



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA S.A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO BACHARELADO

PROJETO INTEGRADO

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E
EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA S.A

MÓDULO ECONOMIA E NEGÓCIOS

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF^a ELAINA CRISTINA
PAINA VENÂNCIO

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

ESTUDANTES:

LARISSA SOARES BOTTURA, RA 20221012022216

BRUNO EVANGELISTA DE OLIVEIRA, RA
20221012022290

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
3. PROJETO INTEGRADO	4
3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	4
3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	4
3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO	4
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	5
3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL	5
3.2.2 O MERCADO EXTERNO	6
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	6
3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE	7
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	10
4. CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12
ANEXOS	13

1. INTRODUÇÃO

O Magazine Luiza é uma empresa de varejo que atua com lojas físicas e no e-commerce. Atualmente a companhia possui 900 lojas físicas. O marketplace da marca reúne mais de 8 mil sellers. A empresa também é dona das plataformas Netshoes, Zattini e Shoestock.

Ela atua com um Mix de serviços, visando atender todos os consumidores do comércio varejista. A companhia trabalha também com serviços em diversas áreas, entre eles, consórcios de eletrodomésticos, Imóveis e automóveis.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social : Magazine Luiza S.A

CNPJ : 47.960.950/0001-21

Endereço : R. Voluntários da Franca,1465. Centro Franca.

Sua principal atividade é vender produtos e serviços que gerem satisfação pessoal e felicidade, principalmente à classe C, com um mix altamente diversificado, focado em eletrodomésticos, produtos eletrônicos, tecnologia, móveis e cozinha, utilidades domésticas, brinquedos e outros.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB é utilizado para medir a atividade econômica, ao calcular o PIB, não é criado só a possibilidade de analisar o crescimento da economia, mas também dá a oportunidade de fazer comparações com outras localidades. Esse nível de crescimento pode também indicar alguns possíveis problemas (caso ele não tenha crescido como o esperado) e, assim, permitindo diagnósticos que apontem caminhos para a melhoria da economia.

O PIB também permite a análise de quais setores da economia geram mais e menos renda. Sendo assim, é gerada a possibilidade de identificar as fragilidades da economia, bem como enxergar em quais setores se deve investir.

O aumento de 1% do PIB no primeiro trimestre deste ano veio abaixo das projeções de mercado. Mesmo assim, bancos de grandes nomes e consultorias tem conseguido manter ou até revisar para cima suas estimativas de aumento para a economia do país. No geral, porém, os analistas esperam um arrefecimento da atividade econômica no segundo semestre, considerando inflação e juros em alta e o cenário eleitoral polarizado

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

A pandemia da Covid-19 afetou gravemente a trajetória esperada para a economia brasileira ao longo de 2020 e de 2021.

Primeiro, estima-se o tamanho da queda esperada do PIB no segundo trimestre por meio de um amplo conjunto de dados de indicadores coincidentes.

Para o ano, a queda projetada é de 6%, mas a trajetória de recuperação no segundo semestre deixará um carry-over de quase 2% para 2021, cujo crescimento projetado é de 3,6%. As grandes mudanças no que se refere à estimativa do impacto da pandemia sobre a atividade econômica corrente.

No momento atual, caracterizado por desajuste fiscal estrutural, baixa eficiência dos gastos públicos e arcabouços regulatórios e institucionais com efeitos perversos sobre a atividade econômica, esse tipo de planejamento torna-se ainda mais relevante.

Para o final de 2022 e início de 2023, espera-se alguma desaceleração em função do aperto monetário doméstico e da piora do cenário externo, mas indicadores robustos de mercado de trabalho, as medidas governamentais de apoio à renda e redução de impostos, e o investimento já observado ou contratado, além de um possível efeito continuado das reformas implementadas nos últimos anos, devem evitar uma queda muito alta do crescimento.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Magazine Luiza é uma empresa de sistema aberto, pois trabalha com exportação e importação de mercadorias, ela interage com diversos departamentos, faz vendas físicas e virtuais abrangendo todo tipo de cliente e suprimindo todas as necessidades dos mesmos.

