



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

MELISSA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2017



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

MELISSA

Módulo 02 -Fundamentos Empresariais

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Max S. Vallim

Fundamentos de Administração –Prof. Frederico Fargnoli Ribeiro

Fundamentos de Economia – Prof. Leonardo Marcelino

Fundamentos de Finanças – Profa. Mariângela Martimbianco

Santos

Fundamentos de Direito – Profs. João Fernando A. Palomo

Alunos:

Alessandra Toesca Ribeiro, RA 17000912

Ianka Masirevic, RA 17001121

Larissa C. S. De Souza, RA 17000668

Luis Gustavo Berttolin, RA 17001108

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO/17

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	03
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	04
3 PROJETO INTERDISCIPLINAR.....	05
3.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE.....	05
3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	09
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA.....	12
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	14
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO	16
4 CONCLUSÃO.....	18
REFERÊNCIAS	19
ANEXOS.....	20

1 INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como finalidade analisar os processos dentro da empresa, por diversos ângulos, e integrar todas as unidades de estudos.

Analisar as relações externas da empresa na cidade onde ela se localiza, e na região de acordo com a unidade de estudo.

Na unidade de estudo Fundamentos de Administração iremos analisar as missões, visão e valores, descrevendo o direcionamento da empresa. Apresentar e comentar o organograma, e assim avaliar as vantagens e desvantagens da empresa e os seus respectivos cargos.

Fundamento de Economia irá descrever o mercado que a empresa atua e sua situação frente aos concorrentes principais.

Fundamentos de Contabilidade serão realizados uma análise final sobre a situação financeira da empresa, utilizando os valores encontrados.

Fundamentos de Direito, iremos analisar e comentar por que e em qual forma de tributação a empresa se encaixa.

2- DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Melissa é uma linha de calçados criada em 1979, pela empresa brasileira Grendene. O primeiro modelo, a Melissa Aranha, foi criado pelo empresário Pedro Grendene Bartelle, inspirado nas sandálias de tiras usadas pelos pescadores da Riviera Francesa. A Grendene usou a telenovela *Dancing Days* para promover o produto. A estratégia inicial foi bem sucedida, tornando a sandália de plástico nacionalmente conhecida. Nos anos seguintes, a empresa ampliou a linha de produtos.

O processo de internacionalização da marca começou em 1983. A empresa buscou parcerias criativas com designers de moda como o francês Jean Paul Gaultier, Thierry Mugler, Jacqueline Jacobson e Elisabeth De Seneville.

No início da década de 1990, a Grendene transferiu a produção do Rio Grande do Sul para o Nordeste. Um processo de revitalização foi iniciado em 1994, depois de anos sem novos modelos. A estratégia utilizada no lançamento foi adaptada, com a contratação de uma nova celebridade - desta vez a modelo alemã Claudia Schiffer - para desfilarem com exclusividade as novas Melissas.

Atualmente a marca da Melissa, que está extremamente consolidada no Brasil, trabalha fortemente nos mercados americanos e europeu, fortalecendo sua internacionalidade, exportada para mais de 80 países.

Todas as linhas de produto das marcas são feitas de Melflex, um material composto por PVC, e em sua composição sais minerais a base de cálcio-zinco, que não agride a saúde. Esse material termomodável flexível que existe, pois além de resistente, oferece muito mais conforto. Além disso, é facilmente reciclável contando com pouco gastos de energia na fabricação, mostrando o lado sustentável da marca.

3. PROJETO INTERDISCIPLINAR

3.1 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

3.1.1 Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício.

Para analisar melhor a situação da empresa Melissa, utilizamos o balanço patrimonial e a DRE. O balanço patrimonial e a dre são usados para averiguar e mostrar a situação financeira e econômica da empresa ao longo dos anos, pois mostra se durante os anos, a empresa tem lucro ou prejuízo com os gastos ou os lucros obtidos é representado através do ativo, passivo e o capital próprio da empresa.

