



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

TECNOLOGIA EM LOGÍSTICA

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

LOJAS RIACHUELO S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

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

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

LOJAS RIACHUELO S.A.

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

SUELLEN CAROLINE DOS SANTOS, RA
1012019100119

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	6
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	6
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	7
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	9
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	12
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	13
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	14
4. CONCLUSÃO	16
REFERÊNCIAS	17
ANEXOS	18

1. INTRODUÇÃO

Riachuelo também estilizado como RCHLO, é uma rede de lojas de departamento brasileira pertencente ao Grupo Guararapes Confecções. É a terceira maior rede de lojas de departamento no Brasil, após as varejistas C&A e Lojas Renner. Seu proprietário é o empresário pernambucano Flávio Rocha.

O conceito de economia é importante para todos nós, tanto no ambiente de trabalho quanto no dia a dia doméstico. Isso acontece porque os problemas econômicos estão presentes em todos os instantes de nossas vidas.

O Objetivo desse projeto integrado é conceituar o crescimento, o desenvolvimento e a atuação da Riachuelo no mercado brasileiro

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Em 3 de outubro de 1947, Nevaldo Rocha fundou, ao lado de seu irmão, Newton Rocha, o Grupo Guararapes. Tudo começou com a loja de tecidos “A Capital”, em Natal, no Rio Grande do Norte. Quatro anos depois, foi inaugurada uma pequena confecção, em Recife, e adquiridos novos pontos de venda. Em outubro de 1956, Nevaldo e Newton, nomearam oficialmente a Guararapes e, dois anos mais tarde, realocaram a matriz para Natal, onde ela é mantida até hoje. Em 1979, eles adquiriram as cadeias de lojas Riachuelo e Wolens, expandindo sua atuação para o varejo têxtil.

Idealizada por Flávio Rocha, em 1982, foi lançada a marca Pool, grife que sempre se manteve conectada com os jovens e foi ícone de moda nos anos 80, além de ter sido a principal patrocinadora do piloto Ayrton Senna no início de sua carreira, quando competia nas categorias Kart e Fórmula-3.

Em 1997, a unidade fabril de Natal (RN) foi transferida e ampliada para o distrito industrial de Extremoz (RN), hoje com área construída de 150.000m², responsável pela produção da malharia do Grupo e por parte da camisaria, enquanto as três unidades fabris de Fortaleza (CE) produzem tecido plano (sarja, jeans e camisaria).

O Grupo vem investindo em pesquisa, criação, desenvolvimento e no processo de distribuição para desenvolver seu modelo integrado, a fim de aperfeiçoar o timing entre o desenvolvimento do produto e a entrega nas lojas. Para isso, conta com três centros de distribuição, um em Extremoz (RN), inaugurado em 2000, com 58.000m², outro em Guarulhos (SP), inaugurado em 2002, com 85.000m² e outro em Manaus, com 6.000m².

Além da Riachuelo, o Grupo é proprietário da Midway Financeira, do Shopping Midway Mall e da Transportadora Casa Verde.

Hoje, são mais de 300 lojas, 40 mil funcionários, cerca de metade deles na região Nordeste do Brasil -, o maior parque fabril da América Latina, o shopping Midway Mall, em Natal, dois teatros Riachuelo, na capital potiguar e no Rio de Janeiro,

e mais de 30 parcerias com os principais nomes da moda mundial, colocando o conceito “See Now, Buy Now” definitivamente no vocabulário dos brasileiros.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

A economia brasileira chegou ao final de 2019 com sinais sólidos de retomada do crescimento. Ao longo do ano, ocorreram diversos choques – evento Brumadinho; crise na Argentina, desaceleração global que impediram um processo mais firme de recuperação. Fatores pontuais impulsionaram o crescimento no 2º semestre, com destaque para a liberação dos saques do FGTS/PIS, que estimularam as vendas, que ao lado de melhoria das condições financeiras, favorecendo a expansão do crédito, incrementaram os gastos de consumo das famílias. Os investimentos também ganharam força no período. Foram beneficiados pela elevação da confiança dos empresários, que se seguiu a aprovação da reforma da Previdência e ao anúncio de uma agenda de medidas (reforma tributária, pacto federativo, reforma administrativa) focadas no endereçamento correta do quadro fiscal brasileiro. O desempenho econômico não foi uniforme ao longo do ano. A economia que iniciou 2019 em ritmo lento, recuando 0,01% na margem no 1º trimestre, deve encerrar ao ano com crescimento anualizado de 3,1%, segundo nossas projeções. Na média do ano, o PIB deve mostrar crescimento de 1,2%.

