toda empresa tem seus clientes, concorrentes, pontos fracos e pontos fortes, a Nutripal Rações não é diferente, é a purina mais conhecida da cidade, tendo o maior número de clientes, sendo eles donos de pets, pequenos trabalhadores relacionados à agropecuária e profissionais que trabalham com pássaros, chamado de ornitólogos. Além dos produtos veterinários, tem também o serviço da clínica veterinária, caso algum pet precise de cuidados médicos, a empresa proporciona seus devidos cuidados, promovendo o melhor para o animal.

Tudo isso contribui para a sólida reputação e posição de liderança da Nutripal Rações no mercado. Ela se esforça constantemente para melhorar e expandir seus serviços para continuar atendendo às necessidades de seus clientes e oferecer o melhor para os animais de estimação da comunidade.

3 PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL

3.1 AGRONEGÓCIOS

O agronegócio é uma área primordial da economia mundial, responsável por fornecer e abastecer os recursos alimentícios no mundo todo; muitas vezes ele é desvalorizado por pessoas que não entendem sua importância e valor. O Brasil tem papel fundamental no agro mundial, sendo ele um dos maiores produtores e fornecedores de alimentos para o mundo todo, a evolução da tecnologia, clima propício e capacidade empreendedora são alguns dos motivos que fazem com que o país tenha esse lugar de destaque no agro. Destaca-se pela grande exportação de alimentos como: soja, bovinos, café, álcool e açúcar, aves, suínos, algodão, lácteos e frutas; países como China, Estados Unidos e Irã são os principais destinos desses alimentos. São João da Boa Vista e região destacam-se pela produção de produtos como café, batata, uva, laranja, cebola, carne bovina, lácteos entre outros.

O agro possui termos específicos que auxiliam a explicar alguns conceitos em relação a todo o processo até a mesa do consumidor. "Antes da porteira" representa o setor de insumos e bens de produção, importantes no processo inicial de plantio e da criação de animais; fornecendo materiais como: adubos, vacinas, tratores, sementes entre outros. "Dentro da porteira" refere-se ao que é realizado dentro da propriedade rural, do início até o final da produção, até conseguir o produto pronto para comercialização, também envolve a entrada ou saída de animais, produtos ou insumos "Depois da porteira" tem relação com o processo de comercialização dos produtos como, processos de venda, compra, transporte, entre outros até seu destino final que é a mesa do consumidor; agentes econômicos como frigoríficos, agro indústrias, comércios são fundamentais nesse processo.

A sustentabilidade é fundamental para que o agro tenha um seguimento saudável de suas atividades; nesse quesito leis como as que protegem áreas florestais e de preservação são indispensáveis para a saúde do ecossistema, animais e também das pessoas. Segundo Jacob (2003, p. 8), "ponderar sobre o modo como as sociedades se articulam, num cenário maculado pela degradação do ecossistema e todo seu entorno, sugere uma nova proposição em relação a reconstruir os conceitos sobre a educação, e em especial a Educação Ambiental".

A tecnologia também vem sendo muito importante nesse processo, com novos meios de geração de energia, controle de estoque e produção, entre outros. Todo ramo de negócio

ligado ao agronegócio deve se atentar à sustentabilidade não apenas como uma obrigação, mas também como uma maneira de economizar recursos e dinheiro.

3.1.1 ANÁLISE DAS ATIVIDADES DO AGRONEGÓCIO

A empresa Purina-Nutripal Rações é uma empresa comercial voltada para atender principalmente às necessidades de pets e animais domésticos, comercializando produtos como: shampoos, casinhas, arranhadores, aquários, gaiolas entre outros e também claro vários tipos de rações, alpistes e remédios para esses animais. A empresa funciona de segunda a sexta das 8:30 as 18:00 horas e de sábado trabalham até 12:00; eles contam atualmente com 7 funcionários entre eles um veterinário que presta serviço quando solicitado aos clientes, consultando os animais.

De acordo com a logística da Nutripal Rações, os diversos tipos de produtos que se encontram na empresa são voltados para demandas de compras e vendas, onde ela trabalha com a reposição de estoques dependendo da oferta e procura, suprimindo as necessidades dos clientes e o bem estar dos animais. Com isso, seus fornecedores são de diferentes cidades, sempre prezando pela qualidade do produto, como por exemplo, contratando uma equipe profissionalizada para testar em meios de experiências e laboratórios, o que coopera também com a economia regional e condutas para uma boa gestão de qualidade, evitando problemas com a vigilância sanitária e o meio ambiente.