3.1.2 Análise da Liquidez

A análise de liquidez da Melissa nos anos de 2014 e 2015 apresentou uns dos piores resultados para a empresa. Nos anos de 2014 e 2015, a análise de liquidez da empresa passou de 0,6 para 0,5 um redução de 1,2% um resultado ruim para a empresa, pois a empresa não cumpriria as obrigações necessárias. Em 2016, o índice de liquidez corrente da empresa melhorou, passou de 0,5 em 2015 para 0,9 em 2016 uma melhora significativa de 1,8% para a empresa, porém a empresa mesmo com essa melhora ainda não conseguiria quitar as suas obrigações pela falta de recursos. Para obter os resultados, utilizou a seguinte fórmula:

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

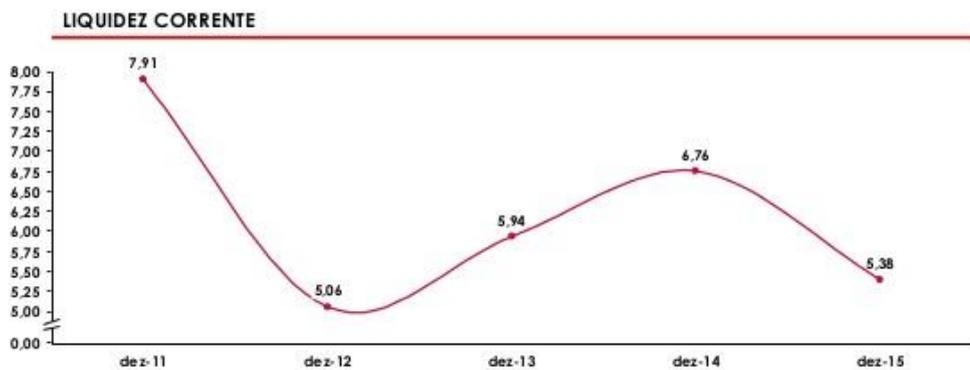
Resultado da Liquidez Corrente:

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

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

Se menor que 1: Não haveria disponibilidade suficientes para quitar as obrigação

Índices de liquidez do curto prazo, sendo a liquidez corrente a razão entre ativo e passivo circulante



Análise de liquidez	2016	2015	2014
Corrente	0,9	0,5	0,6
	Bom	Ruim-Péssimo	Ruim

3.1.3 Análise da Lucratividade

A análise de lucratividade da empresa Melissa nos anos de 2014 a 2015 teve uma diminuição. Em 2014, a lucratividade da empresa era de 47,81% e em 2015 a lucratividade da empresa era de 45,23% um declínio não tão significativo. Em 2016 a margem de lucro da empresa subiu de 45,23% para 48,72%. Podemos dizer que a empresa ao longo desse anos, a lucratividade manteve-se constante, pois podemos observar que os índices não sofreram pouca variação ao longo dos anos.

2016 - AV

Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	2.045.115	100,00
--	-----------	--------

Resultado Bruto	R\$ 996.527,00	95.03
-----------------	----------------	-------

2015 – AV

Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	2.202.796	100,00
Resultado Bruto	996.527	95,03

2014 – AV

Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	2.233.298	100
Resultado Bruto	-1.134.913	94,09

3.1.4 Análise da Rentabilidade

A análise de rentabilidade da empresa Melissa nos anos de 2014, 2015 e 2016 não sofreram variações significativas ao longo desse anos. O índice da taxa de retorno de investimento de 2014 foi de 18,09% 2015 caiu para 17,70% e em 2016 subiu para 19,5% mesmo com um crescimento em 2016 os resultado não foram satisfatório para a empresa.

Esse dados da empresa foram obtido a partir do cálculo do TRI através da seguinte fórmula:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$$

Vamos analisar agora a taxa de retorno sobre o patrimônio líquido. Em relação a taxa de retorno sobre o investimento os dados não foram satisfatórios para a empresa. Em 2014 o índice era de 20,84%. Já em 2015 o índice da taxa permaneceu constante com uma pequena diminuição, passando de 20,84% para 20,60%. No ano de 2016, o índice teve uma pequena elevação na taxa, ou seja de 20,60% em 2015 passou para 21,7% um elevação de 1,05% Esse resultados foram obtido a partir da seguinte fórmula

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

3.1.5 Conclusão sobre a Análise Financeira

Diante das análises de lucratividade, liquidez e rentabilidade, podemos observar que a empresa melissa, apesar dos poucos declínios nas taxas nos anos de 2014, 2015 e 2016 a empresa mantém um bom resultado para continuar no mercado, fazer grande investimento, pois os resultados são satisfatórios para as ações e o crescimento da empresa, apesar das poucas quedas que teve ao longo dos anos.

