



UNifeob

**PROJETO
INTEGRADO**

**ESCOLA DE
NEGÓCIOS**

2020



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO
CIA. HERING

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO

CIA. HERING

MÓDULO FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO – PROF. FREDERICO F. RIBEIRO

FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE – PROF. RODRIGO S. DA COSTA

FUNDAMENTOS DE ECONOMIA – PROF. GILBERTO P. CARVALHO FILHO

FUNDAMENTOS DE FINANÇAS – PROFa. RENATA E. DE A. MARCONDES

FUNDAMENTOS DE DIREITO – PROF. JOÃO FERNANDO A. PALOMO

ESTUDANTES:

Alice Ferracini Prado, RA 20001348

Ana Luiza de Souza, RA 20001286

Lucas Roberto Martins Acosta, RA 20000639

Rafaela Soqueti, RA 20000546

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2020

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	7
3.1.1 VISÃO, MISSÃO E VALORES	7
3.1.2 CONCORRENTES	8
3.1.3 CLIENTES	9
3.1.4 ORGANOGRAMA EMPRESARIAL	10
3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	12
3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	12
3.2.2 ANÁLISE DA LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO	16
3.2.3 ANÁLISE DA RENTABILIDADE	18
3.2.4 CONCLUSÃO SOBRE A ANÁLISE FINANCEIRA	21
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	22
3.3.1 O MERCADO	22
3.3.2 CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL	23
3.3.3 PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)	24
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	26
3.4.1 VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO	26
3.4.2 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)	27
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO	29
3.5.1 TIPOS DE EMPRESA	29
3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO	31
4. CONCLUSÃO	33
REFERÊNCIAS	34

1. INTRODUÇÃO

Objetivou-se no presente projeto realizar a análise de determinada empresa segundo as matérias de Fundamentos Empresariais. De tal forma, em consenso, escolheu-se a Cia. Hering como empresa a ser analisada e o objetivo se dá na realização de uma projeção da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) da mesma, levando em consideração o cenário econômico e análises financeiras da Companhia.

No que tange à D.R.E., Silva e Tristão (2000) citam brevemente que o objetivo maior da mesma é a apresentação do resultado, verticalmente e resumidamente, com relação a um conjunto de operações feitas em certo tempo, geralmente, de um ano.

Sendo assim, contextualizando cada unidade de estudo:

Em Fundamentos de Administração, com o professor Frederico Fargnoli Ribeiro, foi realizada uma análise da estrutura organizacional da empresa, verificando, assim, sua missão, visão e valores, seus concorrentes, - que em maior parte são lojas de departamentos, tais como as lojas Renner e as lojas Pernambucanas - seus clientes - que, em geral, são bem variados, de diversas faixas etárias e classes sociais - e seu organograma - com estrutura de linha e de fácil entendimento.

Na unidade de Fundamentos de Contabilidade, com o professor Rodrigo Simão da Costa, foi feita a análise da Liquidez, - que estava sempre em alta - do Endividamento - que se manteve constante - e da Rentabilidade - que passou por queda - através dos dados contidos no Balanço Patrimonial e na Demonstração do Resultado do Exercício da Companhia.

Já na unidade de Fundamentos de Economia, com o professor Gilberto Peixoto de Carvalho Filho, realizou-se uma análise mercadológica, - com a Cia. Hering atuando no mercado da moda, principalmente no setor de vestuário/têxtil - uma análise do cenário econômico atual - com o surgimento do Novo Coronavírus e a decretação de pandemia - e, por fim, foi feita a projeção da Demonstração do Resultado do Exercício para 2020, 2021 e 2022 conforme as duas análises citadas anteriormente.

Em Fundamentos de Finanças, com a professora Renata E. de Alencar Marcondes, utilizou-se a projeção realizada na unidade anterior e os resultados projetados foram trazidos para o valor presente através do conceito de Valor Presente Líquido; para que os cálculos pudessem ser efetuados, foi utilizada como taxa de desconto a Taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia).

E, por fim, na unidade de Fundamentos de Direito, com o professor João Fernando Alves Palomo, analisou-se qual o tipo jurídico e a modalidade de tributação ao qual a empresa em questão pertence. Concluiu-se, portanto, que a Cia. Hering é uma sociedade anônima de capital aberto e autorizado e se encontra inserida na Bolsa de Valores, com suas ações disponíveis à negociação. E, quanto à forma de tributação, encaixa-se na tributação de Lucro Real, ou seja, apurada através de lançamento contábil.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Cia. Hering é uma empresa brasileira inscrita no CNPJ: 78.876.950/0001-71. Fundada em 1880 na cidade de Blumenau - Santa Catarina, por uma família de imigrantes alemães, que teve como principais fundadores da companhia os irmãos Bruno e Hermann Hering. A sede da empresa se localiza na Rua Hermann Hering, 1790, Bom Retiro - CEP: 89010-900 - Blumenau - SC.

Por se tratar de uma Companhia do tipo S/A de Capital Aberto, encontra-se inscrita no portal Bovespa, inserida com o código de negociação HGTX3.

Focada no segmento de vestuário/Têxtil, calçados e acessórios, a mesma se encontra como a maior empresa nessa categoria, onde é composta por outras marcas que são: Hering, Hering For You, Puc e Hering Kids. Estas estão distribuídas por todo o país, totalizando mais de seiscentas franquias e dezenove partilhadas pela América Latina.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.1.1 VISÃO, MISSÃO E VALORES

A missão, visão e valores são conceitos fundamentais para criação, organização e desenvolvimento empresarial e, basicamente, é o direcionamento estratégico das organizações. Sendo assim, segue abaixo a missão, visão e valores da Cia. Hering, que se encontra no site “Emprende Floripa” (2012), colocada como estratégia da empresa:

Missão:

“Desenvolver marcas, criar e comercializar produtos e serviços de vestuário com valor percebido e foco no cliente”.

Visão:

“Ser reconhecida como a mais rentável e melhor gestora de marcas de vestuário”.

Valores:

1. “Respeito aos clientes – Encantar o cliente com produtos e serviços que superem suas expectativas;
2. Sustentabilidade – Ser economicamente rentável, promovendo a responsabilidade socioambiental;
3. Integridade e Ética – Agir com transparência e ética, respeitando as regras da sociedade;
4. Inovação e abertura a mudanças – Pesquisar e monitorar o mercado, buscando reinventar-se;
5. Comprometimento – Atitude para alcançar as metas de acordo com a visão estratégica da empresa”.

Além da missão, visão e valores, a Hering possui uma Política da Qualidade e Sustentabilidade, que se encaixa em seu direcionamento estratégico:

1. “Desenvolver marcas e canais de distribuição fornecendo produtos e serviços de qualidade e valor agregado para encantar os seus clientes;
2. Garantir um ambiente de trabalho ético, íntegro e seguro contribuindo para o desenvolvimento de vida de seus colaboradores;
3. Ser economicamente rentável, promovendo a responsabilidade socioambiental, respeitando as regras da sociedade”.

3.1.2 CONCORRENTES

O setor ao qual a Hering se enquadra no mercado é o Têxtil e engloba o setor varejista de vestuário; segundo o que relata Soares (2010), tal setor em território brasileiro se caracteriza por ser altamente fragmentado, propiciando condições para que os participantes do mesmo possam aumentar e consolidar suas participações de mercado, entretanto, a concorrência no setor pode crescer por conta de se ter poucas barreiras à entrada de novos concorrentes, sejam nacionais ou internacionais.

A empresa em questão compete com outras empresas de variadas categorias de vestuário, tais como lojas de departamentos, como exemplo, Lojas Renner, Riachuelo, Lojas Marisa, C&A e Lojas Pernambucanas. Também concorrem com lojas que vendem produtos de marca única, como a Colcci e a Zara, por exemplo. E, levando em conta o fato de que a Hering trabalha, além da marca própria, com as marcas Dzarm e PUC, estas também possuem concorrentes diretos, como a Levi's no caso da Dzarm e como a Lilica Ripilica no caso da PUC. Destarte, as que foram citadas acima são algumas das principais concorrentes da Cia. Hering, ainda conforme o que diz Soares (2010).

Como o setor Têxtil é muito vulnerável às variações das condições econômicas, é necessário que a empresa procure investir de forma mais abrangente na sua própria marca, na comunicação - tanto com fornecedores quanto com os consumidores - no *marketing* e na confecção propriamente dita, tais fatores e mais os preços dos produtos podem ser ou vir a

serem questões decisivas que afetarão os seus produtos em relação aos da concorrência, como é citado por Lucktenberg (2004).

E, para combater possíveis ameaças, a Hering possui algumas vantagens competitivas, sendo algumas delas a tradição e a essência atreladas à marca, o potencial de expansão de lojas, as constantes campanhas realizadas e o foco na força da marca e na estrutura de varejo, objetivando levá-la a um nível de participação de mercado nacional mais próximo à participação atual da Companhia no Estado de São Paulo.

