



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

**PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO**

MARISA LOJAS S.A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2017



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

**PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO**

MARISA LOJAS S.A

Módulo 01 – Fundamentos Empresariais

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fargnoli Ribeiro

Fundamentos de Economia – Prof. Leonardo Marcelino

Fundamentos de Finanças – Prof. Max Streicher Vallim

Fundamentos de Direito – Prof. João Fernando Alves Palomo

Alunos:

Alessandra Moura Sanches, 17000426

Aline Pinheiro Simão Lopes, 17000231

Gustavo Alexandre da Silva, 17000861

Vitória Helena de Melo, 17000634

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2017

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	03
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	04
3 PROJETO INTERDISCIPLINAR	05
3.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	05
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	09
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	20
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	22
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO	24
4 CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

O objetivo geral deste trabalho foi elaborar uma projeção da demonstração do resultado do exercício, levando em conta cenários financeiros e econômicos da empresa MARISA LOJAS S.A.

Em Fundamentos de Administração, como visto em aulas, analisamos a missão, visão e valores da empresa, bem como sua estrutura organizacional e organograma.

Em Fundamentos de Contabilidade, fizemos a análise vertical do balanço patrimonial e da DRE, juntamente com os gráficos da composição do ativo e passivo, e cálculo do TRI e da TRPL da empresa.

Na unidade de estudo de Fundamentos de Economia, foi projetada a DRE conforme o cenário econômico atual, e análise de mercado.

Na parte de Fundamentos de Direito, foi analisado qual o tipo de empresa em que a MARISA LOJAS S.A se encaixa e qual sua modalidade de tributação.

Já em Fundamentos de Finanças, foi calculado o valor presente líquido dos lucros projetados na unidade de estudo de fundamentos de economia.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Marisa Lojas S.A está inscrita sob o CNPJ 61.189.288-89, sua matriz está localizada na Rua: James Holland, n° 422 na Barra Funda, em São Paulo (SP), é uma empresa do ramo varejista voltada principalmente para a moda feminina, inaugurada em 1948, inicialmente vendendo bolsas de grandes marcas com preços acessíveis. Atualmente a rede de Lojas Marisa possui quase 400 lojas em todo o território brasileiro, possui por volta de 13.000 colaboradores.

A Companhia possui uma extensa carteira de fornecedores para atender melhor seus clientes. Agregou recentemente a suas lojas, os setores infantil e masculino, mas seu alvo principal ainda são as mulheres da classe C.

Seus principais concorrentes varejistas são: C&A, Renner e Riachuelo.

3 PROJETO INTERDISCIPLINAR

3.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

3.1.1 Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício.

Segundo Iudícibus (1994, p. 153) Balanço Patrimonial “é a demonstração contábil que tem por finalidade apresentar a situação patrimonial da empresa em dado momento.” Ele divide-se em duas colunas, sendo: Ativo contra Passivo e Patrimônio Líquido. Ele é estruturado da seguinte maneira:

$$\text{ATIVO} = \text{Bens} + \text{Direitos}$$

$$\text{PASSIVO} = \text{Obrigações com terceiros} + \text{Patrimônio Líquido.}$$

Assim, o balanço patrimonial evidencia qualitativa e quantitativamente a posição patrimonial e financeira da entidade em um determinado período contribuindo para o processo de tomada de decisão. Abaixo, segue balanço da Marisa Lojas S.A durante o período do 4T2016.

ATIVO (R\$ milhares)	4T16	PASSIVO (R\$ milhares)	4T16
CIRCULANTE		CIRCULANTE	
Caixa e equivalentes de caixa	419.058	Fornecedores	293.001
Títulos e valores mobiliários	965	Fornecedores Convênio	16.503
Instrumentos financeiros	-	Empréstimos e financiamentos	110.247
Contas a receber de clientes	675.857	Salários, provisões e contr. sociais	75.641
Estoques	338.238	Impostos a recolher	88.437
Partes relacionadas	-	Partes relacionadas	6.673
Impostos a recuperar	53.082	Instrumentos financeiros	31.582
Imp. Renda e Cont. Social	40.302	Aluguéis a pagar	23.608
Outros créditos	63.031	Dividendos e juros sobre o capital próprio a pa	-
Total do ativo circulante	1.590.533	Imp. Renda e Cont. Social	3.406
		Receita diferida	6.811
NÃO CIRCULANTE		Outras obrigações	69.679
IR e CSLL diferidos	371.852	Total do passivo circulante	725.588
Impostos a recuperar	10.242	NÃO CIRCULANTE	
Depósitos judiciais	79.391	Empréstimos e financiamentos	711.277
Títulos e valores mobiliários	29.656	Provisão p/ litígios e demandas judiciais	163.881
Partes relacionadas	1.529	Receita diferida	31.667
Investimentos	17.547	Total do passivo não circulante	906.825
Imobilizado	405.007	PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
Intangível	138.292	Capital social	899.597
Total do ativo não circulante	1.053.516	Reservas de lucros	117.008
TOTAL DO ATIVO	2.644.049	Reserva de opção de ações	1.246
		Outros resultados abrangentes	(6.215)
		Lucros acumulados	-
		Total do Patrimônio Líquido	1.011.636
		TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.644.049

Para Simão (2009), demonstração do resultado do exercício (DRE) é uma demonstração contábil dinâmica que se destina a evidenciar a formação do resultado líquido em um exercício, através do confronto das receitas, custos e despesas segundo o princípio contábil do regime de competência. A demonstração do resultado do exercício oferece uma síntese financeira dos resultados operacionais e não operacionais de uma empresa em certo período.

