



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTEGRADO**

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

**LOJAS AMERICANAS**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2019

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**PROJETO INTEGRADO**

PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO  
RESULTADO DO EXERCÍCIO

**LOJAS AMERICANAS**

Módulo 01 - FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Rodrigo Simão da Costa

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Economia – Prof. José Marcos do Prado

Fundamentos de Finanças – Profa. Renata E. de Alencar Marcondes

Fundamentos de Direito – Prof. João Fernando Alves Palomo

Estudantes:

Gustavo Nunes Toledo das Neves, RA 19001448

Jaqueline Valim de Oliveira, RA 19000793

Jessé Domingos Custodio, RA 19001081

João Victor Silva Stivanin, RA 19000948

Tayna Brena Gomes de Souza, RA 19001403

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2019

# **UNifeob**

CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

## **SUMÁRIO**

1 INTRODUÇÃO .....	4
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA .....	5
3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO .....	6
3.1.1 SUA VISÃO, MISSÃO E VALORES .....	6
3.1.2 CONCORRENTES E CLIENTES .....	7
3.1.3 APRESENTAR O ORGANOGRAMA DA EMPRESA OU DE PARTE DA MESMA .....	9
3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE .....	11
3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO. ....	11
3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA .....	20
3.3.1 O MERCADO .....	20
3.3.2 QUAL A SITUAÇÃO DA EMPRESA? .....	21
3.3.3 QUAIS AS INFORMAÇÕES RELEVANTES DO SETOR QUE EXERCEM INFLUÊNCIA NO NEGÓCIO DA EMPRESA? .....	22
3.3.4 COMO O FUTURO PODE SER VISLUMBRADO? .....	23
3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS .....	24
3.4.1 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL) .....	24
3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO .....	26
3.5.1 TIPO DA EMPRESA .....	26
3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO .....	26
REFERÊNCIAS .....	30
ANEXOS.....	33

## **1 INTRODUÇÃO**

O trabalho tem como objetivo demonstrar o posicionamento econômico da empresa Lojas americanas, juntamente com seu parecer social e econômico.

Na unidade de estudos Fundamentos de Administração foi designado que fosse realizado uma pesquisa com relevância na visão, missão e valores da empresa escolhida. Seus concorrentes e clientes e seu organograma com os cargos encontrados dentro da empresa.

Na unidade de estudos Fundamentos de Economia será mencionado o mercado de atuação da empresa escolhida, sua situação perante os outros concorrentes, quais as informações relevantes do setor que exercem influência sobre ela e seu futuro vislumbrado, explicando o porquê das determinadas porcentagens para os próximos anos.

Na unidade de estudos Fundamentos de Contabilidade evidenciaremos a importância do balanço patrimonial, sua relação com a demonstração de resultado e como juntas proporcionam uma análise completa da situação atual da organização, tratando-se da rentabilidade e Liquidez da mesma.

Na unidade de estudos Fundamentos de Finanças realiza com base na projeção as maneiras de transformar os valores futuros em valores presentes e também como acrescentar os juros em cima dos valores a serem pagos.

Na unidade de Fundamentos de Direito será apresentado em qual tipo de sociedade a Empresa está inserida, qual tributação ela deve prestar suas obrigações enquanto empresa.

## **2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

As Lojas Americanas S.A é uma empresa brasileira, inscrita no C.N.P.J de número 33.014.556/001-96, fundada em 1929 na cidade de Niterói (Rio de Janeiro) pelo austríaco Max Landesmann e pelos norte-americanos John Lee, Glen Matson, James Marshall e Batson Borger.

A companhia conta com mais de 1.320 lojas com presença em todo o território nacional e com 4 centros de distribuição, em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Uberlândia. É controlada por três empresários: Jorge Paulo Lemann, Marcel Herrmann Telles e Carlos Alberto Sicupira, o mesmo trio que comandava a Inbev (antiga Ambev).

A rede comercializa mais de 60.000 itens de 2.000 fornecedores diferentes, o que faz com que ela detenha uma grande participação do comércio brasileiro de brinquedos, lingerie, CDs e DVDs, jogos, higiene e beleza e utilidades domésticas.

A empresa mantém sua responsabilidade diante dos projetos culturais e sociais, pautados no esporte, na educação profissionalizante e na disseminação da cultura brasileira, sempre respeitando a diversidade regional. Realizando alguns projetos como: Projeto Dupla Escola, Livros nas Praças, Galpão Aplauso, Educação ambiental voltada para boas práticas em gestão de resíduos sólidos.

Vale ressaltar que as Lojas Americanas, impulsionada pela preocupação com a escassez de chuva e pelas crises hídrica e energética que o país enfrentou em 2015, lançou a campanha Consumo Consciente, com o objetivo de promover a conscientização dos consumidores sobre o uso responsável de água e energia.

Além disso, investe na educação, iniciou uma parceria com a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), organização brasileira não governamental que atua há mais de dez anos na região amazônica, para promover o desenvolvimento sustentável, a conservação ambiental e a melhoria da qualidade de vida através de educação complementar e novas oportunidades de geração de renda, respeitando a cultura local e o meio ambiente.

## **3 PROJETO INTEGRADO**

### **3.1 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO**

#### **3.1.1 SUA VISÃO, MISSÃO E VALORES**

Dados retirados do site da empresa “Perfil Lojas Americanas”

**Missão:**

"Realizar os sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando as suas expectativas".

**Visão:**

“Ser a melhor empresa de varejo do Brasil.”

- Pelos Clientes, sermos considerados como a melhor opção de compras;
- Pelos Acionistas/Investidores, sermos considerados como o melhor retorno no segmento;
- Pelos Associados, sermos considerados como a melhor opção de desenvolvimento profissional;
- Pelos Fornecedores, sermos considerados como o melhor canal de distribuição;
- Pela Sociedade, sermos considerados uma empresa social e ecologicamente responsável.

**Valores:**

- Ter as melhores pessoas;
- Ser um bom "Dono do Negócio";
- Buscar excelência na operação;
- Ter foco no cliente;
- Delta – Fazer mais e melhor a cada dia;
- Ser obcecado por resultados.

### **Estratégias de Marketing e Varejo**

- Tornar o ambiente das lojas o mais agradável possível, como fazer pinturas de movimentos artísticos em alguns ambientes das lojas, ao longo do dia deixar músicas atuais tocando nas lojas.
- Fornecer ao cliente um atendimento mais ágil e diferenciado, fazendo com que os mesmos vão embora mais rápidos e satisfeitos.
- Colocar os produtos de maior demanda expostos no fundo da loja, fazendo assim os clientes passarem por todos os outros produtos disponíveis chamando a atenção deles.
- Comunicar as ações de marketing da empresa de forma transparente, ética e verdadeira, respeitando a individualidade e a diversidade das pessoas.

#### **3.1.2 CONCORRENTES E CLIENTES**

O mercado de varejo é altamente competitivo, além disso, a Companhia compete por capital, clientes, empregados, produtos, serviços, entre outros aspectos importantes do negócio. Dentre esses concorrentes, estão grandes varejistas, hipermercados, próprios fornecedores, companhias internacionais, além de outras formas de comércio de produtos de varejo.