3.1.3 CLIENTES

A Hering, no quesito clientes, é bem abrangente, já que é voltada tanto para o público masculino e feminino, quanto para o infantil. Além disso, é bem aceita em todas as classes sociais e faixas etárias. Inclusive, como a própria empresa descreve em seu site oficial, especificamente, na área “sobre a marca”, mais de 90% dos brasileiros conhecem a marca. Dessa forma, seus clientes são bem diversificados no geral e, considerando de forma mais específica, atraem em maior número o público acima de 20 anos e os pertencentes às classes A, B e C.

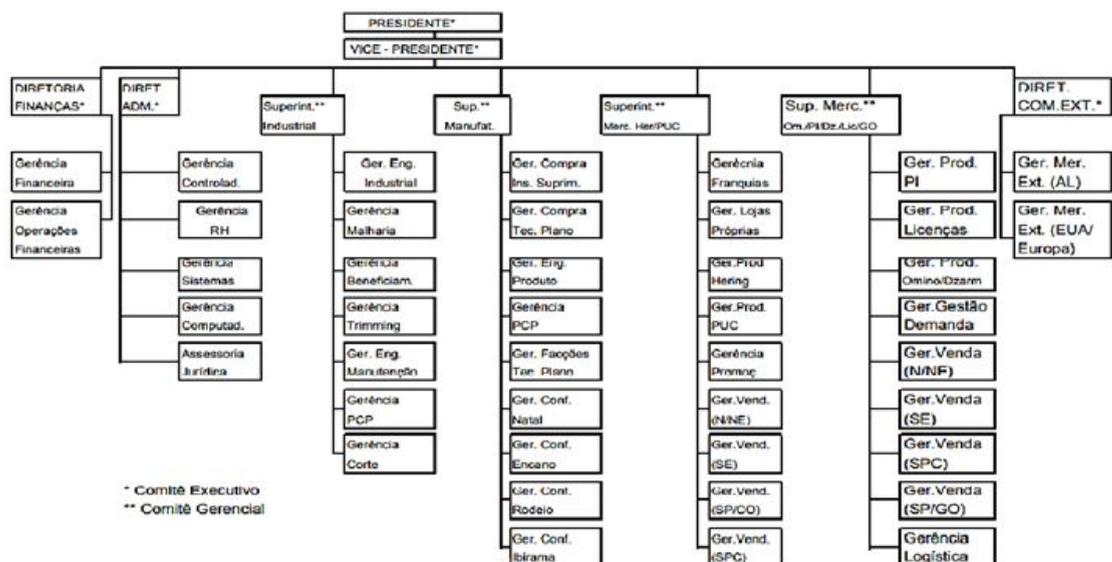
As grandes necessidades que seus clientes mais prezam são o conforto atrelado ao estilo, mas de forma a que se use o básico e não haja a perda da qualidade. E a criação de valor a estes é advinda da qualidade dos produtos, do grande reconhecimento da marca e da tradição que a empresa carrega consigo há muitos anos.

Tentando acompanhar o mercado e sempre atrair novos clientes, no entanto, sem perder sua essência e tradição, a companhia implementou nos últimos anos algumas medidas, tais como a “Hering Experience”, mais especificamente em uma das lojas físicas de São Paulo, onde há uma prateleira de destaque especialmente para a camiseta – produto que fez a história da marca. Já envolvendo tecnologia, foi colocada nos provadores uma tela que faz com que o cliente possa acessar a coleção pelo site, pedindo ao vendedor a peça desejada sem sair dos mesmos; e, como mais uma medida ligada à tecnologia, tornou-se possível fechar as compras realizadas em qualquer parte da loja, por meio do celular. Mas cabe frisar que somente algumas lojas já possuem tais novidades. Outra ação tomada foi uma reformulação na linha dos produtos básicos, criando o conceito “basicool”, ou seja, os itens básicos

permanecem, mas, com isso, passam a serem sintonizados com as mudanças de comportamento da sociedade, de forma a serem mais descolados e menos caretas. E uma medida bem recente, realizada em 2019, focou no público jovem, tendo a cantora Iza como garota-propaganda e usando roupas confortáveis – típicas da marca – e cantando uma música dos anos 80 do eterno cantor Tim. Nisto, a Companhia procura mostrar ao público em questão que o que é realmente bom, não sai de moda, mesmo com o passar do tempo, já que os mesmos não têm a memória dos melhores momentos da marca ou mesmo de sua essência. Tais informações foram retiradas do site da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).

Todas as medidas apresentadas têm como intuito a atração de cada vez mais consumidores e, também, a permanência da companhia no mercado, que sempre está em constantes mudanças e, dessa forma, faz-se necessário se adaptar.

3.1.4 ORGANOGRAMA EMPRESARIAL



Fonte: Luciktenberg (2004, p. 173).

O Organograma apresentado possui a Estrutura de Linha e uma de suas vantagens é a clara definição de autoridade e de tarefas; já a sua Departamentalização é por Função (departamentalização funcional), onde o agrupamento considera as atividades comuns ou homogêneas.

Segundo Luclktenberg (2004) tal organograma é do ano de 2004 e muito se evoluiu e se transformou no decorrer dos anos desde o de 1985 para que houvesse adequação diante das constantes transformações do mercado. Algo que foi perceptível em tal estrutura organizacional foi a questão da família Hering manter o controle de boa parte da empresa com o decorrer dos anos.

Também é mostrado pelo autor que, em 1994, 75% do controle acionário pertenciam à família e os 25% restantes eram os fundos de previdência de bancos estatais que controlavam. Já no ano de 2001, a Cia. Hering atuava nos setores têxtil e *holding* e suas principais empresas e respectivos controles acionários eram: Cia. Hering (pouco menos de 50%), Invs. Parts. Inpasa S/A (31%), Adm. Coml. Indl. Blumenauense S/A (8%) e IPE Invs. Parts. Ltda. (15%).

E, por fim, no ano de 2004, a estrutura administrativa ficou como a da imagem, com a atuação em mercados e estrutura das marcas.

3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

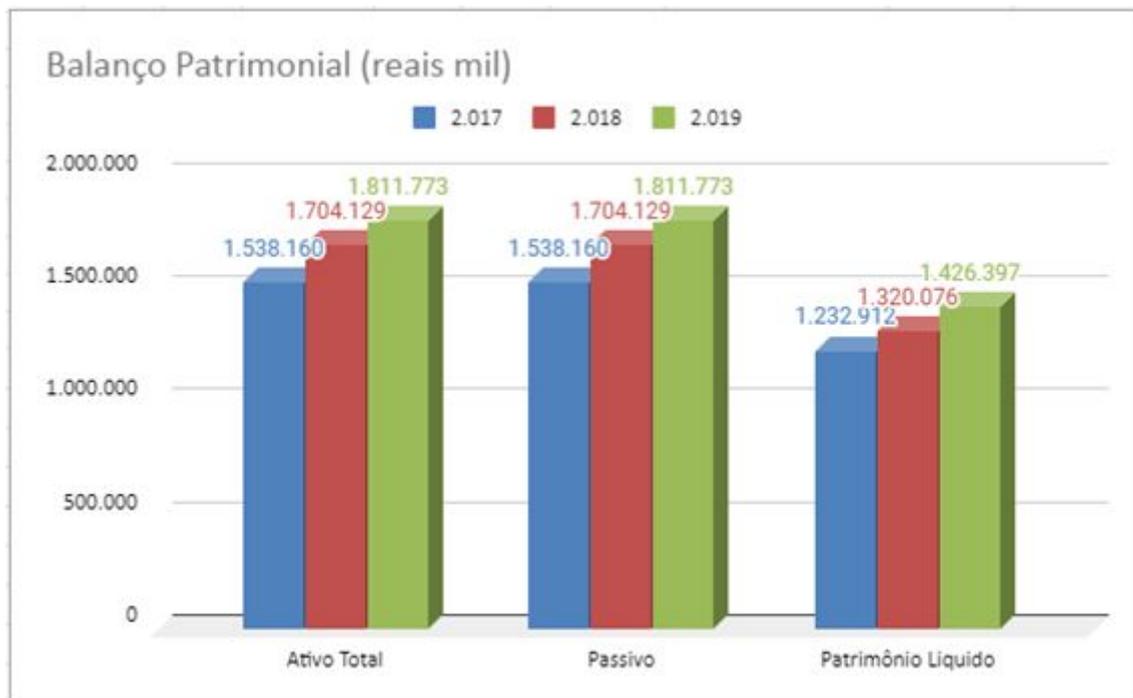
3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL (BP) E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

Segundo o site "Capital Social" (2017) o Balanço Patrimonial é um relatório contábil gerado após o registro de todas as movimentações financeiras de uma empresa em determinado período. Esses registros dos fatos contábeis são aqueles que constam no livro diário da mesma. Essa demonstração informa toda a situação patrimonial, ou seja, os bens, direitos e obrigações de uma empresa. Além disso, é possível identificar todos os investimentos e suas fontes de recursos. Por esses motivos e outros que ele, junto com uma Demonstração do Resultado do Exercício, é uma excelente fonte de informação para o planejamento e ação nas empresas.

