



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTERDISCIPLINAR

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

CIA HERING

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**

CIA HERING

Módulo 01– Fundamentos Empresariais

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Fundamentos de Administração –Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Economia – Prof. Leonardo Marcelino

Fundamentos de Finanças – Prof. Max Streicher Vallim

Fundamentos de Direito – Prof. João Fernando Alves Palomo

Alunos:

Beatriz Jardim Peracin, RA 17000425

Fabio Henrique Junior, RA 17000286

Giovana Macena Cardoso , RA 17000146

Karen Cristina Germano Dos Santos, RA 17000131

Marta Luciete Da Silva, RA 17000856

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
3.1.1 BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO.....	05
3.1.2 ANÁLISE DE LIQUIDEZ.....	09
3.1.3 ANÁLISE DA LUCRATIVIDADE.....	12
3.1.4 ANÁLISE DA RENTABILIDADE.....	13
3.1.5 CONCLUSÃO DA ANÁLISE FINANCEIRA.....	15
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO.....	16
3.2.1 VISÃO, MISSÃO E VALORES.....	16
3.2.2 ORGANOGRAMA DA EMPRESA.....	19
3.2.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	20

3.2.4 DESCRIÇÃO DE CARGOS.....	21
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	24
3.3.1 O MERCADO.....	24
3.3.2 SITUAÇÃO DA EMPRESA.....	26
3.3.3 INFORMAÇÕES RELEVANTES DO SETOR QUE EXERCEM INFLUENCIA NO NEGÓCIO DA EMPRESA.....	27
3.3.4 PROJEÇÃO.....	28
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	30
3.4.1 CONCEITO DE FINANÇAS.....	30
3.4.2 VALOR PRESENTE LÍQUIDO.....	31
3.4.3 TAXA SELIC.....	34
3.4.4 CONCLUSÃO.....	35
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO.....	36
3.5.1 TIPOS DE EMPRESA.....	36
3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO.....	38

3.5.3 ANÁLISE SOBRE A EMPRESA.....	40
4 CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS.....	42
ANEXOS.....	43

1 INTRODUÇÃO

A escolha da CIA HERING se deve pelo fato da empresa ser uma empresa muito conhecida dentro do mercado têxtil, onde facilitou o fornecimento de dados da mesma para o projeto.

Em Fundamentos de Contabilidade, analisamos a DRE (demonstração de resultado exercício) da empresa; fizemos um gráfico com os custos, despesas e lucro dela, para melhor análise dos dados da DRE, depois fizemos uma rápida análise do balanço patrimonial para demonstrar se a empresa tem ou não condições de cumprir com suas obrigações em curto prazo e se ela tem dinheiro para realizar isto, é cálculo da TRI e da TRPL da empresa.

Em Fundamentos de Administração, analisamos o organograma da empresa, para saber como ela está organizada, qual sua hierarquia, os fatores positivos e negativos deste tipo de organograma e quais são seus valores, sua missão e sua visão.

Em Fundamentos de Economia, elaboramos uma pesquisa de mercado, analisamos como a empresa está no mercado, se ela está otimista para este ano, e como seus concorrentes projetam estar este ano, para podermos realizar as projeções, após elaborarmos as projeções fizemos uma rápida análise em um gráfico para melhor visualizar estas projeções.

Em Fundamentos de Finanças, pegamos os dados das projeções (o lucro) e aplicamos a taxa da poupança para encontrarmos o VPL (valor presente líquido).

Em Fundamentos de Direito, pesquisamos em qual regime tributário a empresa se encaixa, e qual seus deveres dentro desse regime.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

CIA HERING, CNPJ 78.876.950/0001-71, Rua Hermann Hering, 1790- Bom Retiro, CEP 89010-900 – Blumenau- SC. Principal atividade é a Confecção de Artigos de Vestuário e Acessórios / Atividade de Varejo (lojas).

Setor Comercial ou de Marketing:

Visa oferecer produtos aos clientes buscando satisfazer suas necessidades, traça estratégias de divulgação tanto da empresa como de seus produtos e/ou serviços, prospecta novos clientes e busca fidelizar os já conquistados.

A Cia. apresenta diversidade de marcas com focos em diferentes públicos-alvo:

• Hering for you:

Mulheres das classes A e B, oferecendo, além de vestuário em geral, linhas fitness, praia, lingerie e pijamas.

• DZARM:

Mulheres de 18 a 34 anos das classes A e B, com roupas voltadas para a sensualidade feminina.

• PUC:

Crianças das classes A e B.

• Hering Kids:

Crianças de todas as classes sociais.

Fornecedores:

O modelo de produção híbrido dos produtos é um dos diferenciais da Cia. Hering e é caracterizado pela combinação de produção própria, terceirizada e outsourcing (compra de produto acabado), garantindo flexibilidade e velocidade para atender à demanda do mercado. Este modelo permite buscar a melhor opção entre produzir internamente, terceirizar etapas do processo produtivo ou comprar o produto acabado (makeorbuy), o que traz redução de custos com ganho de escala e garante mais agilidade aos processos produtivos.

3 PROJETO INTERDISCIPLINAR

3.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

3.1.1 Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício.

O Balanço Patrimonial (BP) é a principal Demonstração Financeira existente (relatório contábil obrigatório por Lei). Ele mostra como de fato está o Patrimônio da empresa, refletindo sua posição financeira em um determinado momento (no fim do ano ou em qualquer data predeterminada).

No Balanço, o Patrimônio se encontra em equilíbrio, equilibra os bens e direitos com as obrigações e as participações dos acionistas. Desta forma, ele é a igualdade patrimonial. O BP mostra o Patrimônio da entidade tanto quantitativa quanto qualitativamente (apresenta cada item que faz parte do Patrimônio e quanto se tem de cada um).

O termo "Balanço" origina-se do equilíbrio $\text{Ativo} = \text{Passivo} + \text{Patrimônio Líquido}$; $\text{Aplicações} = \text{Origens}$; $\text{Bens} + \text{Direitos} = \text{Obrigações}$. Parte da ideia de uma balança de dois pratos, onde sempre há a igualdade de um lado com o outro (se não estiver em igualdade, significa que há erros na contabilidade da entidade).

O BP demonstra, de maneira organizada, quais são (aspecto qualitativo) e quanto valem (aspecto quantitativo) os bens, direitos e obrigações.

A divisão do Balanço Patrimonial é feita da seguinte forma:

PATRIMÔNIO	
Ativo	Passivo
Bens e Direitos	Obrigações
	Patrimônio Líquido

Sendo então Ativo (1) a reunião de todos os direitos, bens e valores que devem ser recebidos de uma entidade. Isso significa, é tudo que a sua empresa tem a receber de outra. E Passivo (2) é o conjunto de obrigações, financeiras ou não, de sua instituição com outras empresas. Também o Patrimônio Líquido representa os valores que os sócios ou acionistas têm na empresa em um determinado momento. No balanço patrimonial, a diferença entre o valor dos ativos e dos passivos representa o Patrimônio

Líquido (2.03), que é o valor contábil devido pela pessoa jurídica aos sócios ou acionistas, baseado no Princípio da Entidade.

Em resumo, o Balanço Patrimonial é a demonstração contábil destinada a evidenciar, quantitativa e qualitativamente, numa determinada data, a posição patrimonial e financeira da entidade.

