



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO
DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

ANA LUCIA BRAGANHOLI, RA
1012021100094

LARISSA HELENA MORA FERRAZ, RA
1012021100325

ROBSON ADRIANO DA SILVA, RA
1012021100426

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	7
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	7
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	7
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	8
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	8
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	8
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	9
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	9
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	9
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12
ANEXOS	13

1. INTRODUÇÃO

Neste trabalho, vamos estudar o desenvolvimento econômico e empresarial, entender alguns fatores da economia nas principais áreas do conhecimento econômico e na administração, e como o desenvolvimento e o crescimento na economia reflete nas empresas e na sociedade.

A diferença entre desenvolvimento e o crescimento econômico geram movimentos para produzir fontes de riquezas em períodos diferentes tendo um controle de equilíbrio para estabilizar os pontos negativos e positivos, vantagens e desvantagens nesses períodos. A economia sempre existiu desde a antiguidade, e faz presente em todos nós hoje, com recursos, mudança de pensamentos, e muita tecnologia representa em nosso dia a importância do conhecimento nessa área, que complexa, precisamos entender os movimentos e a intensidade econômica de países que muitas vezes refletem no comportamento das organizações a tomada de decisões.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

MAGAZINE LUIZA S/A, CNPJ 47.950/0001 - 21, com sua sede situada na Rua Voluntários da Franca, 1465, centro Franca, CEP: 14400490 SP.

O sonho do casal de vendedores Luiza e Pelegrino Donato de constituir um comércio que gerasse emprego para toda a família em Franca, interior de São Paulo, fez nascer a rede de varejo Magazine Luiza S.A.

Começaram em 1957 em uma pequena loja de presentes em Franca;

Em 1976 com a aquisição das lojas Mercantil, o Magazine Luiza abre as primeiras filiais em cidades do interior de São Paulo.

Em 1983 inicia - se a expansão para cidades do triângulo mineiro em Minas Gerais.

Em 1991 ciclo novo, Luiza Helena Trajano, sobrinha da fundadora, Luiza Trajano Donato, assume a liderança da organização.

Em 1992 são inauguradas as primeiras lojas virtuais.

Em 1994 são criadas as campanhas Liquidação Fantástica e Só Amanhã.

Em 1996 a rede chega ao Paraná e ao Mato Grosso do Sul.

Em 2000 é lançado o site de comércio eletrônico www.magazineluiza.com.br.

Em 2001 é criada a Luizacred em parceria com o Itaú Unibanco. A rede Wanel, da região de Sorocaba (SP), foi adquirida.

Em 2002 o ciclo de crescimento sustentável.

Em 2003 Aquisição de lojas líder da região de Campinas - SP. Luiza é considerada a melhor empresa a se trabalhar no Brasil - a primeira varejista do mundo a receber esse título do Instituto Great Place to Work.

Em 2004 as lojas Arno foram adquiridas no Rio Grande do Sul.

Em 2005 é criada a Luizaseg, em sociedade com a Cardif, empresa do Grupo BNP Paribas. Aquisição das redes Lojas Base, Kilar e Madol, nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. Criação da TV Luiza, da rádio Luiza e do Portal Luiza.

Em 2008, quarenta e seis lojas foram inauguradas no mesmo dia na cidade de São Paulo, e mais de 1 milhão de novos clientes foram conquistados.

Em 2010 chega ao nordeste com aquisição da rede lojas Maia, com 136 unidades.

Em 2011 a empresa adquire a rede Baú da Felicidade.

Em 2012 é lançado o chip Luiza que oferece acesso gratuito a redes sociais, voltando para clientes de baixa renda.

Em 2013 o Magazine Luiza adquire a época de cosméticos, e - commerce de beleza.

Em 2014 os nove centros de distribuição são integrados e passam a oferecer entregas mais rápidas e com menor custo de frete. A empresa patrocina copa do mundo no brasil.

Em 2015, a Transformação digital. Lançamento da nova versão do aplicativo Magazine Luiza para mobile. Implantação do mobile vendas em 180 lojas.