O ano de 2020 tem sido um ano difícil, o que não é novidade para ninguém. A pandemia não estava nos planos e, apesar de todo mundo ter se acostumado com o tal “novo normal”, ninguém ainda sabe ao certo o que o futuro próximo nos reserva.

Nos mercados, claro, a incerteza sempre se traduz em volatilidade. E tem sido assim desde fevereiro. Depois dos tombos dos primeiros meses e da recuperação dos meses seguintes, os mercados estão um pouco mais calmos – mas ainda muito vulneráveis. Parte disso, por conta das incertezas, mas ainda potencializado pela alta liquidez que intensifica a “dança das cadeiras” a qualquer possibilidade de mudança de cenário.

A segunda onda da Covid-19 na Europa e os números insistentemente ascendentes nos EUA têm sido o grande fator de incerteza. Porém, as medidas de restrição adotadas nessa segunda onda estão sendo mais brandas e com efeitos menores sobre a economia, com os impactos mais concentrados no setor de serviços.

De acordo com os especialistas, a pandemia ajudou a Riachuelo a fortalecer a sua presença digital. Por mais que o site de vendas já tivesse três anos, ainda não era tão fortalecido como precisou ser depois que o novo coronavírus obrigou as lojas físicas a fecharem as portas.

“O e-commerce se tornou da noite pro dia o único canal de vendas da empresa. Convocamos as pessoas que estavam em casa, treinamos essas pessoas, dividimos em turnos, espalhamos o e-commerce no Centro de Distribuição. A resposta positiva foi imediata”, contou Anaia Bandeira no o evento *The Future Of E-Commerce – Logística*.

“Nada como uma pandemia para transformar o digital. Na hora que você fecha as mais de 300 lojas, esse canal digital vira o maior. Foi a melhor forma de acelerar o senso de urgência do e-commerce para a Riachuelo. Fortaleceu a transportadora do grupo para entregas porta a porta. Para o pós-pandemia, o desafio é transformar os 321 pontos de vendas em pontos de entrega”, finalizou.

O *The Future Of E-Commerce – Logística* debate o que se espera da logística nos próximos anos.

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 2019, por exemplo, foi de R\$ 7,3 trilhões. No último trimestre divulgado (2º trimestre de 2020), o valor foi de R\$ 1 653,0 bilhões.



Fonte: IBGE

O PIB mede apenas os bens e serviços finais para evitar 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 finais 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.

Para o cálculo do PIB, são utilizados diversos dados; alguns produzidos pelo IBGE, outros provenientes de fontes externas. Essas são algumas das peças que compõem o quebra-cabeça do PIB:

- [Balanço de Pagamentos \(Banco Central\)](#)
- [Declaração de Informações Econômico-Fiscais da Pessoa Jurídica - DIPJ \(Secretaria da Receita Federal\)](#)
- [Índice de Preços ao Produtor Amplo - IPA \(FGV\)](#)
- [Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA \(IBGE\)](#)
- [Produção Agrícola Municipal - PAM - \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Anual de Comércio - PAC \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Anual de Serviços - PAS \(IBGE\)](#)

- [Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Industrial Anual - Empresa - PIA-Empresa \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física - PIM-PF \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Mensal de Comércio - PMC \(IBGE\)](#)
- [Pesquisa Mensal de Serviços - PMS \(IBGE\)](#)

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

Traçar a evolução do PIB no tempo, comparando seu desempenho ano a ano;

Fazer comparações internacionais sobre o tamanho das economias dos diversos países;

Analisar o PIB per capita (divisão do PIB pelo número de habitantes), que mede quanto do PIB caberia a cada indivíduo de um país se todos recebessem partes iguais, entre outros estudos.