3.2 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.2.1 Sua Visão, Missão e Valores.

A empresa atua fortemente através de licenciamentos de celebridades e personagens do universo infanto-juvenil, no qual é o forte da submarca Melissa; Em toda campanha são lançados diversos modelos que foram personalizados por estilistas famosos, ou até mesmo internacionais. O grande forte também é utilizar personagens do momento e trazê-los para os modelos, como por exemplo: Mulher Maravilha, Minie, Alice No País Das Maravilhas, entre outros.

Os diferenciais competitivos são fundamentados na missão, visão e valores que norteiam a Grendene.

A Missão é fazer moda democrática, respondendo rapidamente as necessidades do mercado e gerando retorno atrativo para a empresa e seus parceiros.

A Visão é ser a empresa mais rentável do mundo entre as organizações líderes do setor.

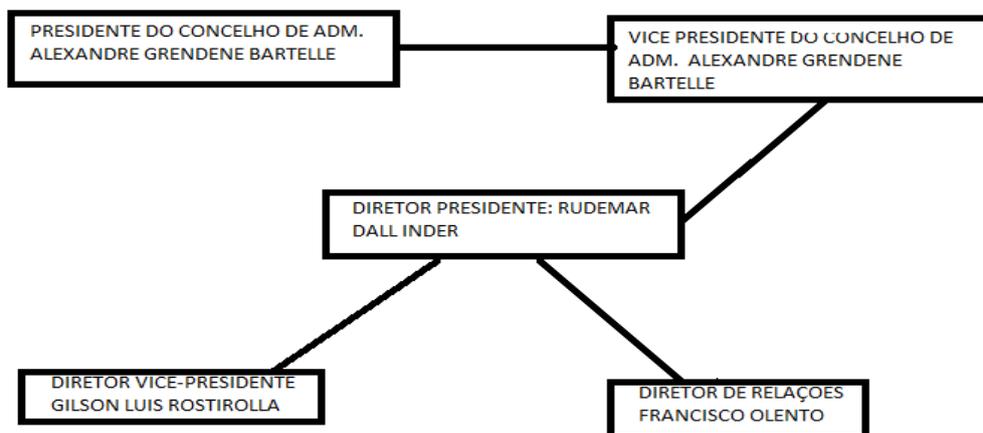
Os Valores são: Lucro, Competitividade, Ética, Inovação e Agilidade.

3.2.2 Apresentar o organograma da empresa ou de parte da mesma

Devido à diversa departamentalização não tem estrutura que comporte em um único desenho. Em cada organograma há o de desenho do cargo mais básico com a linha de oportunidade orientando quais as possibilidades de crescimento dentro da empresa, existe possibilidades de migração para outros departamentos, com possibilidades de diferentes atuações e faixa salarial. A estrutura dos cargos é dividida em três, no estratégico estão as funções como coordenação e especialistas; já no tático envolvem os profissionais com cargos de supervisão, analistas, líderes e técnicos de saúde, manutenção e segurança. Já no nível operacional contempla cargos como assistentes, auxiliares e alguns cargos técnicos básicos operacionais, porém ainda temos o nível de ajudantes em que está a maior parte da mão de obra, mesmo neste nível nem todos possuem a mesma nomenclatura, pois dependendo da função ao setor assumem nomenclaturas diferenciadas, também dão oportunidade ao programa Jovem Aprendiz.

Como não foi encontrado um organograma, de acordo com pesquisas, criei um organograma da diretoria da empresa.

Figura 1 : Organograma básico da Diretoria da empresa:



3.2.3 Classificar sua estrutura ressaltando suas vantagens/desvantagens

A empresa realiza com excelência a responsabilidade de controle, estabelece metas com constante revisão, realiza a gestão de indicadores; que visam realizar melhor controle e acompanhamento das metas e crescimento da empresa. eles “conversam” entre si, são distribuídos entre fabricas, processos, turnos e gestão, correspondendo cada um pelo que está dentro de seu ciclo de poder e de maneira mais efetiva conseguem identificar precisamente onde precisam melhorar. Estão divididos em dimensões como: custos, pessoas, qualidade e produtividade. Dessa maneira, ajuda principalmete os diretores a estarem por dentro do que esta acontecendo em todos os setores da empresa, ajuda a “comandar” melhor, pois não tem como o presidente saber totalmente o que esta ocorrendo em todos os setores existentes na empresa, esse sistema de indicadores tem um papel fundamental.

