



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Magazine Luiza

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

Magazine Luiza

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

JENEFFER CRISTINA SERRANO, RA :1012019200324

ILDEFONSO PELAES NETO, RA: 1012020200214

THAINARA DA COSTA FONSECA, RA :1012019200378

TATIANA CRISTINA GONÇALVES PELAES, RA: 1012020200213

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

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

1. INTRODUÇÃO

O trabalho intitulado como desenvolvimento econômico e empresarial, tem sua pesquisa feita na empresa Magazine Luiza, sendo como uma das grandes varejistas brasileira, uma companhia orientada por ciclos de desenvolvimento, ciclos esse espalhados por todos Brasil e sua entrada no mercado de São Paulo, onde atende as necessidades de seus clientes abrangendo as disciplinas cursadas neste módulo como Fundamentos de Economia discutindo o Produto Interno Bruto (PIB), como seus desenvolvimento e crescimento econômico e Fundamentos de Administração abrangendo o ambiente organizacional, bem como o mercado externo.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social : MAGAZINE LUIZA S.A.

CNPJ :47.960.950/0001-21

Endereço da sede : rua do comércio ,1924 . Bairro: Centro . Cidade : Franca

Endereço para correspondência :Rua Amazonas da Silva, 27.Bairro:Vila Guilherme . Cidade : São Paulo

E-mail:ri@magazineluiza.com.br

Atividade Principal : Somos uma rede varejista e atuamos com foco na comercialização de bens duráveis no Brasil.

Data de constituição : 30/10/1957

Classificação Setorial : Consumo Cíclico, comércio(atacado e varejo), eletrodomésticos .

Site : www.magazineluiza.com.br

O Magazine Luiza foi Criado na década de 50 , em Franca , no interior de São Paulo pelo casal de vendedores Luiza e Pelegrino Donato . O sonho deles era constituir um comércio que gerasse emprego para toda a Família em Franca. Desde então começaram a crescer ,criando Filiais e se expandindo . Em 2003 foram considerados a Melhor empresa para se trabalhar no Brasil , a primeira varejista do mundo a ganhar esse titulo do instituto Great Place to Work.

O Magazine Luiza é a Empresa de capital aberto que mais se valorizou no mundo, eles operam mais de 1113 lojas físicas, distribuídas por 819 cidades de 21 estados.

O Propósito da empresa é sempre estar inovando ,sempre oferecer diversas linhas de produtos e serviços para a família brasileira. Estar presente onde, quando e como o cliente desejar, seja em lojas físicas, virtuais ou online. Encantar sempre o cliente com o melhor time do varejo, um atendimento diferenciado e preços competitivos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

Aqui serão abordado parte do trabalho a situação atual do cenário econômico, destacando para o conceito do PIB e sua projeção, bem como seu desenvolvimento e crescimento.

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O Produto Interno Bruto (PIB) é o conjunto de riquezas gerados em um país, um índice econômico que engloba praticamente toda cadeia produtiva brasileira. Comparando o PIB atual com anos anteriores podemos saber se a atividade econômica está crescendo ou diminuindo. Quem se utiliza do PIB são o Banco Central e o Governo Federal para tomar decisões que influenciam diretamente na vida da população. O primeiro cálculo do PIB em produção nacional foi publicado em 1953 nas Nações Unidas, foi baseado em um documento do economista Richard Stone que recebeu o Prêmio Nobel de Economia em 1984. Com os dados do PIB também é possível realizar uma comparação de cenário econômico do Brasil com de outros países e pode-se estimular o desenvolvimento do país como um todo.

Atualmente, com a expansão do coronavírus pelo mundo, vem afetando a economia global. No Brasil o impacto do PIB pode ser negativo. De acordo com o economista Mauro Rochlin da FGV, aponta que o avanço da moeda americana pode ser negativo para economia brasileira, podendo influenciar no aumento da inflação e queda nos investimentos.

A projeção dos economistas para 2020 do PIB é de 2,70% vindo do setor privado - consumo e investimento - crescimento mais saudável e sustentável ao longo prazo. Já em 2020, os economistas voltaram a ajustar a expectativa de contratação da economia brasileira, sendo uma queda de 6% do PIB, passa a ver uma retração do PIB

de 5.95% em 2020 contra recuo de 6,10% estimado. Essa foi a terceira vez seguida de melhora da estimativa.