O PIB é, contudo, apenas um indicador síntese de uma economia. Ele ajuda a compreender um país, mas não expressa importantes fatores, como distribuição de renda, qualidade de vida, educação e saúde. Um país tanto pode ter um PIB pequeno e ostentar um altíssimo padrão de vida, como registrar um PIB alto e apresentar um padrão de vida relativamente baixo

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Desenvolvimento econômico é geralmente definido como o aumento da produção per capita através da reorganização dos fatores de produção. Esta definição não distingue desenvolvimento de crescimento. Em certos casos, todavia, é de toda conveniência que tal distinção seja feita. Tanto desenvolvimento quanto crescimento envolveriam aumento da produtividade, da produção de bens e serviços por homem-hora. Desenvolvimento, porém, implicaria em uma modificação de toda a estrutura econômica e social da região em foco, ao passo que para haver crescimento econômico bastaria que a renda per capita aumentasse. É certo que em muitos casos tal distinção é perigosa, só levando a confusões. A aceitar-se a mesma em sua íntegra,

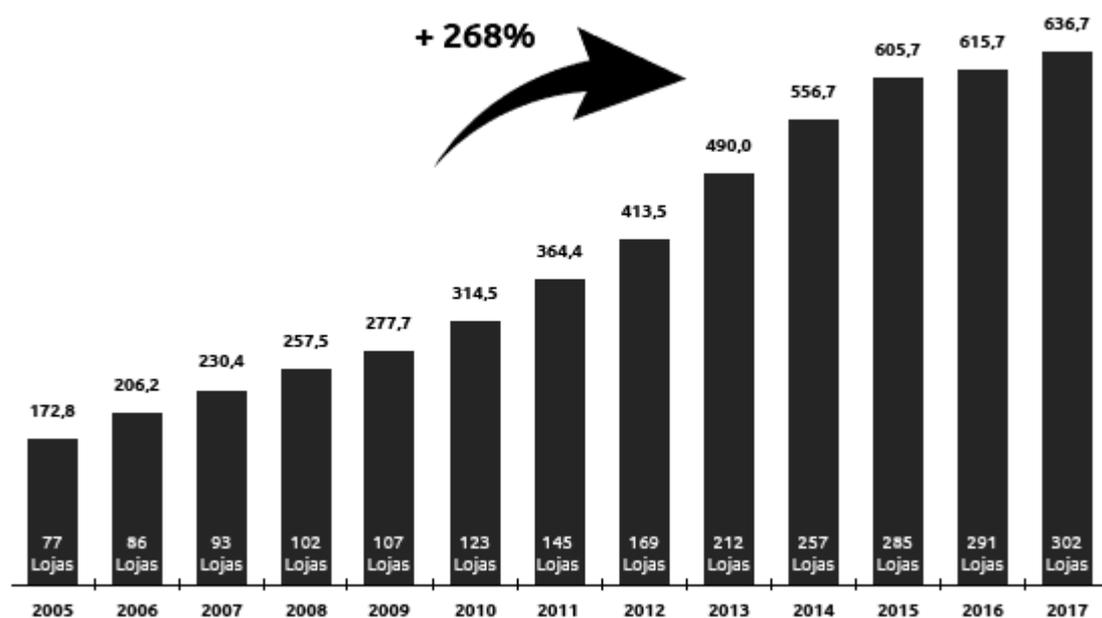
ficaríamos, por exemplo, impossibilitados de comparar em termos objetivos o desenvolvimento econômico de dois países, ou mesmo de um mesmo país em períodos diferentes. Por outro lado, a constatação de que o desenvolvimento econômico é um processo que se realiza por fases mais ou menos definidas.

A reorganização dos fatores de produção realiza-se no plano nacional e no nível das empresas. Em ambos os níveis, são tomadas decisões que influenciam essa reorganização. O desenvolvimento econômico, portanto, não é função exclusiva das decisões tomadas pelos empresários. Mas, sem dúvida, "a feição característica do desenvolvimento é o crescimento das empresas, isto é, o aparecimento de um pequeno número de pessoas, investidores particulares ou funcionários públicos, que utilizam grandes somas de capital e dão emprego a um grande número de pessoas". Esse "pequeno número de pessoas" são os empresários, cujo papel dentro do desenvolvimento econômico de um país é crucial.

Em termos amplos, empresário é o dirigente e executor da reorganização dos fatores de produção no nível das empresas. Ele é o agente privado ou público que, em nome próprio, dos acionistas ou do Estado, cria e desenvolve, de forma sistemática e racional (ou seja, na qual são sempre procurados os meios mais adequados para se atingir os fins visados), uma organização econômica bem sucedida. Observe-se que esta racionalidade que atribuímos ao empresário tem origens históricas sobre as quais não nos estenderemos. Deriva do ambiente racionalista que a burguesia mercantil e industrial - classe de onde se originaram os primeiros empresários modernos - desenvolveu a partir da Renascença, opondo-se aos sistemas eminentemente "irracionais" dos regimes patriarcal e feudal, em que considerações de ordem familiar, religiosa e militar interferiam de forma decisiva na organização econômica.