Em 2016 o Magazine Luiza é a empresa de capital aberto que mais se valorizou no mundo. Todos os vendedores atendem utilizando um smartphone, pelo aplicativo do Mobile Vendas. Lançamento da plataforma de Marketplace, cerca de 50 parceiros passam a vender seus produtos dentro do site do Magazine Luiza.

Em 2017 Magazine Luiza liderou o ranking da Bovespa por mais um ano. Empresa faz oferta de ações e arrecada R \$1,8 bilhão. Frederico Trajano é apontado como empreendedor do ano pela IstoÉ Dinheiro. Reality show do Magazine Luiza, o Missão Digital, estreia na Rede Globo com o propósito de ajudar pequenos comerciantes a se digitalizar. Empresa cria canal de denúncia interno. Magazine Luiza adquire a Íntegra Commerce e o laboratório de inovação do Magazine Luiza chega a mais de 450 engenheiros e especialistas que trabalham para tornar as operações do Magazine Luiza cada vez mais digitais.

Em 2018 Magazine Luiza vira Magalu. A empresa adquire a startup de logística Logbee. A Campanha do 7x1 (“Sai Zica”) foi um dos destaques do marketing brasileiro e Magalu é a empresa que mais vende televisores para brasileiros assistirem à Copa do Mundo. A Campanha do "Eu Meto a Colher, sim" é lançada. Empresa é apontada como uma das mais inovadoras do Brasil pela revista americana Fast Company. O app do Magalu é um dos mais bem-sucedidos apps de compras do Brasil, com 26 milhões de downloads e uma participação de cerca de 40% dos pedidos online da companhia.

Em 2019 Magalu adquire a Netshoes, maior e-commerce esportivo do Brasil, e, no mundo físico, inaugura sua milésima loja. Empresa faz oferta de ações e arrecada mais de R \$4 bilhões de reais. Na Black Friday, protagoniza um show ao vivo na tevê, a "Black das Blacks". Sua marca vira uma das trinta mais valiosas do País. A primeira Expo Magalu, evento para sellers, reúne milhares de pessoas em São Paulo. Empresa entra no Pará. Frederico Trajano é apontado como executivo do ano pelo Valor Econômico.

Mas temporariamente. No lado financeiro, tivemos o lançamento do MagaluDay como nova funcionalidade do super aplicativo da companhia e o roll-out do Magalu Pagamentos que oferece a antecipação dos recebíveis para os sellers. As aquisições marcaram fortemente esse ano para o Magalu, sendo que seu ecossistema foi complementado com a chegada da Hub Sales, Canaltech, Inloco Media, GFL, Sinclor, Stog, AiQFome, ComSchool e Hub Fintech. Um dos drivers estratégicos com maior destaque foi o de Novas Categorias, com mercado e bens de consumo como a categoria com maior quantidade de itens vendidos, contribuindo para o aumento da frequência de compras dos clientes. Ainda neste ano, demos um importante passo na reparação de uma dívida histórica que o Magalu tinha como empresa e lançamos o primeiro programa de trainee exclusivo para pessoas negras.

Em 2020, Magalu iniciou o ano com a aquisição do marketplace de livros ``Estante Virtual. Frente às limitações de isolamento impostas pelo combate à disseminação da covid-19, a empresa acelerou seu processo de digitalização online e desenvolveu ainda mais a sua multicanalidade com o Ship From Store, acelerando a velocidade da entrega para o cliente final. Os sellers do Marketplace puderam usufruir das facilidades do Parceiro Magalu e vender online, mesmo com suas lojas fechadas.

