



UNIFEOb

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS**

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

GESTÃO FINANCEIRA

MARKETING

PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA S.A.

SÃO JOÃO DA BOA VISTA - SP

ABRIL, 2021

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

GESTÃO FINANCEIRA

MARKETING

PROCESSOS GERENCIAIS

PROJETO INTEGRADO

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA S.A.

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO ORÇAMENTÁRIA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS - PROF. DANILO
MORAIS DOVAL

ESTUDANTES:

JOSIANE MARIA JANIZELI SASSARÃO BRAZ, RA 1012020100371

PEDRO LUÍS DEOLINDO NOGUEIRA, RA 1012019200150

SABRINA DA SILVEIRA DE JESUS, RA 1012021100152

WESLEY ALVES, RA 1012021100062

WELINGTON FONSECA, RA 1012020100516

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

ABRIL, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA	5
3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS	6
3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS	10
3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL	13
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS	17
3.2.1 LUCRO REAL	23
3.2.2 LUCRO PRESUMIDO	25
3.2.3 SIMPLES NACIONAL	29
4. CONCLUSÃO	33
REFERÊNCIAS	34
ANEXOS	42

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa abordar primeiramente a construção do orçamento empresarial na organização, sua importância e quais os processos para que as projeções aconteçam do modo esperado. Neste tópico comentaremos sobre o Orçamento de Vendas, Orçamento de Despesas Operacionais e Orçamento Empresarial; onde neste último, será feita a projeção referente a três períodos das receitas e despesas com base nos fatores econômicos e de mercado referente ao cenário atual do país.

Após, abordaremos o cenário tributário do Brasil; com análise sobre a carga tributária a que as empresas estão sujeitas e seus impactos econômicos. Neste tópico comentaremos sobre o Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional.

Para que seja viável a implantação de um plano orçamentário e tributário em uma empresa, é fundamental que todos os profissionais (colaboradores, sócios ou acionistas) estejam envolvidos, desde a produção até a alta administração; pois, todos são peças fundamentais para o desenvolvimento da organização. Toda empresa que almeje lucros, deve ter em sua estrutura um processo de gerenciamento e gestão eficiente; desta forma é possível garantir a máxima eficiência e desempenho que o mercado exige, para que ela consiga acompanhar as mudanças que ocorrem diariamente e adaptar-se com mais facilidade a alta carga tributária do Brasil.

A empresa escolhida para o trabalho foi o Magazine Luiza S/A, por ser uma das maiores empresas varejistas do país, buscar constantemente aperfeiçoamento das melhores práticas de Governança Corporativa; além de ser uma empresa competitiva, inovadora e ousada.

Com a pandemia da Covid-19, o ecossistema digital do Magalu passou a ser mais exigido e fundamental do que nunca. Em 2020, as vendas totais cresceram 60%. Apenas no quarto trimestre, o e-commerce avançou 120%.

O Magalu é a maior plataforma de varejo multicanal do Brasil e oferece um amplo sortimento de produtos e serviços para brasileiros de todas as classes, com a entrega mais

rápida e a melhor experiência de compra – seja nas lojas, no site ou no seu SuperApp, que possui mais de 33 milhões de usuários ativos mensais. A Companhia possui uma forte presença geográfica, com 23 centros de distribuição e 40 cross-dockings estrategicamente localizados, e mais de 1.300 lojas distribuídas em 21 estados do país. Em 31 de dezembro de 2020, a Companhia contava com 32 milhões de clientes ativos e mais de 38 mil colaboradores.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa escolhida para este trabalho foi Magazine Luiza S.A, inscrita sob CNPJ 47.960.950/0001-21, com sede na Rua Amazonas da Silva, número 27, na cidade de São Paulo - SP, atuante no mercado com um mix de serviços; uma rede de varejo com comercialização de bens duráveis.

Se iniciou em 16 de novembro de 1957, com o casal Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato, onde possuíram uma loja de presentes pequena em Franca, interior de São Paulo. Se chamava “A Cristaleira” e mudou seu nome para Magazine Luiza, onde Luiza decidiu mudar depois de um concurso que lançou na rádio de sua cidade. Em 1974 deram um grande passo para a evolução do varejo, onde foi inaugurada a primeira grande loja de departamentos e logo em 1976 obtiveram a rede de lojas Mercantil juntamente com filiais em cidades vizinhas.

Em 1983 começaram sua expansão para fora do estado de São Paulo, como Uberlândia, Uberaba, Araguari, Frutal e Ituiutaba, que são as principais cidades do Triângulo Mineiro. Três anos depois, dando início ao primeiro centro de distribuição em Ribeirão Preto com sistemas automatizados, logística ágil e inteligente. Uma nova era se inicia, em 1991, sob nova direção de Luiza Helena Trajano (sobrinha de Luiza Helena Donato), onde assumiu a liderança com novos projetos e gerência diferenciada no mercado de trabalho. Com altas vendas, sempre buscando facilitar esse processo de comprador e produto, foram a primeira empresa a implantar o modelo de comércio eletrônico, comércio virtual ou venda não-presencial em 1992, que hoje é chamado de lojas virtuais. Nessa mesma década foi criada a campanha “Liquidação Fantástica”, de

maneira que, em janeiro as mercadorias poderiam ser compradas com até 70% de desconto, e a “Só Amanhã” onde teria promoções valendo somente por um dia.

O site magazineluiza.com.br, criado nos anos 2000, começou a ser um dos maiores sites de e-commerce e marketplace no Brasil. Em 2005 a 2013 o Magazine Luiza se expandiu com centenas de lojas por todo o Brasil e logo em 2014 foi criado o Luizalabs, um laboratório de tecnologia e inovação voltado à criação de produtos e serviços para o varejo com base em novas tecnologias, em Big Data, mobile e plataformas digitais, implantando no Mobile Vendas 180 lojas e em 2015 já com 786 lojas físicas espalhadas pelo país.

Uma das mulheres mais influentes do Brasil, Luiza Helena Trajano é presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, rede varejista presente em todo o território nacional. Sob sua gestão inovadora, focada em ciclos de desenvolvimento dos negócios, Luiza promoveu a transformação digital do Magalu. Tendo como CEO Marcelo Silva, CFO Roberto Bellissimo Rodrigues. O Magazine Luiza possui mais de 1000 lojas em 18 estados do país e 36 milhões de clientes. Transformou o que era um negócio familiar e com apenas algumas lojas no interior, em uma das principais redes de lojas do Brasil.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

A gestão orçamentária tem uma visão exponencial que leva em conta todos os elementos de uma empresa, com uma visão ancorada em resultados, seja ela de pequena ou grande porte, ou qualquer peculiaridade.

Paradoxalmente e de forma usual, é uma ferramenta chave adotada para melhoria da administração e dos recursos financeiros de uma organização.

Equivale também ao benefício de planejamentos de metas e ações, fazer a previsão de cenários possíveis para o futuro do negócio e acompanhar os resultados para amoldar o empreendimento aos seus propósitos (PAULA,2015).

3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS

Conforme Padoveze (2005), o Orçamento de Vendas é o ponto de partida para que a organização construa as outras peças orçamentárias que complementarão o planejamento da empresa. Isso ocorre em função da definição do volume de vendas, que é elaborado com base nas premissas do orçamento, as quais têm sua origem no Planejamento Estratégico, para então construir as peças orçamentárias ligadas ao custo de produção. O orçamento de vendas precisa, para sua elaboração, da estimativa de vendas da organização, para projetar seu faturamento para um determinado período futuro. Para sua construção, é necessário observar as características deste tipo de orçamento. Para que alcance os objetivos, é preciso que as estimativas das vendas levem em consideração as possibilidades de expansão do mercado em que atua.

Para a elaboração do Orçamento de Vendas, os itens a seguir devem ser considerados:

- O potencial do mercado, a demanda, o perfil do consumidor e o preço praticado;
- Verificação do empenho da equipe de vendas para atingir as metas da empresa, estabelecidas no plano de lucros da organização;
- O Orçamento de Vendas deve conter desafios, mas com o cuidado de serem realizáveis no período proposto;
- Análise da expansão ou encolhimento do mercado de atuação;
- Capacitação da equipe de vendas; A política que a empresa adotará para promover as vendas;
- A política de lançamento de novos produtos ou serviços;
- Os preços unitários dos produtos ou serviços a serem praticados.

Concluídas estas etapas, o próximo passo é estimar a receita operacional, organizar e programar a produção, tendo em vista o atendimento eficaz aos clientes e, ao mesmo tempo, atingir as metas estabelecidas no plano orçamentário e financeiro da empresa. Finalmente, o Orçamento de Vendas tem como objetivo imprimir na empresa a

perspectiva de seu potencial para atuar no mercado, considerando que é o resultado das vendas, seja de bens, produtos ou serviços, a origem dos resultados da empresa.

As características do orçamento dependerão da atividade e do porte de cada empresa. Um fator importante é se o sistema de produção da empresa está voltado para a demanda puxada ou empurrada. Outro aspecto é a variedade da carteira de produtos que a empresa produz e comercializa. Há de se levar em conta as muitas possibilidades e variedades de comercialização, como o mix de produtos, as vendas fracionadas e diversificadas, as alterações nos pedidos dos clientes, etc.