A gradual recuperação da economia ao longo do ano, a melhora dos processos envolvendo desenvolvimento de produto e coleção, o aprimoramento do fluxo logístico em toda a cadeia e a retomada dos volumes da operação financeira foram os principais destaques operacionais da companhia. Como resultado, uma expansão consistente das vendas em mesmas lojas aliada a uma expansão forte da margem bruta de mercadorias e um intenso controle do ciclo financeiro.

A busca por ganho de produtividade continuou presente ao longo de 2017, com esforços mais direcionados aos processos de lojas. A evolução dos métodos de gestão implementados em loja no decorrer de 2015 e 2016 continuaram a gerar valor através da melhora da qualidade da operação e consequente aumento da produtividade, está apenas levemente impactada no decorrer do segundo semestre pelo crescimento das operações de celular e perfumaria. Desta forma, o indicador área de vendas (m²) por colaborador melhorou 38,1% no decorrer dos últimos quatro anos.



Como forma de reconhecimento pela qualidade das informações financeiras divulgadas ao mercado em geral, o Grupo Guararapes recebeu, pelo quarto ano consecutivo, o Prêmio Troféu Transparência 2017 e foi eleita como a melhor dentre as empresas premiadas em sua categoria. Concedido pela Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (ANEFAC), em parceria com a Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI) e Serasa Experian, o 21º Troféu Transparência reconheceu as melhores demonstrações financeiras do mercado.

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Há muito tempo as pessoas perceberam a necessidade de união para o alcance do que desejam, pois assim se torna mais fácil fazer o que deve ser feito, bem como também torna possível realizar coisas que sozinhas não conseguiriam. Desses agrupamentos com objetivos comuns surgiram as organizações modernas, e é principalmente nas organizações que a administração é exercida auxiliando a gestão financeira.

Uma organização é um organismo composto de grupos de pessoas que se constituem de forma organizada para alcançar objetivos comuns. Pode ser conceituada, também, como uma ou mais pessoas trabalhando juntas e de modo estruturado para alcançar um objetivo específico ou um conjunto de objetivos. Toda organização funciona como um sistema, ou seja, necessita de entradas que serão processadas (trabalhadas) e irão gerar produtos/serviços como saídas. Os fornecedores garantem as entradas, a organização, realizam o ciclo produtivo (transformacional) e os clientes são beneficiados pelas saídas.

Toda organização é dividida em áreas funcionais e são estas áreas que devem ser administradas. As principais áreas da administração nas organizações são: marketing, produção/logística, financeira e recursos humanos.

É importante ressaltar que os grupos que fazem parte da organização moldam os indivíduos conforme seus valores e normas e a organização é moldada também pelas crenças e valores compartilhados por seus membros. A construção de uma cultura é feita pela intensidade das experiências compartilhadas entre os indivíduos do grupo e a homogeneidade e estabilidade de seus indivíduos. Uma empresa com cultura forte é aquela que já tem uma história densa e longa e uma com cultura fraca acontece quando não há membros que permanecem por muito tempo e não há um enfrentamento das dificuldades. O contexto em que a organização está inserida influi na cultura organizacional como também a cultura regional e nacional e a formação étnica e religiosa.

É possível assumir que a Riachuelo é uma organização com cultura forte já que existe há bastante tempo e é uma marca forte no seu ramo.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A Riachuelo, com mais de 320 lojas e presença em todo o País, se prepara para dar um grande salto digital e lançar um marketplace, em que plugaria outras marcas de setores ligados a estilo de vida. A ideia é transformar a Midway também num marketplace de produtos financeiros e fazer isso como outras fintechs já fazem, sem as amarras estipuladas pelo Banco Central no caso de um banco múltiplo.

Paralelo a esses movimentos, o grupo passou a olhar com mais atenção a migração de suas ações para o Novo Mercado da B3, um desejo antigo de Rocha, mas que esbarrava na resistência de seu pai, o lendário Nevaldo Rocha.

Atualmente, apenas 17% das ações da Guararapes são negociadas na bolsa – o restante está nas mãos da família controladora. Ao ir para o Novo Mercado, ela aumentaria essa participação para 25% e traria mais apetite por parte de grandes investidores. Para efeito de comparação, o free float de sua concorrente Renner está em 98,72%. E isso é refletido no valor de mercado de ambas companhias.