Em 2021 O ano do #Piscou Chegou para o Magalu e começou com uma segunda onda de Covid-19 ainda mais forte que a primeira. Novamente, as portas do mundo físico se fecharam. Nesse cenário, o crescimento do e-commerce continuou acelerado. Em mais um período desafiador, a empresa superou o mercado e atingiu o maior market share da história. As aquisições marcaram fortemente esse ano, sendo que o ecossistema foi complementado com a chegada da Vip Commerce, Steal The Look, Tonolucro,

Grandchef, SmartNet, Jovem Nerd, Bit 55, Plus Delivery, Juni, Sode e a maior aquisição da nossa história, a KaBuM!, e-commerce referência em tecnologia e games. Em julho, inauguramos as primeiras lojas físicas do Magalu no estado do Rio de Janeiro, marcando a nossa entrada no segundo maior mercado consumidor do país e concluímos uma bem sucedida oferta subsequente de ações, 100% primária. Foram captados cerca de 4 bilhões de reais com o objetivo de acelerar ainda mais os nossos investimentos.

<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossa-Historia?maMhsoEQNCO/Wxrb98OXA==>

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

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.

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.

De acordo com o Ministério da Economia, o Produto Interno Bruto (PIB) cresceu 1,2% no segundo trimestre em comparação ao primeiro trimestre deste ano, segundo dados divulgados nesta quinta-feira (1º/9) pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). É a quarta alta consecutiva. Em relação ao mesmo trimestre do ano passado, o crescimento foi de 3,2%, com o PIB se mantendo positivo por seis trimestres seguidos. O crescimento acumulado em quatro trimestres é de 2,6%. De acordo com a nota informativa “Continuidade da retomada e sustentabilidade da atividade econômica”, da Secretaria de Política Econômica (SPE) do Ministério da Economia (ME), o carregamento estatístico do primeiro semestre deste ano aponta um crescimento de 2,4% para 2022.

O estudo – com dados comentados em entrevista coletiva concedida pelo chefe da Assessoria Especial de Estudos Econômicos, Rogério Boueri; o secretário de Política Econômica, Pedro Calhman; e o subsecretário de Política Macroeconômica da SPE, Fausto Vieira – avalia que o resultado do PIB no segundo trimestre mostra a consolidação da retomada da atividade econômica no país, mesmo com os impactos do conflito do Leste Europeu e os efeitos remanescentes da pandemia.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

No ano de 2019, o mundo foi surpreendido pelo aparecimento de um vírus que causou impacto significativamente negativo em escala global. O Coronavírus foi

identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China, conseguindo disseminar por todo o mundo com êxito em mortes e calamidades públicas. O Brasil por sua vez, se encontrou entre os países que mais sofreram impacto pelo vírus, o que levou o país a decretar situação de emergência epidemiológica no início de fevereiro de 2020.

Frente a essa situação, o Governo Federal Brasileiro concedeu o chamado Programa de Auxílio Emergencial (PAE), o qual foi instituído pela Lei 13.982 de Abril de 2020 da Presidência da República do Brasil. Tratando-se assim, de um benefício financeiro destinado aos trabalhadores informais, microempreendedores individuais (MEI), autônomos e desempregados, que possuía como objetivo o fornecimento de proteção emergencial no período de enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus - COVID 19.

Este Programa de Auxílio Emergencial, além de política de bem-estar, foi também política de crescimento da produção. Visto que, possibilitou proteção social, esta que tem o dever de garantir constitucionalmente a segurança de sobrevivência (de rendimento e de autonomia); de acolhida; de convívio ou vivência familiar. Contribuiu no controle da crise sanitária, no combate à fome, no equilíbrio à desigualdade de renda. Permitiu que a economia brasileira não sofresse uma contração maior ainda, conforme relata a coordenadora da assessoria política do Inesc, Beghin (2021, online):

Se o Auxílio não tivesse sido adotado, mesmo no melhor dos casos (queda de 8,4% do PIB), a economia brasileira teria tido uma contração quase duas vezes maior que a observada no cenário com o Auxílio. No caso mais pessimista, que prevê retração de 14,8% da economia sem o programa, o tombo seria cerca de três vezes maior que o verificado na realidade.