3.1.2 PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE

Sustentabilidade é um conceito que tem como objetivo a conservação e preservação do meio ambiente e dos recursos naturais; ela vem se tornando cada vez mais importante no mundo dos negócios, com a preocupação em relação a atualidade em que se produz em massa utilizando-se muitas vezes de recursos que poluem e prejudicam o meio ambiente. Empresas que se preocupam e procuram aplicar métodos sustentáveis em seu negócio além de preservar o meio e os recursos, geram uma imagem positiva do público e do mercado a sua empresa.

Atualmente a empresa Purina não possui nenhum projeto sustentável. Assim então pensando na economia e em usar recursos naturais que não agridem o meio ambiente, foi pensado que um sistema de energia solar seria muito útil a empresa, pois retiraria uma despesa mensal, além contribuir com a proteção e conservação da natureza, utilizando um recurso que está a disposição de todos nós todos os dias.

A energia solar foi criada pelo físico francês Alexandre Edmond Becquerel no ano de 1839 com o descobrimento do efeito fotovoltaico, esse efeito se dá com uma tensão elétrica entre a luz solar e um material, a célula fotovoltaica presente nas placas absorve os fótons que estão presentes na radiação do sol; com isso eles liberam elétrons que fluem através destas células e geram a energia elétrica. A energia solar mais próxima com o que conhecemos hoje, se deu início em 1954 com Russell Shoemaker Ohl em uma reunião da National Academy of Sciences, dando o início a placas solares em 1958.

A energia solar gera uma economia de 50% a 95% na conta de luz, o que mostra o quanto pode ser útil e vantajosa para a empresa tendo em vista o consumo da mesma com aparelhos elétricos e ao consumo de luz elétrica, além de ser um recurso renovável e limpo que não prejudica o meio ambiente, gerando assim também uma visão sustentável e ecológica da empresa perante a seus clientes e ao mercado de maneira geral.

3.2 FINANÇAS CORPORATIVAS

As Finanças Corporativas de determinadas empresas apresentam dados de decisões e análises financeiras, sempre administrando e evitando possíveis riscos que prejudicará o andamento das mesmas. Finanças é basicamente a gestão e controle do dinheiro que circula dentro de uma empresa.

O objetivo geral é criar valor para os acionistas, otimizando o uso dos recursos financeiros disponíveis. Profissionais de finanças corporativas desempenham um papel importante na formulação de estratégias financeiras, alocação de recursos e gestão de riscos para atingir esse objetivo.

Segundo o acordo de Woods Bretton, "cada país seria obrigado a manter a taxa de câmbio de sua moeda 'congelada' ao dólar, com margem de manobra de cerca de 1%, pois a moeda norte-americana estaria ligada ao valor do ouro em uma base fixa".

3.2.1 CAPITAL DE GIRO

O Capital de Giro envolve as tomadas de decisões da empresa, sendo elas as atividades operacionais e financeiras, apoiando na organização de toda a parte de produção, passando pela matéria prima, política de estocagem, vendas, cobranças e prazos. O Capital de

giro varia de acordo com o desempenho da empresa, podendo gerar uma rentabilidade desejada ou não.

Sendo assim é separado por alguns grupos:

- Capital de Giro Líquido
- Capital de Giro Próprio
- Capital de Giro Permanente
- Capital de Giro Sazonal

O Capital de Giro Líquido ou Capital Circulante Líquido, representa o valor das aplicações no ativo circulante, é feito a diferença do ativo circulante com o passivo circulante. Quando o resultado do cálculo é positivo, isso significa que a empresa tem mais ativos circulantes do que obrigações de curto prazo, por outro lado, se o resultado do cálculo for negativo, significa que a empresa tem mais obrigações de curto prazo do que ativos circulantes.

Como foi dito, o cálculo do Capital de Giro Líquido é feito a diferença do ativo circulante para o passivo circulante, de acordo com a tabela abaixo com os dados da empresa que está sendo trabalhada, o cálculo é: **AC - PC (1.850.000 - 1.300.000 = 550.000)**.

O Capital de Giro Próprio, é os valores de proprietários e acionistas que investem na empresa, é uma parte importante da estrutura de capital de uma empresa e é usado para financiar operações do dia a dia, como pagamento de fornecedores, transações, despesas operacionais e aquisição de estoque.

O Capital de Giro Permanente pode ser usado para se referir a uma parte do capital de giro que é mantida constantemente na empresa para suportar suas operações regulares, geralmente consiste em recursos financeiros que são controlados na empresa em caráter contínuo para atender às necessidades operacionais básicas e contínuas.

O Capital de Giro Sazonal se refere à parte do capital de giro necessário para lidar com variações temporárias nas operações de uma empresa que são influenciadas por sazonalidades no mercado ou na demanda por produtos ou serviços.