Enquanto as ações da Guararapes são negociadas a um múltiplo de 17,37 na relação preço/lucro, as ações da Renner são negociadas a um múltiplo de 33,83.

As vendas da Companhia e seu resultado operacional dependem de sua habilidade em gerenciar estoques e prever, identificar e responder com rapidez às mudanças nas tendências da moda e nas preferências do consumidor. A Companhia não pode prever as preferências dos consumidores com certeza e tais preferências mudam ao longo do tempo. Ao mesmo tempo em que o desenvolvimento e os pedidos de mercadorias da Companhia devem ser submetidos com antecedência em relação à estação de vendas aplicável, a Companhia precisa reagir com agilidade às tendências do mercado oferecendo mercadorias atrativas e desejáveis, a preços competitivos. A

demora entre o desenvolvimento e/ou a ordem de compra e a disponibilidade de certos produtos nas lojas pode tornar difícil uma resposta rápida às novas tendências. Se a Companhia não for capaz de prever, identificar ou responder às tendências emergentes de estilo ou de preferências do consumidor, ou se analisar incorretamente o mercado para suas mercadorias ou qualquer nova linha de produtos, poderá ter um volume substancial de estoques não vendidos. Em resposta a essas situações, a Companhia poderá ser forçada a baixar os preços de suas mercadorias ou fazer vendas promocionais para acabar com os estoques, o que afetaria negativamente os seus resultados operacionais.

A Companhia conta com o direito de incentivos fiscais do Imposto de Renda e de ICMS sobre a comercialização de determinados produtos. Os incentivos fiscais do imposto de renda incidem sobre o resultado auferido na comercialização de produtos de sua fabricação nas unidades fabris localizadas em Natal e Fortaleza, condicionados à constituição de reserva de capital por montante equivalente.

Esses incentivos, concedidos pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste - SUDENE, consistem na isenção ou redução de 75% de imposto de renda sobre resultados apurados em cada unidade fabril, até o ano-base de 2017.

Além disso, a companhia possui também incentivo fiscal no âmbito do Fundo de Desenvolvimento Industrial do Ceará - FDI - concedido até agosto do ano 2023, correspondente a financiamento equivalente a 75% do ICMS devido, corrigido pela TJLP, e amortização com desconto de 99% após carência de 1 mês.

Adicionalmente, a Companhia é beneficiária de incentivos no âmbito do Programa de Apoio ao Desenvolvimento Industrial do Rio Grande do Norte - PROADI, concedidos até maio de 2019, sob a forma de financiamentos equivalentes a 75% do valor do ICMS. Os financiamentos estão sujeitos a juros de 3% a.a. e a atualização monetária com base na variação da TR. A amortização das parcelas ocorrerá com desconto de 99% do valor atualizado, após carência de 2 meses.

4. CONCLUSÃO

A Riachuelo está entre as 3 maiores indústrias têxteis do país, seu crescimento aumenta anualmente.

Com base nos artigos estudados o presente trabalho teve como objetivo principal contribuir com o entendimento do que são os fundamentos da economia e da administração dentro de uma empresa de sociedade autônoma. Vimos a atuação da empresa no mercado externo e como foi necessário se reinventar durante a pandemia.

REFERÊNCIAS

<https://www.riachuelo.com.br/a-empresa/historia> acessado em 28/11/2020.

<https://ri.riachuelo.com.br/show.aspx?idCanal=vw1IOPp7f0b2cA+k+n7G3w==>
acessado em 28/11/2020.

<https://ri.riachuelo.com.br/show.aspx?idCanal=TtMQ7W5PmtQYbdqDr6HfrQ==>
acessado em 28/11/2020.

<https://ri.riachuelo.com.br/show.aspx?idCanal=mHcgter2zOSIRSDs66L2jA==>
acessado em 28/11/2020.

<https://ri.riachuelo.com.br/show.aspx?idCanal=2OrxP2Q17faZSFoH05FNQQ==>
acessado em 28/11/2020.

<https://neofeed.com.br/blog/home/riachuelo-vai-criar-um-marketplace-e-guarara-pes-se-prepara-para-o-novo-mercado-da-b3/> acessado em 28/11/2020.

<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php#:~:text=O%20PIB%20%C3%A9%20a%20soma,R%24%207%2C3%20trilh%C3%B5es>. acessado em 28/11/2020.

<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/fundamentos-de-administracao/11857> acessado em 28/11/2020.

ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.