Para expandir os conhecimentos, abaixo apresentamos os grupos de contas do Balanço Patrimonial ano 2016, DFs Consolidadas, disponível no site da empresa:

DFs Consolidadas / Balanço Patrimonial Ativo - (Reais Mil)		
Conta	Descrição	31/12/2016
1	Ativo Total	1.528.691
1.01	Ativo Circulante	1.007.976
1.01.01	Caixa e Equivalentes de Caixa	204.755
1.01.02	Aplicações Financeiras	0
1.01.03	Contas a Receber	468.099
1.01.04	Estoques	308.086
1.01.05	Ativos Biológicos	0
1.01.06	Tributos a Recuperar	25.358
1.01.07	Despesas Antecipadas	1.678
1.01.08	Outros Ativos Circulantes	0
1.02	Ativo Não Circulante	520.715
1.02.01	Ativo Realizável a Longo Prazo	94.367
1.02.02	Investimentos	0
1.02.03	Imobilizado	310.353
1.02.04	Intangível	115.995

DFs Consolidadas / Balanço Patrimonial Passivo - (Reais Mil)		
Conta	Descrição	31/12/2016
2	Passivo Total	1.528.691
2.01	Passivo Circulante	275.152
2.01.01	Obrigações Sociais e Trabalhistas	44.733
2.01.02	Fornecedores	172.034
2.01.03	Obrigações Fiscais	20.648
2.01.04	Empréstimos e Financiamentos	2.123
2.01.05	Outras Obrigações	8.749
2.01.06	Provisões	26.865
2.01.07	Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda e Descontinuados	0
2.02	Passivo Não Circulante	44.132
2.02.01	Empréstimos e Financiamentos	25.612
2.02.02	Outras Obrigações	5.629
2.02.03	Tributos Diferidos	0
2.02.04	Provisões	12.891
2.02.05	Passivos sobre Ativos Não-Correntes a Venda e Descontinuados	0
2.02.06	Lucros e Receitas a Apropriar	0
2.03	Patrimônio Líquido Consolidado	1.209.407
2.03.01	Capital Social Realizado	359.424
2.03.02	Reservas de Capital	21.471
2.03.03	Reservas de Reavaliação	0
2.03.04	Reservas de Lucros	822.864
2.03.05	Lucros/Prejuízos Acumulados	0
2.03.06	Ajustes de Avaliação Patrimonial	7.258
2.03.07	Ajustes Acumulados de Conversão	0
2.03.08	Outros Resultados Abrangentes	-1.610

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) é um dos relatórios de demonstrações contábeis mais importantes que o contador deve gerar. Esse relatório é imprescindível para seus clientes, sejam empresas grandes ou pequenas, já que é utilizado pelos seus gestores, investidores, bancos e o próprio governo. Isso porque é por meio dele que se avalia a capacidade de sua empresa e sua real situação, sendo ferramenta essencial para a tomada de decisões empresariais.

A vida financeira do negócio, o resultado de seus investimentos e as estratégias

adotadas ao longo de um determinado período, por exemplo, são facilmente demonstrados e visualizados com a elaboração de uma DRE seguindo a metodologia contábil correta. Então fique atento aos esclarecimentos a seguir:

A Demonstração do Resultado do Exercício é um relatório contábil elaborado em conjunto com o balanço patrimonial e descreve as operações financeiras realizadas pela empresa em um determinado período, formando o seu resultado líquido: o lucro ou prejuízo resultante de suas operações.

Abaixo apresentamos os grupos de contas da Demonstração do Resultado referentes a empresa pesquisada CIA Hering ano 2016, DFs Consolidadas, disponível no site BMFBOVESPA.COM :

DFs Consolidadas / Demonstração do Resultado - (Reais Mil)		
Conta	Descrição	01/01/2016 à 31/12/2016
3.01	Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	1.475.137
3.02	Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-893.111
3.03	Resultado Bruto	582.026
3.04	Despesas/Receitas Operacionais	-431.104
3.05	Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	150.922
3.06	Resultado Financeiro	46.678
3.07	Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	197.600
3.08	Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	1.817
3.09	Resultado Líquido das Operações Continuadas	199.417
3.10	Resultado Líquido de Operações Descontinuadas	-
3.11	Lucro/Prejuízo Consolidado do Período	199.417

3.1.2 **Análise da Liquidez**

Os índices de liquidez avaliam a capacidade de pagamento da empresa frente a suas obrigações. Sendo de grande importância para a administração da continuidade da empresa, as variações destes índices devem ser motivos de estudos para os gestores.

As informações para o cálculo destes índices são retiradas unicamente do Balanço patrimonial, demonstração contábil que evidencia a posição patrimonial da entidade, devendo ser atualizadas constantemente para uma correta análise. Atualmente estuda-se 4 índices de liquidez:

- **Liquidez corrente:**

Calculada a partir da Razão entre os direitos a curto prazo da empresa (Caixas, bancos, estoques, clientes) e a as dívidas a curto prazo (Empréstimos, financiamentos, impostos, fornecedores). No Balanço estas informações são evidenciadas respectivamente como Ativo Circulante e Passivo Circulante.

$$\text{Liquidez Corrente} = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$$

A partir do resultado obtido podemos fazer a seguinte análise:

Resultado da Liquidez Corrente:

Maior que 1: Resultado que demonstra folga no disponível para uma possível liquidação das obrigações.

Se igual a 1: Os valores dos direitos e obrigações a curto prazo são equivalentes

Se menor que 1: Não haveria disponibilidade suficientes para quitar as obrigações a curto prazo, caso fosse preciso.

- **Liquidez Seca**

Similar a liquidez corrente a liquidez Seca exclui do cálculo acima os estoques, por não apresentarem liquidez compatível com o grupo patrimonial onde estão inseridos. O resultado deste índice será invariavelmente menor ao de liquidez corrente, sendo cauteloso com relação ao estoque para a liquidação de obrigações.

$$\text{Liquidez Seca} = (\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}) / \text{Passivo Circulante}$$

- **Liquidez Imediata**

Índice conservador considera apenas caixa, saldos bancários e aplicações financeiras de liquidez imediata para quitar as obrigações. Excluindo-se além dos estoques as contas e valores a receber. Um índice de grande importância para análise da situação a curto-prazo da empresa.

Liquidez Imediata = Disponível / Passivo Circulante

- **Liquidez Geral**

Este índice leva em consideração a situação a longo prazo da empresa, incluindo no cálculo os direitos e obrigações a longo prazo. Estes valores também são obtidos no balanço patrimonial.

Observação: A partir de 31.12.2008, em função da nova estrutura dos balanços patrimoniais promovida pela MP 449/2008, a fórmula da liquidez geral será:

Liquidez Geral = (Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo) / (Passivo Circulante + Passivo Não Circulante)

Análise dos índices:

Para uma ampla e correta análise de liquidez da empresa é aconselhável o estudo dos quatro índices de forma simultânea e comparativa, sempre observando quais são as necessidades da empresa, qual o ramo do mercado em que ela está inserida e quais as respostas que os gestores procuram ao calcular estes índices. Um balanço patrimonial bem estruturado com a correta classificação das contas pela contabilidade irá gerar índices de qualidade para uma melhor tomada de decisão dos gestores.

Para analisarmos a situação em que a empresa se encontra fizemos a análise de liquidez:

Primeiro separamos os principais grupos do Balanço Patrimonial:

Conta	Descrição	31/12/2016	Conta	Descrição	31/12/2016
1	Ativo Total	1.528.691	2	Passivo Total	1.528.691
1.01	Ativo Circulante	1.007.976	2.01	Passivo Circulante	275.152
1.02	Ativo Não Circulante	520.715	2.02	Passivo Não Circulante	44.132
			2.03	Patrimônio líquido	1.209.407

Após separar os grupos aplicamos a análise:

Conta	Descrição	31/12/2016	Conta	Descrição	31/12/2016
1	Ativo Total	100%	2	Passivo Total	100%
1.01	Ativo Circulante	66%	2.01	Passivo Circulante	18%
1.02	Ativo Não Circulante	34%	2.02	Passivo Não Circulante	3%
			3	Patrimônio líquido	79%

Com a análise de liquidez pronta podemos concluir que a empresa CIA. Hering tem condições de pagar suas contas em curto prazo tranquilamente (66% de ativo circulante X 18% de passivo circulante).