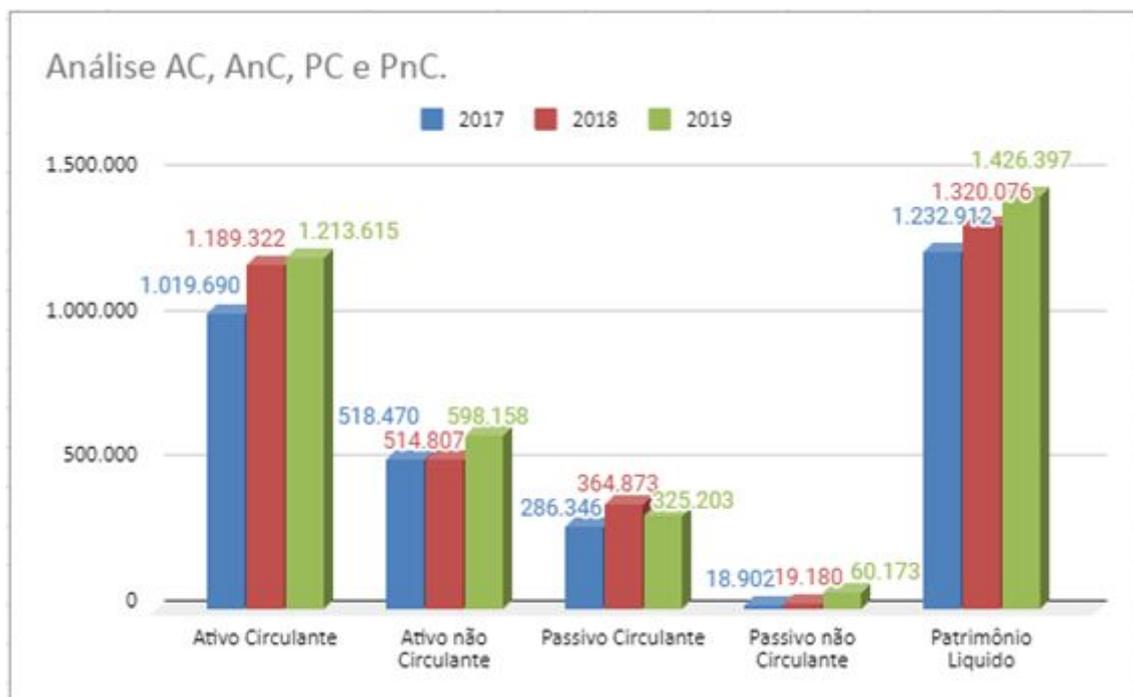
Balanço Patrimonial CIA. HERING

Contas	Descrição	2017	AV	2018	AV	AH	2019	AV	AH
1	Ativo Total	1.538.160	100%	1.704.129	100%	11%	1.811.773	100%	6%
01.01	Ativo Circulante	1.019.690	66%	1.189.322	70%	17%	1.213.615	67%	2%
01.02	Ativo não Circulante	518.470	34%	514.807	30%	-1%	598.158	33%	16%
2	Passivo	1.538.160	100%	1.704.129	100%	11%	1.811.773	100%	6%
02.01	Passivo Circulante	286.346	19%	364.873	21%	27%	325.203	18%	-11%
02.02	Passivo não Circulante	18.902	1%	19.180	1%	1%	60.173	3%	214%
02.03	Patrimônio Líquido	1.232.912	80%	1.320.076	77%	7%	1.426.397	79%	8%

Com a análise dos dados da empresa sobre o Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido da empresa foi possível verificar que está ocorrendo aumento em ambos os anos analisados e, em análise mais profunda, foi possível verificar que a taxa de crescimento de 2017 para 2018 foi maior (11%) que a taxa de 2018 para 2019 (6%).



Com esta representação gráfica é possível verificar de forma mais simplificada o aumento que cada ano teve, sendo divididas nos três dados e separadas pelos anos analisados.



Com esta representação é possível verificar os dados que são utilizados para o levantamento do Ativo Total e do Passivo Total, com isso, pode-se averiguar e analisar que o Ativo está em crescimento, além de que, tanto seu Ativo Circulante quanto seu Ativo Não

Circulante, tiveram aumentos. Já em relação ao Passivo, este também teve seu aumento na relação dos três anos analisados, entretanto, o Passivo Circulante teve uma diminuição no ano de 2019 em relação ao de 2018; já o Passivo Não Circulante e o Patrimônio Líquido tiveram um aumento grande em relação aos anos anteriores.

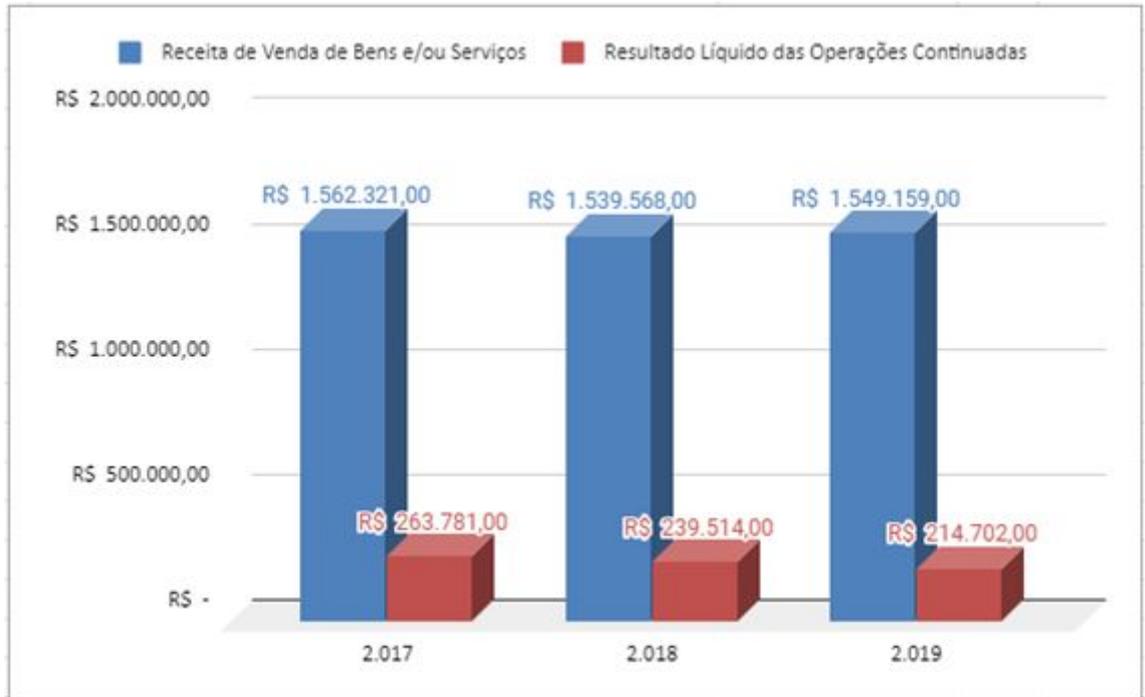
D.R.E.

Conforme informado no artigo "Contabilidade Básica" (2000), a Demonstração do Resultado do Exercício tem como objetivo principal apresentar, de forma vertical resumida, o resultado apurado em relação ao conjunto de operações realizadas num determinado período, normalmente, de doze meses.