3.2.4 Fazer uma descrição dos principais cargos e tarefas

Na empresa, existem diversos cargos, desde o Presidente até o porteiro, a empresa dá total importancia á todos os setores e funcionarios que nela estão empregados. Os principais cargos são ocupados por:

4.1 Presidente do conselho de administração, Alexandre Grendene Bartelle; é o fundador da empresa, organiza e gerencia os demais departamentos da empresa, junto com os demais diretores.

4.2 Vice presidente do conselho de administração, Pedro Grendene Bartelle; irmão do Alexandre, é cargo de confiança do presidente, ajuda nas tomadas de decisões e gerenciamento da empresa.

4.3 Diretor presidente, Rudemar Dall Inder; elabora e executa planos estratégicos e operacionais, em todas as áreas da empresa, visando o desenvolvimento, crescimento e continuidade.

4.4 Diretor vice presidente, Gilson Luis Rosturolla; identifica oportunidades, avalia a viabilidade e faz recomendações sobre novos investimentos e desenvolvimentos de negócios, visando garantir um retorno.

4.5 Diretor de relações, Francisco Olento; conduz processos de mudança na cultura da organização, visando conquistar o engajamento de todos seus integrantes e garantir a consolidação de uma cultura organizacional orientada para a contínua busca da qualidade e de altos padrões de desempenho individual e coletivo.

Alem desses cargos, que são os de total importancia dentro da empresa, gostaria de destacar alguns cargos presentes na empresa: auxiliar de produção, líder tecnico, supervisor, analista, designer, projetista, analista de recursos humanos, desenhista projetista, inspetor de qualidade, tecnico de produção, torneiro mecânico, designer gráfico, colador de calçados, promotoria de vendas, entre muitos outros.

3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.3.1 O Mercado

O Brasil é o 3º maior produtor mundial de calçados possuindo baixa barreira de entrada com cerca de 7700 empresas implantadas no país. Possui uma intensiva mão de obra empregando aproximadamente 283 mil pessoas. A Melissa é uma submarca brasileira que foi introduzida no mercado de calçados e acessórios de plástico através da multinacional Grendene em 1979, na cidade de Farroupilha, no Rio Grande do Sul e por suas características é considerada um monopólio. Ela se nacionalizou após a criação do seu primeiro modelo e pioneirismo no merchandising de TV, através da telenovela Dancing Days. A marca-mãe Grendene se caracteriza por ser menos intensiva em mão de obra, mais intensiva em capital e marketing e também uma maior barreira. Ela está inserida no modelo fast fashion, onde em cada trimestre é lançada novas coleções o que impulsiona ainda mais seu alto giro de vendas.

3.3.2 Qual a situação da empresa

Atualmente a Melissa está extremamente consolidada no Brasil, dominando o mercado de calçados de plástico. Ela aposta em suas criações como acessórios de moda e não só calçados de plástico. A Melissa sempre teve força em seu segmento, mas após um reposicionamento e a aposta em valores mais altos, ganhou ainda mais força ampliando seus mercados e se internacionalizando, estando presente em mais de 80 países. Hoje no mercado de calçado não existe nenhum produto a nível nacional com as mesmas características que a Melissa desenvolve, assim não possuindo concorrentes diretos. Contudo, a nível internacional existe concorrência, porém é bastante reduzida.

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

Há vários anos a Melissa adota práticas para garantir a sustentabilidade das suas fábricas. Seus produtos são fabricados com tecnologia própria e com materiais 100% recicláveis que não necessitam de adição de produtos químicos para o processo. São periodicamente submetidos a testes laboratoriais de controle. Os resultados podem ser



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

compartilhados quando solicitado por seus clientes. A marca busca um menor consumo de energia por par produzido e por carbono equivalente emitido anualmente. Está sempre atenta nos controles ambientais e possui licenças e certificados do IBAMA. O foco da marca-mãe (Grendene) é a redução de desperdícios no contexto baseado em reduzir, reutilizar e reciclar. Eles acreditam que essas ações desenvolvidas geram não apenas redução de custos e riscos operacionais como também um menor impacto ambiental. A Melissa se distingue pelo seu cheiro inconfundível que caracteriza seus produtos e pelo trabalho inovador com o plástico. As criações são consideradas acessórios de moda, que envolvem os melhores artistas, arquitetos, designers e estilistas em plástico.