Os principais concorrentes da Companhia são outros grandes varejistas, onde oferecem uma ampla variedade de produtos de varejo, publicidade, recompensas e incentivos à compra, atendimento ao consumidor, localização, reputação e disponibilidade de crédito, tendo como exemplo as Casas Bahias, Ponto Frio, Magazine Luiza e Lojas Renner.

Os hipermercados também se tornam grandes concorrentes, os quais oferecem uma ampla variedade de produtos de varejo juntamente com as mercadorias tradicionalmente disponíveis em supermercados. Além disso, sua localização próxima a áreas de intenso movimento de pedestres e alto tráfego de veículos faz com seu número



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

de clientes aumente de forma contínua, havendo como exemplo o Carrefour, Wal-Mart, Pão de Açúcar e Extra.

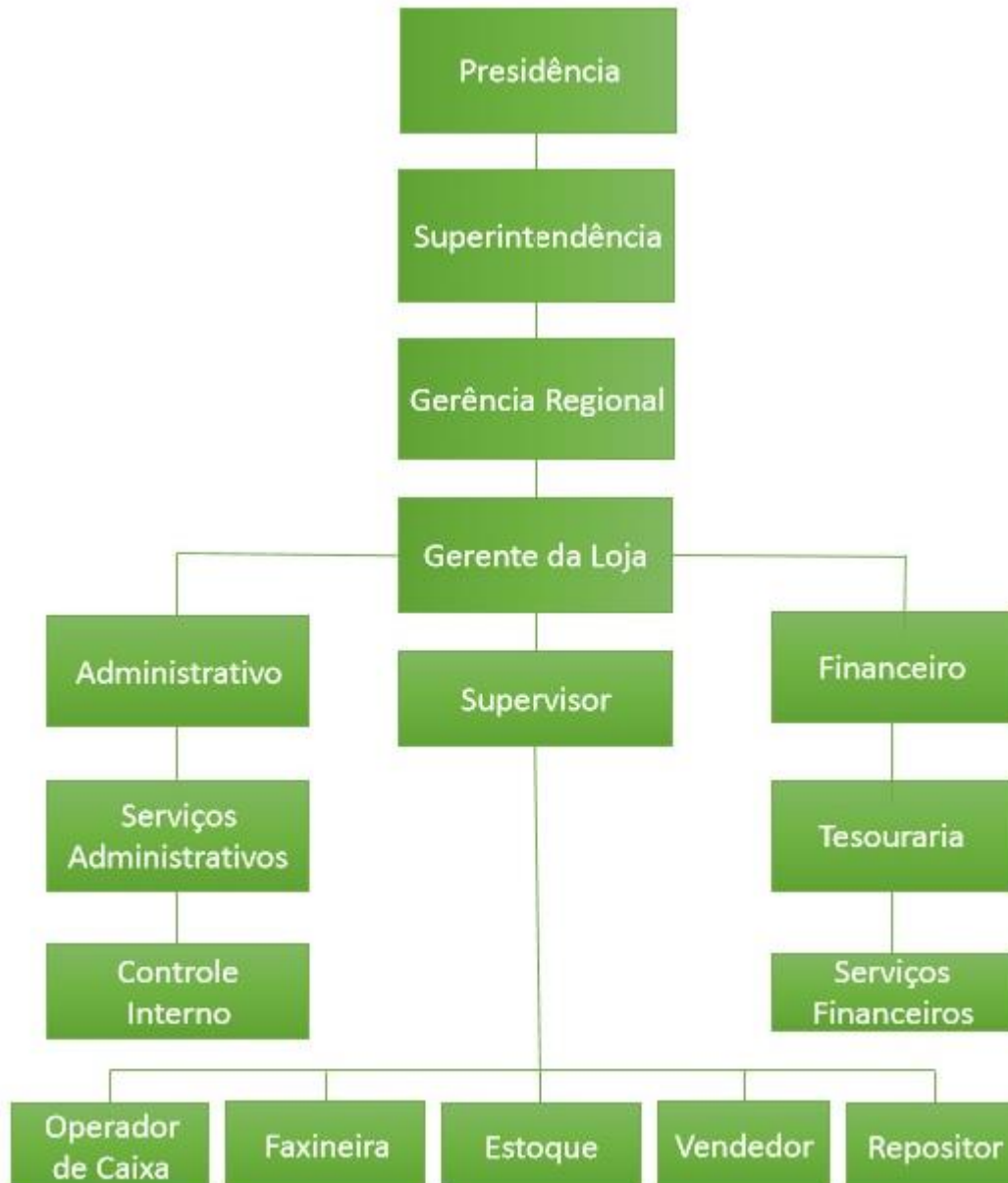
Do mesmo modo há uma concorrência pelos próprios fornecedores, onde ainda que de maneira limitada ocorre a venda das mercadorias, sendo fornecidas diretamente aos consumidores, com menor preço e mais rapidez nas entregas por conta do seu estoque imediato.

Com tudo, sua grande variação de produtos com marcas reconhecidas de baixo preço faz com que os clientes aumente de forma contínua, além das promoções que são realizadas pela companhia, o que explica os resultados de uma pesquisa realizada com mil consumidores até 18 anos de classe A, B e C, onde afirma que 26% deles lembram das Lojas Americanas quando se fala em “Black Friday”, demonstrando assim que os clientes vão até a loja em busca de um melhor preço e de promoções.

Sendo assim, o seu público alvo os consumidores mais sensíveis a preços, ou seja, os clientes de classe B e C, no qual representa mais de 43 milhões de pessoas no Brasil atualmente. Atendendo homens e mulheres entre 22 a 38 anos, principalmente um público feminino, maduro e com uma renda menor.

Além disso, seus clientes buscam por mercadorias de qualidade, em que na maior parte das vezes são produtos de higiene, beleza, brinquedos, cama, mesa, banho e alimentação, além de prezarem por um processo de compra simples, atendimento ágil e serviços financeiros, nos quais reforçam o vínculo entre a companhia e os clientes.

**3.1.3 APRESENTAR O ORGANOGRAMA DA EMPRESA OU DE PARTE DA MESMA**



O organograma empresarial pode ser apresentado de diversas maneiras, sendo o modelo vertical um dos mais populares. Neste caso, cada órgão da instituição é representado com os respectivos responsáveis pelos setores, organizados de forma hierárquica, sendo os postos mais altos localizados no topo da estrutura, seguidos por seus respectivos subordinados.

Uma das grandes vantagens deste organograma é a clareza com que apresenta a estrutura organizacional. Qualquer pessoa que visualize o organograma no mural da empresa automaticamente compreende quem são os principais líderes da organização, quem se reporta diretamente a eles e assim sucessivamente até os níveis mais baixos da hierarquia da empresa.

Esta clareza também traz outros benefícios para a organização. Com responsabilidades melhor definidas, cada colaborador sabe exatamente qual o seu papel. A centralização da gestão agiliza processos, economizando tempo, e de forma geral, a comunicação interna flui melhor neste modelo de hierarquia.