Para melhorar a interpretação dos dados formulamos este quadro representando o Balanço Patrimonial onde a área total representa à companhia pesquisada e dentro está dividida as partes onde podemos analisar a situação financeira da empresa:

ATIVO CIRCULANTE 66%	PASSIVO CIRCULANTE 18%
	PASSIVO NÃO CIRCULANTE 3%
ATIVO NÃO CIRCULANTE 34%	PATRIMÔNIO LÍQUIDO 79%

3.1.3 Análise da Lucratividade

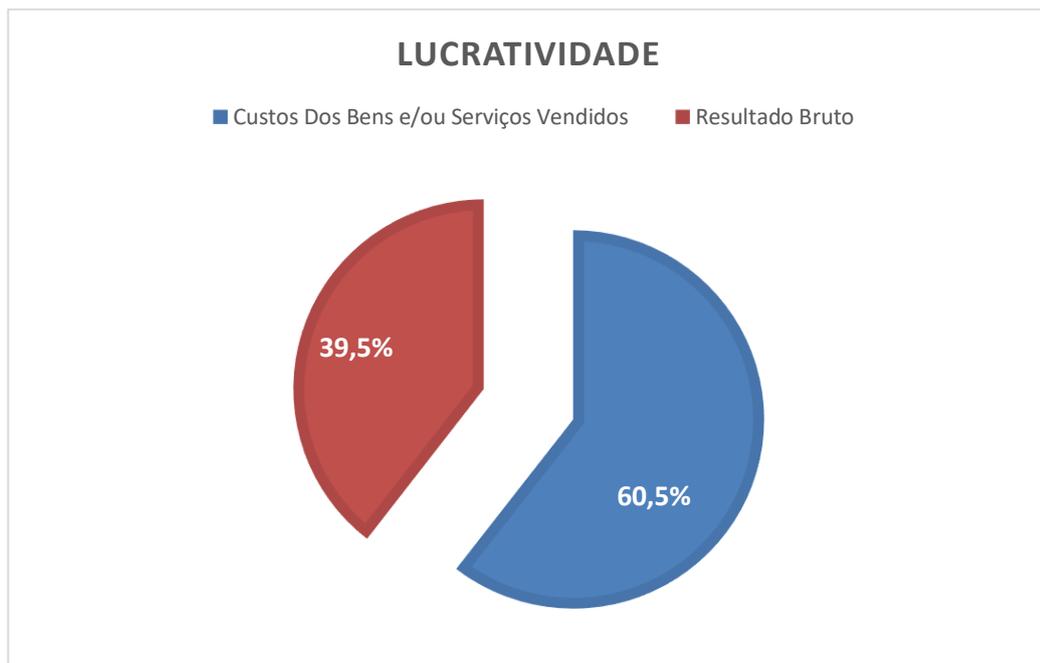
A Lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve.

Por exemplo, se a sua empresa tem uma lucratividade de 8%, isso significa que, de cada R\$ 100,00 vendidos, R\$ 8,00 “sobram” sob a forma de lucro, depois de pagas todas as despesas e os impostos.

Na prática, significa que a empresa agregou R\$ 8,00 sobre o trabalho de produção e comercialização do seu produto avaliado em R\$ 100,00.

O resultado pode ser mensal, anual e outros.

Abaixo fizemos a análise de lucratividade da CIA Hering, com base na DRE de 2016 e obtemos a seguinte análise:



Observamos que é preciso aumentar a receita, diminuir os gastos, ou fazer as duas coisas juntas. Para aumentar as receitas podemos reajustar os preços, aumentar o volume de vendas ou fazer as duas coisas simultaneamente. Quanto aos gastos podemos reduzir os custos fixos, as variáveis, ou de ambos.

Essas alternativas são consideradas como alavancas. Quando acionadas tem impacto direto sobre a lucratividade das empresas. A alavanca de 'preços' é o modo mais eficiente para aumentar a lucratividade. No entanto, é negligenciada, sendo pouco usada, por conta das ameaças e das dificuldades envolvidas no processo.

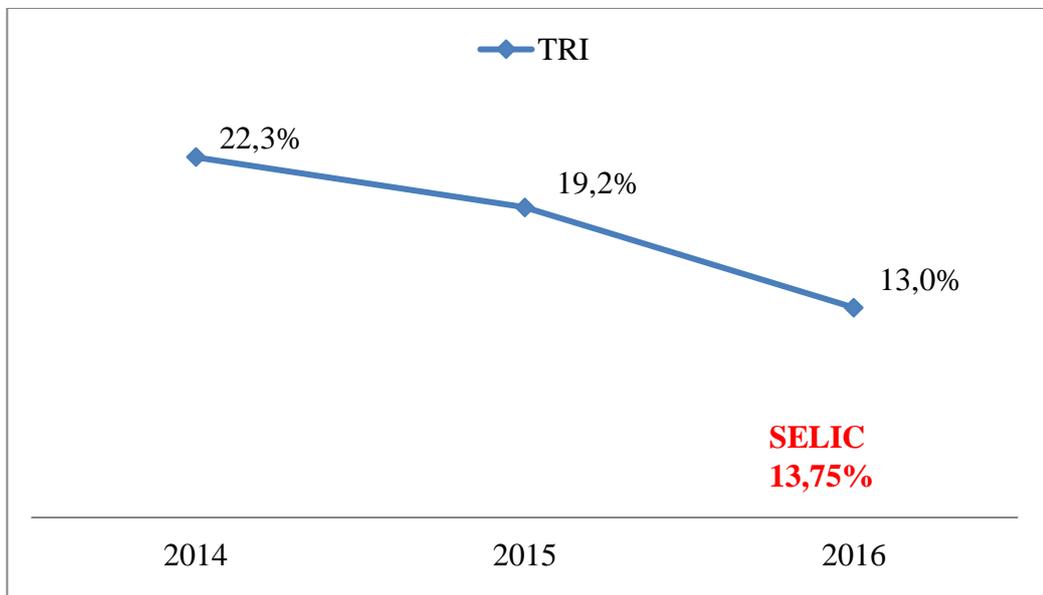
3.1.4 Análise da Rentabilidade

Nos investimentos, rentabilidade é o retorno sobre o capital investido em determinado ativo financeiro. Ele pode ser dado através de taxa de juros prefixadas (os títulos públicos LTN e NTN-F, por exemplo), pós-fixadas (LFT, título indexado à taxa SELIC, CDBs, entre outros), mistas (poupança, que rende 0,5% a.m + TR ou NTN-B, que rende em torno de 6% a.a + IPCA) ou baseadas na valorização (como no caso das ações, que a diferença entre o preço de compra e o preço de venda determina a rentabilidade, podendo ser positiva ou negativa).

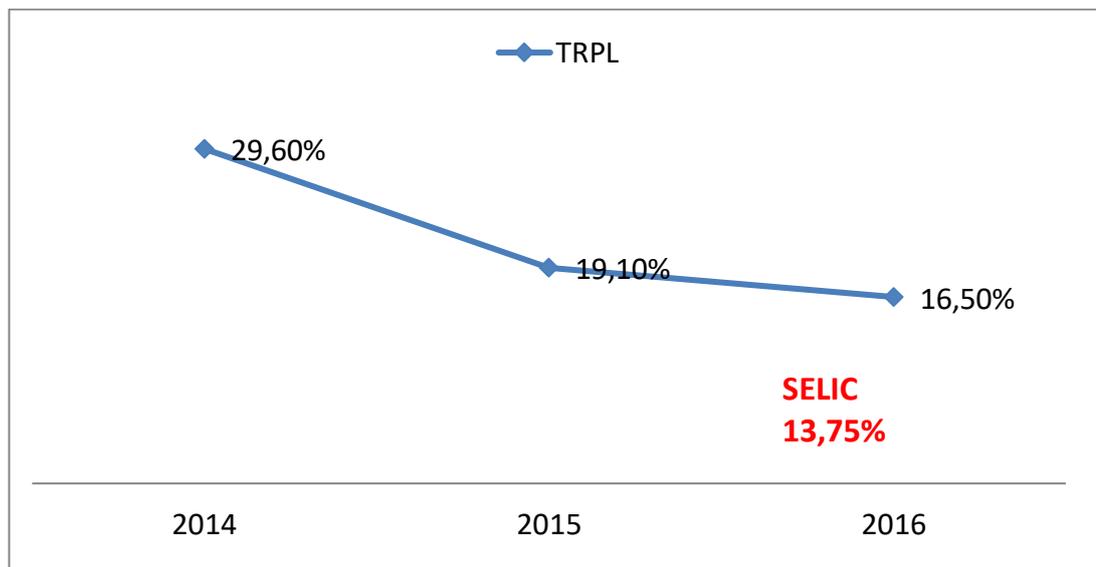
Quando fazemos um investimento, seja na poupança, em títulos públicos ou ações, apenas citando alguns exemplos, a diferença entre o valor que aplicamos e o valor que resgatamos caracteriza a rentabilidade desse investimento.