O Orçamento de Vendas também deverá atentar para o tipo de canal por onde a empresa escoará seus produtos, desde a área produtiva, passando pela estocagem e pela distribuição, até chegar aos pontos de vendas para a aquisição dos consumidores. Os canais mais utilizados pelas corporações são:

- Vendas diretas: quando o produto ou o serviço é de consumo final pelos clientes, como: alimentos, peças de reposição, produtos sob encomendas, entre outros;
- Vendas a varejo: canal usado na comercialização de produtos de transformação. Exemplo: matéria-prima, autopeças, resinas, entre outros;
- Venda via agentes/representantes: produtos diversos com destaque para as commodities (negociados na Bolsa de Valores) como: soja, algodão, minério de ferro, dentre outros granéis.

O comitê responsável pela elaboração do Orçamento de Vendas também deverá estabelecer uma meta de crescimento realizável para o período referente ao orçamento. Quando uma empresa estabelece uma meta a ser atingida, os procedimentos mais comuns a serem cumpridos para alcançar as metas de crescimento são:

- Criar e treinar a equipe de vendas para que mantenham o foco exclusivo nas vendas, ocupando-se em atingir as metas propostas, não se influenciando pela pressão da concorrência;
- Cuidar para que a clientela esteja sempre informada e atualizada sobre os produtos e serviços oferecidos e comercializados pela empresa;
- Buscar formas de aumentar a participação no mercado, criando alternativas e estratégias, como parcerias com redes de assistência técnica, garantia estendida aos produtos, etc.

É fundamental que as apresentações do plano orçamentário sejam feitas utilizando

recursos que facilitem sua leitura, compreensão e mensuração dos resultados. Essa recomendação é importante para que sejam mais ágeis os processos de tomadas de decisão, correção e realinhamento das metas.

Resultados de vendas do Magazine Luiza:

Em 2020, as vendas totais, incluindo lojas físicas, e-commerce com estoque próprio (1P) e marketplace (3P) cresceram 59,6% para R\$ 43,5 bilhões, reflexo do aumento de 130,7% no e-commerce total (sobre um crescimento de 76,0% em 2019) e 0,6% nas lojas físicas (sobre alta de 17,9% em 2019), mesmo com o fechamento temporário das lojas ao longo do ano em função da pandemia. Vale destacar a performance das 191 lojas inauguradas nos últimos 12 meses, com vendas acima das expectativas, elevando o crescimento total das lojas físicas em 7,9 p.p.

As vendas do e-commerce cresceram 130,7% em 2020, comparado ao crescimento do mercado de 41,4% (E-bit) e representaram 65,6% das vendas totais. No e-commerce com estoque próprio, as vendas evoluíram 122,6% e o marketplace contribuiu com vendas adicionais de R \$7,7 bilhões. O ganho de marketshare novamente foi impulsionado pela excelente performance do app, que alcançou a marca de 33 milhões de usuários ativos, e a evolução do marketplace, além da entrega mais rápida e a melhor experiência do varejo.

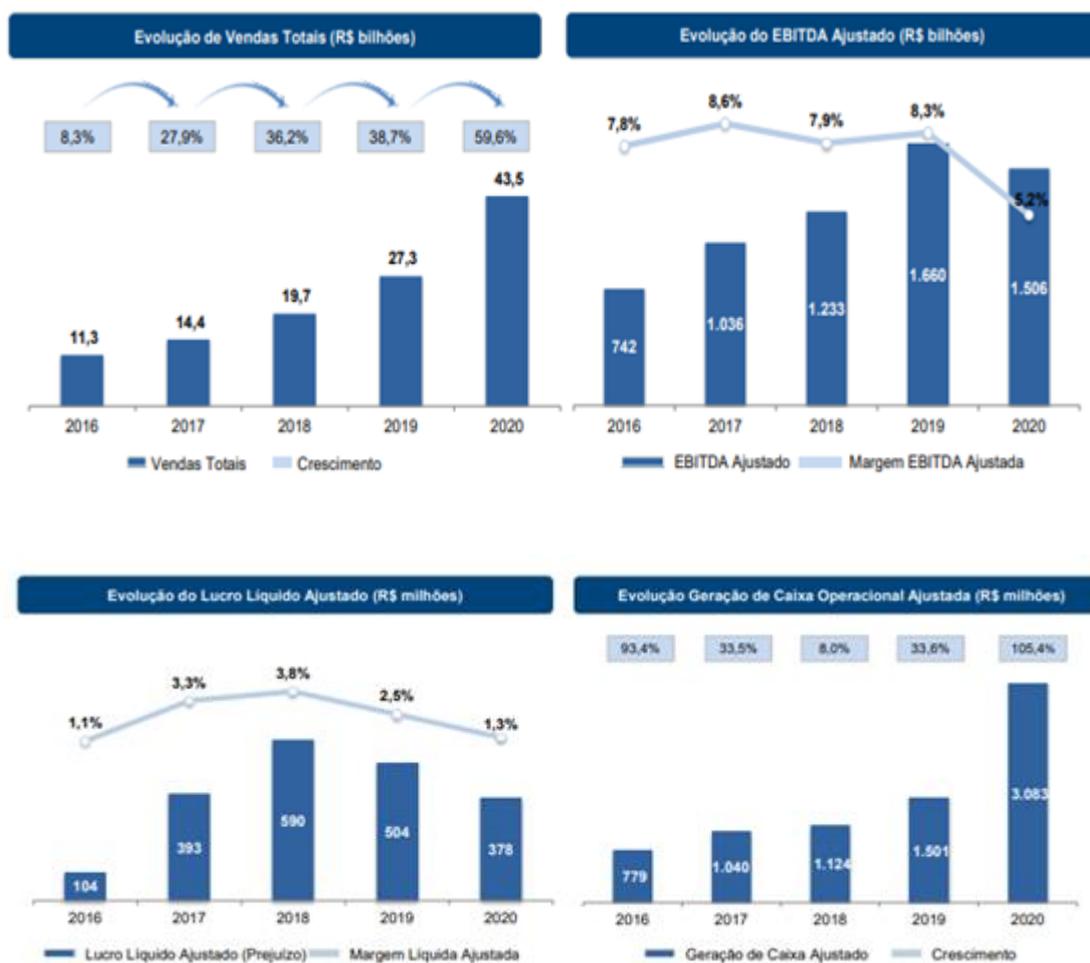
O lucro bruto ajustado cresceu 29,9%, atingindo R\$7,5 bilhões. O forte crescimento das vendas online refletiu em uma maior participação do e-commerce nas vendas totais, que passou de 45,3% em 2019 para 65,6% em 2020 – e, por consequência, a margem bruta ajustada diminuiu de 29,1% em 2019 para 25,8% em 2020. Com o forte crescimento de vendas, o percentual das despesas operacionais ajustadas em relação à receita líquida atingiu 21,0% em 2020, praticamente estável comparado a 2019, mesmo com o fechamento temporário das lojas ao longo do ano em função da pandemia.

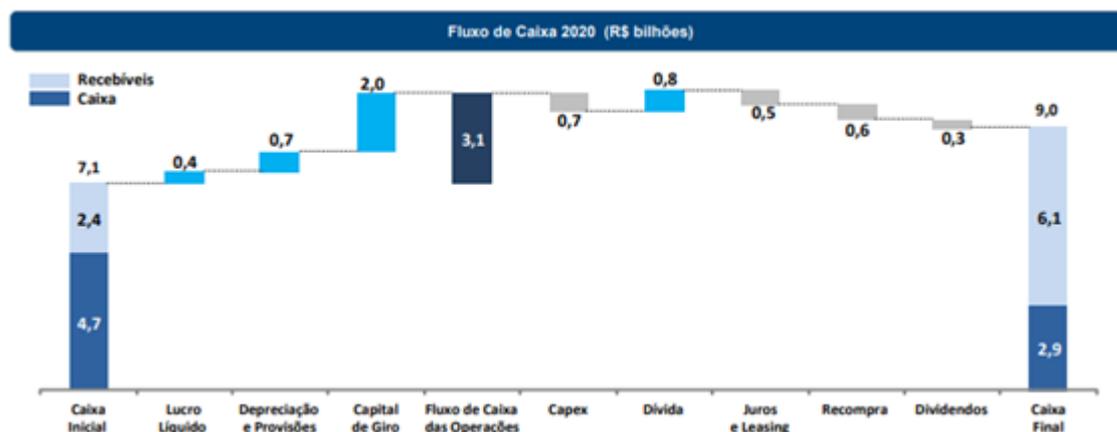
O fluxo de caixa das operações, ajustado pelos recebíveis, atingiu R\$3,1 bilhões em 2020 em função dos resultados positivos e da disciplina na gestão do capital de giro. Mais uma vez, a Companhia apresentou elevado crescimento, com rentabilidade e forte geração de caixa.

Nos últimos 12 meses, a Companhia aumentou o caixa líquido ajustado em 1,0

bilhão, que passou de uma posição de caixa líquido de R\$6,3 bilhões em dez/19 para R\$7,3 bilhões em dez/20. Na mesma data, a Companhia tinha uma posição total de caixa de R\$9,0 bilhões, considerando caixa e aplicações financeiras de R\$2,9 bilhões e recebíveis de cartão de crédito disponíveis de R\$6,1 bilhões.