No que se refere ao impacto dessas políticas na atividade da empresa, o Auxílio Emergencial ajudou com que mantivessem os níveis de consumo em 2020. Uma vez que, a empresa já estava preparada para o ramo do varejo online, o que facilitou devido ao isolamento social. Já em 2021 com o fim do PAE e com uma nova onda de casos de covid-19, que atingiu as principais cidades do país e levou-as a novas restrições de funcionamento, a empresa sentiu novamente os efeitos mais agudos da crise. A perspectiva de curto prazo não foi favorável

para as empresas de varejo listadas na bolsa, em linha com um desempenho visto desde o início de 2021, as ações do Magazine Luiza caíram 4,4%.

Em 2022, o Magazine Luiza registrou um aumento de 4,5% na receita de vendas do primeiro trimestre em comparação com o mesmo período de 2021. Mesmo assim, teve prejuízo de R\$ 98,8 milhões no período.

Sendo assim, o Magazine Luiza foi impactado tanto de maneira positiva quanto de maneira negativa.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

O ambiente externo influencia diretamente as atividades de uma organização e poderá proporcionar vantagem para a instituição, como a alta das vendas, por exemplo, devido a um maior índice de indivíduos empregados, mas também pode apresentar desvantagens, como uma menor produção de mercadorias, em decorrência da falta de insumos no mercado, São diversas situações que poderão agir de forma a alterar a gestão de uma empresa.

A empresa Magazine Luiza tem uma cultura organizacional voltada para a valorização dos colaboradores e no respeito aos clientes. Eles valorizam pessoas, e sempre as colocam em primeiro lugar. Isto se reflete no relacionamento com clientes e na política de gestão de pessoas.

É uma empresa competitiva, inovadora e ousada, que visa sempre ao bem estar comum. Sua visão é ser um grupo mais inovador do varejo nacional, oferecendo

diversas linhas de produtos de 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. O Magazine Luiza pelo que estamos pesquisando e aprendendo é uma empresa de sistema aberto, pois vários parceiros que são empresa que vende seus produtos no seu app do Magalu umas das maiores plataforma de vendas virtual do Brasil.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Expandir o modelo de negócio para além das fronteiras nacionais. Fechar transações em outro idioma, sob o efeito do câmbio de moedas internacionais. São muitos os benefícios de vender produtos no mercado internacional. Este tipo de transação significa atingir um novo patamar para a empresa, ampliar as atividades e ganhar projeção e relevância.

Obter essas vantagens, no entanto, pressupõe desafios e obstáculos bastante significativos a serem vencidos em um processo de internacionalização.

A empresa precisa alinhar sua produção à demanda: Lembre-se, uma inserção no mercado internacional pode significar, logo de cara, um grande aumento em sua demanda - ela agora ultrapassa os limites do Brasil. De olho na moeda estrangeira - o papel do câmbio passa a ser totalmente decisivo no dia a dia de sua atividade. A cotação da moeda estrangeira durante as exportações configura-se uma dificuldade bastante frequente para quem está começando um processo de internacionalização.

Além de toda a logística necessária para iniciar um movimento de exportação de suas mercadorias ao comércio exterior, ainda existe outro fator bastante presente no processo: a tributação.

Da mesma forma que mudam os impostos, a burocracia e a moeda, a internacionalização dos negócios tem um forte impacto nos recursos humanos e é necessário que sua equipe esteja perfeitamente adaptada à nova realidade.

Conheça o seu mercado, qual região explorar. Qual mercado fará melhor uso do meu produto e por consequência, impulsiona o meu negócio.

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

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

- **Tópico 1: Multiculturalismo e Identidade**

Como um conceito ou expressão que explora e denota diversos sentidos, a cultura está ligada a alguns aspectos muito comuns em nosso dia a dia.

Segundo Santos (1994), pode-se falar de cultura quando tratamos da arte como através da música, teatro, dança. Mas também estaremos tratando de cultura em assuntos relacionados ao cinema e a televisão, bem como sobre cerimônias tradicionais de um grupo, lendas e crenças, culinária, modo de viver, sentir ser e modos de se vestir.