Imagem 1 - Tabela Balanço Patrimonial

Caixa	R\$ 400.000,00	Passivo Circulante	R\$ 1.300.000,00
Clientes	R\$ 250.000,00		
Estoques	R\$ 1.200.000,00	Passivo Não Circulante	R\$ 500.000,00
Ativo Circulante	R\$ 1.850.000,00		
Ativo Não Circulante	R\$ 350.000,00	PL	R\$ 400.000,00
Total Ativo	R\$ 2.200.000,00	Total Passivo	R\$ 2.200.000,00

De acordo com a tabela acima, essas são algumas informações sobre a empresa Nutripal, incluindo Caixa, Estoques, Ativos, Passivos e Patrimônio Líquido. Observa-se que a empresa possui uma boa disponibilidade fazendo com que circule o dinheiro de caixa, com isso as obrigações a curto prazo são altas e por fim destaca-se também o patrimônio líquido.

3.2.2 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Os indicadores de liquidez de uma empresa servem para analisar como está a situação financeira da mesma, apresenta índices e estatísticas de bens, deveres e obrigações que devem cumprir e se abrange em quatro tipos: seca, imediata, corrente e geral. Algumas vantagens sobre é, medir com facilidade a capacidade de pagamento da sociedade, analisar os créditos e como está o equilíbrio financeiro da mesma.

Com isso, a liquidez seca avalia se a firma cumpre suas obrigações em curto prazo, sem contar o valor adquirido no estoque total. Já a liquidez imediata, mostra quanto a sociedade possui de disponibilidades, caixa, aplicações em curto prazo, mostrando se é possível arcar com prejuízos e despesas emergenciais. A liquidez corrente está ligada aos compromissos de curto prazo, são bens circulantes sobre obrigações de curto prazo. Por último, a liquidez geral é a única que acompanha a situação financeira da empresa a longo prazo, sendo importante para uma análise futuramente da mesma.

A análise dos indicadores de liquidez é feita de acordo com o resultado através dos dados específicos da instituição, como por exemplo, pode ocorrer três situações, caso o resultado for menor que 1, significa que não obtém recursos suficientes para arcar com suas dívidas e obrigações a curto prazo. Com o resultado sendo igual a 1, significa que a empresa consegue quitar suas obrigações financeiras, assim ficando nulo, o valor disponível empata com o valor pago. Por fim, o resultado sendo maior que 1, apresenta que a empresa consegue pagar suas dívidas, pois o valor dos bens é maior que todas as obrigações.

Imagem 2 - Tabela Indicadores de Liquidez

Liquidez Corrente	
AC / PC	1,42
Liquidez Seca	
AC - Estoq. / PC	0,50
Liquidez Imediata	
Disp. / PC	0,31

(Autoria própria dos discentes)

A tabela acima mostra os indicadores de liquidez da empresa do projeto, nela se encontra a liquidez corrente, seca e imediata, feita de acordo com os valores dos bens e obrigações. De acordo com os resultados obtidos e a tabela, observa-se as seguintes conclusões dos indicadores de liquidez: na liquidez corrente é possível pagar as obrigações financeiras de curto prazo sendo, impostos, fornecedores, empréstimos. Já a liquidez seca é menor que 1, não há condições de todas as dívidas serem pagas de imediato, com isso é feita a diferença dos estoques, pois não tem liquidez rápida, é preciso ser vendidos para ter um retorno em dinheiro vivo. Para finalizar, a liquidez imediata também é menor que 1, é calculada apenas por recursos que podem virar dinheiro facilmente, caixas e bancos, com isso não é possível pagar suas dívidas em curto prazo.

3.3 GESTÃO DE PASSIVOS TRABALHISTAS

A Gestão de passivos trabalhistas é a identificação e solução de possíveis pendências dos empregadores com seus colaboradores, serão feitas perguntas aos sócios da empresa Nutripal, as perguntas seriam como exemplo: como funciona e está o ambiente de trabalho dentro da empresa, se os funcionários são registrados ou não, a forma de pagamento dos seus funcionários, como funciona a questão de horas extras e como funciona o descarte de mercadorias e produtos que já se passaram da validade de serem usados.

Com a avaliação de possíveis passivos trabalhistas sua empresa não terá sustos com contas ou possíveis dívidas futuras e nem com possíveis processos por um ambiente de trabalho com as não condições corretas de segurança e higiene, sempre bom ter um bom gerenciamento e ter transparência na sua empresa para não gerar esses passivos trabalhistas.

Na empresa Nutripal todos os funcionários são registrados porém não existe um sistema de ponto biométrico e nenhuma outra forma de marcar os horários trabalhados, são 8 horas de trabalho por dia porém isso pode gerar um passivo trabalhista como por exemplo: erros em pagamento de horas extras ou em invenções de possíveis faltas, perante isso o colaborador não consegue provas para ambos acontecimentos pois não tem onde registrar

seus horários de chegada e saída e o sócio ou dono da empresa pode deixar pendente alguns valores pelas horas trabalhadas a mais.