É uma empresa com um grande diferencial das outras empresas varejistas, e ela se destaca no mercado pela sua maior geração de caixa, menor endividamento e maior resiliência a crises.

As vendas sazonais têm grande importância nas datas comemorativas, pois essas datas despertam a necessidade do consumidor querer comprar. As principais datas são

- Dia das mães
- Natal
- Dia das crianças
- Carnaval
- Páscoa
- Dia dos pais
- Volta às aulas
- Black Friday
- Dia do consumidor
- Algumas dicas para melhorar as vendas sazonais
- Promoções específicas
- Marketing
- Divulgações
- Boa gestão de estoque
- Investir em produtos relacionados a data

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

A empresa em que escolhemos exporta mercadorias e com isso tem vários benefícios nas vendas, na receita, no lucro, aumento na produtividade, melhoria na qualidade dos produtos e incentivos fiscais, por exemplo, em impostos como ICMS, PIS e COFINS, IPI, gera crédito onde o fisco da empresa não precisa pagar impostos tão alto. Além de fortalecer a marca em diversas regiões.

Com a exportação dos produtos a empresa tem uma fonte de renda incontestável e menos oscilante, fortalecendo a geração de receita.

Principais desvantagens da exportação

- Custos financeiros elevados
- Falta de estrutura
- Estrutura precária logística
- Ausência de incentivos fiscais para exportação

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

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

- **Tópico 1:** Multiculturalismo e Identidade

Cultura é uma palavra que tem diversas definições, como, povos, religiões, artes e costumes que estão presentes no nosso dia a dia. Cultura também se trata de assuntos relacionados a cinema e a televisão, como cerimônias tradicionais de um grupo, lendas e crenças, culinária, modos de viver, sentir, ser e modos de se vestir.

Existe vários tipos de cultura, a cultura erudita, cultura popular, cultura material, cultura imaterial, cultura organizacional, cultura corporal e cultura de massa, cada uma delas tem seus princípios e valores e identidade de diversos grupos da sociedade.

Assim é a cultura, ainda mais em nosso país, formado pelo multiculturalismo, coexistência e influência de diversas culturas, sotaques, comidas típicas, pessoas descendentes de etnias espalhadas pelo mundo.

Todos seremos humanos são diferenciados por sua cultura, como, a região em que moramos, a cultura regional, a manifestação religiosa, a miscigenação, a família, a educação e as habilidades, são essas diferenças que faz com que cada um seja único.

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

A história do nosso país iniciou com a escravidão, seguida pela abolição, que gerou um longo período de discriminação e dificuldades, das mais básicas às

mais complexas, para essas pessoas que foram retiradas do seu país de origem para servirem como objeto e força de trabalho por aqui.

As dificuldades são muitas e para muitas pessoas. No Brasil, percebemos que uma das linhas desse complexo problema vem da base educacional: independentemente da raça, os estudantes recebem uma educação pública que, por diversos motivos, como a falta de investimento na qualidade escolar, não alcança a mesma qualidade da que é proporcionada pelas escolas privadas.

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. Cada pessoa que por aqui chegou, nessa longa história, trouxe marcas da sua identidade como pessoa e como parte integrante de um grupo maior: sua etnia, cultura, religiosidade, arte, costumes, culinária.

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.

Esse é só um exemplo de que parte das diferenças que hoje vemos entre brancos, negros e indígenas, por exemplo, são explicadas biologicamente e historicamente, principalmente pela posição geográfica em que cada grupo se encontrava

- **Tópico 3: Gênero e Diversidade**

A diversidade de gênero é a representação de todas as identidades de gênero. As identidades de gênero contam com uma grande quantidade de termos usados para descrever pessoas que se identificam de modos diferentes umas das outras, e que às vezes vão além da estrutura binária e que podem ser diferentes de seu sexo biológico ou não. Para muitas pessoas, é difícil assumir qual a sua identidade de gênero justamente pelo grande preconceito que existe de todas as partes do mundo.