3.3.4 – Como o futuro pode ser dislumbrado?

Projeção DRE	Ano	Ano2	Ano3	Ano4
	2016	2017	2018	2019
Receita de vendas bens e serviços	R\$ 2.045.115,00	R\$ 2.208.724,20	R\$ 2.385.421,00	R\$ 2.504.692,00
Custo dos e serviços vendidos	R\$ 1.048.588,00	R\$ 1.048.588,00	R\$ 1.048.588,00	R\$ 1.048.588,00
Resultado Bruto	R\$ 996.527,00	R\$ 1.160.136,00	R\$ 1.336.833,00	R\$ 1.456.104,00
despesas operacionais	R\$ 596.933,00	R\$ 608.871,00	R\$ 621.048,00	R\$ 633.468,00
despesas financeiras	R\$ 128.180,00	R\$ 128.180,00	R\$ 128.180,00	R\$ 128.180,00
Resultado Antes dos tributos sobre o lucro	R\$ 668.112,00	R\$ 868.555,00	R\$ 1.129.121,00	R\$ 1.467.857,00
O crescimento do lucro da empresa Melissa ao longo dos anos de 2017 , 2018 , 2019 foi de 30%				

3.4.1 Conceito de Finanças

O conceito se refere às posses, aos bens e aos cofres do Estado (tesouro nacional). Na linguagem do dia-a-dia, conhece-se como finanças o estudo da circulação do dinheiro entre os particulares, as empresas ou os vários Estados. Posto isto, as finanças surgem com um ramo da economia que se dedica a avaliar como são obtidos e geridos os fundos. Noutros termos, as finanças tratam da gestão do dinheiro.

3.4.2 Valor Presente Líquido

Consiste na comparação de todas as entradas e saídas de dinheiro de fluxo de caixa, projeto de investimento e somá-los ao valor do investimento inicial, usando como taxa de desconto a taxa mínima de atratividade (TMA) da empresa ou projeto. O VPL pode ser calculado pela fórmula:

Descapitalização: $VPL = \frac{VF}{(1+taxa)^n}$

Capitalização: $VF = VP (1+taxa)^n$

$VPL > 0$: O valor financeiro do ativo do investidor aumentará, ou seja, o investimento será atrativo em termos financeiros.

$VPL = 0$: O valor financeiro do ativo não mudará.

$VPL < 0$: O valor financeiro do ativo do investidor será reduzido, ou seja, o investimento não será atrativo em termos financeiros.

	2016	2017	2018
LUCRO	996.527	927.001	803.650

(2016) 1ºano $996.527,00 = R\$ 927.001,86$

1,075

(2017) 2ºano $996.527 = R\$886.545,00$

1,15

(2018) 3ºano $996.527,00 = R\$ 803.650,00$

1,24

3.4.3 Taxa Selic

É a partir da Selic que os bancos definem a remuneração de algumas aplicações financeiras feitas pelos clientes. A Selic também é usada como referência de juros para empréstimos e financiamentos. Vale ressaltar que a Taxa Selic não é a utilizada para empréstimos e financiamentos na ponta final (pessoas físicas e empresas).

Os bancos tomam dinheiro emprestado pela Taxa Selic, porém ao emprestar para seus clientes a taxa de juros bancários é muito maior. Isto ocorre, pois os bancos embutem seu lucro, custos operacionais e riscos de não obter de volta o valor emprestado.

3.4.4 Conclusão

Diante dos resultados pela VPL, percebemos que a empresa Melissa nos próximos anos será favorável para investimento. Pois estes investimentos feitos pela empresa durante os anos seguintes vão trazer resultados significativos para seu desenvolvimento, crescimento e evolução da empresa no mercado.

3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.5.1 – Tipos de empresa

2.1 SOCIEDADE LIMITADA

Dentro dos parâmetros que compõe os tipos de sociedade, em geral, destacamos a sociedade limitada, que é aquela cujo capital se divide em quotas sendo a responsabilidade dos sócios limitada ao montante do capital social, no qual as partes ajustam interesses recíprocos.