Martins et al (2014, p. 17) defende que:

o principal objetivo da gestão do passivo trabalhista é realizar um planejamento trabalhista de maneira a prevenir futuras reclamações trabalhistas e administrar as existentes, ocasionadas em virtude da legislação ultrapassada e protecionista favorecendo o empregado, além de uma justiça do trabalho com exorbitante número de reivindicações trabalhistas.

3.3.1 PASSIVOS TRABALHISTAS

O passivo trabalhista seria a soma de todas as despesas que uma empresa tem relacionada com suas dívidas trabalhistas, ou seja aquilo que é devido por conta do não cumprimento das leis de trabalho, como consequência podendo gerar multas futuramente.

Alguns exemplos de passivos trabalhistas são as horas extras, pagamento de adicionais como noturno ou adicionais de insalubridade e periculosidade, pagamento de férias, verbas rescisórias entre outros.

A forma de solucionar esses passivos trabalhistas é o pagamento das dívidas que a empresa tem com seus colaboradores e também reformulando as regras e o funcionamento da empresa, para que dessa forma não venha a aparecer novos passivos trabalhistas

3.3.2 GERENCIAMENTO DE PASSIVOS TRABALHISTAS

Dessa forma poderia ser aplicado uma forma de marcar esses horários pra não correr o risco de não pagamento de horas extras ou essas invenções de não presença do funcionário em um determinado dia, esses pontos marcam a hora de chegada e saída dos colaboradores e também as horas a mais de trabalho deles, sendo assim a empresa resolveria esse passivo trabalhista dentro da empresa, não causando o descontentamento dos colaboradores, levando eles a chegarem no horário correto e pagando corretamente o tempo trabalhado por eles.

Foi sugerido uma forma mais atual e prática pra marcar esses horários corretamente que seriam os relógios de ponto com um leitor biométrico onde ao colocar o dedo o colaborador registra seu horário de entrada e saída.

3.3.3 IDENTIFICAÇÃO DOS SUJEITOS DA RELAÇÃO DE EMPREGO

Na empresa não existem estagiários, são apenas colaboradores registrados com um salário fixo combinado e sem existência de comissões, são pagos pelos seus serviços de forma

justa, na empresa existem 6 colaboradores, 1 veterinário que foi contratado para ficar curando e analisando os animais que são levados na empresa e outros 6, são 3 atendentes que foram contratados para vender os produtos que ficam na empresa e outros 3 que controlam estoque e limpeza, todos foram contratados para trabalhar por 8 horas diárias com um salário fixo.

3.4 MÉTODOS QUANTITATIVOS E ESTATÍSTICA APLICADA

Após feita as análise do ramo das empresas agropet, a equipe chegou na conclusão que os indicadores mais relevantes para a tomada de decisão da área são: Participação de Mercado, Margem de Lucro, Ticket Médio, Taxa de Retenção de Clientes, Satisfação do Cliente, Número de Clientes, Conversão de Vendas, Análise de Tendências, Índices de Estoque, Análise de Concorrência, Índices de Preços.

A participação de mercado é uma métrica que avalia a porcentagem das vendas ou receitas de uma empresa em relação ao total de vendas ou receitas em um mercado específico. Ela é utilizada para determinar a posição relativa de uma empresa em comparação com seus concorrentes dentro de um setor ou segmento de mercado.

A margem de lucro é uma métrica financeira que expressa a porcentagem do lucro obtido em relação ao custo total dos bens ou serviços vendidos.

O ticket médio é uma métrica que mede o valor médio gasto por cliente em uma transação ou período específico.

A taxa de retenção de clientes leva em consideração a perda líquida ou ganho de clientes ao longo de um determinado período.

A satisfação do cliente é uma medida que avalia o grau de contentamento ou felicidade que os clientes têm em relação aos produtos, serviços e experiências fornecidas por uma empresa.

O "Número de Clientes" é uma métrica simples que representa a quantidade total de indivíduos ou entidades que são clientes de uma empresa em um determinado período de tempo.

A conversão de vendas é uma métrica que mede a eficácia de um processo de vendas, diminuindo a proporção de visitantes, leads (clientes potenciais) ou prospects que realizam uma compra.

A análise de tendências refere-se à avaliação sistemática de padrões, alterações ou mudanças percebidas ao longo do tempo em dados, comportamentos, eventos ou características.

Os índices de estoque são métricos que ajudam a avaliar o desempenho e a eficiência da gestão de estoques de uma empresa.

A análise de concorrência é um processo estratégico que envolve a avaliação e compreensão dos concorrentes de uma empresa no mercado em que ela atua.

Os índices de preços são indicadores estatísticos que medem as variações nos preços de um conjunto específico de bens e serviços ao longo do tempo.