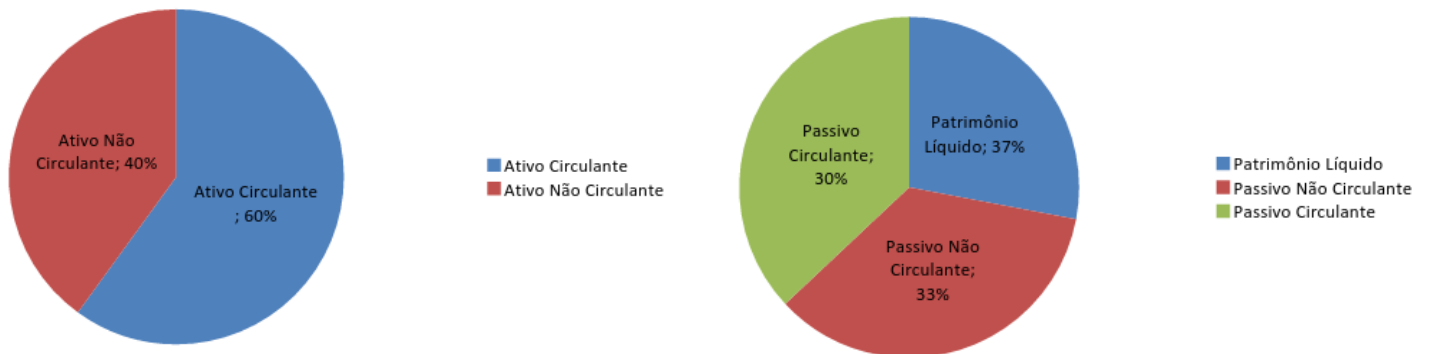
As Lojas Marisa S.A apresentou o seguinte exercício no 4T2016:

Consolidado	2016	% Rol
RECEITA BRUTA	3.699.926	129,7%
Receita Bruta - Varejo	3.051.178	137,2%
Receita Bruta - PSF	648.748	103,2%
Tributos s/ Receita	(847.141)	-29,7%
Tributos s/ Receita Varejo	(827.084)	-37,2%
Tributos s/ Receita PSF	(20.057)	-3,2%
RECEITA LIQUIDA	2.852.785	100,0%
Receita Líquida - Varejo	2.224.094	100,0%
Receita Líquida - PSF	628.691	100,0%
CPV	(1.540.545)	-54,0%
CPV - Varejo	(1.135.760)	-51,1%
CPV - PSF	(404.785)	-64,4%
LUCRO BRUTO	1.312.240	46,0%
Lucro Bruto - Varejo	1.088.334	48,9%
Lucro Bruto - PSF	223.906	35,6%
Despesas Operacionais	(1.146.612)	-40,2%
Despesas com Vendas - Varejo	(929.500)	-41,8%
Despesas Gerais e Administrativas - Varejo	(162.894)	-7,3%
Despesas Gerais e Administrativas - PSF	(54.218)	-8,6%
Outras Despesas e Receitas Oper.	15.107	0,5%
Outras Despesas e Receitas Oper. - Varejo	5.832	0,3%
Outras Despesas e Receitas Oper. - PSF	9.275	1,5%
Lucros Antes do IR/CS	(144.915)	-5,1%
-IR e CSLL	56.909	2,0%
Lucro Líquido	(88.006)	-3,1%

FONTE: MARISA LOJAS S.A (2016)

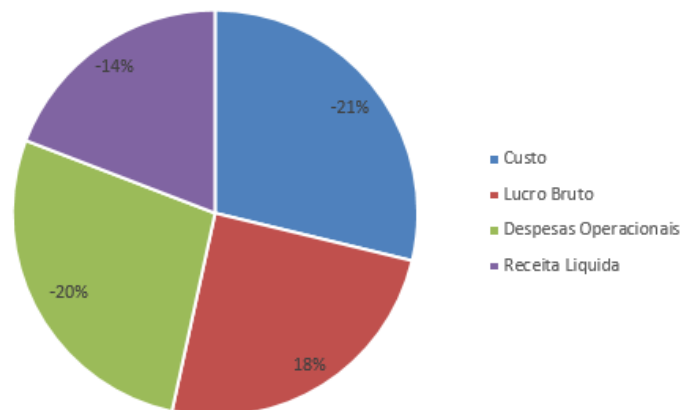
3.1.2 Análise da Liquidez

A análise da liquidez é feita para saber se a empresa tem condições de pagar suas contas em curto prazo. Através desta análise pode-se concluir que a Marisa Lojas S.A possui uma boa liquidez, pois seu ativo circulante apresenta 60% do seu ativo total contra apenas 40% de passivo circulante do passivo total, no período do 4T2016, sendo assim ela tem condições de pagar as suas contas em curto prazo.



3.1.3 Análise da Lucratividade

Feita com base na DRE, indica se a empresa obteve lucro ou prejuízo em um determinado exercício. A partir da DRE do exercício do 4T2016, pode-se verificar que a Marisa Lojas S.A obteve uma receita líquida de operação de varejo de R\$ 673.8 milhões, ou seja, obteve uma redução de 14% do semestre anterior, não obtendo lucro neste período.