Com os dados apresentados acima, podemos concluir que apesar de 2020 ter sido um ano atípico, os resultados foram extraordinários; mas sobretudo de profundas e inexoráveis mudanças no mercado e no modelo de negócio. O que aconteceu nos últimos meses será a base para entender o futuro do ecossistema digital multicanal do Magalu e as enormes oportunidades que virão com ele.





3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS

Despesas Operacionais são todos os gastos indispensáveis para o funcionamento de uma empresa. Eles costumam ser previstos e têm como objetivo final manter o bom funcionamento do negócio.

As despesas operacionais não estão relacionadas com a produção da empresa, mas sim com tudo aquilo que é necessário para mantê-la, como salário dos funcionários e seus encargos, impostos, gastos de aluguel, luz, água, internet, material de escritório, ou seja, tudo aquilo que é necessário para o seu funcionamento.

Trata-se também de uma ferramenta de gestão administrativa que possibilitará a estimativa das despesas de vendas, financeiras, administrativas e tributárias da empresa em um determinado período.

Principais objetivos do Orçamento das Despesas Operacionais:

- Planejar as atividades operacionais da empresa, considerando o total das despesas orçado, e a conjuntura interna e externa relacionadas à empresa;
- Diagnosticar os fatores que resultarão em saídas de caixa futuramente;
- Avaliar o montante das despesas necessárias em relação às metas de crescimento e metas operacionais estabelecidas, e o impacto destas despesas nas finanças da empresa;

- Instrumentalizar o Comitê Orçamentário para as verificações do custo x benefício durante a elaboração do Orçamento das Despesas. O Orçamento das Despesas Operacionais da empresa deve contemplar todas as áreas e rotinas estratégicas da empresa, essa abrangência torna o Orçamento mais robusto e de melhor qualidade na medida em que todas as áreas vitais são envolvidas.

Componentes do Orçamento das Despesas Operacionais:

Orçar as Despesas Operacionais de uma empresa é projetar todas as despesas dos setores administrativo, financeiro e vendas, além dos tributos e despesas financeiras incidentes sobre as operações produtivas e vendas dos produtos, e na prestação dos serviços.

Orçamento das Despesas Administrativas:

As despesas administrativas são todos os custos necessários para a gestão e o bom funcionamento da empresa, excluindo custos com operações de produção e vendas. Tais despesas administrativas são predominantemente fixas, e não variáveis.

São as despesas decorrentes das atividades de apoio e gestão que a área administrativa presta para as áreas produtivas e de vendas em determinado período.

Itens caracterizados como Despesas Administrativas:

- Condomínio, aluguéis, água, energia, seguro;
- Salários e encargos, indenizações, convênios, despesas com admissão e demissão relativos aos funcionários da administração;
- Despesas com comunicação, manutenção predial e equipamentos;
- Depreciações, arrendamento e locações de máquinas;
- Assinaturas (revistas, jornais, publicações e artigos técnicos, etc.).

Orçamento de Despesas com Vendas:

O orçamento de despesas com vendas é o instrumento que irá relacionar os valores a serem desembolsados, vinculados à comercialização de produtos e/ou serviços da empresa no período projetado, tendo como objetivo classificar corretamente os gastos da área comercial.

As despesas de Vendas, ou comerciais, podem ocorrer em três momentos distintos: antes, durante ou após as vendas se concretizarem.

Um fator importante é a possibilidade estratégica de planejar o Orçamento de Vendas de forma segmentada, exemplo: Mercado interno, mercado externo; Vendas realizadas pela matriz, pelas filiais; Conforme o faturamento ocorrido em períodos anteriores.

Itens caracterizados como Despesas com Vendas, lembramos que as despesas e gastos elencados poderão ocorrer em três momentos diferentes:

- Antes da venda: publicidade, viagens, material promocional, feiras, etc;
- Durante a Venda: salários, encargos, comissões, gratificações;
- Após a Venda: fretes, embalagens, tributos incidentes ao transporte dos produtos vendidos, etc.

Orçamento das Despesas Tributárias:

O objetivo fundamental do Orçamento das Despesas Tributárias é estimar os valores que a empresa empenhará com tributos em determinado período. Este orçamento possibilita à empresa realizar as provisões necessárias, posto que o não recolhimento destes tributos resultará em multas, acréscimos de juros e correções, e finalmente sanções legais que podem inviabilizar o negócio.

Os tributos possuem diversas características peculiares que vão desde a flexibilidade em sua classificação no plano de contas da empresa, até questões como substituição, isenção, ou ainda situações que remetem à possibilidade de tributação em efeito cascata.

A projeção das vendas permite aos gestores estimar os tributos e taxas que a empresa deverá recolher em determinado período. Essa estimativa deverá ser apresentada de forma detalhada relacionando cada tributo com seu respectivo destino de recolhimento.

Itens caracterizados como Despesas Tributárias:

- Contribuição social sobre o lucro;
- PIS / COFINS, INSS, FGTS;
- Imposto de Renda;
- IPI, ICMS, ISSQN;

- Taxas de licença, de uso, de água, energia, lixo;
- Outros tributos.

Orçamento das Despesas Financeiras

A elaboração do Orçamento das Despesas Financeiras está diretamente ligada às necessidades que a empresa tem de obter recursos seja para alavancar novos negócios, seja para capital de giro. As despesas financeiras decorrem de empréstimos e financiamentos contraídos pela empresa em determinado período.

O orçamento das Despesas Financeiras projetam todas as necessidades de desembolso de caixa para a quitação destas despesas contraídas na forma de captação de recursos empregados na organização.

Itens caracterizados como Despesas Financeiras:

- Juros;
- IOF – Impostos incidentes sobre as Operações Financeiras;
- Taxas de abertura de crédito;
- Correções e Atualizações Monetárias;
- Comissões Bancárias.

3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL

O orçamento empresarial é fundamental para o planejamento financeiro, o mesmo tem a função de avaliar toda projeção de lucro, custos e aquisições da empresa em determinado período. Essa projeção, geralmente, é baseada em três períodos (meses, trimestres ou anos) dependendo do setor em que a empresa atua.

Com a elaboração desse documento, o gestor consegue estabelecer as estimativas, a curto, médio e longo prazo, além de que, é possível analisar resultados com base em orçamentos anteriores, verificando se as metas e objetivos poderão ser mantidos, reduzidos ou aumentados em determinados períodos.

Em geral, o orçamento empresarial prepara a empresa para os desafios e oportunidades do futuro, ajudando a corrigir erros de alocação de recursos e contribuir para atingir o crescimento desejado de determinada empresa.

Como elaborar um orçamento empresarial:

- Faça uma análise/diagnóstico do seu negócio;
- Mapeamento das despesas e custos fixos/variáveis;
- Projeção de vendas;
- Defina os objetivos e metas da empresa para aquele período;
- Mensuração dos resultados;
- Correções;

DRE Projetado Magazine Luiza dos Anos 2021, 2022 e 2023:

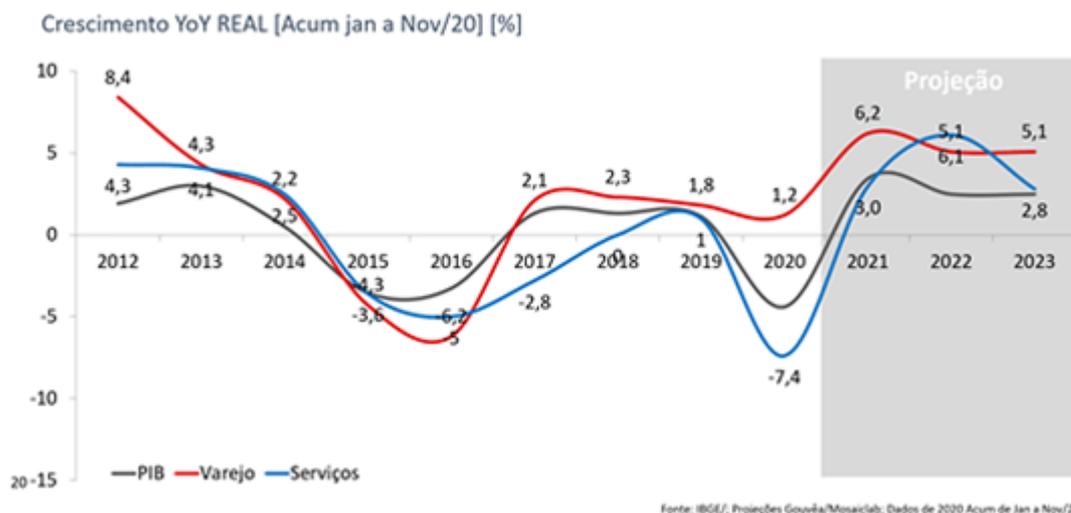
(Reais Mil)					
Código da Conta	Descrição da Conta	2020	2P21	2P22	2P23
3.01	Receita de Venda de Bens e/ou Serv. Vendidos	19.619.797	35.315.635	52.973.452	74.162.833
3.02	Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-14.429.724	-20.201.614	-24.241.937	-27.878.228
3.04.01	Despesas com Vendas	-3.474.758	-4.864.661	-5.837.593	-7.005.112
3.04.02	Despesas Gerais e Administrativas	-1.142.204	-1.484.865	-1.930.324	-2.509.421

- **Receita de Venda de Bens e/ou Serviços Vendidos:** Se refere ao valor da venda realizado pelas suas atividades, ou seja, a venda dos produtos ou serviços.
- **Custos de Bens e/ou Serviços Vendidos:** Mas conhecido como CPV, é um indicador que mede todos os gastos para poder produzir e estocar um produto, até que a venda do mesmo ocorra.
- **Despesas com Vendas:** São os custos referente ao processo de vendas realizadas pelos colaboradores e materiais necessários, como por exemplo: comissão sobre vendas, marketing, brindes, fretes, gastos com propaganda, etc.
- **Despesas Gerais e Administrativas:** Estão ligadas aos valores gastos pela empresa, porém que não são diretamente ligadas às vendas, como por exemplo: despesas com pessoal, consultoria, contabilidade, material de escritório, luz, internet, entre vários outros.