Entretanto, por ser uma representação fixa, o organograma vertical não acompanha ambientes corporativos que estão em constante mudança e transformação e nesse caso a comunicação e tomada de decisões são lentas entre os cargos, além de ser difícil sua mudança.

Além disso, ele pode gerar competitividade negativa entre os funcionários e departamentos, o que pode resultar em conflitos e piorar o ambiente de trabalho. Com isso, os líderes podem acabar ocupados com resolução de conflitos dentro da empresa, tirando o foco de suas outras funções.

## 3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

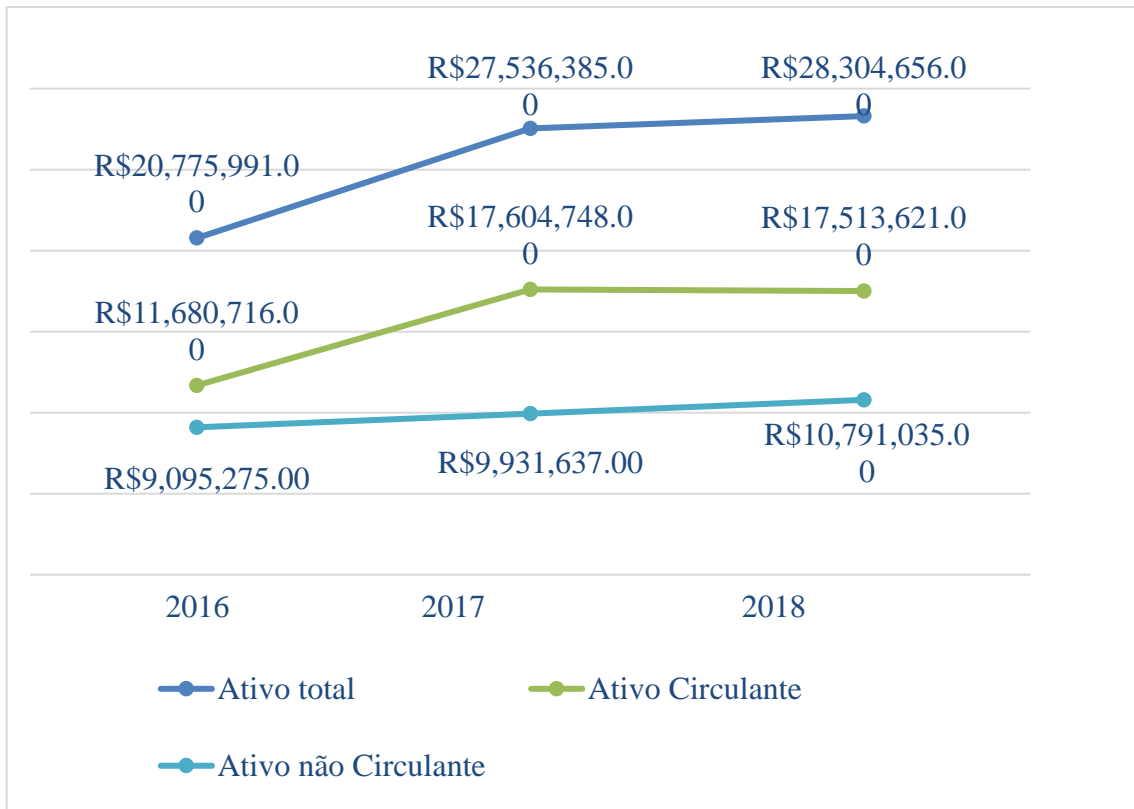
### 3.2.1 BALANÇO PATRIMONIAL E DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO.

O Balanço Patrimonial é a demonstração contábil destinada a evidenciar tudo que a empresa deve receber e pagar, mostrando assim a sua real situação financeira e econômica. O balanço Patrimonial da Lojas Americanas nos mostra que no ano de 2017 houve um aumento no Ativo Circulante, e no ano de 2018 uma pequena redução, já no Ativo Não Circulante houve uma redução no ano de 2017 e um aumento no ano de 2018. O Passivo Circulante teve uma queda durante os 3 anos analisados, o Passivo não Circulante teve uma redução no ano de 2017 mas no ano de 2018 aumentou, e o Patrimônio Líquido está aumentando de ano em ano, como podemos observar na tabela abaixo:

Balanço Patrimonial	2016	%	2017	%	2018	%
Ativo Circulante	11.680.716,00	56,22	17.604.748,00	63,93	17.513.621,00	61,88
Ativo Não Circulante	9.095.275,00	43,78	9.931.637,00	36,07	10.791.035,00	38,12
<b>Total Ativo</b>	<b>20.775.991,00</b>	<b>100</b>	<b>27.536.385,00</b>	<b>100</b>	<b>28.304.656,00</b>	<b>100</b>
Passivo Circulante	7.472.811,00	35,96	9.655.087,00	35,06	8.402.748,00	29,69
Passivo Não Circulante	10.148.048,00	48,85	11.775.037,00	42,76	13.615.783,00	48,1
Patrimônio Líquido	3.155.132,00	15,19	6.106.261,00	22,18	6.286.125,00	22,21
<b>Total Passivo</b>	<b>20.775.991,00</b>	<b>100</b>	<b>27.536.385,00</b>	<b>100</b>	<b>28.304.656,00</b>	<b>100</b>