3.1.4 Análise da Rentabilidade

É usada para avaliar o retorno do investimento em uma determinada empresa, esta análise é feita para quantificar o lucro sobre o ativo total e sobre o patrimônio líquido. A loja obteve prejuízo no 4T2016. Assim constatamos que o TRI (Taxa de Retorno do Investimento) foi de (-23%) e a taxa TRPL (Taxa de Retorno do Patrimônio Líquido) foi de (-59%). Um prejuízo grande se levarmos em consideração a taxa Selic atual que está em torno de 11,25% ao ano.

$$\text{TRI} = (6.001) / 2.644.636 \times 100 = (23\%)$$

$$\text{TRPL} = (6.001) / 1.011.636 \times 100 = (59\%)$$

3.1.5 Conclusão sobre a Análise Financeira

Sobre o 4T2016 foi mais um período bastante desafiador para as vendas na Marisa, o desemprego populacional afetou bastante as vendas neste período, esses resultados negativos se deram também pela sua grande despesa operacional e pouca venda no período.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 Visão, Missão e Valores.

A empresa Marisa Lojas S.A busca manter-se no mercado em que atua e expandir seus negócios visando permanecer como a maior varejista de moda feminina e íntima do Brasil. Com Foco na classe C, ela busca oferecer aos seus clientes o melhor custo-benefício, assim citado na Missão da empresa:

“A MARISA dedica-se à comercialização de produtos de moda, sobre os quais a mulher detém a decisão de compra. Os produtos oferecidos refletem tendências de comportamento e têm a melhor relação custo-benefício do mercado. Trabalhamos para garantir a satisfação dos clientes, fornecedores, colaboradores e acionistas” (MARISA LOJAS S.A).

Com visão empreendedora, ela busca novas oportunidades, procurando ter presença em todo o território nacional, além de estar sempre em constante inovação, transformando suas lojas e produtos de acordo com as necessidades de seus clientes. Assim, visto na Visão dela:

“Ter presença nacional e ser reconhecida como a marca que é referência da mulher em vestuário e moda. Estar entre os três maiores players e ampliar de forma agressiva nosso Market share.
” (MARISA LOJAS S.A)

Desta forma, ela busca oferecer a seus clientes moda de qualidade e com custo acessível e assim consolidar-se cada vez mais como uma marca forte. Além disto, buscando firmar sua relação com o consumidor, busca deixar claros seus valores, sendo eles:

“Ética; respeito as pessoas; Compromisso com os clientes; Comprometimento com o resultado; Meritocracia; Agilidade/ Antenados; Inovação.” (MARISA LOJAS S.A)

3.2.1.1 Objetivos Estratégicos

Visando o contínuo crescimento e aumento de sua rentabilidade, a empresa busca cumprir suas metas traçadas, utilizando de elementos estratégicos, sendo:

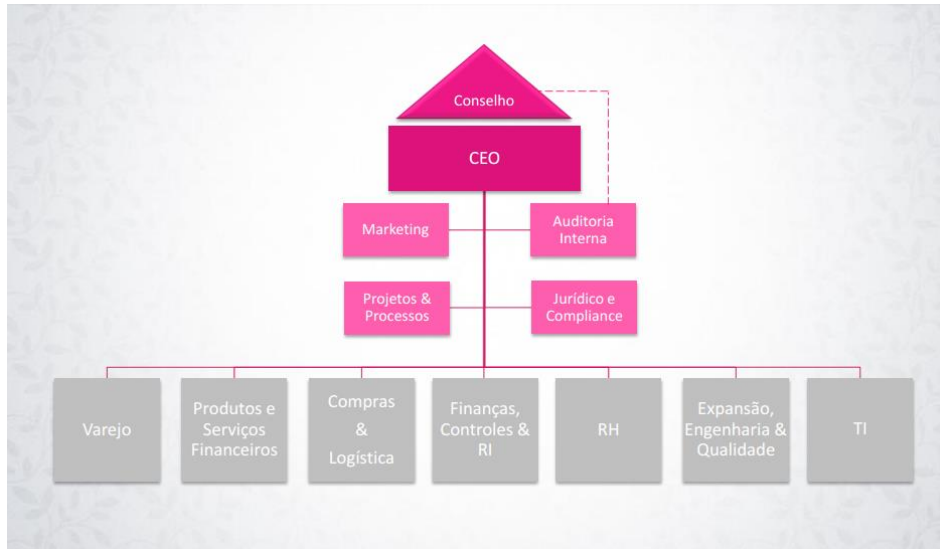
- **Expansão da Rede de lojas da companhia:** Visando aproveitar o crescimento do mercado, a companhia pretende consolidar sua posição de maior varejista da moda feminina no país, por meio da ampliação de suas lojas e aumento na variedade de seus produtos.
- **Fortalecimento e expansão das ofertas de produtos financeiros da Marisa:** Visa oferecer novos produtos a seus clientes, beneficiando-se de sua atual posição no mercado e de sua sinergia operacional nas atividades de varejo.
- **Plano de eficiência:** A companhia visa a racionalização dos processos, podendo eliminar esforços duplicados; a modernização e agilidade da gestão, buscando reduzir os níveis hierárquicos, além disso, a busca por eficiência, visando economizar despesas em todas as áreas da Companhia.

3.2.2 Organograma da empresa

Segundo Chiavenato (2001), “organograma é o gráfico que representa a estrutura formal da empresa”. Portanto, o organograma pode ser definido como um diagrama utilizado pelas organizações para mostrar seus níveis hierárquicos, como estão dispostas suas unidades funcionais e as relações de comunicações existentes dentro delas.

A Marisa Lojas S.A utiliza o organograma dispondo-o por departamentalização - a departamentalização é a concentração de atividades semelhantes em que a empresa é especialista e com a mesma finalidade em grupos específicos. Além disso, como pode ser visto no organograma abaixo, a Companhia possui assessorias, como Marketing e Auditoria Interna, algumas das vantagens de se possui-la são:

- ✗ Olhar de fora sobre os problemas.
- ✗ Foco em resultados.
- ✗ Conhecimento amplo de mercado.