Um bom exemplo, bem próximo de nós, é a nossa cultura como brasileiros: dentro dessa cultura, dessa brasilidade, há várias outras culturas, concorda? São regiões diferentes, formadas a partir de histórias de formação próprias, que acabam formando uma popularidade maior para certos tipos de festejo, modo de se vestir, culinária etc.

No Brasil, tal multiplicidade foi transmitida pela nossa história, enquanto formamos um povo, com a presença e a influência de diversas culturas e etnias que por aqui deixaram as suas marcas que restam até hoje no povo brasileiro.

- **Tópico 2: Diversidade Cultural e Étnico-raciais**

Pessoas de vários lugares do mundo vieram para cá ao longo do tempo pelos mais diversos motivos, em busca de uma vida melhor, em busca de trabalho.

Em termos de linguagem e dicionário, raça é uma divisão considerada tradicional dos grupos humanos com diversas características físicas e hereditárias, que vão desde a cor da pele até o formato da cabeça.

Sabe-se ainda que o tipo de meio ambiente em que os diversos grupos se formaram, lá no início da humanidade, é que foi o principal fator para o desenvolvimento de diferentes tonalidades de pele, cor dos olhos e estatura, por exemplo.

Vale lembrar que a história do nosso país iniciou com a escravidão, seguida pela abolição, que gerou um longo período de discriminação e dificuldades, das mais básicas as mais complexas para essas pessoas que foram retiradas dos seus países de origem para servirem como objeto e força de trabalho por aqui. Além da comida, esse povo trouxe seu legado cultural num sentido mais amplo, como o religioso, por exemplo a umbanda e o candomblé, que unem práticas de várias religiões africanas e, inclusive, da católica.

Cabe destacar que os portugueses foram agraciados com a sabedoria indígena da terra, sabedoria útil até os dias atuais: a agricultura e conhecimento que tinham sobre animais e vegetais favorece e muito aqueles europeus.

São dois povos importantíssimos para a história e cultura do nosso Brasil, que sofrem constantemente com a violência, intolerância, preconceito, ódio, desinformação ou esquecimento

Que nossas diferenças nos unam na batalha diária pelo nosso direito de cidadãos de sermos apenas isso: iguais, afinal.

- **Tópico 3: Gênero e Diversidade**

Muitas pessoas sofrem por não poder escolher uma profissão considerada típica do gênero oposto, por não ter aprendido habilidades para as quais não eram consideradas aptas por não corresponderem ao seu gênero.

Um exemplo disso é quando uma mulher pratica artes marciais ou esportes radicais e recebe apelido indicando homossexualidade, você já presenciou alguma situação como essa? O mesmo pode também ocorrer com os homens: atividades como costura, dança, escrever poesia, por exemplo, podem tornar-se motivo de vergonha e medo de repreensão, pois são tidas como atividades femininas.

Tais habilidades independem de gênero, cor, etnia ou religião. Nós conhecidos, colegas, amigos e familiares, só temos que respeitar - assim como queremos ser respeitados - a característica do outro, independentemente do seu gênero. Reprovações do outro em relação a roupa a se vestir ou a sair sozinho, tratar o outro como se sempre estivesse errado, desqualificar, humilhar, demonstrar ciúmes de forma possessiva, controlar a vida do outro, perseguir pelas redes sociais, olhar o celular do outro sem permissão, bem como tomar atitudes mais violentas, como chantagem e ameaças - um exemplo comum é quando o parceiro ameaça publicar fotos íntimas do outro na rede - além da violência física, são sinais de um relacionamento abusivo. Entre tantas outras formas de violência possíveis, se já não foram xingadas sem grande motivo, apenas por serem mulheres - se alguma faz algo errado no trânsito, já se ouve que tinha que ser mulher.