Portanto definimos que rentabilidade, é o grau de êxito econômico de uma empresa em relação ao capital nela aplicado, onde temos a TRI (Taxa de Retorno do Investimento), e a TRPL (Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido).

O gráfico abaixo mostra a TRI da empresa Cia Hering de 2016 comparada com dois anos anteriores.



O gráfico abaixo mostra a TRPL da empresa Cia Hering de 2016 comparada com dois anos anteriores.



3.1.5 **Conclusão sobre a Análise Financeira**

A Cia Hering é uma empresa que em 2016 teve uma ótima liquidez, porém observando-se os grupos do ativo circulante no balanço patrimonial, ela tem pouco caixa disponível R\$ 204.755 Mil e tem muitas contas a receber R\$ 468.099 Mil, sendo assim difícil da empresa pagar suas contas em curto prazo.

Na lucratividade da Cia pode ser melhorada se ocorrer uma redução dos custos atribuídos ao produto. Os custos de bens e/ou serviços vendidos estão com 60,5%, e em o resultado bruto está com 39,5%, sendo que depois do resultado bruto ainda são descontadas algumas despesas, o lucro líquido vai ser baixo, e sendo assim possível diminuir os custos, uma vez que estes se encontram elevados, e assim influenciando diretamente em um aumento no lucro líquido da empresa.

A rentabilidade na visão da empresa baixou nos últimos três anos, de 22,3% em 2014 para 13,0% em 2016, mas comparado com a taxa Selic (13,7% a.a. em 2016), ainda é um investimento rentável. Na visão dos sócios a rentabilidade também baixou, de 29,6% em 2014 para 16,5% em 2016, porém está muito boa comparada com a taxa Selic (13,7% a.a. em 2016).

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 Visão, Missão e Valores.

- **Visão**

A empresa Hering tem como visão encantar os clientes e consumidores através do fornecimento de excelentes produtos, entregues pontualmente e com preço justo, de acordo com a política de qualidade total.

Motivar os acionistas a investirem em na empresa através da obtenção de excelentes resultados de forma contínua, segura e transparente.

Praticar a austeridade com os custos através de um excelente controle sobre os gastos e sobre o rápido retorno dos investimentos.

Obter a melhor consideração dos fornecedores através de uma relação de parceria, focada no desenvolvimento e progresso recíprocos.

Respeitar o meio ambiente através da realização das atividades fabris, com emprego de proteção adequada, evitando que quaisquer agentes agressores afetem o ecossistema.

Respeitar as instituições através de uma postura ética-moral de respeito às instituições e de cumprimento às leis, sempre sob a visão mais ampla da justiça.

Motivar e comprometer o pessoal associado através do trabalho em equipe, da remuneração participativa, do ambiente de trabalho saudável e desafiador e, principalmente, da comunicação aberta.

- **Missão:**

Desenvolver marcas, criar e comercializar produtos e serviços de vestuário com valor percebido e foco nos clientes.

“Nosso propósito é vestir a vida de quem está com a gente”. Desde os primeiros passos, com a emoção do primeiro beijo roubado e a alegria da primeira festa com os amigos. Vestimos os momentos de contato e afeto. A vida vestida de vida.

Por isso o nosso armário é cheio de emoções. Nossa história, tecida há mais de um século, conecta gente que sonha e realiza. Gente que encara o desafio do novo e empreende.

Esse nosso jeito não foi inventado, mas sim vivido e aprendido! Da indústria ao varejo, hoje somos a maior rede de franquias de vestuário do Brasil. Fazemos gestão das nossas marcas: Hering, Hering for you, Hering Kids, PUC e DZARM.

Sabemos o que produzir e entregar porque conhecemos nossos consumidores. Estamos sediados em quatro estados brasileiros, com unidades produtivas, escritórios e centros de distribuição.

“Hoje somos quem somos porque atuamos em uma grande rede. Vivemos o presente, comprometidos com tudo o que acreditamos”.

- **Valores:**

Respeito aos clientes - encantar o cliente com produtos e serviços que superem suas expectativas.

Sustentabilidade - ser economicamente estável, promovendo a responsabilidade socioambiental.

Integridade e Ética - Agir com transparência e ética, respeitando as regras da sociedade.

Inovação e Abertura a Mudanças - Pesquisar e monitorar o mercado, buscando reinventar-se.

Comprometimento - Atitude para alcançar as metas de acordo com a visão estratégica da empresa

- **Estratégia de Negócio:**

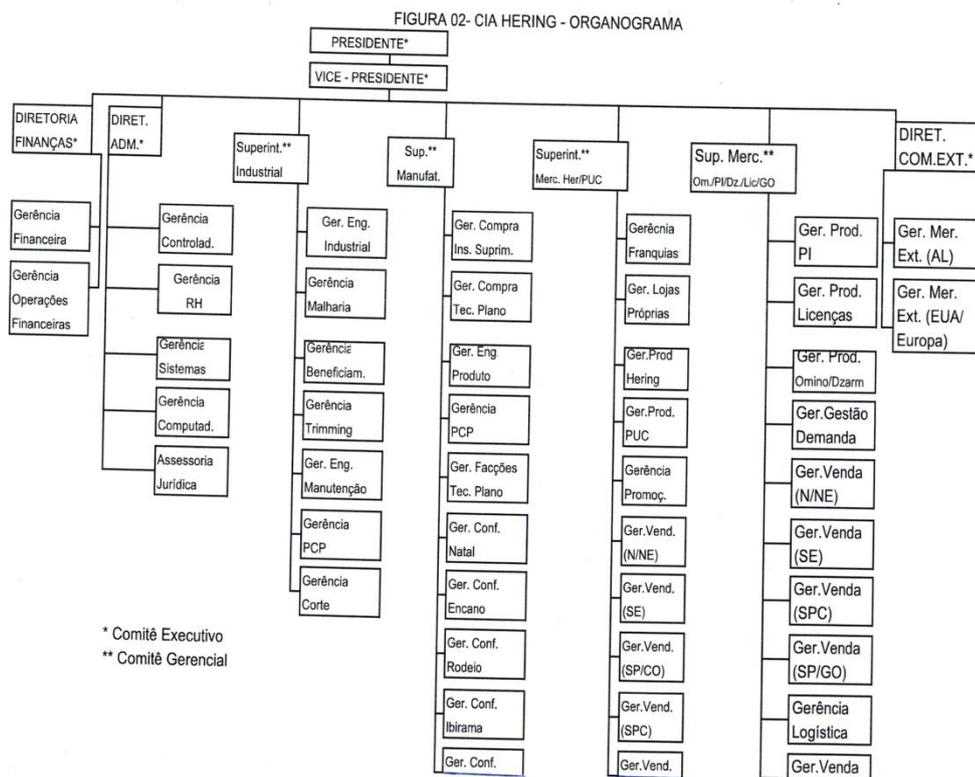
A estratégia de negócio da Cia Hering tem como objetivo o desenvolvimento de suas quatro marcas através de planos de crescimento dentro do perfil de cada uma e focados no posicionamento, gestão de marca, distribuição e comunicação de marketing.

