

UNIVERSIDADE DE MARÍLIA - UNIMAR
ADMINISTRAÇÃO

CAROLINA RECK

PROJETO INTEGRADOR I

CACHOEIRINHA
2021

INTRODUÇÃO

Todo empreendedor tem de conhecer o ramo que está se inserindo, uma boa forma de perceber isso é efetuando a análise macroambiente já que nessa pesquisa percebemos fatores demográficos, econômicos, ambiente natural/tecnológico bem como as questões políticas, econômicas e tecnológicas. Todas essas informações moldam o que precisamos para agir estrategicamente no negócio, visando como se portar, como se diferenciar e demais questões que ajudam nas tomadas de decisões de grande importância quando se tem um negócio em ascensão e que precisa ser assertivo para não ser fadado ao fracasso.

O setor escolhido foi o industrial, no ramo alimentício onde vemos um crescimento exponencial devido a pandemia, onde o que mais foi priorizado foi a alimentação no geral. É notório que este ramo é completamente indispensável já que podemos viver sem muitos recursos mas a alimentação é essencial para a sobrevivência dos seres humanos, ou seja, tendo qualidade e preço, buscando excelência na produção e distribuição a tendência é se destacar rapidamente por termos uma variedade extensa de mercado disponível para explorar.

A aplicação da análise Pestel foi feita por etapas, onde primeiro foi selecionado ramo/empresa e depois partimos para a fase de estudar as fases que são divididas entre política, econômica, social e tecnológica. Fazendo tal análise foi possível verificar como é importante essa análise já que assim podemos ver os pontos fortes e fracos do ramo, se está em crescimento ou não, se a região é favorável ou não e diversos outros pontos que um profundo estudo faz toda a diferença no final, logo, também podemos começar a analisar como um todo o cenário em que estamos inseridos, bem como as indústrias que nos rodeiam.

ANÁLISE POLÍTICA

No cenário atual com a pandemia global, a taxa de desemprego é cada vez mais alta devido ao cenário caótico que o mundo está mostrando, as prioridades são definidas devido a necessidade do ser humano. Somos movidos por vontades diárias, o comércio no geral se mune dessa necessidade consumista que cada

pessoa possui, mas quando chegamos num cenário de crise global, definimos exatamente aquilo que realmente importa para gastarmos nosso dinheiro que anda cobiçado cada vez mais.

O governo atual não obteve sucesso nos projetos de lei lançados para aquecer a economia, com as novas eleições em 2022 e mudança de presidente e ideias talvez traga mais mudanças visando o ramo alimentício já que somos grande produtor e exportador de diversos produtos. Cada alteração no poder muda as diretrizes já que cada candidato pensa e tem prioridades diferentes para tocar o poder, o que pode ser positivo ou não dependendo do cenário.

Com a situação caótica instaurada, ainda temos um governo que esquece que o ramo alimentício é um ponto alto, com o auxílio emergencial, por exemplo, já podemos ver o crescimento econômico no setor industrial, pois, com dinheiro no bolso é claro que as pessoas primeiramente garantirão o alimento do dia, dando margem para que a economia aqueça, que gere dinheiro no mercado financeiro e assim ajudando também os empreendedores a seguirem durante tal crise inigualável, neste caso citando os pequenos negócios já que as grandes marcas seguem firmes, tendo seus ganhos mantidos já que não sofreram tanto as consequências do caos instaurado.

Como tivemos certo crescimento do setor industrial no geral, é importante pensar que uma boa aposta seria em candidatos que pensem em como melhorar a questão

dos impostos, porque diminuindo a tributação já teríamos uma diferença no produto final, levando os consumidores a levarem mais por menos, dando margem para maiores produções e também colaborando para o bem comum das classes mais pobres, quanto mais pessoas tiverem acesso ao produto, o mercado aquece com a concorrência, aumentando até mesmo ofertas de emprego já que a produção tende a aumentar gradativamente com os incentivos fiscais e diminuições de taxas.

ANÁLISE ECONÔMICA

A indústria e o ramo alimentício seguem firmes, como por exemplo o dado visto no site Agência Brasil EBC onde informa que o faturamento do ramo alimentício

creceu em 12.8% em 2020. Tudo isso levando em conta que tal ramo é essencial para a existência, todo o resto pode ser postergado menos este elemento no dia a dia das pessoas.

Um bom exemplo dessa variação foi o auxílio emergencial, disponibilizado pelo governo. No site Extra, foi publicada uma matéria falando que o auxílio tirou 14 milhões de cidadãos da linha da pobreza, tal fato retirou até mesmo aquelas pessoas “a margem” da sociedade, que não possuíam renda a muito tempo também, ou seja, quem não tinha nada acabou recebendo um valor e esse dinheiro em parte foi destinado a alimentação o que causou um aumento significativo.

A crise em si também ajudou no quesito mão de obra, hoje temos pessoas com graduação que acabam caindo nos nichos mais “baixos”, em setores industriais pela alta demanda, tudo isso acabou criando diversos empregados em desespero e aceitando “qualquer” vaga seja ela na área de atuação ou não, ou seja, hoje em dia está propício para a contratação de mão de obra para a indústria que requer pessoas mais operacionais do que qualificadas.