O problema é quando naturalizamos essa situação - problema real e permitimos que essa violência continue crescendo. Um mundo onde homens e mulheres busquem equidade, relações justas, compreensíveis, onde cada cidadão tenha liberdade para

seguir seu caminho sexual, religioso, profissional e íntimo. Com esse respeito, aliado a empatia, sororidade, solidariedade e tolerância, não há mundo preconceituoso que reste.

- **Tópico 4: Cultura religiosa no Brasil**

Somos um país permeado por religiosidade dos mais diversos tipos, que marcam nossa multiplicidade cultural e histórica.

A religião está ligada a nós humanos desde os tempos tidos como pré-históricos. Nos diferentes grupos e tempos, deuses semideuses, heróis, o sol, a lua, alguns animais e algumas pessoas exemplares, ao longo do tempo e dependendo de cada cultura, acabaram se tornando uma divindade Krishna, é a principal divindade da Índia e Apu Indi a dos antigos incas, por exemplo.

Na maioria dos casos, a religião é quase uma tradição familiar, embora tenhamos todo o direito e liberdade para mudarmos de crença, o que muitas pessoas fazem. É por isso que é tão importante conhecer essa variedade de cultura, pois assim ficamos preparados para conviver harmoniosamente com um colega de uma religião diferente, por exemplo, que tenha costumes diferentes e até nos ensine um pouco sobre a cultura dele.

O IBGE levantou dados que resultaram no reconhecimento de mais 40 expressões religiosas no Brasil. Justamente por nossa história, marcada pelo encontro de povos diferentes etnias e culturas, é que no Brasil temos religiosidades que se incorporam e influenciam mutuamente, gerando uma relação de sincretismo religioso entre alguns grupos.

Com a proclamação da República, deixamos de ser um país católico e nos tornamos laicos. Num país como o Brasil, formado a partir da mistura de pessoas que vieram de toda parte do mundo, a confluência de culturas, culinárias, costumes, e religiosidades acabou sendo um resultado inevitável.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Além de se fazer presente em todos os ambientes, existem vários tipos de diversidades. Desde etnia, costumes, vestimentas, culinária, gênero, sexualidade, etc.

Através do link abaixo, em nosso banner explicaremos e daremos algumas dicas de como podemos conviver melhor e respeitar toda diversidade existente.

https://www.canva.com/design/DAFSH2nsQLA/IcXG82Xj4_kB30xzu-m_eg/viaw?utm_content=DAFSH2nsQLA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink

4. CONCLUSÃO

Neste projeto, concluímos a importância de entendermos as unidades de estudo, foi preciso muita pesquisa, dedicação e foco para o desenvolvimento do trabalho de forma prática e objetiva.

Vimos que, os assuntos econômicos fazem parte na vida de todas as pessoas no seu dia a dia como também nas empresas e no governo, e o ponto de equilíbrio no desenvolvimento e crescimento no meio empresarial e político refletem disponibilidade, qualidade e quantidade no mercado, sendo que seus pontos negativos também aparecem, considerando a economia um consumo de bens e serviços nas sociedades, acumulação, produção e distribuição nas tomadas de decisões basicamente.

Além de que, o clima organizacional é muito importante para o sucesso do negócio, pois ele é um forte indicador da qualidade de vida dos profissionais. Quando a equipe está satisfeita, há mais produtividade e um melhor relacionamento dentro do empreendimento. Isso impacta diretamente nas operações comerciais e em toda a produção.

Nossas dificuldades foram superadas por uma equipe qualificada e empenhada para que o nosso desenvolvimento fosse de forma exponencial.

REFERÊNCIAS

A IMPORTÂNCIA do clima organizacional no sucesso da sua empresa. Grupo Fatos. Disponível em:

<<https://blog.grupofatos.com.br/a-importancia-do-clima-organizacional-no-sucesso-da-sua-empresa/>>

Acesso em: 23/11/2022

ALVARENGA, Bianca. Magazine Luiza e Via Varejo: o que esperar da ação com o fim do auxílio? Exame invest, 2022. Disponível em:

<<https://exame.com/invest/mercados/magazine-luiza-e-via-varejo-como-a-queda-do-consumo-afeta-as-acoes/>>

Acesso em: 09/11/2022

ALVES, Branca moreira; PITANGUY, Jaqueline. O que é feminismo. São Paulo: Brasiliense, 1995.