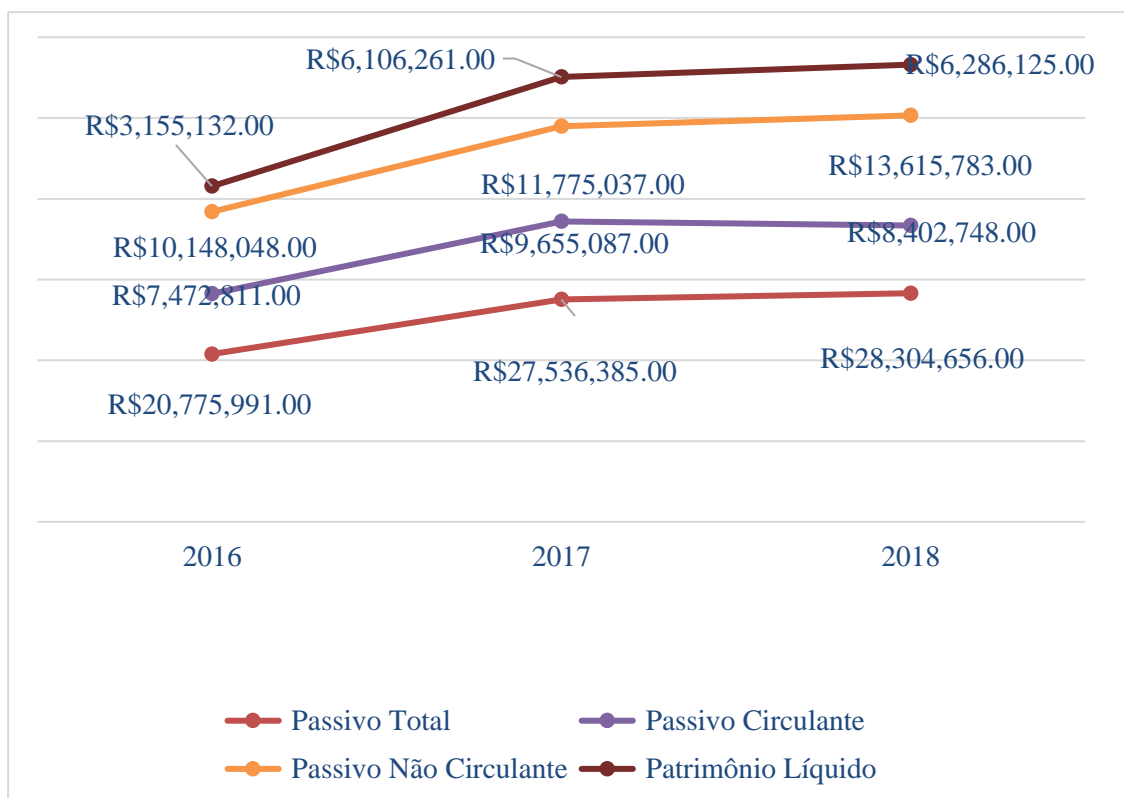
*Todos os valores estão em R\$MIL*

Pode-se também retirar do Balanço Patrimonial uma análise horizontal, onde é possível ver se as contas cresceram ou diminuíram ao longo dos anos. Como pode se notar nos gráficos abaixo:



De acordo com o gráfico acima podemos concluir que:

Ano	2016-2017	2017-2018
Ativo Total	Aumentou 32,54%	Aumentou 2,79%
Ativo Circulante	Aumentou 50,72%	Diminuiu 0,52%
Ativo não Circulante	Aumentou 9,20%	Aumentou 8,65%



De acordo com o gráfico acima podemos concluir que:

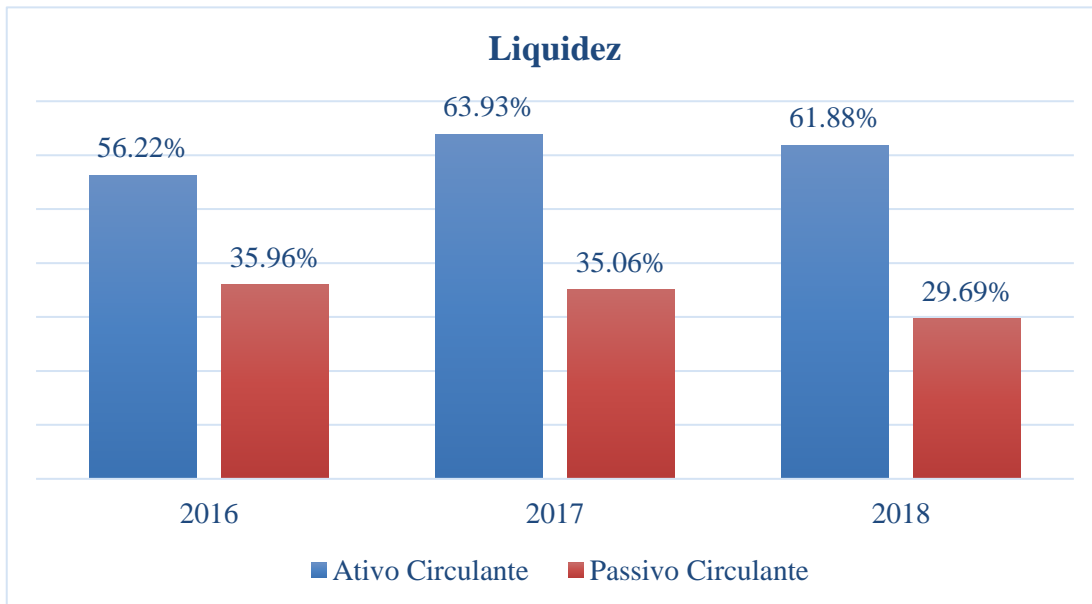
Ano	2016-2017	2017-2018
Passivo Total	Aumentou 32,54%	Aumentou 2,79%
Passivo Circulante	Aumentou 29,20%	Diminuiu 12,79%
Passivo não Circulante	Aumentou 16,30%	Aumentou 15,63%
Patrimônio Líquido	Aumentou 95,53%	Aumentou 2,95%

Demonstração do Resultado do Exercício nos demonstra a composição do resultado líquido em um exercício ou determinado período da empresa, relatando de forma resumida se a empresa obteve lucro ou prejuízo. As Lojas Americanas decorreu com uma queda no CMV no ano de 2017 de (13,53%) e decorrendo com um aumento de (19,41%) no ano de 2018, as Despesas Operacionais também aumentou, de 2016 a 2018 aumentou (17,78%) e o Lucro Líquido teve um grande aumento de 2016 para 2017 aumentou (191,91%) e de 2017 para 2018 aumentou (180,07%). Como podemos ver na tabela abaixo. Todos os valores da tabela estão em R\$ MIL.

DRE	2016	%	H	2017	%	H	2018	%	H
Receita Líquida	18.103.512,00	100	100	16.345.589,00	100	90,29%	17.689.862,00	100	108,22%
CMV	12.703.942,00	70,17%	100	10.984.530,00	67,20%	86,47%	11.630.229,00	65,75%	105,88%
Resultado Bruto	5.399.570,00	29,83%	100	5.361.059,00	32,80%	99,29%	6.059.633,00	34,25%	113,03%
Despesas Operacionais	3.361.352,00	18,57%	100	3.685.309,00	22,55%	109,64%	4.340.588,00	24,54%	117,78%
Resultado Financeiro	2.153.690,00	11,90%	100	1.639.667,00	10,03%	76,13%	1.413.517,00	7,99%	86,21%
IR e Contribuição Social Sobre o Lucro	143.300,00	0,79%	100	45.151,00	0,28%	31,51%	78.018,00	0,40%	57,87%
Lucro Líquido	27.828,00	0,15%	100	81.234,00	0,50%	191,91%	227.510,00	1,29%	180,07%

### 3.2.2 ANÁLISE DA LIQUIDEZ E ENDIVIDAMENTO

Analisando a Liquidez dos anos 2016, 2017 e 2018 da empresa Lojas Americanas averiguamos que houve um aumento no seu Ativo Circulante, então a disponibilidade da empresa também está aumentando, como podemos observar no gráfico abaixo seu Ativo Circulante é maior do que o Passivo Circulante.