Justificativa sobre as Projeções em seus respectivos períodos:

2021 - Aumento de faturamento anual em 80% em relação ao ano de 2020, devido ao trabalho árduo do marketing para a divulgação e desenvolvimento da plataforma do marketplace, a reabertura parcial das lojas e conseqüentemente, abertura de novas lojas, que também ajudaram na agilidade nas entregas das vendas pelo marketplace, resultando em um crescimento extraordinário. Além disso a Magalu em 2021 irá investir em mais logística para reduzir tempos de entrega de produtos próprios, e vendidos por lojistas que usam sua plataforma de comércio eletrônico, a empresa tem como estratégia trabalhar com muitos parceiros locais, de modo que os produtos não precisem sair de grandes distâncias para chegar aos seus clientes. E dará mais atenção a novas categorias de produtos, como supermercados e delivery de refeições, já que em 2020 fez a aquisição da startup Aiqfome, que terá serviços integrados ao superapp da companhia, onde passará a fazer concorrência a empresas já consolidadas no mercado como o Ifood e Uber Eats. E também fará investimentos em serviços financeiros, a companhia deve lançar um cartão de crédito sem anuidade integrado com o super app, reforçando ainda mais o vínculo dos usuários com sua plataforma. No ano de 2020, o Magazine Luiza investiu, e comprou 10 novas empresas, sendo a maioria startups de comércio eletrônico e englobando desde supermercados a cursos profissionalizantes. Além disso, outras categorias terão mais atenção este ano, como moda e beleza, onde o grupo montou uma grande equipe - segundo informações do site Money Times. E para fundamentarmos ainda mais a nossa projeção, a concorrente direta do Magalu, a Via Varejo, prevê que seu faturamento planejado para 2022, deve chegar em 2021, e segundo o BANCO SAFRA, a estimativa de crescimento das vendas online da Via Varejo é de 33% em 2021. O site Ebit|Nielsen - (instituição que mede a reputação das lojas virtuais por meio de pesquisas com consumidores reais), o e-commerce brasileiro deve crescer 26% em 2021, e deve atingir um faturamento de R\$110 bilhões, mostrando que o mercado do varejo vem com tudo neste ano.

2022 - Aumento do faturamento anual em 50% em relação ao ano de 2021. Com o aumento do número de pessoas vacinadas e maior circulação de pessoas, ainda projetamos um forte crescimento para esse ano. O mercado de varejo continuará firme e consistente, mas não crescerá tanto como no ano de 2021. Segundo projeções do site Mercado e Consumo, vemos que o varejo, deverá se manter forte e continuar crescendo na ordem de dois a três pontos percentuais acima do PIB, como mostra o gráfico a seguir:

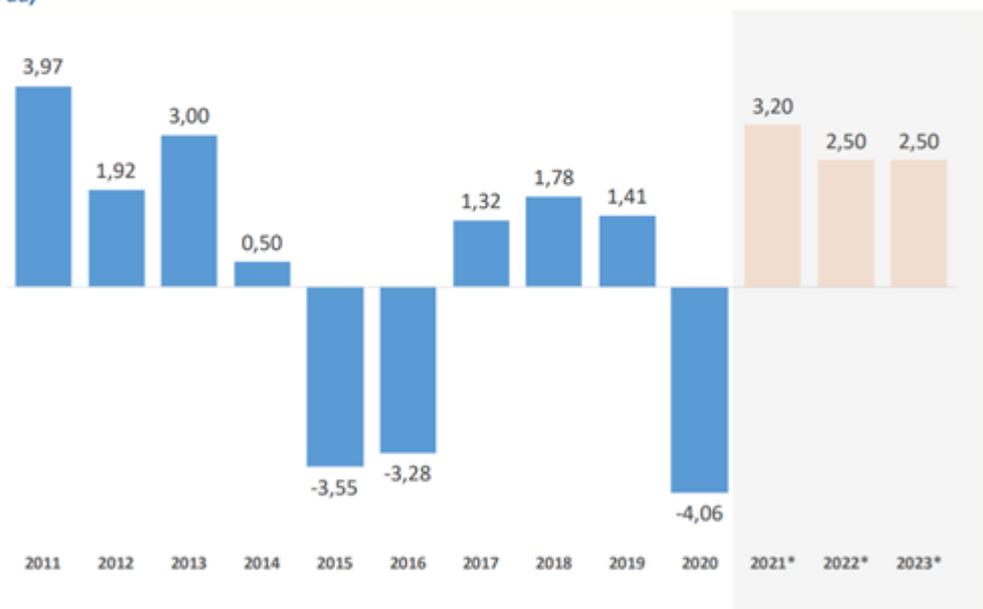
Gráfico 1 – Crescimento YoY REAL (Acumulado Jan a Nov/20) (%)

2023 - Aumento de faturamento anual em 40% em relação ao ano de 2022, devido ao forte investimento nos anos anteriores em novas lojas, publicidade e melhorias em sua plataforma digital, a empresa ainda estará em forte crescimento no mercado, mas como ainda está em recuperação da crise provocada pelo coronavírus, o PIB nacional projetado pelo IBGE para esse período será de crescimento de 2.5%, mas ainda será inferior ao resultado do ano de 2013, onde o crescimento do PIB foi de 3%, ano esse em que o Brasil entrou em outra crise econômica, e desde então, não alcançou melhores resultados. Como podemos acompanhar no gráfico a seguir:

Gráfico 2 – Crescimento anual do PIB e Projeção de Parâmetros SPE/ME

Crescimento Anual do PIB e Projeção Grade de Parâmetros SPE/ME

(% aa)



Elaboração: SPE/ME. *Projeções = Grade de parâmetros de 09/11/2020.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS

A gestão tributária consiste em administrar todos os processos da empresa que envolvem os tributos e o planejamento estratégico do negócio.

Isso significa que a gestão tributária vai muito além da escolha correta do regime tributário da empresa no momento da abertura do CNPJ; é importante precificar corretamente, entender a tributação dos fornecedores, benefícios fiscais de produtos vendidos e serviços executados e suas atualizações ao longo do tempo, entre outros fatores.

Garantir a escolha do melhor regime tributário para a empresa no momento da constituição, a correta emissão dos documentos fiscais e entrega de declarações obrigatórias, além de uma revisão periódica destas informações permitem alcançar os melhores resultados para o negócio, sempre dentro da lei.

O Brasil, de acordo com a Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico (OCDE) ocupa o 4º lugar no ranking dos países que mais tributam as empresas no mundo todo, estando atrás apenas da Índia, República Democrática do Congo e Malta.

Além da alta carga tributária, o país tem um sistema tributário complexo e que muitas vezes não é claro e de fácil acesso, dando margem para erros que podem acarretar em multas e juros desnecessários.

Os impostos, taxas e contribuições são peças fundamentais na composição do preço, produto ou serviço da empresa e podem ser fundamentais na hora de trazer competitividade para sua marca.

Além disso, uma boa gestão tributária, diminui os riscos de irregularidades com os órgãos fiscais, trazendo maior segurança na quitação de suas obrigações.

Conduzir uma rotina de gestão tributária dentro da empresa, independente do porte ou segmento que ela atua é importante para garantir que todas as particularidades de sua atividade, cidade, estado e regime tributário estão sendo levadas em consideração, realizar a manutenção e ajustar a operação de acordo com as atualizações da legislação e avaliar periodicamente o crescimento do negócio, entendendo a necessidade de adequar o regime tributário, modelos de contratação de funcionários, etc.

É necessário sempre estar atento à legislação e contar com o apoio de uma contabilidade que auxilie a empresa nesta missão, fornecendo todos os dados e explicações necessárias para que o empresário possa gerir sua empresa.

Além de realizar um estudo detalhado no momento da abertura do CNPJ, é importante que no início de cada ano sejam avaliados os resultados da empresa para identificar se o regime de tributação atual é o mais indicado ou se é vantajoso realizar a mudança para o próximo exercício.

Existem 3 opções de regimes de tributação no Brasil atualmente:

- **Simple Nacional:** Para micro e pequenas empresas com faturamento até R\$ 4,8 milhões anuais. Possui algumas restrições de atividades e na constituição societária. A carga tributária é menor e simplificada, via de regra. A maior parte dos tributos são recolhidos em uma única guia.
- **Lucro Presumido:** Para empresas com faturamento até R\$ 78 milhões ao ano. Possui algumas restrições de atividades. O Imposto de Renda e a Contribuição

Social são calculados com base em uma presunção de lucro do segmento, fixada pela Receita Federal. Cada tributo é recolhido separadamente.

- **Lucro Real:** Não possui limite de faturamento. Algumas atividades são obrigadas a ser Lucro Real. O Imposto de Renda e a Contribuição Social são calculados sobre o lucro líquido real da operação. Cada tributo é recolhido separadamente.

É necessário estar sempre atento a atualizações na legislação federal, estadual, municipal e previdenciária, sabendo não apenas como cumprir com as obrigações, mas também como aproveitar dos benefícios fiscais disponíveis para o seu segmento.

Vale ressaltar que a chamada elisão fiscal, permite que se realizem adequações na gestão tributária da empresa a fim de garantir uma redução na carga dos tributos, tudo dentro da lei.

Possuir um bom sistema de gestão e contabilidade, além de equipes bem treinadas, pode ser a chave para o bom andamento das atividades e o cumprimento adequado das obrigações com o Governo para ambos os lados.

A exacerbada quantidade de tributos onera significativamente as contas da empresa; conforme publicado pelo e-Commerce News, 64,8% dos lucros são destinados aos cofres públicos. Isso impede o desenvolvimento da empresa e encarece os produtos vendidos, o que afasta os consumidores.

Outro empecilho ao desenvolvimento das empresas é a complexidade do sistema tributário, já que isso aumenta o risco de erros no cálculo, recolhimento e declaração dos tributos, gerando multas significativamente elevadas do Fisco.

Vamos conhecer agora alguns dos principais impostos do sistema tributário brasileiro.

Tributos Federais:

- **IRPJ - Imposto de Renda Pessoa Jurídica:**

É o imposto que incide sobre o lucro das empresas. Independente do regime tributário, todas as empresas estão sujeitas ao Imposto de Renda, que pode ser declarado a cada três meses ou uma vez ao ano.

- **CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido:**

Outro tributo que incide sobre o lucro das empresas, onde o percentual cobrado varia entre 9% e 20%, dependendo do lucro líquido do período base antes da provisão do IRPJ.

- **IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados:**

O IPI deve ser pago por comerciantes, importadores e indústrias, uma vez que as taxas incidem sobre produtos importados, produtos de fabricação nacional e produtos que passem por processos de industrialização.

- **PIS/PASEP - Programa de Integração Social e Formação do Patrimônio do Servidor Público:**

Essa contribuição tem por finalidade pagar os abonos e seguro-desemprego aos trabalhadores e foi implantado com o objetivo de melhorar a distribuição de renda no Brasil.

- **COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social:**

Com exceção das empresas registradas no Simples Nacional, todas as demais estão obrigadas a recolher o COFINS, que é um tributo destinado no auxílio de programas de seguridade social, como a Previdência Social e a saúde pública. A alíquota depende dos lucros da empresa e pode variar entre 3% e 7,6%.

- **II - Imposto de Importação:**

É o tributo que incide sobre os produtos importados e deve ser pago no momento em que a mercadoria chega no país para que o produto seja liberado. A tributação varia entre tributação simplificada e especial, de acordo com os valores dos produtos.

- **IE - Imposto de Exportação:**

O IE também serve como instrumento de controle do comércio exterior, a partir do controle de saída do país de produtos nacionais e/ou nacionalizados no Brasil. A alíquota pode variar de acordo com o país de destino e o tipo de produto exportado.

- **IOF - Imposto sobre Operações Financeiras:**

O IOF é o imposto que incide em todas as operações de câmbio, crédito ou seguros.

- **CIDE - Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico:**

Este tributo está ligado ao gás natural, petróleo e seus derivados, e o pagamento deve ser feito pelas empresas que comercializam e/ou importam os combustíveis.

- **INSS - Instituto Nacional da Seguridade Nacional:**

Este imposto é recolhido tanto por Pessoas Jurídicas quanto Físicas e é responsável pela aposentadoria social no Brasil. Quanto maior o salário, maior o desconto para INSS, onde as alíquotas podem variar entre 8% e 11%.

- **FGTS - Fundo de Garantia do Tempo de Serviço:**

O FGTS é recolhido pelas empresas e depositado em uma conta nominal ao trabalhador na Caixa Econômica Federal. Ou seja, todo mês, 8% do salário é depositado neste fundo e pode ser sacado, por exemplo, para financiamento da compra da casa própria e ou mediante demissão, de acordo com a legislação.

Tributos Estaduais:

- **ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços:**

O ICMS incide sobre a circulação de todas as mercadorias e serviços pelo país. Deve ser recolhido pelas empresas que possuem inscrição estadual e cada estado é livre para atribuir a sua própria alíquota.

- **ITCMD - Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação:**

É um imposto devido sobre heranças e doações e a alíquota pode variar de caso em caso.

- **IPVA - Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores:**

O IPVA é o imposto devido sobre a propriedade de carros, motos, caminhões, ônibus e demais veículos automotores e deve ser recolhido anualmente, de acordo com a tabela FIPE e a alíquota de cada estado.

Impostos Municipais:

- **ISS - Imposto sobre Serviços:**

Trata-se do imposto municipal que deve ser recolhido por todas as empresas, seja qual for o seu ramo de atuação, incluindo profissionais autônomos. A alíquota mínima é de 2% e pode chegar a 5%, dependendo do município.

- **IPTU - Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana:**

O IPTU é o imposto que incide sobre a propriedade de imóveis de qualquer espécie e o percentual pode variar entre 1% e 3%.

- **ITBI - Imposto sobre Transmissão de Bens Inter Vivos:**

Este imposto incide sobre a transferência de casas, apartamentos, prédios, barracões e os demais tipos de imóveis e, geralmente, é pago pelo comprador do imóvel. A alíquota varia entre os municípios, mas, em média, é cobrado 2% sobre o valor de mercado do imóvel em questão.

O Regime tributário do Magazine Luiza S/A é o Lucro Real, onde a empresa recolhe seus tributos com base no lucro líquido auferido no período, que pode ser encontrado pela subtração entre a receita e as despesas dedutíveis. Dentre os regimes tributários brasileiro é o regime mais complexo de ser apurado.

No ano de 2020, o lucro líquido do Magazine Luiza somou R\$ 391,7 milhões.

Abaixo segue um trecho do Formulário de Referência 2020 – Magazine Luiza S/A, onde o Diretor Presidente e o Diretor de Relações com Investidores da empresa descrevem alguns fatores de risco sobre a carga tributária no cenário atual do país.

“Podemos sofrer impactos relevantes devido a alterações na legislação tributária brasileira ou a conflitos em sua interpretação. O governo brasileiro tem frequentemente implementado e discutido diversas alterações nos regimes fiscais que podem afetar as empresas e seus clientes, inclusive como resultado da execução ou alteração de tratados fiscais. Essas alterações incluem mudanças nas alíquotas vigentes e/ou criação de tributos, temporários ou definitivos, cujos recursos são destinados a fins estabelecidos pelo governo, assim como o cancelamento de benefícios em vigor. Algumas dessas mudanças podem resultar em aumentos da nossa carga tributária, o que poderia afetar adversamente nossa lucratividade e os preços de nossos produtos e serviços, bem como restringir nossa capacidade de fazer negócios nos mercados existentes. Dentre as mudanças que podem afetar materialmente os nossos negócios, estão a reforma tributária, a revogação de isenções fiscais e alterações significativas na legislação do ICMS e do PIS/COFINS, incluindo aumento de alíquotas, alterações de base de cálculo, entre outros; além de alterações e/ou revogações dos nossos incentivos fiscais e um desfecho negativo na discussão em que buscamos a manutenção dos benefícios da Lei do Bem, que fora revogado pela Lei nº 13.241/2015. Ademais, algumas leis fiscais podem ser interpretadas controversamente pelas autoridades fiscais. Consequentemente, podemos ser adversamente afetados no caso de uma interpretação diferente daquela em que nos baseamos para realizar nossas transações. Não podemos garantir que seremos capazes de manter o fluxo de caixa projetado e rentabilidade após quaisquer aumentos nos tributos brasileiros aplicáveis às nossas operações, bem como não podemos garantir

que teremos sucesso na recuperação de todos os créditos tributários oriundos da Ação Judicial transitada em Julgado que garantiu o nosso direito de excluir o ICMS da Base de Cálculo do Pis e da Cofins, o que poderá afetar adversamente nossos resultados”.

“Atualmente, existem no congresso brasileiro propostas para a implementação de uma reforma tributária. Entre as propostas em discussão, existe a possibilidade de uma mudança completa no sistema de tributação ao consumo, que extingiria alguns tributos federais, estaduais e/ou municipais, dentre eles, por exemplo, IPI, PIS, Cofins, ICMS, e o ISS, para a criação de um ou mais tributos que incidiria sobre o consumo. A Companhia não pode assegurar que não haverá mudanças na legislação e regulamentação aplicáveis que eventualmente poderão alterar sua carga tributária e seus incentivos fiscais, ou que os incentivos fiscais serão efetivamente mantidos nas atuais condições até o final de seus prazos de vigência, ou que será capaz de renovar os incentivos fiscais em condições favoráveis depois de expirados seus prazos atuais”. (RODRIGUES, RODRIGUES, 2020, p. 44).