As operações empresariais referem-se às diversas atividades e serviços que uma organização realiza com o objetivo de gerar lucro. Essas operações englobam uma ampla gama de processos, desde a produção de bens e prestação de serviços até a gestão de recursos humanos, vendas, marketing, distribuição e muito mais. Portanto, as operações desempenham um papel fundamental na estratégia global de uma empresa e na busca por resultados financeiros positivos.

De acordo com Ignácio (2011, p.184),

Na indústria, o Controle Estatístico de Processos (CEP) é uma ferramenta que utiliza a estatística com o objetivo de fornecer informações para um diagnóstico mais eficaz na prevenção e detecção de falhas/defeitos, identificando suas causas em tempo real, o que, conseqüentemente, auxilia no aumento da produtividade/resultados da empresa, evitando desperdícios de matéria-prima, insumos, produtos, entre outros.

3.4.1 DEFINIÇÃO DE ESCOPO

Com base nos dados recolhidos acima, a seguinte conclusão é que alguns indicadores são mais relevantes para Purina-Nutripal e outros nem tanto.

Abaixo está a classificação dos mais importantes:

Margem de Lucro; Ticket Médio; Taxa de Retenção de Clientes; Satisfação do Cliente; Número de Clientes; Análise de Tendências; Índices de Estoque; Análise de Concorrência; Operações.

3.4.2 OBTENÇÃO DE DADOS

Para base de comparação com a corrente, a escolhida foi a empresa Petz, fundada em 2002 por Sergio Zimmerman, a mesma é uma referência no mercado em produtos para animais, presente em 13 estados e também no Distrito Federal.

Segundo cálculos da companhia, o cliente médio ativo compra, em um ano, 5 a 7 vezes na Petz, tendo um ticket médio de 131 reais, gastando anualmente um valor de aproximadamente 983 reais.

Segundo a pesquisa do Net Promoter Score (NPS, indicador de satisfação do cliente), 83% dos clientes ficaram satisfeitos após compra com a loja.

A Petz tem 20 mil diferentes tipos de produtos (SKU's): alimentos (rações de diferentes qualidades, rações úmidas e petiscos) e itens não alimentícios, como produtos de higiene, medicamentos, acessórios e roupas. Além disso, a empresa ainda oferece serviços: 99 clínicas e hospitais veterinários que operam dentro das lojas e serviços de higiene e estética animal.

Segundo estatísticas fornecidas pela Nutripal, existem alguns clientes que gastam por volta de 15.000 reais, mas é a minoria. Um grande grupo de clientes gasta de 50 a 100 reais mensalmente. O ticket médio fica por volta de 700 reais anualmente.

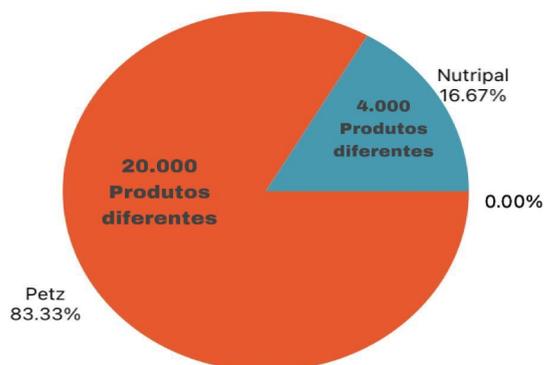
Após pesquisas realizadas através de questionários pós o ato de compra, a taxa de satisfação do cliente foi definida em 87%.

Neste ano de 2023, a Nutripal possui aproximadamente 4.000 diferentes tipos de produtos (SKU) em toda a loja, que incluem, rações, petiscos animais, produtos de higiene, roupas, acessórios, produtos agrícolas, entre outros.

3.4.3 GERAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Após a obtenção dos dados, foi montado o gráfico a modo de comparação da seguinte forma:

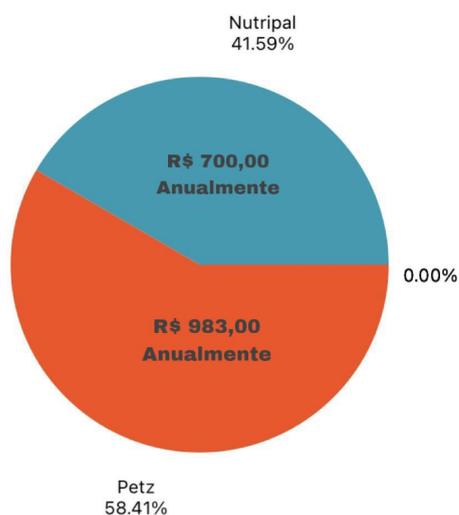
Imagem 3 - Quantidade de produtos (SKU).



(Autoria própria dos discentes).