2.2 SOCIEDADE ANÔNIMA

A seguir, destacamos a sociedade anônima, cuja característica se dá pela sociedade empresária com o capital social. Este é dividido em ações, na qual entram os sócios (acionistas). A sociedade anônima é sempre empresária independentemente de seu objeto social. Encontra-se sujeita á falência podendo requerer a recuperação judicial. É uma sociedade de capitais e não de pessoas pouco importando quem dela faz parte.

3.5.2 – Formas de tributação

Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda de cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada.

O lucro real é a regra geral para a apuração do Imposto de renda (IRPJ) e da contribuição social sobre o Lucro líquido (CSLL) da pessoa jurídica.

O lucro presumido é uma forma de tributação simplificada para a determinação da base de cálculos do Imposto de Renda, e da contribuição social sobre o Lucro líquido das pessoas jurídicas. A sistemática é utilizada para presumir o lucro da pessoa jurídica e a partir da sua receita bruta e outras sujeitas a tributação.

O simples nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobranças, e fiscalização de tributos aplicável as Microempresa e Empresas de Pequeno Portes.

3.5.3 – Análise sobre a empresa escolhida

A Sub Marca Melissa (Grendene SA) é uma sociedade anônima de capital aberto, pois ela desenvolve, fabrica, distribui e comercializa calçados para diversas situações de uso e para todas as classes sociais, atuando nos segmentos masculino, feminino e infantil.

A empresa, opta pela sistemática do Lucro Real para apuração do Imposto de Renda (IRPJ), ou seja recebe pedidos de seus representantes comerciais e posteriormente aplicam um determinado valor de acordo com suas características.

4. CONCLUSÃO

O objetivo desta pesquisa foi coletar as informações relevantes de uma respectiva empresa. E através dos dados obtidos na pesquisa, analisar seus resultados e demonstrações. Analisando a sub-marca brasileira Melissa, concluímos que ela está extremamente consolidada no país e atua fortemente nos mercados europeu e americano o que fortaleceu ainda mais sua internacionalização.

Foi possível notar que a marca possui grande preocupação com sua imagem diante do público e toma atitudes para que seja ainda mais popular. A própria Grendene diz que, em 1988, a marca “[...] comprova seu sucesso e esta presente nos pés das meninas mais descoladas. As principais revistas de moda elegem a sandália como o hit do ano para todas as adolescentes ligadas em moda”. (SILVA, 2009).

Com o impulso das ferramentas de marketing e publicidade, a Melissa foi se despontando ainda mais no mercado e se tornando cada vez mais popular entre as atrizes, cantoras e outras estrelas. Seu reposicionamento se deu conta por essas relevâncias e através dessas ações que ela obteve os resultados mais positivos de sua história.

Perante a tanto sucesso, a Melissa não deixa de investir em parcerias renomadas com designers famosos, o que possibilita ainda mais as criações de modelos originais que se tornam o desejo dos consumidores. Outro fator que caracteriza a marca é seu cheirinho de chiclete, que se tornou inconfundível.

Concluímos que a Melissa pode ser considerada uma lovable, pois ela é reconhecida por todo o público brasileiro e estrangeiro. A própria marca-mãe Grendene concorda quando Silva (2010) diz que “ podemos sim reconhecer a Melissa como uma lovable, sem dúvidas temos uma infinidade de apaixonadas pela marca. Alias,este é um sentimento que queremos despertar nas mulheres, meninas e crianças (agora com a mini Melissa), o amor, a paixão pela marca Melissa”.

5. REFERÊNCIAS

<http://ri.grendene.com.br/>

<https://www.grendene.com.br/>

<https://www.lovedmonds.com.br/trabalhar-na-grendene/salarios>

http://www.promerito.com.br/consultoria/diretor_geral.php

<http://ri.grendene.com.br/PT/A-Empresa/Perfil>

http://www.jurisite.com.br/wordpress/wpcontent/uploads/2017/03/direito_empresarial.pdf

http://www.portaltributario.com.br/guia/lucro_presumido.html

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/documentos/pagina.aspx?id=3>

ANEXOS