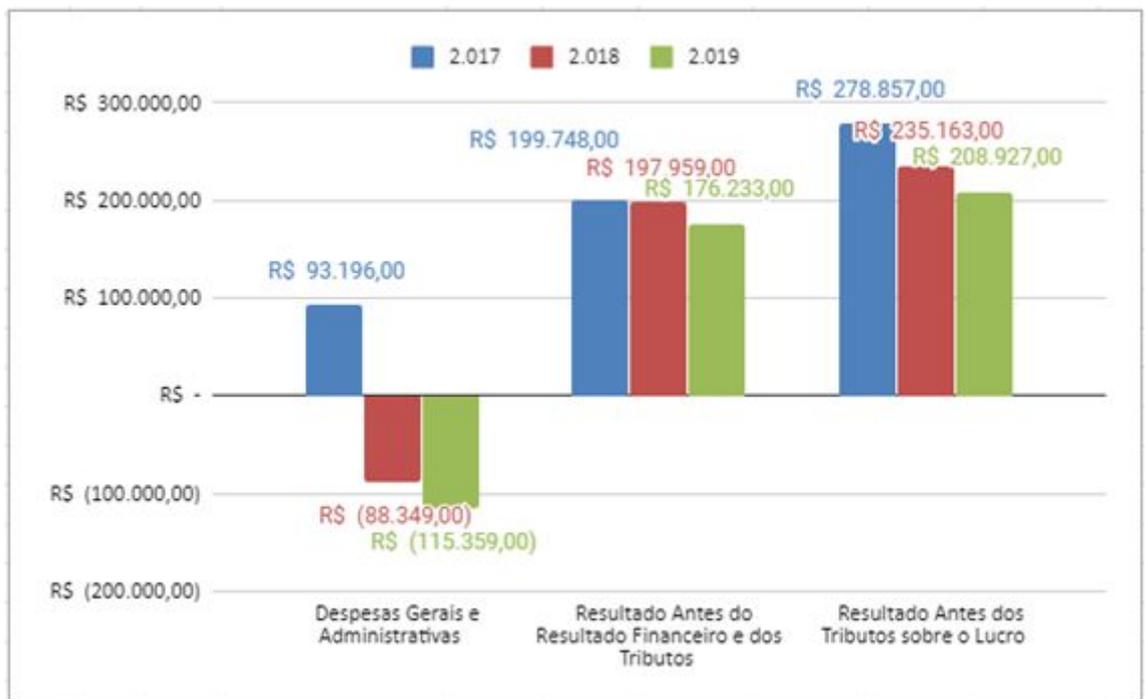
D.R.E. CIA. HERING

Descrição	31/12/2017	AV	31/12/2018	AV	AH	31/12/2019	AV	AH
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	R\$ 1.562.321,00	100%	R\$ 1.539.568,00	100%	-1%	R\$ 1.549.159,00	100%	1%
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	R\$ (872.273,00)	-56%	R\$ (883.580,00)	-57%	1%	R\$ (870.519,00)	-56%	-1%
Resultado Bruto	R\$ 690.048,00	44%	R\$ 655.988,00	43%	-5%	R\$ 678.640,00	44%	3%
Despesas/Receitas Operacionais	R\$ (490.300,00)	-31%	R\$ (458.029,00)	-30%	-7%	R\$ (502.407,00)	-32%	10%
Despesas com Vendas	R\$ (350.425,00)	-22%	R\$ (353.649,00)	-23%	1%	R\$ (359.579,00)	-23%	2%
Despesas Gerais e Administrativas	R\$ 93.196,00	6%	R\$ (88.349,00)	-6%	-195%	R\$ (115.359,00)	-7%	31%
Remuneração dos Administradores	R\$ (9.338,00)	-1%	R\$ (8.951,00)	-1%	-4%	R\$ (9.190,00)	-1%	3%
Gerais e Administrativas	R\$ (51.174,00)	-3%	R\$ (49.211,00)	-3%	-4%	R\$ (51.971,00)	-3%	6%
Depreciação e Amortização	R\$ (32.684,00)	-2%	R\$ (30.187,00)	-2%	-8%	R\$ (54.198,00)	-3%	80%
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	R\$ -	0%	R\$ (8.524,00)	-1%		R\$ (12.197,00)	-1%	43%
Outras Receitas Operacionais	R\$ 19.918,00	1%	R\$ 38.467,00	2%	93%	R\$ 39.419,00	3%	2%
Outras Despesas Operacionais	R\$ (66.597,00)	-4%	R\$ (45.974,00)	-3%	-31%	R\$ (54.691,00)	-4%	19%
Participação no Resultado	R\$ (25.168,00)	-2%	R\$ (783,00)	0%	-97%	R\$ -	0%	-100%
Outras Despesas Operacionais	R\$ (41.429,00)	-3%	R\$ (45.191,00)	-3%	9%	R\$ (54.691,00)	-4%	21%
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	R\$ 199.748,00	13%	R\$ 197.959,00	13%	-1%	R\$ 176.233,00	11%	-11%
Resultado Financeiro	R\$ 79.109,00	5%	R\$ 37.204,00	2%	-53%	R\$ 32.694,00	2%	-12%
Receitas Financeiras	R\$ 107.793,00	7%	R\$ 71.572,00	5%	-34%	R\$ 68.450,00	4%	-4%
Despesas Financeiras	R\$ (28.684,00)	-2%	R\$ (34.368,00)	-2%	20%	R\$ (35.756,00)	-2%	4%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	R\$ 278.857,00	18%	R\$ 235.163,00	15%	-16%	R\$ 208.927,00	13%	-11%
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	R\$ (15.076,00)	-1%	R\$ 4.351,00	0%	-129%	R\$ 5.775,00	0%	33%
Corrente	R\$ (19.090,00)	-1%	R\$ 1.241,00	0%	-107%	R\$ (3.120,00)	0%	-351%
Diferido	R\$ 4.014,00	0%	R\$ 3.110,00	0%	-23%	R\$ 8.895,00	1%	186%
Resultado Líquido das Operações Continuadas	R\$ 263.781,00	17%	R\$ 239.514,00	16%	-9%	R\$ 214.702,00	14%	-10%
Lucro/Prejuízo Consolidado do Período	R\$ 263.781,00	17%	R\$ 239.514,00	16%	-9%	R\$ 214.702,00	14%	-10%
ON	R\$ 1,64	0%	R\$ 1,48	0%	-10%	R\$ 1,33	0%	-10%

Na análise da DRE é possível verificar que o lucro em relação à receita em 2017 é de 17%, enquanto as despesas totais foram de 83%. Já nos meses decorrentes, o lucro teve uma queda para 16% em 2018 e para 14% em 2019.



Com a análise do gráfico é possível verificar que os lucros tiveram queda em relação aos valores anteriores. Já a Receita de Venda de Bens e/ou Serviços se manteve constante durante os três anos.



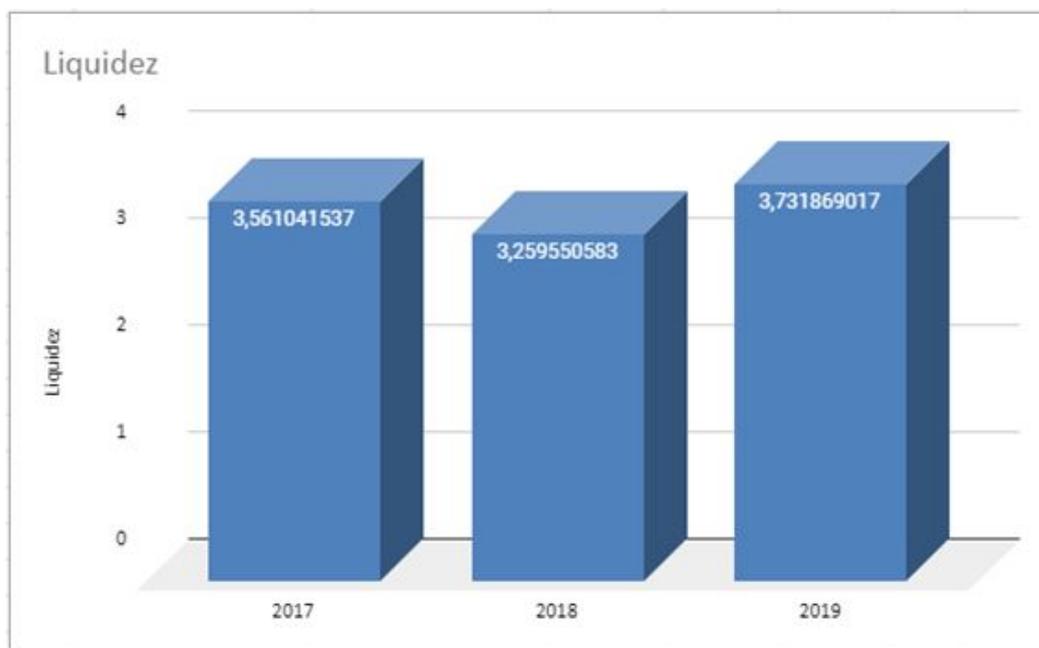
Como pode ser analisado, o lucro que se tinha em 2017 sobre ambas as partes era maior que as dos anos decorrentes, isso é um dos motivos que está causando a diminuição do Lucro final da empresa.

3.2.2 ANÁLISE DA LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO

O índice de Liquidez é utilizado para avaliar a capacidade que a empresa tem para efetuar o pagamento sobre suas obrigações.