Não restam dúvidas que 2020 foi um ano atípico com a Pandemia, governos e bancos centrais foram incisivos no choque monetário para que as consequências econômicas não fossem piores que a própria doença. No Brasil foi previsto uma queda bruta no crescimento e deflação, mas foi diferente, não um aumento de desemprego em massa, mas muito pelo contrário, uma distribuição de renda sem precedentes, e muitos casos aumento do poder aquisitivo de alguns grupos, hábitos das pessoas mudaram, ficando em casa, consumiram mais alimentos e consumo on-line. Isso há muita coisa para acontecer, crise como essa costuma ter consequências - inclusive geopolíticas - que pode mudar o rumo da história.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

A análise sobre políticas mais recentes para o bem estar da população e para o crescimento da produção pelo Governo se dá atualmente através da Pandemia em que o processo de consolidação fiscal pelo qual passaria a economia brasileira foi interrompida temporariamente. A prioridade econômica passou a ser a proteção da vida e da saúde das pessoas, bem como a preservação de empregos, rendas e empresas. Com isso o Governo lançou medidas emergenciais de apoio à saúde e à economia, envolvendo pelo lado fiscal da coisa, tanto da despesa quanto da receita. Com essa deterioração fiscal causada pela Pandemia, aumento do PIB até o final de 2020, e a expectativa que essas medidas emergenciais não se estenda para 2021, com a crise aumentou para o futuro os desafios fiscais do país, que sairá desta crise com uma dívida pública muito mais alto e níveis de produção de arrecadação muito mais baixo que antes. Logo o esforço fiscal que vem sendo realizado terá que ser reforçado.

Finalizando a análise com relação a empresa Magazine Luiza em qual teve participação nos novos hábitos da população, bem como o de consumo e na matriz econômica, se recuperando e aumentando seus patamares de antes, enfrentou a crise,

saindo fortalecida e mais valiosa para o mercado, desde seu ingresso da varejista na Bolsa Brasileira em 2011.

Com relação a Magazine Luiza esse novo hábito dos consumidores na Pandemia não só ter em poder aumento de renda, e sim se deve ao e-commerce, um investimento no Magalu, o meio digital da empresa via varejo para o consumo digital.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

O ambiente organizacional é uma coleção de forças externas e internas, tendências e instituições de uma organização. Ele pode influenciar no desempenho de toda a empresa.

Uma organização é composta por um grupo de pessoas que trabalham por um objetivo comum, composto por diferentes elementos, que juntos constituem o ambiente da organização.

Por isso Luiza Helena Trajano, atual presidente da Companhia passou a priorizar o lado humano, o alinhamento dos colaboradores com as diretrizes da empresa melhorou o desempenho da Magazine Luiza. Prestar um excelente atendimento e colocar as pessoas sempre em primeiro lugar, sejam colaboradores, parceiros ou clientes, são os grandes diferenciais da companhia.

Por hora não atuam no mercado externo , mas em futuro próximo talvez seja possível com um bom planejamento.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

A sociedade é um dos valores mais importantes para o Magazine Luiza. Por isso, a área da empresa apoia inúmeros projetos sociais e culturais nas comunidades em que atua, avaliando e auxiliando nos planos locais, principalmente a cultura regional.

São disponibilizados recursos específicos para que os gerentes das lojas apoiem as atividades comunitárias e participem ativamente dos movimentos e mobilizações sociais e de saúde. Esse compromisso geralmente decorre do próprio modelo de

liderança da empresa. Além de manter a atuação pessoal voluntária em entidades públicas.

A gestão empresarial é um conjunto de recursos pertencentes à própria empresa. Eles são as pessoas que gerenciam os recursos que a empresa possui da melhor maneira, garantir o acesso a esses recursos, preparar conhecimentos e informações para fornecer suporte auxiliam nas decisões necessárias para executar as ações que compõem a estratégia competitiva. Quanto mais informações fluem dentro da empresa, mais alto é o nível de gestão do negócio.

Podemos definir a empresa Magazine Luiza como um sistema aberto, por ser afetado por variáveis externas, como política econômica, sociedade, tecnologia, ética, ecologia e variáveis legais, ou seja, também são afetadas pela legislação e tributação vigentes.

Podemos observar a diferença entre sistemas na tabela explicativa abaixo:

Sistema Fechado	Sistema Aberto
-----------------	----------------

Comparado com o ambiente externo, o sistema fechado quase não possui entrada e saída. Essas entradas e saídas são bem conhecidas e causais: uma determinada entrada (causa) sempre tem uma saída específica (efeito). Portanto, os sistemas fechados também são chamados de sistemas mecânicos ou determinísticos. Os melhores exemplos de sistemas fechados são máquinas, motores e quase todas as tecnologias inventadas por humanos. Há uma separação muito óbvia entre o sistema e seu ambiente, ou seja, a fronteira do sistema é fechada. Na verdade, não existe um sistema completamente fechado (que estará fechado) ou um sistema completamente aberto (que estará desaparecendo). Cada sistema como ambiente possui um certo grau de relacionamento e dependência. O sistema fechado obedece às leis da física nessa relação com o meio ambiente.

Os sistemas abertos têm várias entradas e saídas em relação ao ambiente externo. Essas entradas e saídas não são bem conhecidas e sua causalidade é incerta. Portanto, os sistemas abertos também são chamados de sistemas orgânicos. O melhor exemplo de sistema aberto é a organização geral, principalmente a empresa, todos os sistemas de sobrevivência, principalmente pessoas. Em uma organização, não há uma separação clara entre o sistema e seu ambiente, ou seja, a fronteira do sistema é aberta e permeável. O sistema está aberto para transações ou trocas (entrada e saída) com o ambiente circundante. Em outras palavras, um sistema aberto está altamente relacionado ao seu ambiente. E essa interdependência não obedece às leis de certeza da física.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Magazine Luiza sempre visou ser uma empresa competitiva, inovadora e ousada, estando presente onde, quando e como o cliente desejar, seja em lojas físicas, virtuais ou online . A principal estratégia da Companhia é a transformação digital, porém com as lojas físicas, é possível chegar de forma eficiente onde poucas empresas chegam.