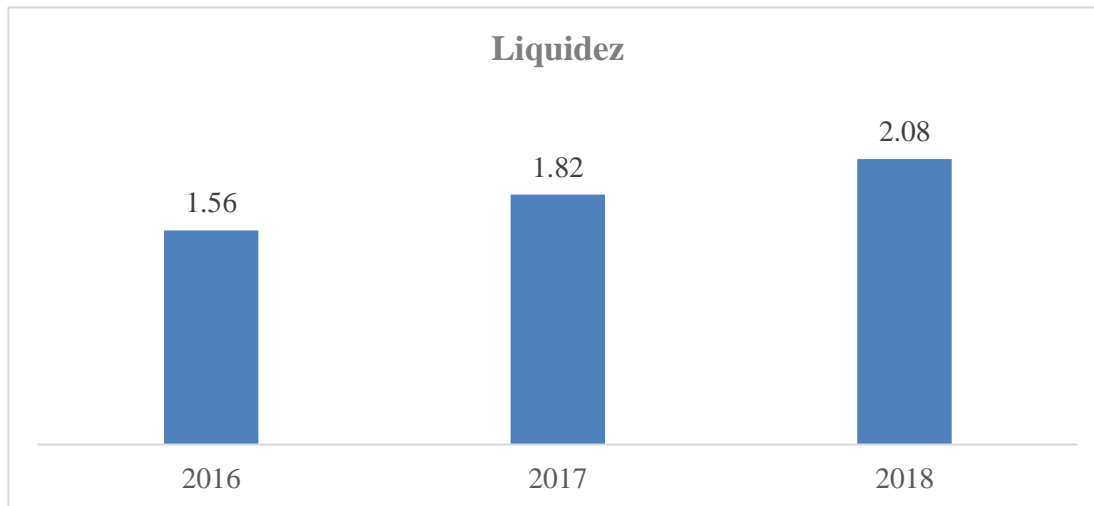
Também podemos observar a Liquidez da empresa de outra forma, ou seja, a Liquidez Geral, a condição financeira da empresa a longo prazo. No ano de 2016 a Loja Americanas para cada R\$1,00 de dívida, tem 1,56 e sobrando-lhe 0,56 de lucro, no ano de 2017 para cada R\$1,00 de dívida, a empresa tem 1,82 e sobra 0,82 de lucro e no ano de 2018 para cada R\$1,00 de dívida, a empresa tem 2,08 e sobra 1,08 de lucro. Pode-se observar como fizemos essa Análise:

$$2016 = AC/PC = 11680716 / 7472811 = 1,56$$

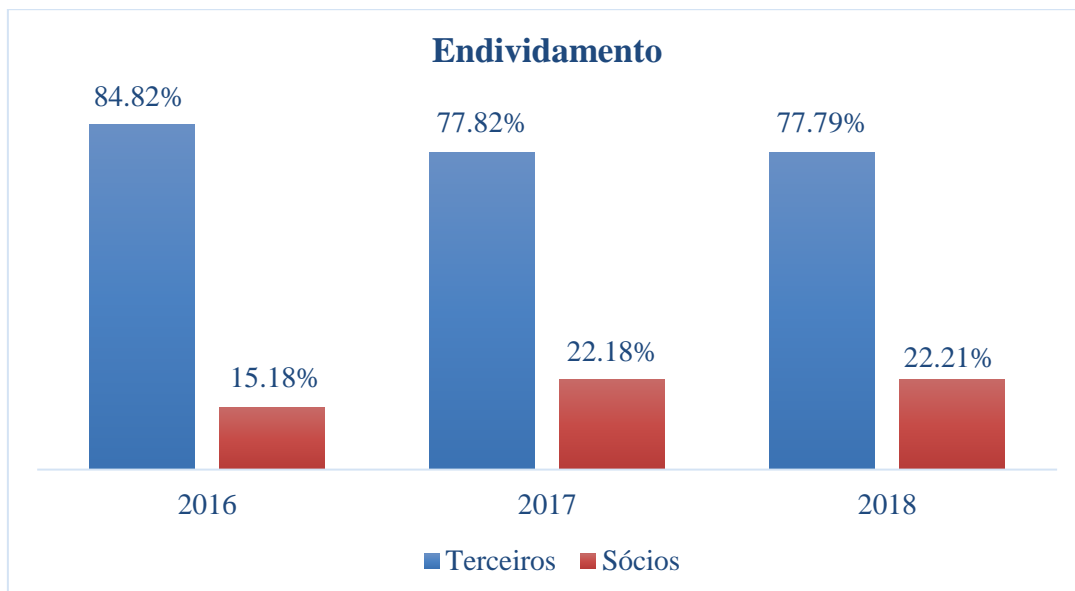
$$2017 = AC/PC = 17604748 / 9655087 = 1,82$$

$$2018 = AC/PC = 17513621 / 8402748 = 2,08$$

Apresentamos abaixo os valores acima citado, em melhor visibilidade.

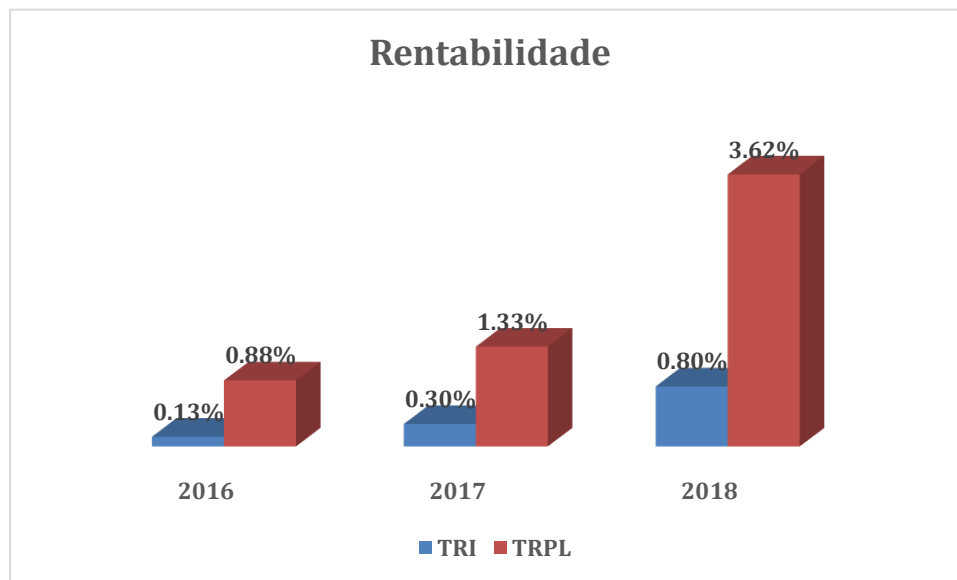


Já o endividamento das Lojas Americanas por Terceiros/Próprio dos anos de 2016,2017 e 2018 é maior com Terceiros, porém como podemos observar no gráfico abaixo está diminuindo a cada ano.