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

A religião no Brasil é muito diversificada e se caracteriza pelo sincretismo, no Brasil as pessoas são totalmente livres para ter a liberdade de escolher sua religião e igreja, sendo o Brasil uma grande mistura de religiões que é chamado por Sincretismo. A legislação brasileira proíbe qualquer tipo de intolerância, sendo geralmente livre a prática religiosa no país. Na última pesquisa realizada pelo Datafolha, foi divulgado que 50% dos brasileiros são católicos, 31% evangélicos e 10% não possuem uma religião. Abaixo temos uma lista das 8 maiores religiões no Brasil:

1º - Católica Apostólica Romana: Aproximadamente 50% dos brasileiros declararam ser católicos.

2º - Evangélica: Cerca de 31% dos brasileiros disseram ser evangélicos na pesquisa.

A religião no Brasil é muito diversificada e se caracteriza pelo sincretismo, no Brasil as pessoas são totalmente livres para ter a liberdade de escolher sua religião e igreja, sendo o Brasil uma grande mistura de religiões que é chamado por Sincretismo. A legislação brasileira proíbe qualquer tipo de intolerância, sendo geralmente livre a prática religiosa no país. Na última pesquisa realizada pelo Datafolha, foi divulgado que 50% dos brasileiros são católicos, 31% evangélicos e 10% não possuem uma religião. Abaixo temos uma lista das 8 maiores religiões no Brasil:

1º - Católica Apostólica Romana: Aproximadamente 50% dos brasileiros declararam ser católicos.

2º - Evangélica: Cerca de 31% dos brasileiros disseram ser evangélicos na pesquisa.

3º - Não religiosos: O terceiro lugar dessa lista é ocupado mas não por uma religião, e sim pela ausência dela, Cerca de 10% dos brasileiros declararam não seguir nenhum tipo de religião.

4º - Espíritas: Os espíritas representam cerca de 3% da população brasileira, sendo que a comunidade espírita brasileira é a maior do mundo.

5º - Religiões Afro-Brasileiras: Cerca de 2% dos brasileiros são de religiões afro-brasileiras.

6º - Outra: Cerca de 2% da população brasileira pratica outros tipos de religiões, entre essas religiões podemos destacar o Budismo, Hinduísmo, Islamismo e outras religiões esotéricas.

7º - Ateu: Os que se consideram ateus não acreditam que exista um Deus, e geralmente tem uma visão voltada à ciência, cerca de 1% do povo brasileiro se considera ateu.

8º - Judaica: Cerca de 0,3% da população brasileira é judaica.

3º - Não religiosos: O terceiro lugar dessa lista é ocupado mas não por uma religião, e sim pela ausência dela, Cerca de 10% dos brasileiros declararam não seguir nenhum tipo de religião.

4º - Espíritas: Os espíritas representam cerca de 3% da população brasileira, sendo que a comunidade espírita brasileira é a maior do mundo.

5º - Religiões Afro-Brasileiras: Cerca de 2% dos brasileiros são de religiões afro-brasileiras.

6º - Outra: Cerca de 2% da população brasileira pratica outros tipos de religiões, entre essas religiões podemos destacar o Budismo, Hinduísmo, Islamismo e outras religiões esotéricas.

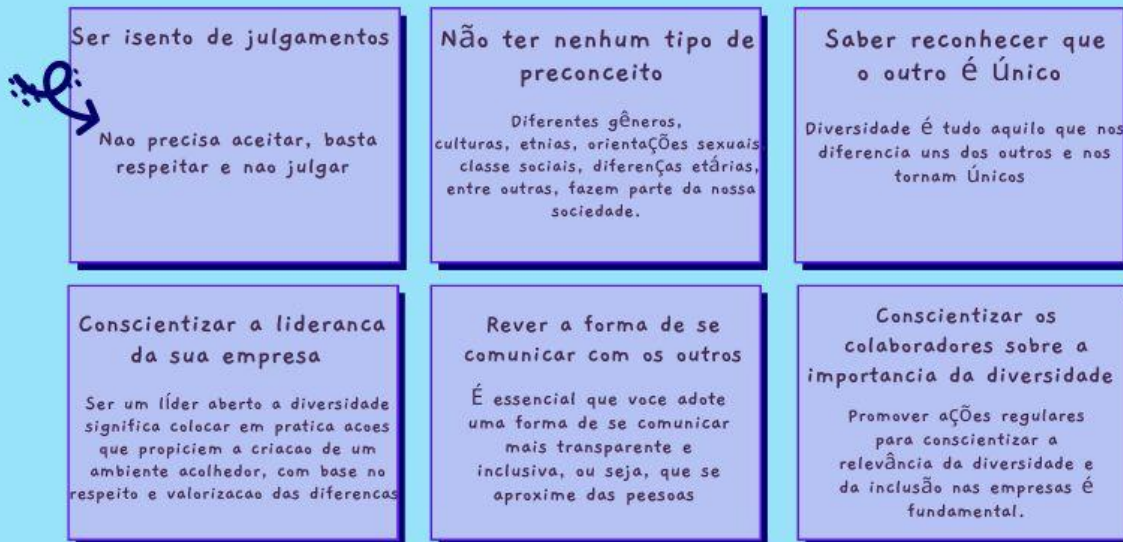
7º - Ateu: Os que se consideram ateus não acreditam que exista um Deus, e geralmente tem uma visão voltada à ciência, cerca de 1% do povo brasileiro se considera ateu.

8º - Judaica: Cerca de 0,3% da população brasileira é judaica.

3.3.2

ESTUDANTES NA PRÁTICA

como as pessoas podem conviver melhor com a diversidade.



4. CONCLUSÃO

Concluimos que esse trabalho reforçou nossos conhecimentos das aulas e nos fez ver de forma ampla o quanto presente a cultura está em nosso dia a dia, como funciona o multiculturalismo, como praticar a diversidade, respeitar e ser respeitado. Aprendemos também como funciona as vendas no mercado externo, seus benefícios e desvantagens, como investir nesse ramo e o porquê.

REFERÊNCIAS

<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Nosso-Ecosistema?=Z7pywmj5YSW3wFVsMAhgAw=>

<https://ri.magazineluiza.com.br/>

<https://www.infomoney.com.br/cotacoes/b3/acao/magazine-luiza-mglu3/>

<http://conteudo.magazineluiza.com.br/regulamentos/regulaouronov.html#:~:text=Raz%C3%A3o%20Social%3A%20MAGAZINE%20LUIZA%20S,.950%2F0001%2D21.>

<https://www.ecycle.com.br/diversidade-de-genero/amp/>

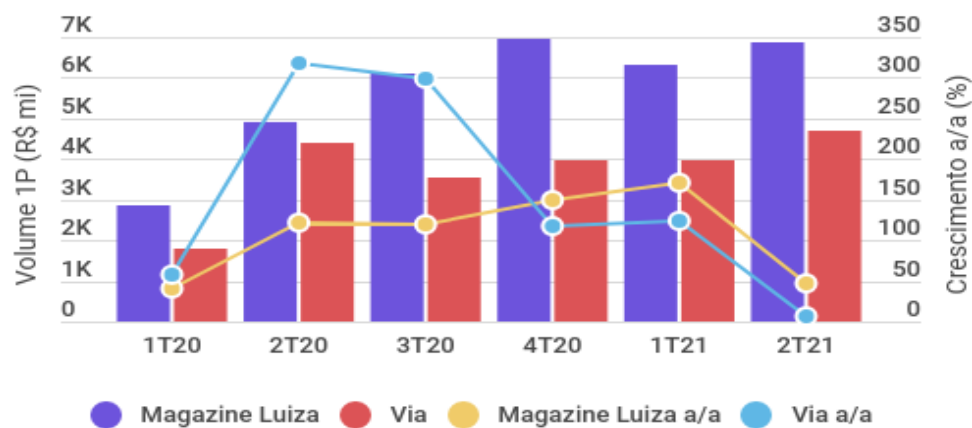
<https://www.maioresemelhores.com/maiores-religoes-brasil/>