FONTE: MARISA LOJAS S.A (2016)

3.2.3 Vantagens e Desvantagens da Estrutura

A Estrutura Organizacional constitui o elo de ligação entre as orientações estratégicas da organização e a sua forma de atuação no mercado e pode ser definida como a forma como a autoridade é atribuída através das relações de dependência hierárquica e de cooperação, a forma como as atividades são especificadas e distribuídas e ainda a forma como são estabelecidos os sistemas de comunicação no interior das organizações

As Lojas Marisa S.A hoje está organizada por departamentalização por funções, também conhecida como departamentalização funcional, que tem como objetivo principal agrupar as atividades e tarefas de uma organização de acordo com as funções principais desenvolvidas por ela. A departamentalização funcional é mais indicada para circunstâncias estáveis e de pouca mudança e que requeiram desempenho continuado de tarefas rotineiras. Ela reflete um dos mais altos níveis de auto orientação de uma organização, de introversão administrativa.

VANTAGENS

- ✦ Agrupamento de vários especialistas em um único grupo e sob uma mesma chefia especializada, garantindo plena utilização das habilidades técnicas dos profissionais envolvidos.

- * Economia de escala, advinda do aproveitamento de pessoas, móveis, máquinas e produção em massa em departamentos específicos.
- * Concentração da capacidade física de maneira eficaz, garantindo maior utilização das habilidades técnicas, simplificando o treinamento de pessoal.
- * Facilidade de contatos e comunicações dentro de um mesmo departamento, permitindo o compartilhamento de um mesmo conhecimento técnico.

DESVANTAGENS

- * Redução da cooperação entre as pessoas de outros departamentos, uma vez que este tipo de organização de atividades exige grande concentração dos profissionais especialistas em seus departamentos. Com isso, criam-se diversas barreiras e conflitos com os demais departamentos, além de gerar limitações de autoridade e tomada de decisões por parte dos administradores.
- * Inibição da visão holística dos processos de produtos finais.
- * Dificulta a adaptação e flexibilidade a mudanças externas, pois está adaptado apenas ao ambiente interno, não tendo uma visão do que ocorre no ambiente externo da organização.
- * Carência de estruturas próprias de coordenação do andamento do trabalho, que ocorre devido à focalização interna de cada departamento e não sobre os objetivos globais da organização.

3.2.4 Fazer uma descrição dos principais cargos e tarefas

- **Conselho de Administração**

O Conselho de Administração é um órgão colegiado encarregado do processo de decisão de uma empresa em relação ao seu direcionamento estratégico. É o principal órgão do sistema de governança. Sua função é ser o elo entre os sócios e a diretoria, para orientar e supervisionar continuamente a relação da gestão com as demais partes interessadas, de modo que cada parte receba benefício apropriado e proporcional ao vínculo que possui com a empresa. É, também, o guardião do cumprimento da missão, valorizando-a e buscando o equilíbrio no interesse da empresa.

Suas principais atribuições são:

- a. Normativas;

- b. De fiscalização ou controle;
- c. Administrativas;

As normativas dizem respeito ao direcionamento geral das atividades da companhia, as de fiscalização ou controle, são concernentes ao cumprimento deste direcionamento, e as administrativas, aos meios para a realização dos fins sociais. A título de exemplo, " a orientação geral dos negócios da companhia" é uma função normativa, a fiscalização da gestão dos diretores é uma função de fiscalização ou controle e a eleição desses diretores é uma função administrativa.

- **CEO**

Diretores executivos, ou CEO (do inglês, Chief Executive Officer), são líderes de empresas. Eles formulam políticas e dirigem operações relacionadas a seus negócios, corporação, organização ou instituição. Um CEO delega geralmente algumas de suas responsabilidades, mas continuam responsáveis pela fiscalização das atividades. É o responsável por determinar os objetivos para a organização e direcionar o progresso em direção a esses objetivos.

O CEO tem a responsabilidade de demitir, contratar e liderar o time de gerência sênior, que por sua vez demitirá, contratará e liderará o restante da empresa ou organização. O CEO resolve diferenças entre membros do time sênior. Ele também define os valores da empresa e a cultura organizacional.

O CEO é fiscalizado e recebe diretrizes do Conselho de Administração.

Em empresas multinacionais podem existir vários níveis de CEO abaixo do CEO de topo, por exemplo:

- Regional CEO
- Country CEO
- Branch CEO

- **Marketing**

Marketing é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.

Assim, o marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, sendo através dele que as empresas vão conseguir conquistar e fidelizar seus clientes.

Para que através do marketing se obtenha eficácia para atingir os objetivos, existem os chamados 4Ps, também conhecido como Marketing Mix ou Composto de Marketing, este são as variáveis que ditarão e influenciarão na maneira como suas estratégias devem ser montadas e também atuaram na forma como o mercado responde às suas investidas. Desta forma, os 4Ps representam:

- × Produto
- × Preço
- × Praça
- × Promoção

• Auditoria interna

Auditoria interna é uma atividade destinada a observar, indagar, questionar, checar e propor alterações e procedimentos. Trata-se de um controle administrativo, cuja função é avaliar o processo de gestão, no que se refere aos seus diversos aspectos, tais como a governança corporativa, gestão de riscos e procedimentos de aderência às normas regulatórias, apontando eventuais desvios e vulnerabilidade às quais a organização está sujeita.