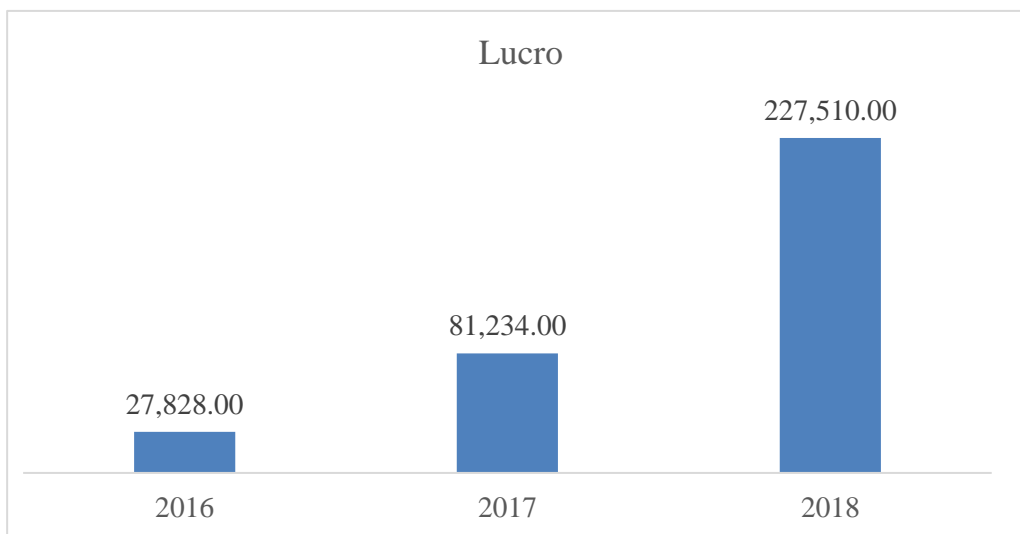
### 3.2.3 ANÁLISE DA RENTABILIDADE

Observamos que a rentabilidade aumenta. A Taxa de Retorno sobre o Investimento aumenta mais que o dobro no ano mais recente de 2018, sendo assim o retorno do lucro é maior que os custos. Já a Taxa de Retorno do Patrimônio Líquido cresce de forma gradual, isso é bom, pois caso continue outros sócios comprarão as ações da empresa.



- **Lucratividade**

De acordo com a DRE apresentada é possível verificar o quanto de lucro as Lojas Americanas obteve nos últimos três anos. Tais valores serão apresentados no gráfico abaixo.



### 3.2.4 CONCLUSÃO SOBRE A ANÁLISE FINANCEIRA

As Lojas Americanas se trata de uma empresa com atuação no segmento de varejo. É notório que esse mercado varejista tenha aumentado cada vez mais, com uma grande extensão.

Como podemos analisar houve um aumento no Ativo Circulante e uma redução no Ativo Não Circulante, teve também um aumento no Patrimônio Líquido significando um aumento no investimento na empresa ou no seu lucro.

Como observamos, a empresa tem condições de pagar as suas contas a curto prazo, o seu endividamento para terceiros está diminuindo, a sua lucratividade está boa pois ela consegue pagar suas despesas e ainda obter lucro. A rentabilidade está excelente pois o TRLP (sócios) está aumentando então seus sócios não venderão as suas



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

ações, e se continuar assim outros sócios vão querer comprar ações, e o TRI nos mostra que a empresa sabe lidar com suas despesas, tendo retorno de lucro.

E para finalizar a lucratividade da empresa está em uma condição ótima pois é possível ver que nos últimos três anos o seu lucro vem aumentando significativamente, pelo fato de que as vendas são suficientes para pagar os custos e as despesas e ainda obter lucro.

### **3.3 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA**

#### **3.3.1 O MERCADO**

A Lojas Americanas S.A. é uma das maiores e mais tradicionais redes de varejo do país, onde consiste em todas as atividades que englobam o processo de venda de produtos e serviços para atender a uma necessidade pessoal do consumidor, sendo assim o mesmo está localizado estrategicamente entre os fornecedores e os consumidores, o que lhe confere um papel de fundamental importância como intermediador na cadeia de suprimentos.

A empresa possui grande escala no país, estando presente em boa parte do território nacional, ou seja, o crescimento do seu faturamento anual se deu pelo aumento do número de lojas, com o intuito de empregar forte esforço para elevar o número de pontos no país.

Nessa ocasião, estas empresas já instaladas no Brasil pressionam o governo para impedir a entrada de concorrentes, pois de acordo com eles isso afeta diretamente a industrialização nacional, o que na verdade diminui o lucro destas, que é sempre o objetivo final.

Contudo, os bens produzidos podem ser homogêneos ou possui alguma diferenciação sendo que, geralmente, a concorrência se efetua mais ao nível de outros fatores como a qualidade, garantia, a fidelização ou a imagem, e não tanto ao fator preço.

Portanto, de acordo com todas essas características, o mercado em oligopólio é composto por poucas empresas, existindo uma interdependência entre elas, no qual dominam o mercado por possuírem uma produção eficiente e de custos controlados, onde a procura pelo produto ou serviço é concentrado nas mesmas empresas, além de ser benéfico aos consumidores, já que os preços se mantêm reduzidos e o produto é oferecido em maior quantidade.

### **3.3.2 QUAL A SITUAÇÃO DA EMPRESA?**

No mercado de varejo há muita competição, tanto por capital, clientes, empregados, produtos e serviços, quanto com diversos outros fornecedores locais, regionais e nacionais, por isso promoções e eventos de liquidação podem impactar seus resultados.

Sendo assim, seus principais concorrentes se caracterizam por outros grandes varejistas, onde oferecem uma ampla variedade de produtos de varejo, publicidade, recompensas e incentivos à compra, atendimento ao consumidor, localização, reputação e disponibilidade de crédito, tendo como exemplo as Casas Bahias, Ponto Frio, Magazine Luiza e Lojas Renner.

Os hipermercados também se tornam grandes concorrentes, os quais oferecem uma ampla variedade de produtos de varejo juntamente com as mercadorias tradicionalmente disponíveis em supermercados. Além disso, sua localização próxima a áreas de intenso movimento de pedestres e alto tráfego de veículos faz com seu número de clientes aumente de forma contínua, havendo como exemplo o Carrefour, Wal-Mart, Pão de Açúcar e Extra.

Do mesmo modo há uma concorrência pelos próprios fornecedores, onde ainda que de maneira limitada ocorre a venda das mercadorias, sendo fornecidas diretamente aos consumidores, com menor preço e mais rapidez nas entregas por conta do seu estoque imediato.

A Companhia acredita que seu modelo de negócios contribuiu de maneira importante para a consistência e resiliência de seu desempenho, combinando crescimento e rentabilidade, mesmo em condições econômicas adversas como as atualmente vividas no Brasil.

Muitos dos concorrentes atuais e potenciais podem apresentar vantagens sobre a Companhia, incluindo base de clientes mais ampla e maior acesso a recursos financeiros e de marketing. Entretanto, os concorrentes e serviços financeiros também podem ser



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

capazes de investir mais recursos no desenvolvimento tecnológico e de marketing do que a empresa é capaz, podendo prejudica-la.

Além disso, os concorrentes podem ser comprados por outras Companhias maiores dobrando seu tamanho, ou entrar em outro relacionamento comercial com elas, sendo mais bem estabelecidas e financiadas.

### **3.3.3 QUAIS AS INFORMAÇÕES RELEVANTES DO SETOR QUE EXERCEM INFLUÊNCIA NO NEGÓCIO DA EMPRESA?**

Planejam a abertura de 800 novas lojas em todo o Brasil, com o programa “85 anos em 5!”. Baseado em diversos fatores macroeconômicos, entre: crescimento da população, renda per capita e evolução da economia local.