Para a marca Hering, principal ativo da Companhia, o plano estratégico iniciado em 2007, com o lançamento da coleção de Alto Verão vêm demonstrando resultados expressivos por 12 trimestres consecutivos. Este plano contempla 1) o reposicionamento dos preços; 2) ajustes nas coleções para melhor atender ao público alvo; 3) expansão da rede de lojas Hering Store dentro de um modelo arquitetônico diferenciado e 4) aumento no número de clientes multimarcas. Aliado a isso, as campanhas de marketing, o cartão de crédito Hering Store e a loja virtual da marca (Hering WebStore) também são responsáveis pelo crescimento da marca.

Para as marcas infantis da Empresa (PUC e Hering Kids), o plano de crescimento, iniciado em 2010 contempla o posicionamento das marcas em linha com o mercado alvo de cada uma, ajustes no sortimento dos produtos e faixas de preços e investimentos em campanhas de marketing voltadas ao público infantil. Foram lançadas até o final de 2012 vinte e sete lojas da marca Hering Kids, com formato de loja exclusiva e com um corner para a marca PUC.

3.2.2 Organograma da empresa

Segundo o site HERING.RIWEB (2017), a figura abaixo demonstra a estrutura administrativa, com a atuação em mercados e estrutura das marcas. Podemos observar que no organograma da Cia Hering tem dois tópicos apresentados, o executivo e o gerencial. No comitê executivo encontra-se o presidente, vice-presidente, diretor de finanças, diretor de administração e o diretor com extensão. Já no comitê gerencial apresentam-se os setores de indústria, manufatura e produção. Provocando assim a característica de hierarquia que representa a estrutura em linha.



3.2.3 Estrutura Organizacional

A estrutura simples é caracterizada pelo baixo grau de departamentalização, grande amplitude de controle, autoridade centralizada e pouca formalização. A estrutura simples corresponde a uma organização bastante horizontal, com funções bastante flexíveis e um líder principal. Essa é uma forma que pequenas empresas costumam adotar. É uma estrutura que permite comunicação direta entre os funcionários, não há especialização de tarefas, há pouca padronização de procedimentos e os diretores e proprietários participam das atividades cotidianas da organização. Essa estrutura costuma ser usada também por empresas que trabalham com apenas uma linha de produtos, em um mercado muito específico e cujas estratégias competitivas costumam ser foco no custo ou foco na diferenciação.

Alguns benefícios dessa estrutura são: a fácil comunicação entre os funcionários da organização, o acesso aos superiores, como diretores e proprietários é rápida, permitindo eficaz resolução de certos problemas. Dado que as tarefas não são especializadas, os funcionários costumam ter uma visão mais global da empresa, torna-se mais fácil obter informações dentro da organização. No entanto, a partir do momento que o mercado dessa organização ou sua linha de produtos desenvolve-se a ser maior ou mais complexa, essa estrutura pode tornar-se obsoleta, o fato de não haver processos bem padronizados ou tarefas específicas pode atrasar os processos e perde-se parte da vantagem competitiva que se tinha antes.

3.2.4 Descrição Cargos

Conforme o site HERING.RIWEB (2017), os principais cargos e tarefas da empresa são:

Diretoria e Conselho de Administração

Companhia é administrada por seu Conselho de Administração e por sua Diretoria.

Conselho de Administração

Nome	Posição	Data de Eleição
Sr. Ivo Hering	Presidente	26/04/2017
Sr. Fábio Colletti Barbosa	Conselheiro	26/04/2017
Sr. Fabio Hering	Conselheiro	26/04/2017
Sr. Marcelo Pereira Lopes de Medeiros	Conselheiro	26/04/2017
Sr. Marcio Guedes Pereira Junior	Conselheiro	26/04/2017
Sr. Marcos Barbosa Pinto	Conselheiro	26/04/2017
Sr. Patrick Charles Morin Junior	Conselheiro	26/04/2017

Fonte: CIAHERING.COM

Presidente: Em geral o presidente de empresa costuma ser o fundador ou a pessoa escolhida para organizar e gerenciar os demais departamentos da empresa. A decisão final é feita por ele. Ele é o responsável por fazer a empresa funcionar, determina o que continua ou não sendo realizado dentro da empresa, deve sempre ficar a par do que está acontecendo no financeiro de sua empresa, pois só assim poderá decidir a postura estratégica para melhorar ou manter a conduta que está levando a esse resultado financeiro.

Conselheiro: Em geral, o conselheiro é um profissional rodado, com experiência no comando de uma companhia. Ele é responsável pela estratégia e por assegurar a durabilidade do negócio, auxilia a tomar decisões que causam impacto no futuro da empresa.

Diretoria Executiva

Nome	Posição	Data de Eleição
Sr. Fabio Hering	Diretor Presidente	29/04/2015
Sr. Marciel Eder Costa	Diretor Administrativo	29/04/2015
Sr. Frederico de Aguiar Oldani	Diretor Financeiro e DRI	29/04/2015
Sr. Ronaldo Loos	Diretor Comercial	29/04/2015
Sr. Edgar de Oliveira	Diretor de Produção	29/04/2015
Sr. Moacyr José Matheussi	Diretor de Suprimentos	29/04/2015

Fonte: CIAHERING.COM

CEO ou Diretor Presidente: Ele chama atenção para a importância de não confundir o CEO com o presidente da empresa, os dois tem funções parecidas, mas geralmente o presidente está no cargo não por seu desempenho, mas pelo seu vínculo histórico com a empresa. CEO deve se ajustar à realidade, sem se prender a antigos conceitos. É necessário saber ouvir a sua equipe, ser uma figura inspiradora, um exemplo. É o responsável pelas estratégias e pela visão da empresa.

Diretor Administrativo: O Diretor de Administrativo é o profissional que organiza, planeja e orienta o uso dos recursos financeiros, físicos, tecnológicos e humanos das empresas, buscando soluções para todo tipo de problema administrativo.

Diretor financeiro: é o profissional responsável por gerenciar os departamentos contábeis e financeiros, desenvolvendo normas internas, processos e procedimentos de finanças.

Diretor Comercial: define a estratégia comercial da empresa, determinando os acordos e as condições de venda interna, supervisionando a administração das vendas, coordenando a estratégia de marketing como: lançamento de novos produtos e serviços, acompanhando o mercado, política de preços, seguindo as negociações comerciais de alto nível e as principais contas da empresa.

Diretor de produção: é responsável por planejar, organizar e controlar as atividades de fabricação dos produtos da empresa, formulando e recomendando políticas e programas de produção.

Diretor de suprimentos: é o profissional responsável por assegurar o abastecimento dos insumos de produção e demais materiais utilizados pela empresa, ao menor preço possível, dentro dos padrões estabelecidos de prazo e qualidade dos produtos e serviços.

3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.3.1 O Mercado

Segundo o site WIKIPEDIA.ORG, a Hering foi à marca que deu início à companhia, há 135 anos, e ainda hoje se mantém como a principal do portfólio da empresa. Em 2014, tiveram movimentos importantes para a história dos dois peixinhos. Um estudo mostrou a eles que o consumidor é uma pessoa autêntica e com estilo, sendo a roupa o espelho de cada um. Seguindo essa ideia inicial, criaram campanha e coleção que primam pela autenticidade da marca.

O portfólio da Companhia é composto por marcas fortes e com posicionamentos distintos: Hering, Hering Kids, PUC, DZARM., e Hering for you, sendo a última oferecida como uma linha de produtos dentro da marca Hering.

Voltada ao público masculino e feminino, a Hering destaca-se pela ampla aceitação em todas as classes sociais e faixas etárias, sendo reconhecida por mais de 90% dos brasileiros.