Como já mencionado a Magazine Luiza tem lojas distribuídas por 819 cidades de 21 estados , porém no momento não realiza as suas atividades no mercado externo ,acreditamos que nesse momento de Pandemia o foco está no e-commerce, o meio digital da empresa via varejo para o consumo digital.

Sobre os possíveis benefícios que teria em operar no mercado externo seria obviamente os aumentos de vendas , trazendo mais benefícios e tecnologia para a empresa ,expansão para vários países e com isso gerando mais empregos ,ter melhorias no atendimento e adquirir produtos diferenciados criando parcerias e tendo preços cada vez mais competitivos, assim aumentando o nome da empresa.

Já as dificuldades seriam as línguas, costumes, culturas , preferências de produtos ,legislação dos países envolvidos, documentação,entre outros. Porém nada que não possa ser superado com profissionais qualificados e planejamento.

4. CONCLUSÃO

Com base nas pesquisas que fizemos sobre a empresa Magazine Luiza podemos concluir que diante de muitos imprevistos ela conseguiu se manter de pé. Assim, com todas essas mudanças, Pandemia, crises, ainda se têm um potencial de elevar a produtividade da economia brasileira, reduzir custos e proporcionar ganhos de bem-estar para a população brasileira por meio do melhor acesso a bens e serviços, abrindo espaço para o contínuo desenvolvimento do País. Bem como se voltar para ações sociais e culturais para melhoria da população e aumentar tanto o poder aquisitivo como o social e cultural, apoiando essa ideia, para cada vez mais se reinventar em situações como essa em que o mundo está vivendo .Diante disso é necessário que a organização tenha um planejamento estratégico e eficiente ,para estar sempre preparado para a competitividade e sempre estar inovando para se diferenciar e se destacar das outras.

Adquirimos mais conhecimentos sobre a área de empreendedorismo e administração estratégica ,dando destaque para os desafios que temos ao decorrer dos dias ,em meio essa turbulência do mercado que estamos vivenciando.

REFERÊNCIAS

Atual situação econômica do Brasil: Carta do Gestor. São Paulo: ParMais, 2020.

Disponível em:

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

17 nov. 2020.

BOVESPA. *Magazine Luiza S.A.* São Paulo: BM&FBovespa, 2020. Disponível em: <

<http://bvmf.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoEmpresaPrincipial.aspx?codigoCvm=22470&idioma=pt-br>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

BRASIL. *Setores da atividade econômica apresentam recuperação em “V”*. Nota informativa. Brasília, DF: Secretaria de Política Econômica, 2020. Disponível em:

<<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/conjuntura-economica/estudos-economicos/2020/ni-setores-da-atividade-economica-apresentam-recuperacao-em-v.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

Cenário Econômico: 2020. São Paulo: Sul América Investimentos, 2020. Disponível em:

<<https://www.sulamericainvestimentos.com.br/cenario-economico-2020/#:~:text=A%20economia%20brasileira%20chegou%20ao,s%C3%B3lidos%20de%20retomada%20do%20crescimento.&text=A%20economia%20que%20iniciou%202019,crescimento%20de%201%2C2%25>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

A empresa como sistema. [s.l.], 2020. Disponível em: <<http://www.professorwellington.adm.br/rh2.htm#:~:text=A%20EMPRESA%20COMO%20SISTEMA&text=O%20sistema%20fechado%20tem%20poucas.com%20rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ambiente%20externo.&text=O%20sistema%20aberto%20tem%20uma.causa%20e%20efeito%20s%C3%A3o%20indeterminadas>>. Acesso em: 27 nov. 2020.

MARCELINO, UESLEI. Economistas melhoram de novo projeção e estimam recuo menor do PIB em 2020. *Diário do comércio*, Belo Horizonte, 2020. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/financas/economistas-melhoram-de-novo-projecao-e-estimam-recuo-menor-do-pib-em-2020/>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

PIB: entenda o que é e como é calculado. [s.l.]: FinanceOne, 2020. Disponível em: <<https://financeone.com.br/pib-o-que-e-e-como-e-calculado/>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

Quem Somos. São Paulo: Magazine Luiza, [s.d]. Disponível em: <<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Quem-Somos?=urUqu4hANldyCLgMRgOsTw==>>. Acesso em 20 nov. 2020.

SOUZA JÚNIOR, JOSÉ RONALDO DE C.; CAVALCANTI, MARCO A. F. H.; LEVY, PAULO MANSUR. Visão geral da conjuntura. *Carta de conjuntura*, Brasília, DF, 2020. Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/cartadeconjuntura/index.php/tag/previsoes-macroeconomicas/>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

ANEXOS



magazineluiza.com
vem ser feliz