De acordo com o gráfico acima, foi definido que a Petz possui 20.000 produtos (SKU) diferentes, o que representa 83,33% do gráfico de pizza. Já a Nutripal, possui 4.000 produtos (SKU) diferentes, o que representa 16,67% do gráfico.

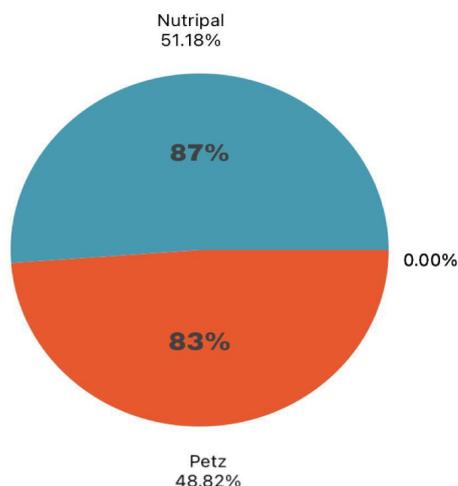
Imagem 4 - Ticket médio dos clientes.



(Autoria própria dos discentes).

Ademais, para esse gráfico foi definido que cada cliente gasta em média R\$ 983,00 anualmente na Petz, representando assim 58,41% do gráfico. Já a Nutripal R\$ 700,00 anualmente, representando 41,59% do gráfico.

Imagem 5 - Taxa de satisfação do cliente.



(Autoria própria dos discentes).

Por último, temos a taxa de satisfação do cliente. Na empresa Petz, foi definida a taxa de 83%, que representa 48,82% do gráfico. Já a Nutripal, tem a taxa de 87%, que no gráfico é representada em 51,18%.

Foi notado que a empresa Petz tem números muito elevados, porém, temos que considerar que a mesma é a referência nacional do ramo, sendo considerada hoje a maior rede de produtos agropet do Brasil.

3.5 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: ENFRENTANDO ESTEREÓTIPOS

A formação para a vida é uma parte importante do programa de ensino de formação de competências, centrando-se na abordagem de “enfrentar estereótipos”. A iniciativa visa eliminar o preconceito na sociedade baseado em características como gênero, idade, raça e orientação sexual. A Universidade reconhece a importância de abordar questões sociais e culturais além do conhecimento acadêmico.

O foco central é fazer com que os alunos questionem e desafiem estereótipos, promovendo a empatia, a compreensão e o respeito pelas diferenças. A UNIFEQB cria espaços de discussão aberta, fornece recursos educacionais para aumentar a conscientização e incentiva a participação ativa em iniciativas anti estereótipos.

Esta abordagem prepara os alunos não apenas para serem profissionais competentes, mas também para serem cidadãos conscientes numa sociedade diversificada. Vai além da sala de aula para impactar positivamente a comunidade e criar um ambiente mais inclusivo e equitativo para todos.

3.5.1 ENFRENTANDO ESTEREÓTIPOS

Nos dias atuais a sociedade continua a lidar com uma variedade de estereótipos que impactam a vida das pessoas e perpetuam as desigualdades sociais. Os estereótipos são simplificações e generalizações baseadas em características percebidas como raça, sexo, idade, orientação sexual, religião, etc. Podem ser competitivos, limitar o potencial humano, reforçar preconceitos e levar a tratamentos injustos. Há uma necessidade urgente de enfrentar estes estereótipos, não só em prol da justiça social, mas também para promover uma sociedade mais inclusiva, diversificada e harmoniosa.

- **Tópico 1:** Estereótipo e convívio social:

Os estereótipos sociais são ideias preconcebidas e simplificadas que as pessoas têm sobre grupos sociais ou indivíduos com base em características percebidas (como gênero, idade, raça, orientação sexual, religião, classe social, nacionalidade, etc.). Estes estereótipos podem ser prejudiciais, limitantes e imprecisos porque não conseguem refletir a diversidade e a individualidade das pessoas.

É importante reconhecer que estes estereótipos são simplificações injustas e não refletem a realidade da diversidade e individualidade das pessoas. Podem levar à discriminação, ao preconceito e à injustiça social. Portanto, é necessário conscientizar-se sobre esses estereótipos e trabalhar para superá-los, valorizando a igualdade e a diversidade na convivência social.

- **Tópico 2:** Estereótipo e representação:

A representação nos meios de comunicação social, na cultura popular, na política e na sociedade desempenha um papel fundamental na formação das nossas percepções sobre grupos sociais, identidades e culturas. A representação adequada deve ser precisa, justa e inclusiva, refletindo a diversidade da experiência humana.