Subordinada ao Conselho de Administração, e vinculada administrativamente à Presidência, tem como competência multidisciplinar, prestar um serviço para a Companhia na forma de assessoramento e consultoria interna no intuito de agregar valor à gestão e a melhorar as operações, propondo ações preventivas e saneadoras, de forma a assistir a Companhia na consecução de seus objetivos estratégicos, mediante abordagem sistematizada e disciplinada no Manual de Auditoria Interna com ênfase

para a avaliação da gestão de riscos operacionais, dos controles internos administrativos e do processo de governança corporativa. Sua finalidade básica é fortalecer a gestão.

- **Jurídico/ Compliance**

Compliance, - significa estar em conformidade com leis e regulamentos externos e internos- atua predominantemente para garantir e facilitar o cumprimento das regras da empresa – reforçando as políticas internas e o Código de Conduta por meio de treinamentos constantes dos funcionários e parceiros comerciais –, o **Jurídico** fornece diretrizes para ações efetivas de proteção à empresa, com base em leis vigentes. Ambas as áreas, entretanto, trabalham predominantemente na prevenção, sendo o Compliance mais voltado à detecção de problemas de não conformidade, enquanto o Jurídico atua relativamente às consequências legais decorrentes de tais problemas.

O Compliance também auxilia no fortalecimento do sistema de governança corporativa da companhia e de seu modelo de gestão, promovendo a observância dos valores enquanto desenvolve sua missão e persegue os objetivos estratégicos. Mas, apesar de existirem funções claras para cada departamento, eles devem atuar em conjunto, tanto na prevenção como na solução dos problemas.

O objetivo de ambas as áreas é comum: assegurar o cumprimento das normas internas e externas. Porém, o departamento de Compliance procura encaminhar esse tema de forma mais abrangente, atuando sobre o clima organizacional e criando maneiras de manter vivos os aspectos éticos que norteiam a empresa. O Jurídico atua como o braço de conhecimento e orientação, monitorando leis e projetos de leis relevantes, avaliando a regularidade dos procedimentos adotados pela companhia e sugerindo eventuais alterações. Também cabe à Compliance a missão de criar e testar controles que assegurem o cumprimento efetivo de tais regras.

- **Compras e Logística**

O departamento de **compras** é responsável pelo estabelecimento do fluxo dos materiais na empresa. Pelo seguimento junto ao fornecedor, e pela agilização da entrega. Prazos de entrega não cumpridos podem criar sérias perturbações para os departamentos de produção e vendas, mas a função compras pode reduzir o número de problemas para ambas as áreas, além de adicionar lucros.

Os objetivos da função compras podem ser subdivididos em quatro categorias:

- * Obter mercadorias e serviços na quantidade e com qualidade necessária.
- * Obter mercadorias e serviços ao menor custo.
- * Garantir o melhor serviço possível e pronta entrega por parte do fornecedor.
- * Desenvolver e manter boas relações com os fornecedores e desenvolver fornecedores potenciais.

Pela definição de José Meixa Crespo de Carvalho (2002),

"**Logística** é a parte do gerenciamento da cadeia de abastecimento que planeja, implementa e controla o fluxo e armazenamento eficiente e econômico de matérias-primas, materiais semi-acabados e produtos acabados, bem como as informações a eles relativas, desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes"

Fundamentalmente, a logística é tratada como um assunto estratégico para as empresas, que procuram diminuir o tempo entre compra de insumos, produção de bens e/ou serviços e sua entrega no destino final, de acordo com o desejo do cliente, levando-se em conta menor custo e maior qualidade. Nas organizações, a logística é responsável pelo planejamento e coordenação de atividades logísticas; gerenciamento de redes e distribuição; gerenciamento de processos de compras; gerenciamento de estoques; gerenciamento de serviços aos clientes e a otimização de sistemas empresariais.

• **Finanças, Controle**

O **departamento financeiro** oxigena todos os setores da empresa, oferecendo os recursos necessários para seu funcionamento, pois todas as decisões tomadas pelos administradores da organização, devem obrigatoriamente passar por ele.

O financeiro é responsável por viabilizar a atividade fim da empresa através da alocação de recursos. É nesta área que as análises, decisões e direcionamento dos recursos da empresa são definidos.

A ótica de atuação do setor financeiro se resume em uma integração da obtenção de recursos, utilização destes e por fim controlá-los. Essa integração visa trazer duas respostas a empresa:

- * Controle estável da operação
- * Rentabilidade

Para obter tais respostas, é necessário que o departamento financeiro execute suas atribuições de modo eficaz, sendo elas:

- * Controle bancário
- * Planejamento financeiro
- * Contas a receber
- * Contas a pagar
- * Tesouraria
- * Auditoria
- * Faturamento

O **controle** como função administrativa- é a fase do processo administrativo que mede e avalia o desempenho, e toma a ação correta quando necessária. Assim, o controle é um processo essencialmente regulatório.

O controle visa duas finalidades principais:

- 1 Correção de falhas ou erros existentes
- 2 Prevenção de novas falhas ou erros

A essência do controle reside em verificar se a unidade controlada está ou não alcançando os resultados desejados. Os controles organizacionais servem para:

- * Padronizar o desempenho.
- * Padronizar a qualidade de produtos e serviços oferecidos pela empresa
- * Proteger os bens organizacionais de abusos, desperdícios ou roubos
- * Limitar a quantidade de autoridade que está sendo exercida pelas várias posições ou níveis organizacionais
- * Avaliar e dirigir o desempenho das pessoas
- * Meios preventivos para o atingimento dos objetivos da empresa

- **Recursos Humanos**

Recursos Humanos (RH) é o departamento que tem a responsabilidade de seleção, contratação, treinamento, remuneração, formação sobre higiene e segurança no trabalho, e estabelecimento de toda a comunicação relativa aos funcionários da organização. RH também pode se referir à totalidade de empregados e colaboradores que compõem a organização.