A Companhia oferece preços competitivos e produtos voltados para conveniência alimentar, com destaque para laticínios, sanduíches, salgados, alimentos pré-preparados e congelados, cafés, cervejas e vinhos.

Além disso, as Lojas Americanas possui 15 marcas próprias, que oferecem produtos de qualidade, a preços justos em diversas categorias como alimentos, guloseimas, utilidades domésticas, vestuário, papelaria, brinquedos, entre outros.

Em 2018, a Companhia passou por alguns momentos desafiadores por conta de greves que ocorreram e as eleições. Fizeram que o dólar atingir o seu maior pico desde do início do Plano Real. Mas houve uma recuperação gradual, que trouxe um avanço do PIB em 1,1%, diante disso o varejo teve um crescimento no volume de vendas de 2,3%.

Apesar do cenário desafiador de retomada, a Companhia acredita que a combinação da variedade de produtos, a baixa concentração de vendas nas diversas categorias ofertadas dentro das lojas, o potencial de expansão e o modelo múltiplo e complementar geram oportunidades de ganho de mercado. Durante 2018, a empresa teve um crescimento de 11,4% na receita líquida.

Para 2019, a Lojas Americanas se mantém otimista com as oportunidades de crescimento a serem apresentadas pelo varejo brasileiro com a retomada do crescimento econômico e reitera sua confiança no desenvolvimento do país.

### 3.3.4 COMO O FUTURO PODE SER VISLUMBRADO?

Devido ao grande empenho da empresa em se manter firme no mercado, a Lojas Americanas apesar da grande competitividade vem crescendo em um ritmo surpreendente, através de algumas pesquisas foi possível estruturar uma pequena projeção que traz ênfase no quanto a empresa tende a crescer em média nos próximos três anos: 2019, 2020 e 2021.

DRE	2018	2019	2020	2021
Receitas de Vendas	R\$17.689.862,00	R\$18.397.456,48	R\$19.133.354,74	R\$19.898.688,93
Custo dos Bens(-)	R\$11.630.229,00	R\$11.979.135,87	R\$12.338.509,95	R\$12.708.665,24
Resultado Bruto	R\$6.059.633,00	R\$6.453.509,15	R\$6.872.987,24	R\$7.319.731,41
Despesas/Receitas Operacionais (-)	R\$4.340.588,00	R\$4.731.240,92	R\$5.157.052,60	R\$5.621.187,34
Lucro/Prejuízo	R\$227.510,00	R\$432.269,00	R\$821.311,10	R\$1.560.491,09

As receitas sofreram aumento de 4% em média nos três próximos anos consecutivos. Os custos 3%, o resultado bruto 6,5%, as despesas 9% e o lucro 90%. Essas informações foram retiradas do site da B3, onde os relatórios estruturados apresentam as demonstrações financeiras dos últimos três anos: 2016,2017 e 2018.

Seguindo a deixa dos últimos dois anos anteriores mais próximos 2017 e 2018, foi feito um cálculo com intuito de descobrir quanto a empresar aumentou suas receitas, custos, resultados, despesas e lucro de um ano para o outro. Sendo assim, o total obtido foi dividido pela metade para que tivéssemos ao menos uma média de quanto a empresa poderia vir a crescer nos próximos três anos subsequentes.

### 3.4 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

#### 3.4.1 VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL)

VPL é uma forma de calcular o valor presente de uma série de pagamentos futuros, usando os valores da projeção do lucro líquido, descontando uma taxa de custo de capital estipulada, ou seja, VPL consiste em trazer para o presente todos os fluxos de caixa de um projeto de investimento, somando-o ao montante inicial.

Neste caso, utilizamos a Taxa Selic, que equivale a 6,50% anual, no qual corresponde a taxa básica de juros da economia no Brasil, onde o governo consegue controlar a inflação e os investimentos.

Para calcular o VPL é necessário uma fórmula na qual contém as seguintes informações:

$$VPL = FC_0 + \frac{FC_2}{(1+i)^{j+1}} + \frac{FC_3}{(1+i)^{j+2}} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^{j+n}}$$

- **VPL (Valor Presente Líquido):** são os valores futuros da projeção transferidos para o valor presente somados ao valor do ano atual.
- **FC<sub>0</sub>:** valor que representa o fluxo de caixa no período zero, ou seja, o investimento inicial.
- **FC<sub>n</sub>:** valor que representa o fluxo de caixa em determinado período N, geralmente representado por meses ou qualquer outra variação de tempo.

Sendo assim a “Lojas Americanas” obteve um VPL de 2.649.364,08, onde através disso o investidor terá certeza de que o investimento terá rentabilidade real, ou seja, apresentará valorização diante das taxas de inflação, garantindo uma rentabilidade.

Valor Presente Líquido (VPL)		
2018	227.510,00	227.510,00
2019	432.269,00	405.886,39
2020	821.311,10	724.116,56
2021	1.560.491,09	1.291.851,13
TOTAL=	2.649.364,08	

Portanto, pode-se afirmar que o lucro da “Lojas Americanas” irá aumentar nos próximos anos.

Por fim, conclui-se que o total da DRE Projetada das “Lojas Americanas” é 3.041.581,19, já trazendo para o Valor Presente Líquido, equivale a 2.649.364,08, mostrando que a quantia futura não equivale a quantia presente.

## **3.5 FUNDAMENTOS DE DIREITO**

### **3.5.1 TIPO DA EMPRESA**

A “Lojas Americanas” é uma Sociedade Anônima com ações vendidas na Bolsa de Valores, a BBM&FBOVESPA. O total de suas ações equivale a 1.600.653.964, sendo 539.943.630 de Ações Ordinárias e 1.060.710.334 de Ações Preferenciais. As Ações Ordinárias conferem ao titular os direitos essenciais dos acionistas, participando nos resultados da companhia e tendo direito ao voto nas assembleias da empresa, já as Preferenciais dão ao titular prioridade na distribuição dos dividendos ou no reembolso do capital, mas não tendo direito ao voto.

A Sociedade Anônima é um tipo de empresa cujo o capital social é dividido em ações, na qual as responsabilidades dos sócios, denominados também como acionistas, é limitada em relação ao valor das ações adquiridas ou subscritas. Essa categoria de empresa é subdividida em Capital Aberto e Capital Fechado.

No Capital Aberto as ações são negociadas na bolsa de valores por intermédio de instituições financeiras, como por exemplo, bancos.

Já no Capital Fechado, as ações não são negociadas em bolsas de valores, e, portanto, são divididas entre os sócios.

### **3.5.2 FORMAS DE TRIBUTAÇÃO**

A “Lojas Americanas” tem como forma de tributação o Lucro Real, pois seu faturamento anual é de R\$ 17.689.862.000,00 bilhões de reais, sendo superior a R\$ 78 milhões.

No regime do Lucro Real, o valor do Imposto de Renda (IRPF) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) são calculados a partir do lucro contábil, ou seja,



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

o verdadeiro lucro da empresa. Esse regime é o mais complexo. Para algumas empresas são obrigadas a adotar esse regime, são elas:

- Empresas que a receita bruta total, seja superior a R\$ 48 milhões ou a R\$ 4 milhões multiplicado pelo número de meses de atividade.
- Companhias das quais as atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades de crédito imobiliário, sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidora de títulos e valores mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta.
- Negócios que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior.
- Empresas que usufruam de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução de imposto.