O estereótipo de beleza feminina presente nas campanhas publicitárias – a mulher magra, esbelta, branca, loira, de longos e lisos cabelos – é comparado, segundo Cecília França, (apud TORREÃO, 2006, p.1) ao Mito de Procusto, personagem da mitologia grega. Segundo a lenda,

toda pessoa antes de entrar na Grécia tinha de deitar numa cama, denominada Cama de Procusto, que tinha o molde exato de como deveria ser um homem ou uma mulher perfeita. Se a pessoa fosse mais alta, era cortada; se fosse mais baixa, era esticada; se fosse mais gorda, dava-se um jeito de emagrecer. Hoje, a Cama de Procusto é a mídia, impondo seus conceitos do corpo perfeito.

Portanto, é nítido que a representação inadequada ou estereotipada pode reforçar preconceitos, perpetuar estereótipos prejudiciais e minar a auto-estima e a dignidade dos grupos “fora do padrão”. Além disso, a representação afeta as identidades individuais e colectivas e a formação da opinião pública. É nossa responsabilidade partilhada promover uma representação justa e precisa, celebrar a diversidade e promover a compreensão mútua, contribuindo assim para uma sociedade mais justa e equitativa.

- **Tópico 3:** Troco likes: a idealização da vida na internet:

A idealização da vida online refere-se ao hábito das pessoas de apresentarem uma versão idealizada e filtrada de suas vidas nas redes sociais, destacando momentos positivos e escondendo aspectos negativos. Isto é impulsionado pelo desejo de reconhecimento, pela pressão social e pelo desejo de proteger a privacidade. No entanto, pode criar expectativas irrealistas, levar ao ciúme e distorcer a percepção da realidade. Aumentar a autenticidade e a compreensão dos desafios que todos enfrentam é fundamental para combater este fenómeno e construir uma relação mais saudável com as redes sociais

- **Tópico 4:** Convivendo com a diferença:

Envolve a capacidade de interagir respeitosamente com pessoas de diferentes origens, culturas, valores e identidades. Para conseguir isso, deve-se praticar o respeito, a empatia e o diálogo aberto para compreender outras perspectivas, promover a inclusão, eliminar preconceitos e valorizar a diversidade. Esta coexistência respeitosa ajuda a construir uma sociedade mais igualitária e enriquece as nossas vidas através da compreensão e aprendizagem mútuas.

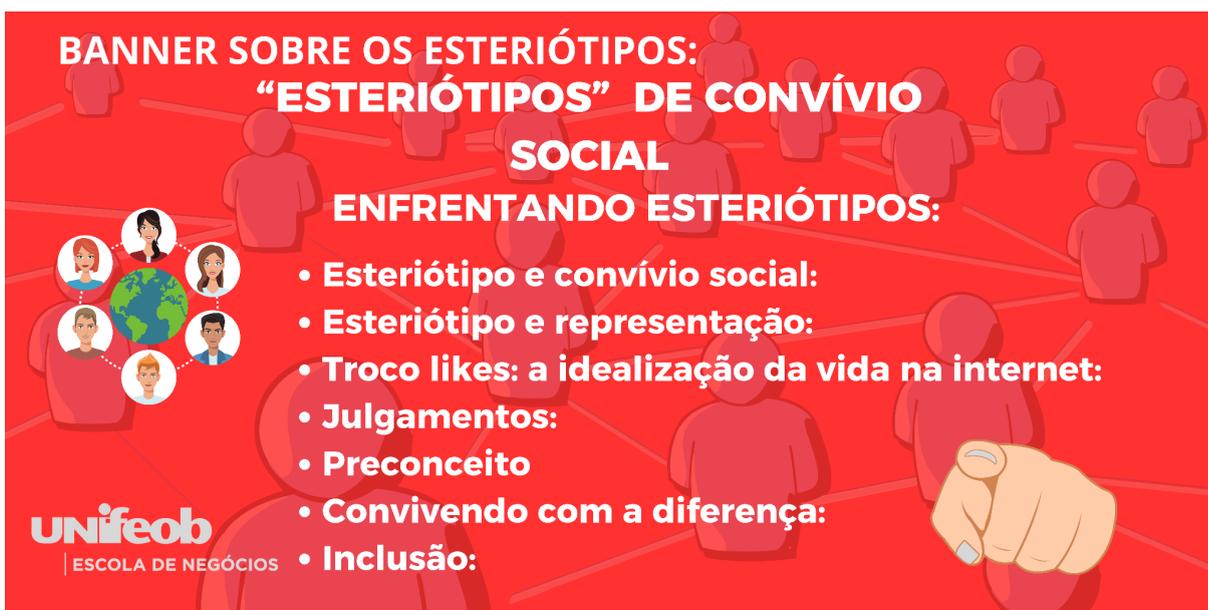
A síntese precisa apresentar exemplos práticos dos seus conteúdos, ou seja, de modo que possam ser utilizados ou verificados no dia-a-dia.