Podemos afirmar que o setor de recursos humanos tem como uma das funções principais atender a todas as partes interessadas da empresa, à sociedade, e aos acionistas.

Entre as atribuições que devem ser desenvolvidas pelo setor de recursos humanos na organização, destacam-se:

- ✗ Cuidar dos direitos dos trabalhadores e evitar que eles sejam prejudicados, oferecendo-os todos os benefícios;
- ✗ Contratar da melhor maneira, defendendo a empresa e respeitando os candidatos à vaga concorrida;
- ✗ Manter os funcionários motivados para maior rendimento em suas funções diárias;
- ✗ Promover o desenvolvimento de pessoal, treinamento, administração de conflitos, pesquisa do clima da empresa, entrevista e seleção.

Por fim, Recursos Humanos deve ser responsável pelo acompanhamento de todo o processo, desde a seleção de pessoal até o desenvolvimento das atividades, atentando para as possibilidades de melhoria e expansão da empresa.

- **Tecnologia da Informação (TI)**

Tecnologia da Informação ou simplesmente TI, pode ser definido como todas as atividades e soluções providas por recursos computacionais, que visam permitir a obtenção, o armazenamento, o acesso, o gerenciamento e o uso das informações, possibilitando um melhoramento no contexto estratégico e funcional, capacitando a

empresa a melhorar o seu processo de planejamento e a interagir com o seu meio de forma mais produtiva.

Suas atribuições são:

- ✦ Atuar no planejamento estratégico e operacional do Instituto, com vistas a subsidiar a definição das prioridades de gestão de tecnologia da informação dos Campi;
- ✦ Coordenar o desenvolvimento e a implantação dos sistemas de informação institucionais, bem como realizar a manutenção;
- ✦ Gerenciar os recursos de tecnologia da informação no âmbito da Reitoria;
- ✦ Propor políticas e diretrizes na área de tecnologia da informação;

- ✦ Responsabilizar-se pela gestão e manutenção da política de segurança da informação;
- ✦ Supervisionar a implementação das políticas na área de tecnologia da informação;
- ✦ Zelar pela garantia da manutenção dos equipamentos e sistemas de informática do IFRN; e
- ✦ Desempenhar outras atividades afins.

3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.3.1 O Mercado

A Marisa Lojas S.A atua no mercado varejista comercializando vestuário feminino com foco principal nas mulheres da classe C. Atualmente, diante da crise vivenciada, a empresa agregou a seus departamentos vestuários no setor masculino e infantil visualizando conquistar um novo público-alvo e neste quesito igualar a seus concorrentes, como Renner, Riachuelo e C&A, que já incorporam estes departamentos.

A estrutura de mercado da Marisa Lojas S.A é a competição monopolística, em que são produzidos produtos distintos, mas que possuem substitutos próximos passíveis de concorrência, desta forma ela não exerce o monopólio e vive a situação de concorrência imperfeita.

3.3.2. Qual a situação da empresa

A Marisa Lojas S.A atingiu no 4T2016 um prejuízo de (0,71%), enquanto no mesmo período as suas concorrentes se sobressaiam nos lucros, como a Renner que alcançou um lucro de 6,57% e a Riachuelo que obteve 13,53%.

Desta forma, é possível notar-se que mesmo com a inclusão de novos setores (Infantil e Masculino), a Marisa Lojas S.A precisa se consolidar nestes novos departamentos, buscando inovar perante a seus concorrentes que já atuam nesta área.

3.3.3. Quais as informações relevantes do setor que exercem influência no negócio da empresa?

Ao tratar-se de uma companhia que atua no mercado varejista, focando diretamente no setor de vestuário, devem ser analisadas algumas variáveis que podem influenciar diretamente o negócio da empresa. Sendo elas:

- × Condições Climáticas.
- × Público-Alvo.
- × Benefícios Procurados.

- ✘ Grau de Concorrência.
- ✘ Localização.

Toda empresa ao incorporar novos setores/produtos deve levar em conta que condições climáticas geram tendência em determinadas épocas do ano, desta forma o público-alvo procura produtos que correspondem às suas necessidades e ofereçam benefícios a eles. O grau de concorrência depende também da localização da empresa, quanto mais empresas do mesmo ramo em uma determinada área, maior o número de ofertas e conseqüentemente menor o número de demanda da companhia.

3.3.4. Como o futuro pode ser vislumbrado?

Baseados em dados históricos e percentuais do PIB, foi analisado o mercado e projetado um aumento de vendas de 5%, nas inflações projetou-se o aumento de aproximadamente 4%, o custo do produto vendido foi de 3% devido a queda do PIB e as despesas da companhia obteve o aumento de 2% pela utilização de recursos para superar a crise e atrair novos clientes. Assim, foi projetado uma pequena queda no prejuízo da companhia no ano de 2017, mas a partir do ano de 2018 o prejuízo volta a crescer devido as inflações e ao acúmulo de custos e despesas operacionais, fazendo com que o prejuízo se estenda até o próximo ano.