Acesso em: 14/11/2022

BECKER, Maria Regina. A sororidade como a experiência produz na pesquisa participante. 37ª Reunião Nacional ANPED, Educação Popular: 2015.

Acesso em: 14/11/2022

BEGHIN, NATHALIE. Por que o Auxílio Emergencial é tão importante? Disponível em:

<<https://www.inesc.org.br/por-que-o-auxilio-emergencial-e-tao-importante/>>

Acesso em: 09/11/2022

BEZERRA, Karina. História geral das religiões. Observatório Transdisciplinar das Religiões no Recife, Recife set. 2011.

Acesso em: 14/11/2022

Blog Fausto Macedo, 27 nove. 2017. Disponível em:

<<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/o-exercicio-do-respeito-a-diversidade/>>

Acesso em: 14/11/2022

CÁNOAS, Dalva Klaumann. Imigrantes espanhóis na Paulicéia. São Paulo: USP, tese de doutorado,2007.

Acesso em: 14/11/2022

CANRAD, Robert Edgar.Tumbeiros:o tráfico de escravos para o Brasil. São Paulo, Brasiliense,1985.

Acesso em: 14/11/2022

CARVALHO, José Jorge. Inclusão étnica racial no Brasil: a questão das cotas no ensino superior. São Paulo: Attar Editorial,2005.

Acesso em: 14/11/2022

CONVIVENDO com a diversidade: porque é importante?. Inluo. Disponível em:

<<http://www.inluo.com.br/blog/convivendo-com-a-diversidade-porque-e-importante/>>

Acesso em: 04/11/2022

ESTADÃO. Brasil registra uma denúncia de intolerância religiosa a cada 15 horas. Disponível em:

<<https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-registra-uma-denuncia-de-intolerancia-religiosa-a-cada-15-horas,70002081286>>

Acesso em: 14/11/2022

ESTADÃO. Em números: a violência contra a mulher brasileira. Disponível em:
<<https://emails.estadao.com.br/blogs/nana-soares/em-numeros-a-violencia-contra-a-mulher-brasileira/>>

Acesso em: 14/11/2022

FOLHA DE SÃO PAULO. A cada 3 dias governo recebe uma denúncia de intolerância religiosa. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/06/1648607-a-cada-3-dias-governo-recebe-uma-denuncia-de-intolerancia-religiosa.shtml>>

Acesso em: 14/11/2022

GOFFAH, ERVING. Estagna: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4.ed.Rio de Janeiro: LCT, 1988.

Acesso em: 14/11/2022

GOMES, Madeleine Pereira, DINIZ, Normélia Maria Freira, ARAÚJO Anne Jacob de Solza, COELHO, Tâmara Maria de Freitas. Compreendendo a violência doméstica a partir das categorias gênero e geração. Revista Acta Paul Enferm,20(4): 504 - 8, 2007.

Acesso em: 14/11/2022

G1.Três de cada cinco mulheres já foram vítimas de relacionamento abusivo, Disponível em: <<http://g1.com/fantastico/noticia/2017/três-de-cada-cinco-mulheres-já-foram-vítimas-de-relacionamento-abusivos.html>>

Acesso em: 14/11/2022

IBGE. Instituto de Geografia e Estatística - Censo demográfico 2010: características gerais da população,religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Religião . Disponível em:
<https://biblioteca.ibge.gov/visualização/periodicas/94/cd_2010_religião_deficiencia_pdf>.

Acesso em: 14/11/2022

LENINE. Lenine.doc Trilhas.Diversidade.São Paulo, Universal Music, 2010.