Além dos exemplos acima, qualquer empresa pode optar, se julgar ser melhor pelo Lucro Real, mas para que não dê nenhum tipo de problema é recomendado fazer um planejamento tributário com auxílio de um especialista contábil.

As alíquotas dos impostos cobrados no Lucro Real são:

- **Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ):** alíquota de 15% sobre o lucro líquido, mais 10% calculado sobre o lucro que exceder R\$ 20.000,00 no mês ou R\$ 60.000,00 no trimestre.
- **Contribuição Social sobre Lucro Líquido (CSLL):** alíquota de 9% sobre o lucro líquido apontado pela empresa.
- **Programa de Integração Social (PIS):** normalmente imposto não cumulativo e segue a alíquota de 1,65%.
- **Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS):** também não é cumulativo e a taxa é de 7,6%. Tanto o Confins quanto o PIS apresentam a



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

possibilidade de dedução de algumas despesas, bem como existem regras específicas que precisam ser analisadas.

- **ICMS:** não é aplicado a todas as empresas e deve ser apurado de acordo com as normas estaduais.
- **INSS:** é recolhido pela folha de pagamento e pró-labore.

## **4 CONCLUSÃO**

Concluimos que a “Lojas Americanas” é uma Sociedade Anônima onde suas ações são vendidas na bolsa de valores, e tem como regime de tributação o Lucro Real. Ela atua no ramo varejista com uma enorme variação de produtos, tendo várias filiais espalhadas pelo Brasil, o que resulta em um grande número de concorrentes.

Apesar de concorrer com tantas outras organizações a Lojas Americanas vem ganhando vantagem por essa grande preocupação com a satisfação de seus clientes. O país está pouco a pouco se recuperando da crise econômica, e com a volta do crescimento da economia a população voltará a sonhar com os próprios bens e uma melhor condição de vida, concluindo assim a missão de realizar os sonhos dos consumidores.

A empresa vem crescendo em um ritmo formidável, os resultados apresentados são indicadores de que é possível tornar-se a maior empresa de varejo do país. Tendo como objetivo essa proximidade entre loja e cliente a organização coloca em prática seu planejamento, ao transmitir essa segurança e tendo como público alvo as pessoas com menor poder aquisitivo suas receitas só tendem a subir.

Portanto de um ponto de vista geral a empresa vem fazendo um ótimo trabalho na forma que dirige e controla seus patrimônios, a equipe por trás de todo esse desenvolvimento demonstra-se eficaz. Entretanto não se pode deixar de buscar conhecimentos e inovação, pois a concorrência sempre estará tentando alcançar o primeiro lugar e não se deve dar oportunidades a elas.

## REFERÊNCIAS

BM&FBOVESPA. **LOJAS AMERICANAS S.A.** Disponível em: <<http://bvmf.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoEmpresaPrincipal.aspx?codigoCvm=8087&idioma=pt-br>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

CONTÁBIL, Hs. **Lucro Real: Tudo Que Você Precisa Saber.** Disponível em: <<https://hscontabil.com.br/lucro-real/>>. Acesso em: 07 maio 2019.

FEITOSA, Anderson. **O que é Simples Nacional: anexos, alíquotas e outras particularidades.** Disponível em: <<https://conube.com.br/blog/o-que-e-simples-nacional/#o-que-e-simples>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

FERREIRA, Denis. **OLIGOPÓLIO – O QUE É? QUAL SEU SIGNIFICADO?** MAIO 19, 2016. Disponível em: <<http://economiasemsegredos.com/oligopolio-o-que-e/>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

GUTIERREZ, Miguel Gomes Pereira Sarmiento; SAICALI, Anna Christina Ramos; SOUZA, Wellington de Almeida. **Lojas Americanas S.A: RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO** 2015. 08 março 2016. Disponível em: <<https://static.lasa.com.br/upload/relatoriosanuaistrimestrais/00008130.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

IMPrensa MERCADO & CONSUMO. **Lojas Americanas faz parceria com a Fundação Amazonas Sustentável.** 15/03/2019. Disponível em: <<https://www.mercadoeconsumo.com.br/2019/03/15/lojas-americanas-faz-parceria-com-a-fundacao-amazonas-sustentavel/>>. Acesso em: 28 mar. 2019.



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

JP7. A **EMPRESA/PERFIL**. 2019. Disponível em: <<https://ri.lasa.com.br/empresa/perfil>>. Acesso em: 28 mar. 2019.

KERDNA. **Sociedade Anônima**. Disponível em: <<http://sociedade-anonima.info/>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

Lojas Americanas. **Visão geral**. 2016. Disponível em: <<http://www.econoinfo.com.br/docs/lojas-americanas/descricao-das-atividades-da-companhia-e-controladas/dE51PVIZyj1AFSd7RSbILUcXLw%3D%3D?p=2>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

MONTEIRO, José Carlos Braga. **Regime de Tributação – Conceito**. Disponível em: <<https://www.contabeis.com.br/artigos/2407/regime-de-tributacao-conceito/>>. Acesso em: 06 abr. 2019

NONATO, Leticia. **Como calcular o valor presente líquido (VPL)?** O Valor Presente Líquido (VPL) é um método muito utilizado nas tomadas de decisões financeiras, tanto pessoais quanto corporativas. Disponível em: <<https://saiadolugar.com.br/vpl/>>. Acesso em: 23 maio 2019.

ONLINE, O Globo. **Entenda a diferença entre ações preferenciais e ordinárias**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/entenda-diferenca-entre-acoes-preferenciais-ordinarias-4549107>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

RELATÓRIO da administração 2017. 2017. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/fatos-relevantes/pdf/27249927.pdf>>. Acesso em: 28 mar. 2019.

PADILHA, Carlos Eduardo Rosalba. **Demonstrações Financeiras Padronizadas - 31/12/2018**. Disponível em: <<https://www.rad.cvm.gov.br/ENETCONSULTA/frmGerenciaPaginaFRE.aspx?NumeroSequencialDocumento=81383&CodigoTipoInstituicao=2>>. Acesso em: 20 abr. 2019.

S.A, Lojas Americanas. **Perfis de Lojas Americanas**. 04/01/2018. Disponível em: <<http://www.econoinfo.com.br/governanca-corporativa/perfil?codigoCVM=8087>>. Acesso em: 28 mar. 2019.

S.A, Lojas Americanas. **Relatório Anual e de Sustentabilidade 2015: Gestão socioambiental**. 2015. Disponível em:

<<https://hotsites.lasa.com.br/relatorioanual2015/gestao-socioambiental.html>>. Acesso em: 28 mar. 2019.

SANTIAGO, Emerson. **Monopólio e oligopólio**. 2011. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/monopolio-e-oligopolio/>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

SBVC. **LOJAS AMERICANAS É A MARCA MAIS LEMBRADA PELOS CONSUMIDORES NA BLACK FRIDAY**. 2017. