



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:

Sabrina da Silveira de Jesus, RA 1012021100152

Mariane Pereira Ribeiro, RA 1012021200464

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

Segundo Viceconti e Neves “A economia é a ciência social que estuda a produção, a circulação e o consumo de bens e serviços que são utilizados para satisfazer as necessidades humanas.”

Ela se faz presente no dia a dia de todas as pessoas, pois está diretamente ligada com a forma que administramos nossos recursos como sociedade. Através desta ciência é observado como as pessoas tomam suas decisões, o quanto elas trabalham, o quanto elas poupam, o que consomem e o quanto consomem. Como as pessoas interagem umas com as outras, identificando por exemplo o relacionamento entre empresas e clientes, apontando como são as relações de mercado.

Podemos identificar as forças e tendências que afetam a economia geral, desemprego, inflação, crescimento de renda, entre outros pontos prejudiciais para economia, mostrando como executar a política econômica para ter eficiência em tratar esses pontos de risco para a sociedade.

Neste trabalho abordaremos a empresa Magazine Luiza à luz dos fundamentos de economia e a administração estudados neste módulo.

Como poderemos observar nos pontos abordados, a empresa escolhida como objeto de estudo tem se consolidado no Brasil ao longo dos anos por meio de um grande comprometimento com seu mercado, tendo o cuidado de manter seus valores e visão econômica, alinhados com as necessidades de seus consumidores finais, colaboradores, e prestadores de serviços. Observamos por meio de fontes e dados a importância e os resultados que uma boa gestão econômica.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Magazine Luiza ou Magalu, com o CNPJ 47.960.950/0001-21, é uma empresa de varejo brasileira, que hoje está dentro da B3 como MGLU3. A Magazine Luiza começou em 1957 em Franca, interior de São Paulo, quando o casal Luiza Trajano Donato, balconista, e o caixeiro-viajante Pelegrino José Donato adquiriram uma pequena loja de presentes. Na época, chamava-se “A Cristaleira” e passou a se chamar Magazine Luiza depois de um concurso feito na cidade. A empresa voltada para o varejo, vende produtos eletrônicos, eletrodomésticos, móveis, produtos de beleza e cosméticos, etc.

São mais de 1.481 lojas físicas em 21 estados e 819 municípios em todo o país. E o modelo de negócios atual se parece com uma plataforma digital ponto a ponto.

Sua atividade de e-commerce conquistou 12 vezes o troféu Diamante no prêmio Excelência em Qualidade do Comércio Eletrônico - B2C.

Desde janeiro de 2016, tem como presidente (CEO) Frederico Trajano, filho de Luiza Helena Trajano, sobrinha fundadora da empresa Luiza Trajano Donato. Sua equipe executiva foi responsável pela transmutação digital da empresa.

Em 2017, a empresa registrou seu melhor resultado até o momento, com lucro líquido de R\$389 milhões, um aumento de 300 % em relação ao ano anterior. Naquele ano, suas vendas chegaram a R\$14,4 bilhões.

Em dezembro de 2018, a revista Luiza conquistou o prêmio Caboré, maior premiação da publicidade brasileira, na categoria Anunciante, e em 2021, conquistou o leão de Bronze em Cannes na categoria E-commerce Criativo com a promoção "Magalu + Deezer - Shopping instrumentistas Internas".

Segundo pesquisa do Boston Consulting Group (BCG), com base nos dados de 31 de dezembro de 2020, durante o período de 2016 a 2020, o retorno total sobre valor de mercado e dividendos do Magazine Luiza foi de 226,4%, posicionando o Magalu como acionista global. que mais retorna, encabeça os rankings globais da indústria. As

informações são da pesquisa Value Creators Ranking 2021, que categoriza as empresas em todo o mundo que geram o maior retorno total aos acionistas.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.1.1 O PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O produto interno bruto é uma forma de mensurar a produção em um período de tempo.

O PIB é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade geralmente dentro do período de um ano.

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 representa o total da riqueza de um país.

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.

De acordo com o IBGE, "O PIB permite analisar quais setores da economia geram mais ou menos renda. Sendo assim, é possível identificar as fragilidades econômicas, bem como enxergar em quais setores deve-se investir." "O crescimento do PIB está relacionado com a ascensão da economia. Quanto maior o PIB, maior é a renda de um determinado lugar, portanto, por vezes, o PIB está relacionado com a qualidade de vida. E se uma economia cresce, cresce também a oferta de trabalho, visto que houve aumento da demanda a ser atendida."

O PIB do Brasil em 2021, por exemplo, foi de R \$8,7 trilhões. No último trimestre divulgado (2º trimestre de 2022), o valor foi de R\$2.404,0 bilhões.

3.1.2 DESENVOLVIMENTO E CRESCIMENTO

Políticas recentemente aprovadas pelo governo para o bem-estar da população:

- o estabelecimento de um plano organizacional para desenvolver ações para educação e inclusão social dos trabalhadores com deficiência, garantindo-lhes condições de trabalho adequadas;
- o estímulo ao equilíbrio entre as atividades profissionais, os cuidados com a saúde e a vida pessoal dos trabalhadores;
- o estímulo ao desenvolvimento contínuo do aprendizado; e
- a promoção da troca de experiências pedagógicas entre os profissionais da educação, inclusive por meio de mentoria profissional para os novos profissionais da educação.

Políticas recentemente aprovadas pelo governo para o crescimento da produção:

- Desoneração da folha
- Depreciação acelerada
- Prorrogações de redução ou isenção de impostos para estimular a produção e o emprego
- Programa de Sustentação do Investimento – PSI
- Compras governamentais
- Mais recursos na economia - Redução do compulsório sobre depósitos
- Novas empresas acessando benefícios como exportadoras
- Inovação em Petróleo e Gás
- Incentivo ao Financiamento privado para investimentos

Em uma análise crítica com a equipe, analisamos todos os fatores anteriores à empresa Magazine Luiza e chegamos às seguintes conclusões. Inserir o segmento considerado o motor do crescimento da economia nacional, cujo principal motor é o consumo. Prevê-se que o setor continue crescendo mais rápido do que o PIB na próxima década, à medida que o aumento dos níveis de renda per capita, baixo desemprego, disponibilidade de crédito e migração de classe impulsionam uma forte demanda. Atualmente, contam com mais de 22.000 funcionários, dez centros de distribuição e atuam em 16 estados do Brasil, uma economia equivalente a 75% do produto interno bruto da sétima maior economia do mundo.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 AMBIENTE ORGANIZACIONAL

O ambiente organizacional nada mais é do que um conjunto de fatores, de natureza externa ou interna que conferem a empresa sua identidade. Tendo como principais pontos para sua composição, liderança, conflitos, ambiente organizacional, fatores externos e internos e alterações.

A empresa objeto de nosso estudo, definiu seu ambiente organizacional através de uma direção consistente e assertiva, melhor gestão de recursos humanos, ou seja seus colaboradores, investimento em comunicação e reconhecimento da marca, priorização de processos e a missão pela busca da excelência em seus produtos e serviços oferecidos.

3.2.2 O MERCADO EXTERNO

Sendo uma empresa de varejo alavancada, com diversos canais e plataformas para chegar no consumidor, a Magazine Luiza se conecta com o mercado externo diante das seguintes situações:

O consumidor estrangeiro, que compra pelos sites ou marketplace. Sendo exigido algumas regras implantadas pelo governo e alfândega.

O investidor, pelo fato de ser um acionista da empresa, poderá residir em diversos lugares do mundo.

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

3.3.1 CONVIVENDO COM A DIVERSIDADE

A diversidade no mercado é uma pauta que tem ganhado extrema força nos últimos anos em todas as esferas da sociedade, e no mercado de trabalho não é diferente.