3.5.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Para a prática dessa unidade na elaboração do banner:

- O que são?
- Exemplos de estereótipos comuns (gênero, raça, idade, etc.). Como os estereótipos podem ser prejudiciais.
- Discussão sobre como os estereótipos são formados. Influências da mídia, educação e experiências pessoais. Falar que os estereótipos nem sempre refletem a realidade. O impacto dos estereótipos nas pessoas e na sociedade.
- Explorar os efeitos negativos dos estereótipos nas pessoas. Abordar como os estereótipos levam à discriminação e ao preconceito. Histórias de pessoas reais afetadas por estereótipos.
- Discussão de como podemos desafiar os estereótipos. Promover a importância da empatia e da compreensão, exemplos de atividades ou campanhas que visam desafiar estereótipos. Promovendo a Diversidade e a Inclusão.
- Enfatizar a importância da diversidade e da inclusão na sociedade.
- Finalização: o banner:

Imagem 6 - Banner sobre os estereótipos.



(Autoria própria dos discentes).

4 CONCLUSÃO

O Projeto de Gestão do Agronegócio deste módulo, foi voltado para o assunto do agronegócio, o mesmo teve a proposta dos alunos conseguirem um contato com empresas deste ramo, com fins de análise da estrutura da mesma. Para isso foi trabalhado com 5 matérias, dentre elas: Agronegócios, Gestão de Passivos Trabalhistas, Finanças Corporativas, Métodos Quantitativos e Estatística Aplicada e Formação Para a Vida.

Na parte de Agronegócio foi estudada a cidade de São João da Boa Vista e região a respeito do cenário do ramo e as principais atividades trabalhadas, e também foi elaborado um plano sustentável para a sociedade, através disso tivemos a percepção de que a empresa não possui um projeto de sustentável, para isso elaborou-se ideias para que a Nutripal seja referência no ramos do agro em Santa Cruz das Palmeiras e Região.

Ademais, em Finanças Corporativas o ponto trabalhado foi a identificação da saúde financeira da empresa, encontrando quais seriam os problemas que passariam despercebidos caso o projeto não fosse agenciado, como nesta unidade envolve informações sigilosas como fluxo de caixa, dados permanentes e sazonais, balanço patrimonial e outros fatos obteve uma dificuldade para conseguir uma permissão. Adjacente ao mencionado, a empresa possui um ativo favorável em relação aos seus passivos.

Gestão de passivos trabalhistas, nessa parte foi estudado os possíveis passivos trabalhistas na empresa Nutripal e como solucionar esses passivos dentro da empresa, também foi visto que um passivo trabalhista em geral são as dívidas e obrigações que a empresa tem com seus colaboradores e com isso gerando complicações e surgindo esses passivos trabalhistas, e por último foi escrito os sujeitos da empresa onde fala quantos colaboradores a empresa tem e suas obrigações dentro dela.

Outrossim, a estatística da empresa foi de grande importância para entender a relevância da empresa escolhida no mercado. Foi escolhido a firma referência regional e por meio de indicadores de desempenho, foi feita essa comparação em relação com os concorrentes, através disso, pode-se identificar os pontos onde a sociedade deve buscar as melhorias na área.

Como o projeto foi levado para fora da Unifeob, com a matéria de formação para vida saindo um pouco da Contabilidade e Administração visando a parte estereótipos que a sociedade aplica.

REFERÊNCIAS

DATHEIN, Ricardo (org.); SAMPAIO, Adriano Vilela et al. Economia e finanças internacionais: de Bretton Woods à globalização financeira e depois. Jundiaí, SP: Paco e Littera, two thousand twenty-one. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: six out. two thousand twenty-three.

IGNÁCIO, S. A. Importância da Estatística para o processo de conhecimento e tomada de decisão. two thousand eleven. Disponível em: Acesso em: twenty-five out. two thousand twenty-three.

MARTINS, Pablo Luiz; ANDRADE, Rodrigo. Importância da Gestão do Passivo Trabalhista: Estudo de Caso em uma Empresa no Sul de Minas Gerais. RASM, Alvorada, ano four, n.two, p. nine-twenty-four, two thousand fourteen. Disponível em: < <http://www.saomarcos.com.br> >. Acesso em: zero two nov. two thousand twenty-three.

SILVA, Maria Cristina da; FLORENTINO, Ligiane Aparecida; PAPANIDIS, Otávio Soares (org.). Educação ambiental: a sustentabilidade em construção. Jundiaí, SP: Paco e Littera, two thousand nineteen. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: zero six out. two thousand twenty-three.

TORREÃO, Luciana. Do que as mulheres gostam? Público feminino revida estética do belo e perfeito e foge dos estereótipos impostos pela mídia. Revista Pronews, Recife, two thousandsix. Disponível em <http://www.revistapronews.com.br/edicoes/seventy-two/caps.html> Acesso em: twenty-six out. two thousand twenty-three.