Acesso em: 14/11/2022

MARTINS, José de Souza. A imigração espanhola para o Brasil e a formação da força - de - trabalho na economia cafeeira 1880-1930. Revista de história, São Paulo, n. 121,p.5-26.ago./dez.1989.

Acesso em: 14/11/2022

MAGAZINE Luiza. Nossa Cultura, Missão e Valores. Disponível em:

<<https://ri.magazineluiza.com.br/show.aspx?idMateria=KGcmda6JwdWoCZxPgkJjSQ=>>

Acesso em: 23/11/2022

MINISTÉRIO da Economia divulga estudo sobre crescimento do Produto Interno Bruto. Ministério da Economia, 2022. Disponível em:

<<https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/ministerio-da-economia-divulga-estudo-sobre-o-crescimento-do-produto-interno-bruto>>

Acesso em: 07/11/2022

NEGÓCIOS internacionais: confira 5 pontos de atenção para a sua empresa. Santander. Disponível em:

<<https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/internacionalizacao/dicas-negocios-internacionais/>>

Acesso em: 22/11/2022

NOSSA História. Magazine Luiza. Disponível em:

<<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nossa-Historia?=maMhsoEQNCOr/Wxrb98OXA==>>

Acesso em: 23/11/2022

ONU. Organização das Nações Unidas. Declaração universal dos direitos humanos. Disponível em:

<<https://brasil.un.org/inig/2014/09/DUDtt.pdf>>

Declaração para eliminação de todas as formas de intolerância e discriminação fundadas na religião ou nas convicções. Proclamadas pela Assembléia Geral em 25 de novembro de 1981. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Direitos Humanos. Diversidade religiosa e direitos humanos: reconhecer as diferenças, superar a intolerância, promover a diversidade. 2. ed. Brasília: SDH/PR,2013. Disponível em:

<https://www.mpma.mp.br/arquivos/COCOM/arquivos/centros_de_apoio/cao_direitos_humanos/direitos_humanos/geral/DecIntoleranciaRegiosa.htm>

Acesso em: 14/11/2022

PIERUCCI, Antônio Flávio. Estado laico, fundamentalismo e a busca da verdade. In: BATISTA, Carla; MAIA, MÔNICA (orgs.). Estado Laico e liberdades democráticas. Disponível em:

<<https://soscorpo.org/wp-content/uploads/Livro-AMB-e-SOS-Estado-Laico.pdf>>

Acesso em: 14/11/2022

PRODUTO Interno Bruto - PIB. IBGE. Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php#:~:texto%20%20%C3%A9%20%20PIB,R%24%208%2C7%20trilh%C3%B5es.>>

Acesso em: 07/11/2022

Receipe: Articulação de mulheres brasileiras/ rede nacional feminista de saúde/SOS Corpo – Instituto feminista para a democracia, 2006. PRANDI, Reginaldo. De africano a afro-brasileiro: etnia, identidade, religião. Revista USP, São Paulo,

n.46,p.52-65, jun. ago. 2000. SANTOS, José Luis dos Santos. O que é cultura. 14 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. SILVA, Eliane Moura. Religião, diversidade e valores culturais: Conceitos teóricos e a educação para a cidadania. Revista de estudos da religião, n.2,p.1-14,2004. SOUZA, Neusa Santos. Tornar-se negro brasileiro em ascensão social. Rio de Janeiro: Graal. 1990. TELLES, E. Racismo à brasileira: uma perspectiva sociológica. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

Acesso em: 14/11/2022.

RODRIGUES, Cláudia de Paula Alves. A efetividade do Auxílio-Emergencial enquanto Política Pública de Proteção Social no Brasil durante a pandemia do COVID-19 no ano de 2020. 2021. 31f. Artigo Científico, Bacharel em Direito. Faculdade Evangélica de Goianésia. 2021. Disponível em:

<http://repositorio.aee.edu.br/bitstream/aee/18517/1/2021_%20TCC_%20Cl%C3%A1udia%20de%20Paula%20Alves%20Rodrigues.pdf>

Acesso em: 09/11/2022

ANEXOS