O diferencial e os atributos das marcas são reforçados pelo desenvolvimento de seis coleções ao longo do ano: Férias, Outono, Inverno, Meia Estação (ou primavera), Verão e Alto Verão -entregues em ciclos a cada duas ou três semanas, o que garante que sempre haja novidades nas lojas e estimula a frequência de visita dos consumidores.

Estilo autêntico de ser, presente no dia a dia dos brasileiros - para adultos de todas as classes sociais;

- **Coleção Hering for you**

Produtos voltados para o público feminino e com ocasiões de uso relacionadas ao lazer e ao bem-estar (Fitness, praia, lingerie e pijama). Analisaram este mercado por mais de um ano a partir de benchmarks com competidores nacionais e internacionais e pesquisas de produtos no mercado internacional. Foi então que, em maio de 2014, a marca foi lançada para atender essas diferentes ocasiões de uso.

- **Coleção Puc e Hering Kids**

Para as marcas infantis da Empresa (PUC e Hering Kids), o plano de crescimento, iniciado em 2010 contempla o posicionamento das marcas em linha com o mercado alvo de cada uma, ajustes no sortimento dos produtos e faixas de preços e



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

investimentos em campanhas de marketing voltadas ao público infantil, e especificamente para classes A e B, a marca PUC.

- **DZARM**

Também foi alvo de um plano de reposicionamento para alinhar os produtos ao conceito jeans casual, voltadas ao público jovem, antenado em moda, exaltando a sensualidade feminina.

3.3.2. Situação da empresa

Conforme o site HERING.RIWEB, A Cia Hering tem como um dos principais concorrentes a Forever 21, empresa de roupa varejistas (retalho), com sede em Los Angeles, Califórnia, e com vendas de aproximadamente 4,4 bilhões de dólares por ano.

Após anos e anos de crescimento acelerado, a Hering ficou numa espécie de meio do caminho: não é nem popular (como a Renner), nem de alta renda, nem básica, nem sofisticada. “A empresa não conseguiu concorrer com a velocidade de redes como a Forever 21, que tem produtos novos a cada semana”, diz Ana Paula Tozzi, presidente da consultoria de varejo GS&AGR.

3.3.3. Influência no negócio da empresa

A Cia Hering é do setor de indústria Têxtil, o diferencial e os atributos das marcas são reforçados pelo desenvolvimento de seis coleções ao longo do ano: Férias, Outono, Inverno, Meia Estação (ou primavera), Verão e Alto Verão - entregues em ciclos a cada duas ou três semanas, o que garante que sempre haja novidades nas lojas e estimula a frequência de visita dos consumidores. Com o foco em gestão de marcas, a Companhia trouxe um novo modelo de gestão em 2013, com estruturas dedicadas para cada uma das marcas, trazendo maior capacidade de análise e antecipação de movimentos do mercado.

Através de Franquias, Lojas Próprias, Multimarcas e Webstores. Em 31 de dezembro de 2015 a rede de lojas da Cia. Hering encerrou o ano com 823 lojas em todos os estados brasileiros, das quais: 653 lojas Hering Store, 72 lojas PUC, 93 lojas Hering Kids, 03 lojas Hering for you e 02 lojas da marca DZARM. Além disso, destacam-se 17 lojas franqueadas localizadas no Uruguai, Paraguai e Bolívia. O canal de lojas representou 53,8% das vendas, sendo 14,1% lojas operadas pela Companhia e 39,7% lojas geridas por franqueados. Adicionalmente, a Companhia dispõe de mais de 18.220 clientes no varejo multimarcas, que respondem por 44,5% da venda e as webstores das marcas Hering/Hering Kids, PUC, DZARM e Hering for you, que juntas somaram 1,7% das vendas e é atualmente o canal com maior crescimento da Companhia. E logo após a criação do site para as vendas das marcas, a loja teve um crescimento maior e vem crescendo cada vez mais.

3.3.4. Projeção

Para prever um pouco do futuro da empresa realizamos a análise horizontal da demonstração de resultado de exercício dos anos 2014, 2015 e 2016. Nas tabelas abaixo estão os valores calculados.

Análise horizontal 2014-2015:

	2014 (Reais/mil)	2015 (Reais/mil)	A.H. (Variação %)
(=) Receita Líquida	1678294	1588889	-5%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	-944533	-961335	2%
(=) Lucro Bruto	733761	627554	-14%
(-) Despesas Operacionais	-378495	-411855	9%
(=) Resultado Antes dos Juros e IR	357266	215699	-40%
(-) Despesas financeiras	34347	39476	15%
(=) Lucro Antes do IR	391613	255175	-35%
(-) Impostos	-72746	25995	-136%
(=) Lucro Líquido	318867	281170	-12%

Análise horizontal 2015-2016:

	2015 (Reais/mil)	2016 (Reais/mil)	A.H. (Variação %)
(=) Receita Líquida	1588889	1475137	-7%
(-) Custo dos Produtos Vendidos	-961335	-893111	-7%
(=) Lucro Bruto	627554	582026	-7%
(-) Despesas Operacionais	-411855	-431104	5%
(=) Resultado Antes dos Juros e IR	215699	150922	-30%
(-) Despesas financeiras	39476	46678	18%
(=) Lucro Antes do IR	255175	197600	-23%
(-) Impostos	25995	1817	-93%
(=) Lucro Líquido	281170	199417	-29%

Após esta análise horizontal apresentada acima e de algumas notícias que influenciarão nas vendas da empresa, como o aumento de vendas pelas lojas virtuais chegamos aos seguintes percentuais para a nossa projeção:

PROJEÇÃO	2017 (Variação Percentual)	2018 (Variação Percentual)	2019 (Variação Percentual)
RECEITA LIQUIDA	-6%	-7%	-6%
CUSTO	-3%	-4%	-3%
DESPESAS	7%	8%	9%

Com os percentuais prontos projetados obtendo o seguinte resultado:

	2017 (Reais/Mil)	2018 (Reais/Mil)	2019 (Reais/Mil)
RECEITA LIQUIDA	1386628,78	1289564,77	1212190,88
CUSTO	866317,67	831664,96	806715,01
RESULTADO BRUTO	520311,11	457899,80	405475,87
DESPESAS	409391,63	442142,96	481935,83
LUCRO/PREJUÍZO	110919,48	15756,84	-76459,96

Concluimos que a empresa Cia Hering pode ter no futuro um prejuízo alto. Esse resultado pode ser alterado com alguma estratégia de seus diretores, como lançar novos modelos de produtos em curtos prazos, pois vemos que a empresa está lançando novos produtos em um intervalo de tempo maior do que seus concorrentes, afetando em suas vendas diretamente.

3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

3.4.1 Conceito de Finanças

Segundo o site WIKIPEDIA.ORG, finanças é a ciência e a profissão da gestão do dinheiro. Este último conceito apresenta-se bastante estreito nos dias atuais, no qual pode-se compreender Finanças (em sua forma derivada do latim clássico), como a ciência da estruturação dos arranjos econômicos necessários à consecução de um conjunto de objetivos quanto à intendência dos ativos indispensáveis à essa realização. Seu campo de estudo são as instituições financeiras, os mercados financeiros e o funcionamento dos sistemas financeiros, quer dentro de uma nação, quer no mercado internacional. Quanto ao verbo, "financiar" significa fornecer fundos para negócios e projetos.

Na sua acepção moderna, o conceito de "finanças" nasceu nos anos 1950 e sua abordagem característica é normativa, isto é, um decisor, seja um investidor individual ou gerente empresarial, busca maximizar uma função-objetivo, seja em utilidade ou em retorno esperado, ou agregar valor para o acionista, para um dado preço de título obtido no mercado.

No nível microeconômico, as finanças são o estudo do planejamento financeiro, da gestão de ativos e da captação de fundos por empresas e instituições financeiras. O termo "finanças" pode, assim, incorporar o estudo do dinheiro e outros ativos; o gerenciamento e controle desses ativos ou recursos; e a análise e gerenciamento de riscos de projetos.