Um grande fator importante também é a possibilidade de as empresas terem investimentos para poderem acelerarem a produção ou até mesmo aumentar sua linha, entretanto, como mostra a matéria no site Folha Uol, os cortes fiscais feitos no início de 2021, em São Paulo, já mostraram aumento numa extensa lista de produtos e o ramo alimentício foi bem atingido por tal mudança, entretanto, quem mais sofre com isto é o consumidor final que acaba pagando mais caro, quando deveria ter o produto mais em conta já que o salário mínimo praticamente não obteve alteração e os ganhos obtiveram uma baixa significativa para boa parte da população já que diversas pessoas perderam seus empregos devido a pandemia, vivendo apenas de auxílios, trabalhos informais e etc.

ANÁLISE SOCIOCULTURAL

O consumo do ramo alimentício já se inicia quando criança e junto dos pais fazemos compras, após isso quando iniciamos na vida adulta com uma renda começamos efetivamente a contribuir diariamente no ramo já que temos mais vontades, ou seja,

a cada momento está nascendo um futuro consumidor, ou um consumidor está ficando adulto e já contribuindo com o crescimento das vendas.

As mídias sociais desde sempre vem com uma batida forte ajudando a divulgar e a induzir as pessoas a consumirem certos tipos de produtos, ou seja, se você tem uma marca grande, produz uma propaganda mostrando como seria bom consumir aquele alimento, ou como faria você feliz ao ter tal produto (como exemplo podemos usar os diversos tipos de propagandas de margarina onde o dia já começa feliz se você consumir a marca em questão), tudo isso colabora na hora de comprar e na forma de optar ou não por uma marca específica e é aí que mora a tendência de crescimento de certos produtos, quanto mais você se destaca, mais falarão sobre o seu produto, recomendarão e ao fim acaba tendo pouca concorrência já que poucos terão o mesmo alcance que uma marca famosa com divulgação.

Ainda na percepção de indústria no segmento alimentício, podemos ver muitos em crescimento por exemplo o ramo vegetariano, muitos estão virando adeptos da ideologia e a rede de produtores de gado/derivados expandiu suas produções criando diversas opções sem o uso de carnes, dando margem para mais pessoas que antigamente tinham de produzir seus próprios alimentos ou consumir de outros derivados, hoje já conseguem utilizar das opções disponíveis, assim, criando um novo ramo dentro daquele já existente, dando também mais oportunidades a pequenos produtores já que praticamente tudo é feito a base de plantas e soja, o que antigamente estava defasado pelo baixo consumo, tudo isso com apenas uma ideologia que foi se espalhando e o mercado sentiu na pele a necessidade de abrir as portas para esses consumidores também já que hoje virou uma boa parte da população, portanto, atualmente a situação em que se encontra a ideologia, o pensamento ou até mesmo a religião pode ser sim um fator decisivo para o ramo, que tem de se recriar e acompanhar aquilo que o consumidor final está desejando porque quanto mais ignorar, seja uma mínima porcentagem de consumidores, essa pequena porcentagem pode se tornar grande, ou fazer toda a diferença no final do fechamento do mês para uma empresa de pequeno a médio porte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi muito interessante aprender a fazer uma análise detalhada de mercado, quando vemos uma empresa não pensamos no todo por trás, o quão trabalhoso foi efetivamente bolar um plano de ação, entender o seu cliente, pensar nas possibilidades de regiões e tecnologias para melhoria do produto, tudo isso tem uma dimensão gigante e só foi possível notar após efetuar essa pesquisa detalhada sobre cada parte de um processo de análise PESTEL.

Os pontos positivos foram pensar numa empresa como uma sede ativa, onde cada detalhe do dia a dia pode interferir no cenário atual, tudo isso não levamos em conta quando consumimos um alimento, visitamos um mercado e etc. Foi interessante ver cada parte de uma pesquisa, os dados a serem levados em consideração e também

todo o entendimento que se é necessário para a tomada de decisão dentro de uma empresa para qualquer tipo de objetivo é necessário se preparar, pensar e estudar cada detalhe pois um único passo em falso pode levar a falência de um produto/empresa.

Os pontos negativos são que é difícil pensar como um CEO ou projetista de uma empresa, pois temos a tendência a pensar como um consumidor final então sair da caixinha foi complicado, parar e analisar cada detalhe que para nós é comum e diário e pensar como um dono, tomador de decisões causou certos desconfortos já que foge do cotidiano e da banalidade do dia a dia em que não temos que nos preocupar com diversos percalços que para nós são apenas notícias, para um empreendedor do ramo pode ser uma terrível novidade ou a alavanca que seu negócio precisava. Portanto, foi muito importante analisar cada passo, tentar sair da zona de conforto e pensar de fato como um dono e também analisar dados como os dos benefícios do governo, o quanto a população sofreu com a pandemia e conseguiu se manter com apenas míseras ajudas que foram disponibilizadas, isso com porcentagens reais e já tangíveis após um ano de pandemia.

REFERÊNCIAS

AGENCIA BRASIL EBC. Matéria Sobre Indústria. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-02/faturamento-da-industria-de-alimentos-cresce-128-em-2020>>. Acesso em 24/06/2021.

EXTRA GLOBO. Matéria Sobre Pandemia e Pobreza. Disponível em: <<https://extra.globo.com/economia/a-margem-de-qualquer-auxilio-pandemia-empurra-22-milhoes-pobreza-24891693.html>>. Acesso em 18/06/2021.

FOLHA UOL. Matéria Sobre Cortes Incentivos Fiscais. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/12/corte-de-incentivos-fiscais-faz-2021-comecar-com-alta-de-icms-em-sp.shtml>>. Acesso em 21/06/2021.