As empresas através dos setores de RH e Gestão de Pessoas tem se dedicado e empenhado cada vez mais em ter ambientes cada vez mais diversos, pois hoje diferente de alguns anos atrás onde para se encaixar no mercado era totalmente necessário estar dentro de um padrão de fala, vestimenta, aparência, etnia, gênero, idade, condições

físicas, entre outros inúmeros fatores, para conseguir um espaço no mercado de trabalho, hoje as empresas entendem que um ambiente diversificado potencializa a interação, desempenho e engajamento dos colaboradores, além de atrair um público maior que consuma seus bens e serviços.

Pensando nisso as empresas têm investido pesado na inclusão e interação, pois é um tema que exige atenção que como resultado, geram enormes benefícios para a empresa.

A empresa Magazine Luiza tem sido uma das empresas que têm ousado nessa pauta nos últimos anos, com ações consideradas polêmicas para alguns. Patricia Pugas, Diretora Executiva de Gestão de Pessoas na empresa, declarou: “Trabalhar com diversidade e inclusão não precisa, necessariamente, estar relacionado com números e indicadores; vai muito além. O que realmente importa é a consolidação da cultura, consciência, potencialidade, abertura, reforço do ambiente em relação ao tema”. Ela também enfatizou o propósito do Magalu de “democratizar os acessos” e trazer a conscientização da importância da diversidade e inclusão para todos os envolvidos da organização.

A empresa tem se destacado nessa área no mercado brasileiro nos últimos anos através de suas ações, visão e empenho em trabalhar essa pauta.

No livro “Comunicação e Expressão” de A. P. Quartim de Moraes ele destaca “que o acelerado desenvolvimento tecnológico e a concentração de riquezas têm traçado um quadro dramático no que diz respeito ao multiculturalismo e à identidade, à medida que têm levado grandes parcelas da população à exclusão socioeconômica e, portanto, limitado seu acesso aos bens culturais e ao conhecimento disponíveis na sociedade contemporânea.” Diversidade Cultural e Étnico-raciais.

O melhor caminho para a sociedade como um todo é unir forças em favor da diversidade por todo o país.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Podcast:

<https://d3ctxlq1ktw2nl.cloudfront.net/staging/2022-10-29/299861460-22050-1-118e0b44e396.m4a>

4. CONCLUSÃO

Descrevendo um pouco sobre a empresa Magazine Luiza, abordamos o tema desenvolvimento econômico e empresarial.

Destacando sobre fundamentos de economia, fundamentos de administração, convivendo com a diversidade. Pensando em fazer um trabalho mais elaborado, adicionamos um podcast, referente ao conteúdo.

Algumas dificuldades abordadas para a elaboração deste projeto, seria a falta de informações relevantes concretas sobre os temas. Apesar de ser uma empresa próxima do nosso convívio, acreditamos nos deparar com algumas notícias incompatíveis com a realidade (fake news).

Apesar de alguns empecilhos, o grupo se uniu para finalizar o trabalho dentro do prazo, cada um se empenhando ao máximo.

REFERÊNCIAS

Descrição

https://pt.wikipedia.org/wiki/Magazine_Luiza

3.1.1

<https://ibge.gov.br/explica/pib.php/>

3.1.2

<https://unifeob.grupoa.education/plataforma/course/50114/content/1123728>

<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/Quem-Somos?=-HLUo09oxIaObVLYx2ewKg==>

3.2.1

<https://megaluzz.com.br/cultura-organizacional-magazine-luiza/>

<https://www.camara.leg.br/noticias/789779-camara-aprova-projeto-que-cria-politica-de-bem-estar-para-profissionais-da-educacao/>

Anexo

<https://images.app.goo.gl/bowWp4rMxXAgkdSA6>

ANEXOS

Crescimento Econômico e Empresarial