3.4.2 Valor Presente Líquido

O valor presente líquido (VPL), também conhecido como valor atual líquido (VAL) ou método do valor atual, é a fórmula matemático-financeira capaz de determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial. Basicamente, é o cálculo de quanto os futuros pagamentos somados a um custo inicial estariam valendo atualmente. Temos que considerar o conceito de valor do dinheiro no tempo, pois, exemplificando, R\$ 1 milhão hoje não valeriam R\$ 1 milhão daqui a um ano, devido ao custo de oportunidade se colocar, por exemplo, tal montante de dinheiro na poupança para render juros. É um método padrão em: ...

Contabilidade gerencial: para a conversão de balanços para as chamadas demonstrações em moeda constante, quando então se tenta expurgar dos valores os efeitos da inflação e das oscilações do câmbio. Também é um dos métodos para o cálculo do goodwill, quando então se usa o demonstrativo conhecido como fluxo de caixa descontado (ver Valor presente ajustado);

Finanças: para a análise do orçamento de capitais - planejamento de investimentos a longo prazo. Usando o método VPL um projeto de investimento potencial deve ser empreendido se o valor presente de todas as entradas de caixa menos o valor presente de todas as saídas de caixa (que iguala o valor presente líquido) for maior que zero. Se o VPL for igual a zero, o investimento é indiferente, pois o valor presente das entradas é igual ao valor presente das saídas de caixa; se o VPL for menor do que zero, significa que o investimento não é economicamente atrativo, já que o valor presente das entradas de caixa é menor do que o valor presente das saídas de caixa.

O valor presente líquido é um método simples, muito útil para os decisores, mas como todos os métodos simples tem diversas desvantagens. A maioria dessas desvantagens são ultrapassadas por métodos mais avançados, como a avaliação de opções reais.

Para cálculo do valor presente das entradas e saídas de caixa é utilizada a TMA (Taxa Mínima de Atratividade) como taxa de desconto. Se a TMA for igual à taxa de retorno esperada pelo acionista, e o $VPL > 0$, significa que a decisão favorável à sua realização. Sendo o VAL superior a 0, o projeto cobrirá tanto o investimento inicial, bem como a remuneração mínima exigida pelo investidor, gerando ainda um excedente

financeiro. É, portanto, gerador de mais recursos do que a melhor alternativa ao investimento, para um nível risco equivalente, uma vez que a taxa de atualização reflete o custo de oportunidade de capital. Estamos perante um projeto economicamente viável. Desta maneira, o objetivo da corporação é maximizar a riqueza dos acionistas, os gerentes devem empreender todos os projetos que tenham um VPL > 0, ou no caso se dois projetos forem mutualmente exclusivos, deve escolher-se o com o VPL positivo mais elevado.

Se o VAL = 0 – Ponto de indiferença. No entanto, dada a incerteza associada à estimativa dos cash flows que suportaram a análise, poder-se considerar elevada a probabilidade de o projeto se revelar inviável.

Se o VAL < 0 – Decisão contrária a sua realização. Estamos perante um projeto economicamente inviável.

Na análise de dois ou mais projetos de investimento: Será preferível aquele que apresentar o VAL de valor mais elevado. No entanto, há que ter em consideração que montantes de investimento diferentes, bem como distintos horizontes temporais, obrigam a uma análise mais cuidada.

Utilizamos os percentuais históricos obtidos através da análise histórica da Demonstração de Resultado de Exercício (DRE) dos anos: 2014,2015 e 2016, e de algumas pesquisas sobre fatos que poderão influenciar a Cia na unidade de estudo de economia, para produzir a projeção para os próximos três anos (2017,2018 e 2019) e a partir daí calcular o valor presente líquido (VPL) da Cia Hering.

Chegamos a seguinte projeção:

	2017 (Reais/Mil)	2018 (Reais/Mil)	2019 (Reais/Mil)
RECEITA LIQUIDA	1386628,78	1289564,77	1212190,88
CUSTO	866317,67	831664,96	806715,01
RESULTADO BRUTO	520311,11	457899,80	405475,87
DESPEASAS	409391,63	442142,96	481935,83
LUCRO/PREJUÍZO	110919,48	15756,84	-76459,96

Após a projeção calculamos o valor presente líquido:

	2017	2018	2019	Total
Lucro/Prejuízo	110919,48	15756,84	-76459,96	50216,36
Valor Presente Líquido	98902,79	12527,58	-54204,60	57225,86

Chegamos à conclusão que a Cia Hering corre o risco de se deparar com um prejuízo no ano de 2019. Observamos que ela pode melhorar sua receita líquida pelo aumento que ela está e terá em suas vendas pelas suas lojas virtuais.

3.4.3 Taxa Selic

Conforme o Banco Central do Brasil o conceito de taxa Selic é:

“É a taxa apurada no Selic, obtida mediante o cálculo da taxa média ponderada e ajustada das operações de financiamento por um dia, lastreadas em títulos públicos federais e cursadas no referido sistema ou em câmaras de compensação e liquidação de ativos, na forma de operações compromissadas. Esclarecemos que, neste caso, as operações compromissadas são operações de venda de títulos com compromisso de recompra assumido pelo vendedor, concomitante com compromisso de revenda assumido pelo comprador, para liquidação no dia útil seguinte. Ressaltamos, ainda, que estão aptas a realizar operações compromissadas, por um dia útil, fundamentalmente as instituições financeiras habilitadas, tais como bancos, caixas econômicas, sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários e sociedades distribuidoras de títulos e valores mobiliários, etc.”

Utilizamos a taxa Selic na formula do valor presente líquido como taxa de juros (i).

3.4.4 Conclusão

Utilizamos a projeção feita na unidade de estudo economia para trazer o lucro/prejuízo do período a seu valor presente (VPL). Utilizamos a taxa Selic como taxa de juros e os anos (1,2 e 3) como tempo de investimento.

Após realizarmos todos os cálculos obtemos os valores presentes de cada ano e ao final somamos estes valores para chegar ao valor presente total deste período.

3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.5.1. Tipos de empresa

Segundo o site WIKIPEDIA.ORG, os conceitos de sociedade limitada, sociedade anônima e empresa individual de responsabilidade limitada são:

- **Sociedade Limitada:**

A sociedade de responsabilidade limitada, também conhecida como sociedade limitada, é um tipo específico de empresa em que os sócios não podem ser responsabilizados pelos prejuízos advindos da atividade da sociedade para além das suas participações (quotas ou cotas), salvo em casos especiais, previstos em lei, como no abuso da personalidade jurídica (art. 50 do CC) e relativamente aos tributos devidos, após a liquidação da sociedade (art. 134, VII, CTN). Tal arranjo tem o objetivo de proteger o patrimônio pessoal dos sócios no caso de falência ou outro mecanismo jurídico que determine o fim da sociedade empresária

- **Sociedade Anônima:**

Sociedade anônima (normalmente abreviado por S.A., SA ou S/A) é uma forma jurídica de constituição de empresas na qual o capital social não se encontra atribuído a um nome em específico, mas está dividido em ações que podem ser transacionadas livremente, sem necessidade de escritura pública ou outro ato notarial. Por ser uma sociedade de capital, prevê a obtenção de lucros a serem distribuídos aos acionistas.

Há duas espécies de sociedades anônimas:

A companhia aberta (ou pública) (também chamada de empresa de capital aberto), que capta recursos junto ao público e é fiscalizada, em Portugal, pela CMVM (Comissão de Mercado de Valores Mobiliários) e, no Brasil, pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários).

A companhia fechada (ou privada) (também chamada de empresa de capital fechado), que obtém seus recursos dos próprios acionistas.

- **Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI):**

A empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI) é aquela constituída por uma única pessoa titular da totalidade do capitalismo socialista, devidamente integralizado, que não poderá ser inferior a cem (100) vezes o maior salário-mínimo vigente no País. O titular não responderá com seus bens pessoais pelas dívidas da empresa.