	2015	2016	AV	AH	2017	2018	2019
Receita Bruta	1,253,956.000	1,091,659.000	-	-13%	1.146.241,95	1.180.629,21	1.216.048,08
(-) Impostos sobre vendas	305,559.000	257,980.000	-	-15%	-268.299,20	-284.397,15	-301.460,98
(=) Receita Líquida	948,397.000	833,679.000	100%	-12%	877.942,75	896.232,06	914.587,10
(-) Custo dos Produtos Vendidos	- 530,897.000	440,941.000	-53%	-17%	-454,169,23	-481.419,38	-5110.304,55
(=) Lucro Bruto	417,500.000	392,738.000	47%	-6%	423.773,52	414.812,67	409.282,56
(-) Despesas Operacionais	290,492.000	- 416,434.000	-50%	-243%	-424.762,68	-426.164,40	-427.570,74
(=) Lucro Líquido	13,744.000	- 6,001.000	-1%	-136%	-989,16	-11.351,72	-23.288,18

3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

3.4.1 Conceito de Finanças


De acordo com Giana (2004, p. 4), finança é "a arte e a ciência da gestão do dinheiro.". Desta forma, define-se como finanças, o estudo de instituições, mercados e sistemas financeiros visando avaliar como são obtidos e geridos os fundos. Assim, finanças nada mais é que a gestão do capital por parte de uma pessoa ou entidade.

3.4.2 Valor Presente Líquido

Segundo Megliori & Valim (2009) "é a diferença entre o valor descontado do fluxo de caixa para a data do investimento inicial e o valor de um investimento inicial de um projeto." Assim, VLP, é a formula matemática/financeira que determina o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de custo de capital estipulada. Abaixo, estão os valores presentes para os próximos três anos para a MARISA LOJAS S.A:

2017	$VP = \frac{-989,16}{13,25^1} = -74,65$
2018	$VP = \frac{-11.351,72}{13,25^2} = -64,66$
2019	$VP = \frac{-23.288,18}{13,25^3} = -10,01$

	2017	2018	2019	
Valor Futuro	- 989,16	-11.351,72	-23.288,18	VALOR TOTAL -149,32
Valor Presente	-74,65	-64,66	- 10,01	



3.4.3 Taxa Selic

Define-se como Taxa Selic, a taxa média de financiamento no mercado interbancário para operações de um dia ou overnight, que possuem lastro em títulos públicos federais, os quais são listados e negociados na Selic (Sistema Especial de Liquidação e Custódia). Ela é utilizada como referência para as demais taxas de juros do mercado, sendo assim, ela é a base para definir-se os juros no país.

Para obter o valor presente utilizando a Taxa Selic, é necessário utilizar a seguinte fórmula: $VF=VP \times (1+i)^n$. Sendo:

- ✘ VF= Valor Futuro
- ✘ VP= Valor Presente
- ✘ I= taxa
- ✘ N= Período

3.4.4 Conclusão

Com base na projeção da DRE, ao fazer o cálculo do valor presente obtém-se um resultado negativo devido a sequência de períodos em que a Companhia fechou o ano em vermelho. Para que a Companhia amenize esta situação, é necessário que diminua custos e despesas, com a diminuição das mesmas é possível que a Marisa Lojas S.A obtenha um resultado positivo.

3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.5.1 – Tipos de empresa

As empresas podem ser classificadas de diversas formas, podendo ser pelo porte, ramo de atividade, tipo de produto/serviço ou pela sua natureza jurídica. Na área jurídica associam-se seis tipos de empresas. A seguir veja a definição de cada uma delas.

- **Microempresa.**

São consideradas microempresa (ME) a sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário individual regularizados com a junta comercial e que atenda a alguns requisitos específicos. Para a companhia ser classificada neste tipo de empresa, é necessário que a receita bruta da companhia seja igual ou inferior a R\$240.000,00, no ano em que houve operações financeiras, sendo este um dos principais requisitos a serem atendidos.

- **Empresa de Pequeno Porte.**

Empresa de Pequeno Porte (EPP) se enquadra na mesma lei geral da microempresa, mas neste caso a companhia deve obter a receita bruta anual superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00.

- **Empresa Individual.**

O empresário individual também pode ser considerado microempresa, só que neste caso não há sócios, sendo assim não há necessidade de ter contrato social.

- **Empresa Individual de Responsabilidade Limitada.**

Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI) é a categoria empresarial que permite a constituição de uma empresa com apenas um sócio: o próprio empresário, o qual detém o poder total sobre o capital social, devidamente integralizado não inferior a cem vezes maior que o salário mínimo vigente. Neste caso, o empresário tem a separação de seu patrimônio empresarial do privado.

- **Sociedade Limitada.**

Sociedade Limitada pode ser constituída por dois ou mais sócios que formam o capital social da empresa com moeda (R\$) ou bens, a responsabilidade dos sócios está limitada ao valor total do capital da empresa. Cada sócio tem a obrigação com sua parte do capital social da empresa, podendo ser chamado a integralizar quotas de sócios que deixarem de integraliza-las. Neste caso, é exigível uma escritura pública ou contrato social onde é estipulado quem são seus sócios, quantos são e como suas quotas são distribuídas entre eles.

- **Sociedade Anônima.**

A Sociedade Anônima (S.A) é o nome dado a uma empresa com fins lucrativos que tem seu capital dividido em ações e a responsabilidade de seus sócios limitada ao preço da emissão das ações subscritas ou adquiridas. A Sociedade Anônima pode ser dividida em dois tipos:

- ✦ Capital Aberto: Quando suas ações podem ser negociadas na Bolsa de Valores.
- ✦ Capital Fechado: Quando suas ações não podem ser negociadas na Bolsa de Valores.

3.5.2 – Formas de tributação

No Brasil para se abrir uma empresa o processo de formalização é muito complexo. Neste caso é importante a ajuda de um contador para que seja escolhida a forma de tributação que a empresa vai ser inserida, pois o contador conhece as normas fiscais e tributárias que melhor se adequarão a necessidade de sua empresa.