Descrição	2.017	2.018	2.019
Ativo Total	1.538.160	1.704.129	1.811.773
Ativo Circulante	1.019.690	1.189.322	1.213.615
Ativo não Circulante	518.470	514.807	598.158
Passivo	1.538.160	1.704.129	1.811.773
Passivo Circulante	286.346	364.873	325.203
Passivo não Circulante	18.902	19.180	60.173
Patrimônio Líquido	1.232.912	1.320.076	1.426.397
Liquidez	3,5610415	3,2595505	3,7318690
Liquidez	356,10%	325,96%	373,19%

Com a análise dos dados de Circulantes da empresa é possível calcular a sua Liquidez, sendo que a Hering, segundo os dados obtidos, possui Liquidez suficiente para pagar suas obrigações, pois a cada R\$100,00 de dívida, possui R\$373,19 para efetuar no ano de 2019.



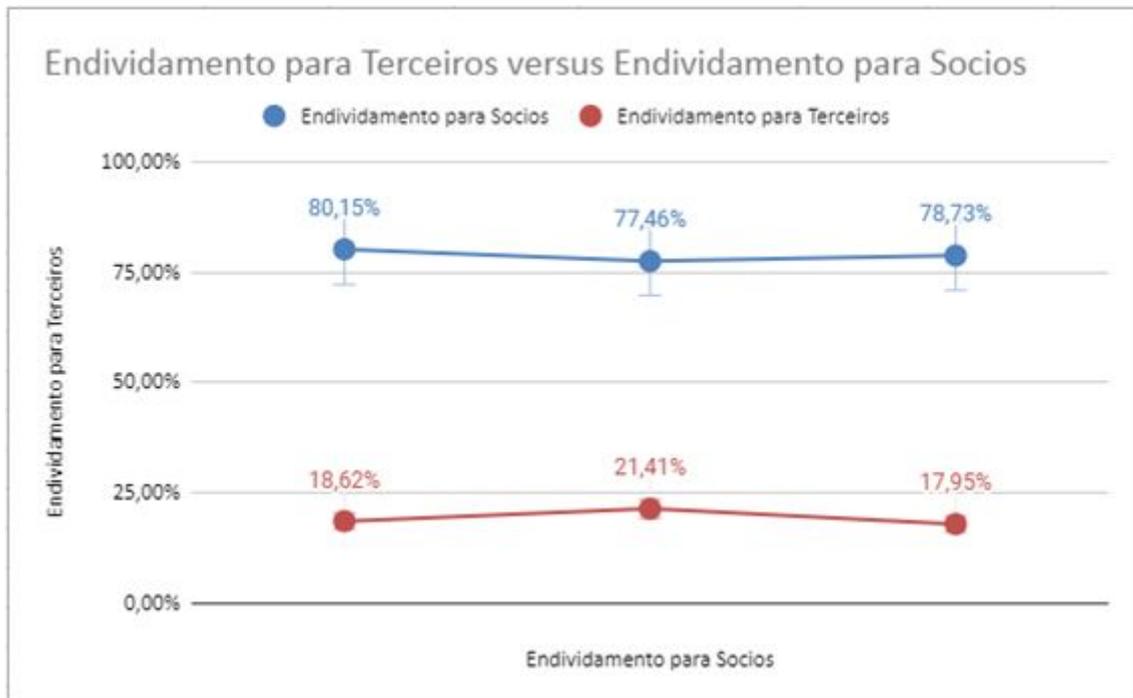
Com a análise do gráfico é possível verificar que a Liquidez se manteve uniforme durante os três anos, além disso, do ano de 2017 para o ano de 2018 ela teve uma queda no valor, mas para o ano de 2019 obteve uma recuperação que ultrapassou o valor de 2017.

Endividamento para Terceiros e para Sócios

O Endividamento mostra o quanto a empresa deve para Terceiros e para os Sócios. Para se analisar o Endividamento para Terceiros é necessário que se tenha o Passivo Circulante e o Passivo Total e para a análise do Endividamento para Sócios é necessário o Patrimônio Líquido e novamente o Passivo Total.

Descrição	2017	2018	2019
Passivo	1.538.160	1.704.129	1.811.773
Passivo Circulante	286.346	364.873	325.203
Patrimônio Líquido	1.232.912	1.320.076	1.426.397
Endividamento para Terceiros	18,62%	21,41%	17,95%
Endividamento para Sócios	80,15%	77,46%	78,73%

Realizando a análise é possível verificar que o Endividamento, em sua maioria, é para os sócios, enquanto que a menor parte é para Terceiros.



Pelo gráfico de linhas é possível verificar que a variação entre os anos analisados foi pequena, com aumento e queda pequenos entre si.

3.2.3 ANÁLISE DA RENTABILIDADE

Conforme demonstrado no Website "Sofisa Direto"(2017), a Rentabilidade é o cálculo do retorno que um determinado ativo pode oferecer.

TRI

TRI (Taxa de Retorno sobre Investimento): ela indica o poder de ganho da empresa.

Descrição	2017	2018	2019
Lucro Líquido	R\$263.781,00	R\$239.514,00	R\$214.702,00
Ativo Total	1.538.160	1.704.129	1.811.773
TRI	17,15%	14,05%	11,85%

Com a tabela acima é possível verificar que ocorreu uma queda do primeiro ano analisado até os demais.

TRPL

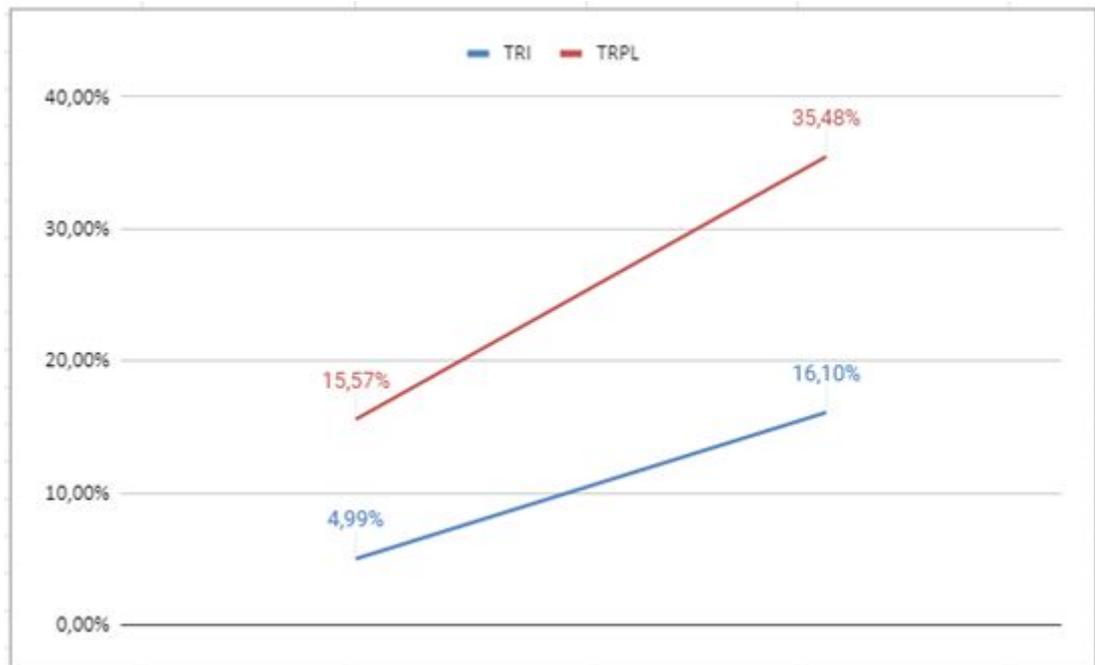
TRPL (Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido): ela traz uma indicação sobre o lucro que os sócios obtêm.

Descrição	2017	2018	2019
Lucro Líquido	R\$ 263.781,00	R\$ 239.514,00	R\$ 214.702,00
Patrimônio Líquido	1.232.912	1.320.076	1.426.397
TRPL	21,39%	18,14%	15,05%

Com a tabela é possível apurar que houve uma queda do primeiro ano analisado até os demais.

Para uma análise completa da Rentabilidade, é viável recorrer a uma comparação com a Rentabilidade de empresas do mesmo ramo, dessa forma, analisou-se a TRI e a TRPL da empresa C&A Modas, que é uma concorrente direta da Cia. Hering, com isso, obtiveram-se tais dados da empresa concorrente nos anos de 2018 e 2019:

Descrição	2018	2019
Lucro Líquido	R\$ 173.636,00	R\$ 971.993,00
Ativo Total	R\$ 3.478.337,00	R\$ 6.037.092,00
Patrimônio Líquido	R\$ 1.115.039,00	R\$ 2.739.570,00
TRI	4,99%	16,10%
TRPL	15,57%	35,48%



Com os dados do Lucro Líquido, do Ativo Total e do Patrimônio Líquido da C&A, é possível verificar um aumento grande em comparação ao seu ano anterior.



Com o gráfico de comparação entre as duas empresas é possível verificar que, enquanto a empresa Cia. Hering obteve uma leve queda em sua rentabilidade, a empresa C&A obteve um grande aumento no mesmo período.

3.2.4 CONCLUSÃO SOBRE A ANÁLISE FINANCEIRA

Com a análise da Liquidez da empresa é possível concluir que esta se manteve sempre acima do necessário; no primeiro ano (2017) analisado, sendo de 356% e no ano final (2019) sendo de 373% - mesmo ocorrendo uma baixa no ano de 2018.

O Endividamento se manteve constante durante o período analisado de 2017 até 2019, sendo de 18,62%, 21,41% e 17,95%, sucessivamente, para Terceiros e de 80,15%, 77,46% e 78,73% no mesmo período de três anos, para os Sócios.

Já através dos dados de TRI e TRPL é possível verificar uma queda na Rentabilidade da empresa, tendo uma diminuição constante com a TRI caindo de 17,15% em 2017, para 14,05% em 2018, até chegar em 2019 com 11,85% - uma média de queda de 3% para cada ano em relação ao seu anterior. Além disso, ocorreu o mesmo com a TRPL, que teve uma queda de 21,39% para 18,14% dos anos de 2017 para 2018 e outra queda para 15,05% em relação a 2018 para 2019.

Com estes dados, torna-se possível concluir a situação da empresa; a mesma está totalmente capacitada para gerar lucro e pagar suas dívidas no curto prazo, no entanto, como a TRI e TRPL estão em queda e a Liquidez e o Endividamento estão constantes, isso demonstra que, no longo prazo, a empresa pode não ser capaz de realizar os mesmos gastos atuais e, portanto, precisa agir com cautela e realizar análises constantes.

3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.3.1 O MERCADO

A Cia. Hering, em questão de mercado, por volta da década de 90, procurou focar na sua consolidação e ampliação no mercado interno para, somente depois, entre os anos de 1950 e 1980, se expandir para o mercado internacional; inclusive, chegou a ser a quarta empresa em malhas no mundo no que diz respeito ao faturamento. Na década de 1990, abordando uma nova concepção, escolheu ser uma empresa produtora de moda ao invés de malhas, conforme o que foi apresentado em um Estudo de Caso da ANPAD (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração), de 2008.

Com isso, é possível verificar que a Hering atua no mercado da moda, no setor de vestuário/têxtil, calçados e acessórios, com foco no primeiro. É a maior rede de franquias do Brasil, onde seiscentas unidades Hering Store se encontram distribuídas pelo país e mais dezenove distribuídas pela América Latina. Além disso, segundo a ABF (Associação Brasileira de Franchising), a empresa se encontra como a maior no segmento de roupas.

A companhia trabalha tanto com a produção, quanto com a comercialização de vestuário na moda feminina, masculina e infantil. E, no que se refere à produção, é terceirizada e outsourcing (compra de produto acabado) no mercado interno e externo, permitindo um atendimento à demanda mais otimizado e flexível. Em números, 80% dos itens são fabricados pela própria empresa e os outros 20% são comprados prontos. E, por fim, no que se refere aos clientes/público-alvo que consomem os produtos Hering, torna-se perceptível a ampla aceitação da marca no mercado por diversas classes sociais e faixas etárias; o site “edisciplinas” da USP apresenta os públicos dividindo-os pelas marcas trabalhadas:

- Hering: público adulto masculino e feminino de todas as classes sociais;
- 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.

Ainda falando sobre o mercado da moda no Brasil em geral, a Revista Exame cita as 13 redes de moda que mais vendem no Brasil, são elas em ordem decrescente: Casas Pernambucanas, C&A, Lojas Renner, Grupo Guararapes, Lojas Marisa, Havan, Grupo SBF, Cia Hering, Leader, Arezzo, Inbrands, Restoque e Lojas Avenida.

Por fim, como estrutura de mercado, a Cia. Hering se caracteriza na Concorrência Monopolística (ou imperfeita); nesta - como é exposto no site “administradores.com” - é o consumidor quem pauta suas próprias decisões quanto às especificidades dos produtos (ele pode escolher de acordo com sua preferência); cada empresa tem certo poder sobre os preços e, geralmente, estes tendem a se modificar conforme a mudança da concorrência; as empresas produzem um produto diferenciado, mas que possui substitutos próximos. O ponto principal nesta estrutura é a diferenciação do produto e o que a estimula é a personificação do cliente.

3.3.2 CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL

O contexto atual é de uma grave crise mundial ocasionada pelo surgimento do Novo Coronavírus (Covid-19) - relatado no fim de 2019 em Wuhan, na China - que acabou por se tornar uma pandemia, trazendo consigo a quarentena, o isolamento social e o grande apelo para que as pessoas no geral fiquem em casa, já que o vírus possui uma elevada taxa de transmissão e contágio. E em território brasileiro não é diferente, que já se encontra entre os dez países mais afetados do mundo, segundo os dados mais recentes do site "O Globo".

O cenário trouxe e continua a trazer prejuízos à Economia e atingiu, também, a produção de bens e serviços e o mercado da moda - ao qual a Cia. Hering se insere. Variáveis econômicas também acabam sofrendo modificações e as que influenciam no setor de vestuário são, por exemplo, a inflação, os juros, os impostos; tanto a alta quanto a baixa destes podem ser fatores positivos ou negativos. Um bom exemplo é a queda da Taxa Selic no cenário atual, que apresentou a maior baixa dos últimos dez anos, algo muito positivo ao setor em questão, mesmo estando em um contexto de crise.

Concluindo, o fechamento do comércio e as restrições impostas para que haja o controle do Coronavírus sem dúvidas promovem impacto sobre o consumo de vestuário no país e, muito provavelmente, continuarão a exercer influência em um cenário pós pandemia durante um bom período de tempo, segundo o site “IEMI - Inteligência de Mercado”. Caberá às empresas do ramo investirem em novas estratégias que atraiam o público e colocar em foco os serviços de delivery e o e-commerce, que se tornaram tão essenciais nesse momento.

3.3.3 PROJEÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE)

Apesar de a Cia. Hering ter apresentado em sua DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) nos anos anteriores analisados uma queda de aproximadamente 1,5% no lucro com o passar dos anos de 2017 para 2018 e de 2018 para 2019, verifica-se através de suas demonstrações contábeis, anteriormente analisadas na parte de Fundamentos de Contabilidade, que ela se encontra com uma Liquidez boa e totalmente apta a pagar suas dívidas de curto prazo e a gerar lucro (mesmo que este tenha caído durante os anos estudados, ela ainda assim possui uma boa porcentagem dele); no entanto, não é uma situação totalmente confortável devido à queda na Rentabilidade e ao Endividamento ter se mantido constante.

Além disso, no quarto trimestre de 2019 houve uma queda assustadora nas vendas, mais especificamente no Natal, uma época que costuma movimentar e alavancar as vendas, e, estas, entretanto, acabaram sendo um fracasso. A empresa também vem enfrentando um longo processo de reestruturação de suas operações na tentativa de se reerguer e justamente no momento atual, logo no início de 2020 a situação se tornou ainda pior com a chegada do Coronavírus, desestabilizando a Economia e as empresas no geral, inclusive a Hering, que se encontra com suas fábricas e lojas físicas fechadas, tentando focar nas operações de e-commerce, que não são tão potentes assim.

E foi através de todos esses dados citados - análises financeiras históricas e análises mercadológicas e econômicas - que tornou-se possível realizar a Projeção Econômica da DRE do restante do ano atual (2020) e dos dois seguintes (2021 e 2022), encontrada logo abaixo:

DESCRIÇÃO	2019	2020	2021	2022
Receita Líquida	R\$ 1.549.159,00	R\$ 1.502.684,23	R\$ 1.517.711,07	R\$ 1.548.065,29
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 870.519,00	-R\$ 844.403,43	-R\$ 852.847,46	-R\$ 869.904,41
Resultado Bruto	-R\$ 678.640,00	-R\$ 658.280,80	-R\$ 664.863,61	-R\$ 678.160,88
Despesas/Receitas Operacionais	-R\$ 502.407,00	-R\$ 487.334,79	-R\$ 492.208,14	-R\$ 502.052,30
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	R\$ 176.233,00	R\$ 170.946,01	R\$ 172.655,47	R\$ 176.108,58
Resultado Financeiro	R\$ 32.694,00	R\$ 31.713,18	R\$ 32.030,31	R\$ 32.670,92
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	R\$ 208.927,00	R\$ 202.659,19	R\$ 204.685,78	R\$ 208.751,96
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	R\$ 5.775,00	R\$ 5.601,75	R\$ 5.657,77	R\$ 5.770,93
Lucro/Prejuízo Líquido	R\$ 214.702,00	R\$ 208.260,94	R\$ 210.343,55	R\$ 214.550,42

Para que a projeção pudesse ser feita, realizou-se uma simulação de porcentagens de aumento e queda no decorrer dos anos em questão utilizando-se do embasamento teórico e análises possuídos.