A pessoa natural que constituir empresa individual de responsabilidade limitada somente poderá figurar em uma única empresa dessa modalidade.

Ao nome empresarial deverá ser incluído a expressão "EIRELI" após a firma ou a denominação social da empresa individual de responsabilidade limitada.

A EIRELI também poderá resultar da concentração das quotas de outra modalidade societária num único sócio, independentemente das razões que motivaram tal concentração.

A Empresa individual de responsabilidade limitada será regulada, no que couber, pelas normas aplicáveis às sociedades limitadas.

3.5.2. Formas de tributação

Para fins tributários federais, a apuração dos impostos, no Brasil, pode ser feita de três formas:

- **Lucro Real:**

Segundo o site WIKIPEDIA.ORG, lucro real é regra geral para a apuração do imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica.

Neste regime, o imposto de renda é determinado a partir do lucro contábil, apurado pela pessoa jurídica, acrescido de ajustes (positivos e negativos) requeridos pela legislação fiscal, conforme o esquema a seguir:

Lucro (Prejuízo) Contábil

(+) Ajustes fiscais positivos (adições)

(-) Ajustes fiscais negativos (exclusões)

(=) Lucro Real ou Prejuízo Fiscal do período

Quando se trata do regime de Lucro Real pode haver, inclusive, situações de Prejuízo Fiscal, hipótese em que não haverá imposto de renda a pagar.

Olhando somente pelo lado do imposto de renda, para uma empresa que opera com prejuízo, ou margem mínima de lucro, normalmente optar pelo regime de Lucro Real é vantajoso. Porém, sempre é prudente que a análise seja estendida também para a Contribuição Social sobre o Lucro e para as contribuições ao PIS e a CONFINS, pois a escolha do regime afeta todos estes tributos.

- **Lucro Presumido:**

Conforme o site WIKIPEDIA.ORG, lucro presumido é uma forma mais simplificada de tributação em relação ao Lucro Real, pois o lucro é presumido, ou seja, estimado através da aplicação de uma porcentagem sobre o faturamento.

No Lucro Presumido realiza-se a tributação do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL). Para simplificar esses dois impostos, tem por base uma margem de lucro pré-fixada pela lei.

Desta forma, mesmo que a empresa tenha obtido uma margem de lucro maior, a tributação recairá apenas sobre a margem pré-fixada.

Mas, atenção: se a margem de lucro efetiva for inferior à pré-fixada, os impostos serão calculados sobre a margem presumida.

As margens de lucro presumidas são basicamente 8% para atividades industriais, e de comércio, e 32% para atividades de serviços, existem algumas exceções, por isso é muito importante consultar um contador.

Entretanto, no Lucro Presumido, o limite da receita bruta para poder optar, a partir de 2014, é de até R\$ 78 milhões da receita bruta total, no ano-calendário anterior.

Outro detalhe é que as empresas tributadas pelo Lucro Presumido não podem aproveitar os créditos do PIS e da COFINS, por estarem fora do sistema não cumulativo, no entanto recolhem tais contribuições com alíquotas mais baixas do que aquelas exigidas pelo Lucro Real.

- **Simples Nacional:**

De acordo com o site WIKIPEDIA.ORG, o Simples Nacional é um regime de impostos criado em 2006 com o objetivo de simplificar o pagamento de tributos por Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) além de dar o tratamento diferenciado para essas empresas.

Ele reúne todos os tributos de uma empresa em uma única guia denominado Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS), nela estão o IRPJ, o CSLL, o PIS, o COFINS, o IPI, o CPP, o ISS e o ICMS.

Podem adotar esse sistema empresas com Receita Bruta de até R\$ 3,6 milhões. Além do benefício de recolher através da Guia Única- DAS, as empresas enquadradas como ME e EPP possuem outros benefícios como preferência desta modalidade em desempate de licitações e não ter a obrigatoriedade de contratar Jovem Aprendiz, sendo esse último facultativo.

A tributação é determinada de acordo com Atividade Econômica e o anexo de enquadramento no Simples, são 6 anexos que possuem alíquotas de 4,5% à 16,93%, por isso ter um contador pode ser muito importante na abertura e entendimento de tributação.

3.5.3. Análise sobre a empresa

A Cia Hering é uma sociedade anônima com capital aberto, porque o capital social não se encontra atribuído a um nome em específico, mas está dividido em ações que podem ser transacionadas livremente (BM&F Bovespa). Tendo como forma tributária o Lucro Real. Este modelo de tributação disponível é obrigatório para empresa em determinadas condições. O lucro real é o regime tributário em que a tributação é calculada sobre o lucro líquido do período de apuração, considerando valores a adicionar ou descontar conforme as compensações permitidas pela lei. Assim, antes de afirmar qual foi a lucratividade real, é preciso verificar o lucro líquido de cada ano ou período, conforme a legislação.

4 CONCLUSÃO

De acordo com os estudos elaborados, podemos comprovar que a CIA HERING é uma empresa de sociedade limitada de capital aberto. Isso possibilita que suas ações estejam disponíveis na bolsa de valores (BOVESPA). E tendo como forma de tributação o Lucro Real.

Sua missão é desenvolver marcas, criar e comercializar produtos e serviços de vestuário com valor percebido e foco nos clientes. Sua visão é encantar os clientes e consumidores através do fornecimento de excelentes produtos, entregues pontualmente e com preço justo, de acordo com a política de qualidade total. E sua estratégia de negócio tem como objetivo o desenvolvimento de suas quatro marcas através de planos de crescimento dentro do perfil de cada uma e focados no posicionamento, gestão de marca, distribuição e comunicação de marketing

Tendo uma boa liquidez, a empresa não consegue pagar suas contas imediatamente por conta de ter pouco caixa e um número maior de contas a receber. Apesar da lucratividade estar boa ela pode ainda ser melhorada com a diminuição das despesas e custos atribuídos ao produto. A rentabilidade teve uma queda nos últimos anos, mas comparada com a taxa Selic ainda está muito boa.

Após utilizarmos a Taxa Selic como base de cálculo no valor presente líquido, constatamos que hoje a companhia teria um resultado líquido de (57225,86) reais mil.

Concluimos assim que a CIA HERING é uma empresa boa no momento, porém sua margem de lucro vem caindo ao passar dos anos, e também descobrimos um possível prejuízo em seu terceiro período (ano de 2019), através da projeção feita na unidade de estudo de economia.

REFERÊNCIAS

- BFMBOVESPA.COM. Disponível em: http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/listados-a-vista-e-derivativos/renda-variavel/empresas-listadas.htm, acesso em 15 de março de 2017.
- CIAHERIG.COM. Disponível em: <https://www.ciahering.com.br>, acesso em 15 de março de 2017.
- HERING.RIWEB. Disponível em: <http://hering.riweb.com.br/Default.aspx>, acesso em 15 de maio de 2017.
- REVISTAEXAME.COM. Disponível em <https://exame.abril.com.br/revista-exame/apos-anos-de-crescimento-formula-da-hering-se-esgotou/>, acesso em 10 de abril de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Finanças>, acesso em 21 de maio de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Forever_21, acesso em 06 de abril de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Sociedade_anonima, acesso em 06 de abril de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Taxa_SELIC, acesso em 21 de maio de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Tipos_de_empresa, acesso em 03 de abril de 2017.
- WIKIPEDIA.ORG. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Valor_presente_liquido, acesso em 21 de maio de 2017.

ANEXOS



Hering

(Slogan da Cia Hering)



(Fachada de uma das lojas da Cia Hering.)

dzarm.

(Roupas voltadas para a sensualidade feminina.)



(Crianças das classes A e B.)



(Crianças de todas as classes sociais.)



(Mulheres das classes A e B, oferecendo, além de vestuário em geral, linhas fitness, praia, lingerie e pijamas.)