3.2.1 LUCRO REAL

Certamente o Lucro Real é um dos regimes tributários mais complexos, a anuência é obrigatória para empresas que possuem um faturamento superior a R\$78 milhões no período de apuração.

Segundo ANDRADE (2016), este regime é embasado no faturamento anual ou trimestral da empresa, porém irá incidir unicamente sobre o lucro obtido.

O cálculo é efetuado de aspecto não cumulativo, propiciando que a empresa tenha créditos em determinadas despesas e custos com uma taxa em que o PIS terá alíquota de 1,65% e o COFINS a uma alíquota de 7,60%. Sobre este regime incidem dois impostos: Imposto de Renda Pessoa Jurídica, ou IRPJ que é de 15% de IRPJ, e a Contribuição Social sobre Lucro Líquido, que varia entre 9% a 12%. Naturalmente, se não houver lucro, não há incidência de IRPJ e CSLL. Enquanto ao PIS e COFINS, ambos não são cumulativos, ou seja, a soma dos créditos menos os débitos é que vão mostrar o saldo do imposto a ser pago.

Outro ponto importante para se observar neste regime tributário é que as empresas com lucro variável ao longo do ano podem ser prejudicadas pois dessa forma tendem a pagar mais impostos quando houver mais lucro.

É dessa dinâmica que emergiu o "Livro de Apuração do Lucro Real" (LALUR), onde é efetuado o controle de adições, exclusões e compensações do Lucro Real.

Atualmente é dividido em 2 partes:

PARTE A - Destacados os ajustes, por data, ao Lucro Real, como: despesas indedutíveis, valores excluídos, e a respectiva Demonstração do Lucro Real.

PARTE B - Integra os valores que impactam o Lucro Real de períodos-base pósteros, como, por exemplo: Prejuízos a reparar, Depreciação agilizada incentivada, Lucro Inflacionário Acrescido até 31.12.1995, etc.

As adições da parte "A", é caracterizada por despesas contabilizadas e indedutíveis para a apuração do Lucro Real, como multas, doações, brindes, etc.

Casos típicos de adições ao lucro real:

Os lucros obtidos no exterior, por participação de filiais, sucursais, controladas ou coligadas serão agregados ao lucro líquido, para definição do lucro real equivalente ao balanço levantado no dia 31 de dezembro do ano-calendário em que houverem sido facultado para a pessoa jurídica domiciliada no Brasil (Artigo 1, Lei 9.532/1997).

Taxa de depreciação, adequadas contabilmente, conforme ao bem já integralmente depreciado em virtude de gozo de incentivos fiscais previstos no Regulamento do Imposto de Renda.

Restrições ao lucro real:

É possível ser isentados do lucro líquido do período de apuração (Decreto-Lei 1.598/1977, art. 6º, § 3º):

- Valores cujo a dedução seja autorizada pelo Regulamento e que não tenham sido computados na apuração do lucro líquido do período de apuração;
- Resultados, rendimentos, receitas e todos outros valores escritos na apuração do lucro líquido que, conforme o Regulamento, não refiram-se computados no lucro real;
- O prejuízo fiscal apurado em períodos de apuração prévias, limitado a 30% (trinta por cento) do lucro líquido ajustado pelas adições e exclusões pronunciadas no Regulamento, visto que a pessoa jurídica mantenha os livros e documentos,

exigidos pela legislação fiscal, comprobatórios do prejuízo fiscal empregue para compensação (Lei 9.065/95, art. 15 e parágrafo único).

Com essa visão, podemos observar que a receita bruta da empresa Magazine Luiza S.A. no último ano do calendário de 2020 foi de R\$36.116,0 bilhões de reais, um valor superior a R\$78 milhões para se enquadrar no Regime Tributário Lucro Real.

3.2.2 LUCRO PRESUMIDO

O lucro presumido é um meio simplificado para o cálculo do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL) (impostos utilizados para pessoa jurídica).

Algumas das exigências para aderir ao lucro presumido são: Que o faturamento da empresa seja abaixo de 78 milhões de reais e que não seja de ramos específicos, como empresas públicas e bancos.

E como o nome já diz, existem alíquotas de presunção que são pré-definidas pela legislação tributária brasileira e podem variar dependendo do ramo de atuação da empresa.

Segue abaixo tabela com os ramos de atuação e suas respectivas alíquotas:

Ramo de Atuação	Alíquota
Revenda a varejo de combustíveis e gás natural.	1,60%
Venda de mercadorias ou produtos;	
Transporte de cargas;	
Atividades imobiliárias;	

Serviços hospitalares;	8%
Atividade rural;	
Industrialização com materiais fornecidos pelo encomendante;	
Outras atividades não especificadas (exceto prestação de serviços).	
Serviços de transporte (exceto o de cargas);	16%
Serviços gerais com receita bruta de até R\$120.000 ao ano.	
Serviços profissionais (médicos, dentistas, advogados, contadores, auditores, engenheiros, consultores, economistas etc.);	32%
Intermediação de negócios;	
Administração, locação ou cessão de bens móveis/imóveis ou direitos;	
Serviços de construção civil, quando a prestadora não empregar materiais de sua propriedade nem se responsabilizar pela execução da obra (ADN Cosit 6/97);	
Serviços em geral, para os quais não haja previsão de percentual específico.	

Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL)

Fazendo uma análise da base de cálculo da CSLL, veremos então que uma presunção de 12% deverá ser aplicada à receita bruta proveniente de atividades:

- Industriais;
- Comerciais;

- Transporte;
Por outro lado, uma presunção de 32% deverá ser aplicada à:
- Prestação de serviços em geral, exceto hospitalares e de transporte;
- Intermediação de negócios;
- Locação ou cessão de bens imóveis, administração, móveis e direitos de qualquer natureza.

Vantagens e Desvantagens do Lucro Presumido

Assim como todo regime tributário, no lucro presumido conseguimos identificar tanto vantagens, como também, desvantagens por optar pelo mesmo.

Vantagens:

- Necessidade de fazer menos cálculos e guardar menos documentos que no lucro real;
- Menor chance de recolhimentos incorretos;
- Os tributos são recolhidos trimestralmente;
- O cumprimento de obrigações acessórias para o fisco são reduzidas;
- As alíquotas de PIS e COFINS são inferiores às praticadas no lucro real;
- Muito mais fácil de trabalhar e requer menos cumprimento de burocracias;

Desvantagens:

- Não é possível utilizar os abatimentos de créditos oferecidos pelo pagamento de PIS e COFINS;
- Se a empresa está com uma margem de lucro menor que a margem de presunção, está pagando mais imposto do que deveria;
- Prestadores de serviços têm margem de presunção muito alta e, muitas vezes, incompatível com a realidade;
- Se a empresa apurar prejuízo, continuará pagando IRPJ e CSLL normalmente. Enquanto que no Lucro Real, nos casos de prejuízos não há pagamento destes impostos.

Exemplo de Cálculo Lucro Presumido

Para maior clareza no cálculo do Lucro Presumido, abaixo, um exemplo que abrange todos os tributos citados anteriormente.

Ao estabelecermos as alíquotas para cada tipo de atividade, podemos chegar às bases de cálculo dos impostos federais que deverão ser recolhidos trimestralmente. Assim, se em um trimestre a receita acumulada de uma companhia que presta serviços na área contábil for de R\$400 mil, seu lucro presumido será de R\$128 mil (32%). Então, sobre esse valor deverão incidir os impostos federais, como IRPJ e CSLL.

Receita Trimestral: R\$400.000,00.

- **IRPJ**

$R\$ 400.000 \times 32\% = R\$ 128.000 \rightarrow$ Lucro Presumido IR

$R\$ 128.000 \times 15\% = R\$ 19.200 \rightarrow$ IRPJ a ser recolhido no trimestre

- **Adicional IRPJ**

$R\$ 400.000 \times 0,32 = R\$ 128.000 \rightarrow$ Lucro Presumido IR adicional

$R\$ (128.000 - 60.000) \times 10\% = R\$ 6.800 \rightarrow$ IRPJ adicional a ser recolhido no trimestre

- **CSLL**

$400.000 \times 32\% = R\$ 128.000 \rightarrow$ Lucro Presumido CSLL

$128.000 \times 9\% = R\$ 11.520 \rightarrow$ CSLL a ser recolhida no trimestre

- **PIS/COFINS**

$R\$ 400.000 \times 0,65\% = R\$ 2.600 \rightarrow$ PIS a ser recolhido no trimestre

$R\$ 400.000 \times 3\% = R\$ 12.000 \rightarrow$ COFINS a ser recolhido no trimestre

- **ISS**

$R\$ 400.000 \times 5\% = R\$ 20.000 \rightarrow$ ISS a ser recolhido no trimestre

Resumo Tributos

Faturamento Trimestre – R\$400.000,00

Impostos	Alíquota	(%) s/ faturamento	Valor Trimestre (R\$)
IR	15%	4,80%	19.200
Adicional IR*	10%	1,70%	6.800
CSLL	9%	2,88%	11.520
PIS	1%	0,65%	2.600
COFINS	3%	3%	12.000
ISS	5%	5%	20.000
Total		18,03%	72.120

3.2.3 SIMPLES NACIONAL

O Simples Nacional é um sistema tributário simplificado ao qual as micro e pequenas empresas podem se enquadrar. Simplificado pois reúne 8 tributos (IRPJ, CSLL, PIS / PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e CPP) em uma única forma de cálculo e pagamento, facilitando a vida dos pequenos negócios. Simplificado e preferencial previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Para o cálculo do imposto, é necessário utilizar a tabela do Simples Nacional e verificar a faixa de receita bruta dos últimos 12 meses em que a empresa está instalada para saber o percentual do Imposto do Simples Nacional devido.

Entre outros objetivos, o Simples foi criado para beneficiar as micro e pequenas empresas, pois visa facilitar a sua atuação, principalmente no que se refere à burocracia relacionada à questão tributária.

O Simples Nacional simplifica o processo e permite que mais empresários formalizem seus negócios e contribuam com a economia formal. Dentre as diversas atividades do Simples, algumas atividades foram inseridas recentemente, de forma que o modelo é dinâmico e pode se adaptar a mudanças, excluir e agregar novas atividades, além de alterar a forma de tributação. No contexto do Simples, é preciso estar atento aos seguintes fatos: o faturamento também é importante e pode variar de região para região e devido à dinâmica da legislação tributária brasileira.

Quadro 1 - Tipos de empresas classificadas como Simples:

Empresas	Receita bruta
Microempreendedor individual (MEI)	Receita bruta anual de até R\$ 81 mil
Microempresa (ME)	Receita bruta anual de até R\$ 360 mil
Empresa de pequeno porte (EPP)	Receita bruta anual entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões
Pequeno produtor rural	Propriedade com até 4 módulos fiscais ou receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões

Fonte: adaptado de Brasil (2006) e SEBRAE (2018).

Cálculo Simples Nacional:

Você pode usar o Simples Nacional na tabela para se adequar ao método de cálculo da sua empresa:

$(RBT * A) - PD/RBT$, onde:

- RBT: Receita bruta acumulada nos doze meses anteriores

- A: alíquota (anexos I e V da Lei Complementar)
- PD: parcela de dedução (anexos I e V da Lei Complementar)

Comerciantes, etc:

Receita bruta dos 12 meses	%	Valor de desconto
Até R\$ 180.000,00	4%	
De 180.000,01 a 360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De 360.000,01 a 720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19%	R\$ 378.000,00

Fábricas e outros:

Receita bruta dos 12 meses	%	Valor de desconto
Até R\$ 180.000,00	4,5%	
De 180.000,01 a 360.000,00	7,9%	R\$ 5.940,00
De 360.000,01 a 720.000,00	10%	R\$ 13.860,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	11,2%	R\$ 22.500,00

De 1.800.000,01 3.600.000,00	a	14,7%	R\$ 85.000,00
De 3.600.000,01 4.800.000,00	a	30%	R\$ 720.000,00

Prestadoras de serviços:

Receita bruta dos 12 meses	%	Valor de desconto
Até R\$ 180.000,00	6%	
De 180.000,01 a 360.000,00	11,2%	R\$ 9.360,00
De 360.000,01 a 720.000,00	13,5%	R\$ 17.640,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	16%	R\$ 35.640,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21%	R\$ 125.640,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33%	R\$ 648.000,00

Prestadores de serviço de segurança e de limpeza:

Receita bruta dos 12 meses	%	Valor de desconto
Até R\$ 180.000,00	4,5%	
De 180.000,01 a 360.000,00	9%	R\$ 8.100,00
De 360.000,01 a 720.000,00	10,2%	R\$ 12.420,00

De 720.000,01 a 1.800.000,00	14%	R\$ 39.780,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	22%	R\$ 183.780,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33%	R\$ 828.000,00

Serviços de publicidade, tecnologia e jornalismo:

Receita bruta dos 12 meses	%	Valor de desconto
Até R\$ 180.000,00	15,5%	
De 180.000,01 a 360.000,00	18%	R\$ 4.500,00
De 360.000,01 a 720.000,00	19,5%	R\$ 9.900,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,5%	R\$ 17.100,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23%	R\$ 62.100,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50%	R\$ 540.000,00

4. CONCLUSÃO

Neste projeto abordamos o tema: “Gestão Orçamentária”; Onde usamos como base para realização de projeções futuras a empresa Magazine Luiza S.A. (MAGALU). Sendo uma empresa de capital aberto, vem se destacando nos últimos anos, por ser uma das maiores do ramo, no país.

Explicamos a importância da gestão orçamentária para uma empresa, a partir de todo o processo de planejamento, e o quão importante é termos um plano orçamentário

bem elaborado, e profissionais qualificados na área, para que a empresa obtenha melhores rendimentos, com um bom planejamento em um determinado período.

Ainda vimos como funciona a parte de gestão de tributos de uma empresa, em que descrevemos cada regime tributário: lucro real, lucro presumido e o simples nacional para micro empresas. Como no Brasil temos uma alta carga tributária e além disso muito complexa, é essencial para as organizações terem profissionais muito bem qualificados no assunto, pois a irregularidade no pagamento dos tributos, pode resultar em multas, acrescidos de juros e correções, e finalmente sanções legais, que podem inviabilizar o negócio.

E dentro desse projeto, realizamos projeções referentes aos próximos três períodos da empresa Magalu, onde usamos como base, para fundamentarmos as nossas projeções, dados de projeções futuras do PIB fornecidas pelo IBGE, e pesquisas de crescimento do mercado varejista. Não foi algo fácil, pois muitas variáveis surgiram no caminho, tivemos que fazer muitas análises e suposições. Vimos na prática, como é complicado para uma empresa e seus profissionais projetarem, suas metas e objetivos, ainda mais no atual momento de crise que vivemos, onde fazer grandes investimentos, pode não ser algo rentável, devido ao grande risco e insegurança do mercado.

Concluimos que, planejar e trabalhar nas projeções financeiras de uma organização é uma das coisas mais importantes que se faz para o negócio, pois além de ser uma ferramenta de controle, ela implica no comprometimento de todos dentro da empresa, para fazer com que os resultados e metas projetados aconteçam.

REFERÊNCIAS

➤ **No texto: INTRODUÇÃO**

➤ **Nas Referências :**

Unidades de Estudo de Gestão Orçamentária e Gestão Estratégica de Tributos. Módulo:
Gestão Empreendedora. Disponível

em:<<https://eadunifeob.blackboard.com/ultra/institution-page>>. Acesso durante o mês de mar. de 2021.

Relatório de Administração 2020 - Mensagem da Diretoria. Disponível em:<<https://ri.magazineluiza.com.br>>. Acesso em 21 de mar. de 2021.

➤ **No texto: DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

➤ **Nas Referências :**

Magazine Luiza. Wikipédia, 2021. Disponível em:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Magazine_Luiza> . Acesso em: 08 de Abr. de 2021.

➤ **No texto: GESTÃO ORÇAMENTÁRIA**

➤ **Nas Referências :**

PAULA, G. B. O que é gestão orçamentária: conceito, dicas, vantagens e melhores práticas para sua empresa. 2015 Disponível em:
<<https://www.treasy.com.br/blog/gestao-orcamentaria/>>. Acesso em 17 mar. 2021.

➤ **No texto: ORÇAMENTO DE VENDAS**

➤ **Nas Referências :**

Livro Laboratório Contábil - Orçamento de vendas - UA 4 Gestão Estratégica de Tributos - plataforma EAD Unifeob. Disponível em:
<<https://eadunifeob.blackboard.com/ultra/institution-page>>. Acesso em 24 de mar. de 2021.

Relação com Investidores - Relatório de Administração 2020. Disponível em:<<https://ri.magazineluiza.com.br>>. Acesso em 24 de mar. de 2021.

LIMA, Natália. Orçamento de vendas: como montar o da sua empresa. Disponível em:<<https://blog.keruak.com.br/orcamento-de-vendas/>>. Acesso em 25 de mar. de 2021.

➤ **No texto: ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS**

➤ **Nas Referências :**

O que são despesas operacionais e como calcular. Capital Now, 2020. Disponível em: < <https://www.capitalresearch.com.br/blog/investimentos/despesas-operacionais/>>. Acesso em: 18 de mar. de 2021.

PACHECO Jéssica & FELIX Kayro. ORÇAMENTO DE DESPESAS ADMINISTRATIVAS E DESPESAS DE VENDAS. Finanças corporativas, 2010. Disponível em: < <https://financascorporativas.files.wordpress.com/2010/08/colc3b3quiorc3a7amentario-jc3a9ssicakyro1.pdf> >. Acesso em: 18 de mar. de 2021.

WEB Conference Projeto Integrado Gestão Orçamentária 2021 03 22 at 14 59 GMT 7. Youtube, 2021. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=-bDXJfX9ggk> >. Acesso em: 26 de mar. de 2021.

SOUSA JÚNIOR Walter Alves de. Orçamento empresarial. Gaia-lite.plataforma, [s.d.]. Disponível em: < <https://gaia-lite.plataforma.grupoa.education/lite/default/1995349> >. Acesso em: 19 de mar. de 2021.

➤ **No texto: ORÇAMENTO EMPRESARIAL**

➤ **Nas Referências :**

MARQUES, José Roberto. PARA QUE SERVE O ORÇAMENTO EMPRESARIAL? IBC Coaching, 2021. Disponível em: < <https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo/para-que-serve-o-orcamento-empresarial/>>. Acesso em: 20 de mar de 2021.

PAULA, Gilles B. .Orçamento Empresarial – Um mapa para os resultados de sua empresa!. Treasy, 2014. Disponível em: < <https://www.treasy.com.br/blog/orcamento-empresarial/>>. Acesso em 20 de mar de 2021.

SPITALIERI, Juliana. Orçamento empresarial: guia para elaborar o seu e planejar melhor as finanças. Conta Azul Blog, 2020. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/orcamento-empresarial>>. Acesso em: 20 de mar de 2021.

NONATO, Leticia. Aprenda a montar seu orçamento empresarial em 7 etapas. Rock Contest, 2017. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/orcamento-empresarial/#:~:text=Or%C3%A7amento%20Empresarial%20%C3%A9%20um%20documento,per%C3%ADodo%20E2%80%94%20geralmente%20de%20um%20ano.>>. Acesso em: 20 de mar de 2021.

Significado de Receitas e Despesas. Significados, 2017. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/receitas-e-despesas/>>. Acesso em 20 de mar de 2021.

REIS, Tiago. O que é receita líquida: saiba como calcular esse importante indicador. Suno, 2018. Disponível em: < <https://www.suno.com.br/artigos/o-que-receita-liquida/#:~:text=De%20modo%20simples%2C%20a%20receita,inclusas%20as%20devolu%C3%A7%C3%B5es%20de%20vendas.>>. Acesso em 20 de mar de 2021.

CMV: aprenda a calcular o custo de mercadorias vendidas. GS1 Brasil, 2016. Disponível em: < <https://blog.gs1br.org/cmv-aprenda-a-calculiar/#:~:text=A%20f%C3%B3rmula%20para%20calcular%20o,inicial%20%2B%20aquisi%C3%A7%C3%B5es%20E2%80%93%20estoque%20final.>>. Acesso em 20 de mar de 2021.

Despesas operacionais, não operacionais e pré-operacionais. Sankhya, 2020. Disponível em: < <https://www.sankhya.com.br/blog/despesas-operacionais/#:~:text=%2C%20contabilidade%2C%20etc.-,Despesas%20comerciais,a%20clientes%2C%20frete%20e%20outras.>>. Acesso em: 20 de mar de 2021.

Despesas Administrativas. Mais Retorno, 2020. Disponível em: <<https://maisretorno.com/porta/termos/d/despesas-administrativas>>. Acesso em: 20 de mar de 2021.

WAINBERG, Rodrigo. Despesas operacionais: conheça os 3 tipos mais comuns no mercado. SUNO, 2018. Disponível em: <<https://www.suno.com.br/artigos/despesas-operacionais/#:~:text=etc..>>.-

,Despesas%20Gerais%20e%20Administrativas%20e%20outras%20despesas,%2C%20a
lucro%2C%20deprecia%3%A7%3%A3o%20e%20amortiza%3%A7%3%A3o.>
. Acesso em: 20 de mar de 2021.

Produto Interno Bruto - PIB. GOV.BR, 2021. Disponível em:
<<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/conjuntura-economica/atividade-economica/2021/pib-brasil-4tri2020-ibge-resultados-spe.pdf>> .
Acesso em 30 de mar de 2021.

ITR - Informações Trimestrais - 30/06/2020 - MAGAZINE LUIZA S.A. Magazineluiza.
2020. Disponível em:
<<https://ri.magazineluiza.com.br/Download.aspx?Arquivo=TeQpRt8wL8AqeA/yo+uZlg==>>> . Acesso em 27 de mar de 2021.

LUIZ, André. Magazine Luiza vê 2021 como ano da logística e vai elevar investimento orgânico. Money Times, 2021. Disponível em:
<<https://www.moneytimes.com.br/magazine-luiza-ve-2021-como-ano-da-logistica-e-vai-elevar-investimento-organico/>>. Acesso em: 29 de mar de 2021.

E-commerce brasileiro deve crescer 26% em 2021, aposta Ebit Nielsen. E-Commerce Brasil, 2020. Disponível em:
<<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/ebitnielsen-e-commerce-brasil-2021>>.
Acesso em: 29 de mar de 2021.

YAMASHITA, Ricardo. Projeções para o consumo em 2021. Mercado e Consumo, 2021. Disponível em: <<https://mercadoeconsumo.com.br/2021/02/19/projecoes-para-o-consumo-em-2021/#:~:text=Nossas%20proje%3%A7%3%B5es%20para%20os%20anos,devem%20apresentar%20uma%20retomada%20gradual.>>. Acesso em: 30 de mar de 2021.

➤ **No texto: GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS**

➤ **Nas Referências :**

GULARTE, Charles. Gestão Tributária: Olhar Estratégico sobre seus impostos. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/gestao-tributaria/>>. Acesso em 29 de mar. de 2021.

Entenda como os principais impostos incidem sobre as empresas brasileiras. Disponível em:<<https://blog.omie.com.br/blog/principais-tributos-estaduais-e-federais-do-brasil>>. Acesso em 29 de mar. de 2021.

RIBEIRO, Rodrigo. Como calcular o Lucro Real. Disponível em: <<https://portaldacontabilidade.clmcontroller.com.br/como-calculiar-o-lucro-real/>>. Acesso em 31 de mar. de 2021.

Formulário de Referência – 2020 – Magazine Luiza S/A. Disponível em: <<https://ri.magazineluiza.com.br>>Download MGLU FR 2020>. Acesso em 31 de mar. de 2021.

➤ **No texto: LUCRO REAL**

➤ **Nas Referências :**

Ajustes ao Lucro Líquido no Lucro Real - Livro Lalur – Adições e Exclusões. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/guia/ajustes_lucro_real.html>. Acesso em 22 mar. 2021.

ANDRADE, M. R. O que é Lucro Real? 2016. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/o-que-e-lucro-real/>>. Acesso em: 17 mar. 2021.

➤ **No texto: LUCRO PRESUMIDO**

➤ **Nas Referências :**

Lucro Presumido: Vantagens e desvantagens do regime. **Jornal Contábil**, 2020. Disponível em: <<https://www.jornalcontabil.com.br/lucro-presumido-vantagens-e-desvantagens-do-regime/>>. Acesso em: 21 de mar de 2021.

GULARTE, Charles. O que é Lucro Presumido? Veja quais são os Prós e Contras e Tabela completa. **Contabilizei.blog**, 2020. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/lucro-presumido/#:~:text=Os%20requisitos%20para%20aderir%20ao,tipo%20de%20atividade%20que%20exercem.>>> . Acesso em: 21 de mar de 2021.

➤ **No texto: SIMPLES NACIONAL**

➤ **Nas Referências :**

Simple Nacional 2021: alíquotas, tabelas e impostos. VHSYS BLOG, 2021. Disponível em: <<https://blog.vhsys.com.br/o-que-e-simples-nacional/>> . Acesso em: 08 de Abr. de 2021.

Tabela simples nacional completa 2021, Anexos e alíquotas. Contabilizei.Blog, 2021. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa/>>. Acesso em: 08 de Abr. de 2021.

➤ **Vídeos sugeridos pela equipe para complementar os conteúdos da matéria, orçamento empresarial e regime tributário abordadas neste projeto:**

MADRUGA, Edgar. Dica sobre o diferimento do Simples Nacional, 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/B9_5TRWpGVU/?igshid=1x8742v65wxin>. Acesso em 05 de abr. de 2021.

ROCHA, José Antonio. O que é orçamento empresarial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_-ODbbEUfbQ&ab_channel=Jos%C3%A9Ant%C3%B4nioRosa>. Acesso em 07 de abr. de 2021.

ANEXOS

Documento 1: Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

		REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL	
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 47.960.950/0001-21 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 24/10/1966
NOME EMPRESARIAL MAGAZINE LUIZA S/A			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) MAGAZINE LUIZA			PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 47.13-0-04 - Lojas de departamentos ou magazines, exceto lojas francas (Duty free)			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 46.93-1-00 - Comércio atacadista de mercadorias em geral, sem predominância de alimentos ou de insumos agropecuários 47.11-3-02 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - supermercados 47.23-7-00 - Comércio varejista de bebidas 47.29-6-99 - Comércio varejista de produtos alimentícios em geral ou especializado em produtos alimentícios não especificados anteriormente 47.53-9-00 - Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo 47.71-7-04 - Comércio varejista de medicamentos veterinários 47.72-5-00 - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal 47.74-1-00 - Comércio varejista de artigos de óptica 47.89-0-99 - Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente 66.19-3-02 - Correspondentes de instituições financeiras 74.90-1-04 - Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários 79.11-2-00 - Agências de viagens 79.12-1-00 - Operadores turísticos 79.90-2-00 - Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 204-6 - Sociedade Anônima Aberta			
LOGRADOURO R VOLUNTARIOS DA FRANCA		NÚMERO 1465	COMPLEMENTO *****
CEP 14.400-490	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO FRANCA	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO FISCAL.ESTADUAL@MAGAZINELUIZA.COM.BR		TELEFONE (16) 3711-2002	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Fonte: RECEITA FEDERAL 2021

Figura 1: Luiza Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza.



Fonte: GOOGLE 2021