De 2019 para 2020 aplicou-se uma diminuição de (-)3%, o dobro da média dos três anos anteriores, levando em conta a situação de crise do cenário atual; do ano de 2020 para o ano de 2021 foi aplicado um aumento de (+)1%, na suposição de que a empresa vai passando por uma lenta recuperação e realiza projetos para crescer no mercado em um cenário, possivelmente, pós pandemia e, por fim, de 2021 para 2022 aplicou-se um aumento de (+)2%, simulando que a situação acabou se invertendo positivamente graças à melhora no cenário econômico e por conta do caixa favorável que a mesma já possuía.

3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

Como definição básica para Finanças tem-se: “As Finanças podem ser definidas como a arte e a ciência de gerenciar fundos”. (GITMAN, 2004, p. 34).

Uma segunda definição para o termo, conforme Kato: “Finanças diz respeito ao processo, às instituições, aos mercados e aos instrumentos envolvidos na transferência do dinheiro entre pessoas, empresas e órgãos governamentais”. (KATO, 2012, p. 26).

Ainda segundo Kato (2012, p. 26), em questão do que as Finanças procuram e estão em constante busca, o autor fala que, sejam pessoas ou organizações, a maioria destas obtém receitas, levantam fundos, adquirem bens ou investem e, portanto, de tal modo, as Finanças entram nesse contexto, buscando estudar cada processo e instrumento envolvidos na transferência de recursos financeiros entre tais agentes acima citados.

3.4.1 VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO

Conforme o professor Magalhães, com o passar de um mês ou um ano, provavelmente não se possuirá mais o dinheiro que se possui hoje e agora (considerando que este não foi gasto), pois o dinheiro tem seu valor alterado com o decorrer do tempo. O que poderá vir a ocorrer com o dinheiro é a diminuição do poder de compra do mesmo (caso haja inflação e o dinheiro não tenha sido investido ou tal ação foi mal realizada), o aumento do seu poder de compra (caso o dinheiro tenha sido aplicado a uma taxa acima da inflação) ou, ainda, o seu poder de compra ser mantido (caso não haja inflação).

O autor ainda cita algumas formas de avaliar o valor do dinheiro no tempo, tais como o Método do Valor Presente (utilizado no presente projeto), as Anuidades, as Quantias a serem acumuladas para o futuro e as Amortizações.

Destarte, levando em conta tal transformação do valor do dinheiro no tempo, é necessário que: “Antes de aprovar um projeto ou empreendimento, uma empresa precisa estar certa de que a receita futura compensará os investimentos em ativo imobilizado”. (GITMAN, 2010, p. 147).

3.4.2 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

O Valor Presente Líquido (VPL) é um dos métodos mais conhecidos e utilizados na hora de realizar a análise de viabilidade econômica das empresas. Este método consiste em trazer para a data zero todos os fluxos de caixa de um investimento e somá-lo ao valor do investimento inicial, além disso, como base para os cálculos a serem realizados a taxa de desconto é conhecida como Taxa Mínima de Atratividade (TMA). Como é citado no Website “Wr. Prates” (2016), a TMA representa a Rentabilidade do ativo, livre de risco de uma economia, que no cenário brasileiro é representada através da taxa SELIC.

Para os investidores o método de análise VPL é de suma importância, por ter como servilidade em dizer se um projeto é viável ou não. Com base nos resultados obtidos após a realização dos estudos, é possível atingir VPL positivo, então tal projeto é considerado viável e terá bandeira verde para seguir em frente, trazendo um ótimo retorno financeiro aos investidores. Mas, em contrapartida, se obter um VPL negativo, isso significa que não é um investimento viável e, portanto, não trará um bom resgate monetário ao final.

E, por fim, é válido ressaltar que o uso do Valor Presente Líquido tem como principal objetivo ajudar na escolha do melhor investimento, trazendo como foco principal a geração do maior fluxo de caixa possível. Porém, no Projeto Integrado não serão realizados cálculos para a realização de projeto e investimentos, somente trazer-se-á o valor futuro para o valor presente. E pode-se afirmar que o VPL é dado pela seguinte equação abaixo:

$$VPL = - \textit{Investimento Inicial} + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

E, como foi dito acima, a taxa de desconto utilizada para a realização do cálculo do Valor Presente Líquido, é a taxa SELIC (Sistema Especial de Liquidação e Custódia).

Segundo o Website “Banco Central do Brasil” (2020), a meta para a SELIC é definida pelo Comitê de Política Monetária do Banco Central (Copom), que possui influência em todas as taxas de juros do país. Quando ocorrer a alteração, por exemplo, a redução da taxa,

diminui-se o custo de captação dos bancos, fazendo com que emprestem com os juros menor, estimulando o consumo - já que os juros ficam menores. Porém, quando há um aumento, os juros cobrados ficam mais altos, com isso, desestimula-se o consumo e a queda da inflação é favorecida.

E, dado o exposto, no exato dia da realização desta pesquisa, através do mesmo Website citado, pode-se afirmar que no dia 28 de abril de 2020 a taxa SELIC encontra-se em 3,75% a.a., com o menor número dos últimos 10 anos.

Substituindo os dados da fórmula exposta anteriormente, com a ajuda da projeção realizada na unidade de estudos Fundamentos de Economia e com base na Taxa Selic (3,75% a.a), pôde-se calcular o VPL da empresa Cia. Hering.

DESCRIÇÃO	2019	2020	2021	2022
Receita Líquida	R\$ 1.549.159,00	R\$ 1.502.684,23	R\$ 1.517.711,07	R\$ 1.548.065,29
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-R\$ 870.519,00	-R\$ 844.403,43	-R\$ 852.847,46	-R\$ 869.904,41
Resultado Bruto	-R\$ 678.640,00	-R\$ 658.280,80	-R\$ 664.863,61	-R\$ 678.160,88
Despesas/Receitas Operacionais	-R\$ 502.407,00	-R\$ 487.334,79	-R\$ 492.208,14	-R\$ 502.052,30
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	R\$ 176.233,00	R\$ 170.946,01	R\$ 172.655,47	R\$ 176.108,58
Resultado Financeiro	R\$ 32.694,00	R\$ 31.713,18	R\$ 32.030,31	R\$ 32.670,92
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	R\$ 208.927,00	R\$ 202.659,19	R\$ 204.685,78	R\$ 208.751,96
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	R\$ 5.775,00	R\$ 5.601,75	R\$ 5.657,77	R\$ 5.770,93
Lucro/Prejuízo Líquido	R\$ 214.702,00	R\$ 208.260,94	R\$ 210.343,55	R\$ 214.550,42

Período	2019 (T0)	2020 (T1)	2021 (T2)	2022 (T3)
Lucro Líquido	R\$ 214.702,00	R\$ 208.260,94	R\$ 210.343,55	R\$ 214.550,42
VPL	R\$ 214.702,00	R\$ 200.733,44	R\$ 195.412,79	R\$ 192.116,67

$$\text{VPL} = 214.702,00 + 200.733,44 + 195.412,79 + 192.116,67 = \underline{\underline{802.964,90}}$$

VPL	R\$ 802.964,90
------------	-----------------------

Conclusão: Conclui-se que a projeção econômica apresentava um valor de R\$847.856,91 e, agora, após a utilização do método do Valor Presente Líquido (VPL), que consiste em trazer o valor futuro para o valor presente, o mesmo sofreu uma alteração e passou para R\$ 802.964,90.

3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.5.1 TIPOS DE EMPRESA

Os tipos societários existentes totalizam quatro, são eles: Sociedade Empresária Limitada (Ltda), Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli), Sociedade Simples (S.S) e Sociedade Anônima (S.A). Além dos tipos societários, as empresas se enquadram em determinados portes, tais como Microempresa (ME), Empresa de Pequeno Porte (EPP) e Empresas de Médio e Grande Porte.

- **Sociedade Empresária Limitada (Ltda):**

Implica no Contrato Social. Esse tipo societário tem início na Junta Comercial Estadual e ocorre quando dois ou mais indivíduos se unem para fazer uma sociedade. O Patrimônio das pessoas físicas e jurídicas são legalmente separados.

Em se tratando da responsabilidade dos sócios, a mesma somente vai até a integralização do capital cedido por cada um deles, ou seja, é proporcional ao capital investido por cada um, mas cabe frisar que todos respondem pelo total e o Capital Social, nesse caso, não tem valor mínimo. Na tomada de decisão pela empresa, o mesmo sócio apenas poderá tomar decisões sozinho caso estiver expresso no contrato.

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

É constituída por apenas uma pessoa física.