Existem quatro formas previstas na legislação tributária para recolher os tributos: lucro real, lucro presumido, simples nacional e lucro arbitrado (pouco usado).

- **Lucro Real**

O Lucro Real é a regra geral para a apuração o Imposto de Renda (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica, onde essa apura o IRPJ determinado a partir do lucro contábil, acrescido de ajustes que podem ser tanto positivos quanto negativos requerido pela legislação fiscal. Neste caso ocorrem duas

situações conhecidas como Prejuízo Fiscal e Base de Cálculo Negativa de CSLL, das quais não haverá IRPJ e CSLL a pagar.

Deve-se notar o limite de receita bruta anual para fins de opção obrigatória pelo Lucro Real que é de R\$ 78 milhões no ano anterior, ou proporcional de R\$ 6.500.000,00 vezes o número de meses, quando o período for menor que doze meses.

- **Lucro Presumido**

É a forma de tributação simplificada para determinação da base de cálculo do IRPJ e da CSLL das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas a apuração do Lucro Real, a tributação pelo Lucro Presumido é regulamentada pelos artigos 516 a 528 do Regulamento do Imposto de Renda (Decreto 3.000/1999). Neste caso a pessoa jurídica pagará o imposto à alíquota de 15% sobre o lucro presumido, conforme o Regulamento do Imposto de Renda.

Poderão escolher por este regime as empresas que no ano-calendário anterior tenha recebido uma receita bruta total igual ou inferior a R\$ 78.000.000,00 ou a R\$ 6.500.000,00 multiplicado pelo número de meses de atividade do ano-calendário anterior, quando for menor há doze meses, respeitando às demais situações previstas na legislação em vigor (Art. 14 da Lei 9.718/98; Lei 12.814/2013).

- **Simples Nacional**

É um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Para se enquadrar neste regime a microempresa deve lucrar em cada ano-calendário a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360 mil reais e a de pequeno porte superior a R\$ 360 mil e iguais ou inferiores a R\$ 3.6 milhões de reais.

No Simples Nacional os impostos são recolhidos em uma única guia de recolhimento.

- **Lucro Arbitrado**

O arbitramento de lucro é uma forma de apuração da base de cálculo do imposto de renda utilizada pela autoridade tributária ou pelo contribuinte. É aplicável pela autoridade tributária quando a pessoa jurídica deixar de cumprir suas obrigações

acessórias relativas à determinação do lucro real presumido, conforme o caso. Por exemplo, quando o contribuinte optante pelo lucro real não tem o livro diário ou razão, quando deixa de escriturar o livro inventário, etc. Quando conhecida a receita bruta, e, desde que ocorrida qualquer das hipóteses de arbitramento previstas na legislação fiscal, o contribuinte poderá efetuar o pagamento do imposto de renda correspondente com base nas regras do lucro arbitrado.

A partir de 01/01/1997, a tributação com base no lucro arbitrado ocorrerá trimestralmente, e em períodos de apuração encerrados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário (RIR/1999, artigo 220e 530).

3.5.3 – Análise sobre a empresa escolhida

Conforme analisado neste tópico, a Marisa Lojas S.A se enquadra na sociedade anônima de capital aberto, exercida pelo estatuto social e pela legislação aplicável. É uma empresa de tributação por lucro real, pois sua receita bruta anual ultrapassa R\$78.000,000,00 desta forma ela é obrigada a incorporar esta forma de tributação.

4 CONCLUSÃO

De acordo com os estudos elaborados, pode-se observar que a MARISA LOJAS S.A é uma empresa de Sociedade Anônima com Capital Aberto, onde seus valores mobiliários podem ser negociados na bolsa de valores.

Além disso, foi possível analisar seus aspectos financeiros e sua estrutura organizacional, assim como sua missão, visão e valores.

Também foi possível verificar o nível de rentabilidade e lucratividade que a empresa obteve durante o exercício do 4T2016.

Ainda, foi constatado que a Companhia enfrentará um grande desafio pela frente para se recuperar do prejuízo que obteve em suas atividades anteriores.

Conforme a análise, ainda pode-se observar que a Companhia incorporou novos departamentos para tentar superar a crise que atravessa, buscando consolidar-se em um novo meio, visando conquistar um novo público-alvo, mas ainda tendo como foco as mulheres da classe C.

Desta forma, foi possível concluir que a empresa MARISA LOJAS S.A tem possibilidade de mudar a atual situação da companhia, no entanto, mesmo incorporando novos produtos/serviços pelos próximos anos sua margem de lucro permanecerá negativa.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, José Meixa Crespo de - Logística. 3ª ed. Lisboa: Edições Silabo, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

GITMAN, Lawrence J. Princípios de administração financeira. 10. ed. São Paulo: 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARTINS, Eliseu. Manual de Contabilidade por Ações. Atlas. São Paulo, 1994.

MARISA S.A, Lojas. Histórico e Perfil corporativo. Disponível em: http://ri.marisa.com.br/marisa/web/conteudo_pt.asp?conta=28&tipo=10532. Acesso em: 05. Abr. 2016

MEGLIORINI, Evandir & Vallim, Marco Aurélio. Administração Financeira – Uma Abordagem Brasileira, São Paulo: Pearson, 2009.

SIMÃO, Elisângela. Demonstração do Resultado do Exercício. 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-enegocios/demonstracao-doresultado-do-exercicio/31134/>. Acesso em: 03. Mai. 2017.