<https://brasilecola.uol.com.br/amp/o-que-e/geografia/o-que-e-pib.htm>

ANEXOS

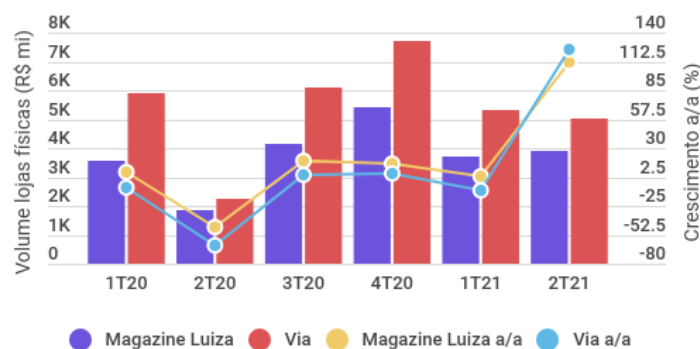
E-commerce tradicional

No chamado 1P, que tem volumes maiores que os do marketplace (3P), a Via teve crescimento muito intenso no segundo e terceiro trimestres de 2020, mas, desde então, tem apresentado taxas inferiores às do Magazine Luiza



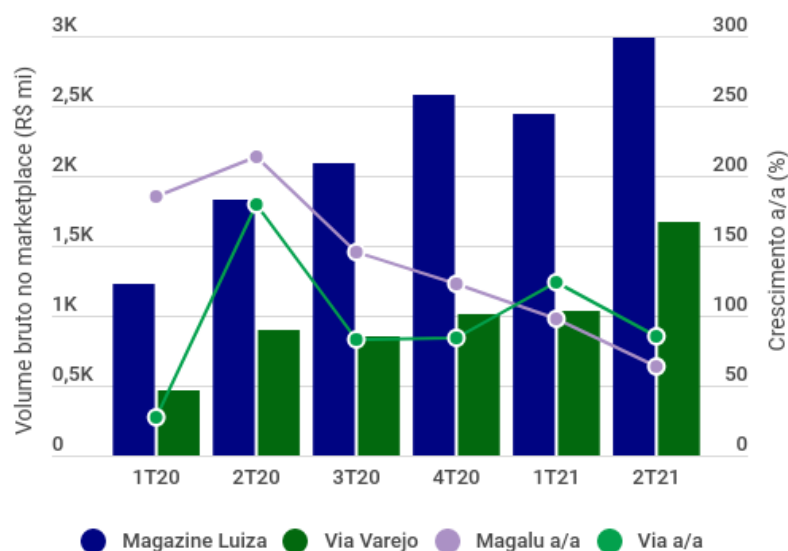
Lojas físicas

Com a reabertura da economia, as vendas em lojas físicas da Via se expandiram num ritmo superior às do Magazine Luiza, mostrando a força da companhia no varejo tradicional



A guerra do marketplace

O volume negociado no marketplace do Magazine Luiza é quase o dobro do visto na Via. A dona das Casas Bahia e Ponto Frio, no entanto, tem avançado de maneira mais intensa que a rival nos últimos trimestres



Na bolsa de valores

Dados de Magazine Luiza



R\$ 145,5 bilhões

é quanto o Magazine Luiza perdeu de valor de mercado desde o pico de sua cotação, em novembro de 2020, até esta terça-feira

■ Variações, em %

-8,63%
No dia

-79,46%
12 meses

-60,41%
Desde jan/20

■ Valor de mercado

R\$ 32,9 bilhões

Fontes: B3 e Valor PRO. Elaboração: Valor Data