A lei exige um capital mínimo de 100 (cem) salários mínimos atuais e há apenas um sócio que toma decisões sozinho; este possui seu Patrimônio separado da empresa, portanto, seu Patrimônio pessoal não poderá ser afetado pelas dívidas desta.

Um dos exemplos de Eireli são as micro e pequenas empresas, que são modelos simplificados de negócio.

- **Sociedade Simples (S.S):**

É constituída por pessoas exercendo suas profissões, sendo que a prestação de serviços realizada por elas é de “caráter pessoal”. Portanto, remete a parcerias entre profissionais prestadores de serviços, onde eles mesmos exercem a atividade para qual a sociedade existe. Dessa forma, essa sociedade está diretamente ligada às atividades intelectuais, pois levam em conta a capacidade pessoal de seus membros.

A sociedade é constituída por meio do Contrato Social e sua inscrição deve ser requerida no Cartório de Registro Civil de Pessoa Jurídica. É permitido a participação de um número indeterminado de partes.

- **Sociedade Anônima (S.A):**

São empreendimentos com capital social dividido em ações, diferentes dos sistemas de quotas utilizados por outros tipos de empresas e existe mais de um sócio empresário - estes são chamados de acionistas. Além disso, esta não é sujeita a nenhum limite de faturamento.

Ela é dividida em dois subtipos:

- S.A de capital aberto: vende-se ações na Bolsa de Valores ao público geral por intermediação de instituições financeiras;
- S.A de capital fechado: o capital também é dividido em ações, no entanto, que são divididas internamente entre os sócios, interessados e convidados.

- **Microempresa (ME):**

São entendidas a partir do seu faturamento bruto anual, que não pode ultrapassar 360 mil reais. Ademais, pode ser optante pelo Simples Nacional, pois possui um regime de pagamento de impostos simplificado.

- **Empresa de Pequeno Porte (EPP):**

Para ser considerada uma Empresa de Pequeno Porte faz-se necessário que seu faturamento anual esteja entre R\$360 mil e R\$3,6 milhões. Também pode ser optante pelo Simples Nacional.

- **Empresas de Médio e Grande porte:**

Para a classificação de portes de empresas maiores são utilizados diferentes critérios, como o número de funcionários e o faturamento. O BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento), por exemplo, utiliza o faturamento:

- Acima de R\$ 16 milhões até R\$ 90 milhões por ano: Média;
- Acima de R\$ 90 milhões até R\$ 300 milhões anualmente: Média-grande;
- Após os R\$ 300 milhões anuais: Grande.

Desse modo, a Cia. Hering é uma Sociedade Anônima de capital aberto e autorizado. Nela, existe mais de um sócio e ela está inserida na Bolsa de Valores, assim, suas ações se encontram disponíveis para negociações. Esse tipo de sociedade é constituído por uma Assembleia Geral, Conselho de Administração, Conselho Fiscal e uma diretoria. Podem ser denominadas como Companhias com a abreviatura “Cia”, por isso Cia. Hering, ou também podem ser classificadas pelas abreviaturas S.A, S/A ou SA.

3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO

Há três formas de tributação, sendo elas: Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional.

- **Lucro Real:**

Pode ser entendido como o regime tributário padrão, pois funciona da seguinte maneira: tudo o que ocorre no negócio é apurado por meio de lançamentos contábeis, gerando

custos, receitas e despesas que, ao final de um certo período, serão confrontados para gerar um resultado (lucro ou prejuízo) que receberá a devida tributação.

O Lucro Real é o regime geral usado para calcular o valor da tributação das empresas, portanto, se estas não optarem por outra forma de cálculo do imposto, o regime adotado será o Lucro Real. Normalmente é visto em empresas de maior porte e que faturam pouco.

- **Lucro Presumido:**

Sua grande característica é o cálculo do lucro por meio de alíquotas específicas determinadas pelo fisco - as alíquotas de presunção.

Dependendo da atividade prestada pela empresa, o faturamento do período pode sofrer uma incidência de uma alíquota para determinar a base de cálculo do IRPJ e da CSLL, os tributos incidentes sobre o lucro. Normalmente é visto em empresas que faturam muito.

- **Simples Nacional:**

Divide-se em seis anexos que correspondem a um grupo de atividades. Cada anexo possui alíquotas que aumentam conforme o faturamento do negócio levando em conta os últimos doze meses.

Pode chegar em um determinado momento em que o Lucro Presumido ou o Lucro Real sejam mais vantajosos financeiramente, mas é preciso lembrar que no Simples Nacional a fiscalização é mais baixa e a carga de obrigações é bem menor.

Destarte, a empresa Hering está enquadrada na tributação de Lucro Real, pois é apurada por meio de lançamento contábil; ela irá gerar custos, receitas e despesas que resultam em lucro ou prejuízo. Tal regime é uma forma de apuração das alíquotas de tributação para o Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

4. CONCLUSÃO

Com a realização do trabalho e informações obtidas através do mesmo, foi possível compilar a análise de que a Cia Hering, no decorrer dos anos estudados, obteve uma média constante nos quesitos de Lucratividade e Endividamento, sempre sendo capaz de arcar com suas dívidas, porém estava em uma queda de Rentabilidade que deverá ser analisada.

Para isso, foram utilizadas a Projeção Econômica realizada com os valores anteriores existentes, as simulações de porcentagens tanto de baixa quanto de alta para os próximos anos e, também, a questão atual do cenário econômico pelo qual a empresa passa; com estes dados foi possível analisar e concluir que ocorreu uma grande queda no lucro em relação ao ano de 2019 para o de 2020, mas, para os anos seguintes, foi possível verificar um aumento na sua porcentagem, onde, com o decorrer do tempo, com constantes análises de sua própria situação e das condições do contexto ao qual se encontra e, ainda, com a criação de estratégias atrativas e eficientes, pode ser que ela retorne a sua estabilidade.

REFERÊNCIAS

- Introdução:

SILVA, César Augusto Tibúrcio; TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade básica**. Atlas, 2000.

- Descrição da Empresa:

http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm

<https://exame.com/negocios/hering/>

<https://origemdasmarcas.blogspot.com/2011/10/hering.html>

- Fundamentos de Administração:

<http://sbvc.com.br/hering-passado-futuro/>

<https://empreendefloripa.com.br/2012/10/02/estrategia-1-cia-hering/>

<https://www.hering.com.br/store/pt/sobre-a-hering>

LUCLKTENBERG, Isabela Albertina Barreiros. **A indústria têxtil catarinense e o caso da Cia. Hering**. 2004. 261 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente, 2004.

SOARES, Brunno Pereira. **A valorização de uma marca: o caso Hering**. 2010. 54 f. Monografia de Final de Curso (Graduação em Economia) – Pontifícia Universidade Católica, Departamento de Economia, Rio de Janeiro, 2010.

- Fundamentos de Contabilidade:

http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm

MIDORI, Cláudia. **Gestão do lucro**. 2017. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/blog.sofisadireto.com.br/gestao-do-lucro-liquidez-x-rentabilidade-qual-priorizar/>. Acesso em: 28 abr. 2020.

OLIVEIRA, Leandro. **Balço Patrimonial: o que é, para que serve e como analisar**. 2017. Disponível em: <https://capitalsocial.cnt.br/balanco-patrimonial/>. Acesso em: 28 abr. 2020.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; TRISTÃO, Gilberto. **Contabilidade básica**. Atlas, 2000.

- Fundamentos de Economia:

<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-A366.pdf>

<https://administradores.com.br/artigos/estruturas-de-mercado>

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2490261/mod_resource/content/1/Giovanna%20Sartor%20Veri%CC%81ssimo_3583549_assignsubmission_file_Valuation%20Cia.%20Hering%20-%20Ralato%CC%81rio%20Final%20Grupo%20.pdf

<https://exame.abril.com.br/negocios/13-redes-de-moda-que-mais-vendem-no-brasil/>

<https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-ultrapassa-alemanha-se-torna-setimo-pais-mais-afetado-pela-covid-19-24422959>

<https://www.iemi.com.br/os-impactos-do-coronavirus-na-producao-de-vestuario/>

- Fundamentos de Finanças:

<https://www.wrprates.com/o-que-e-vpl-valor-presente-liquido/>

<https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/taxaselic>

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 2ªed, Porto Alegre: Bookman, 2004.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. 776p.

KATO, Jerry. **Curso de Finanças Empresariais: Fundamentos da gestão financeira em empresas**. São Paulo: M. Books, 2012.

MAGALHÃES, Luis Guilherme. **O VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO**.

- Fundamentos de Direito:

<https://contabnet.com.br/blog/tipos-de-empresa/>

<https://www.jornalcontabil.com.br/tipo-societario-saiba-como-escolher-antes-de-abrir-uma-empresa/>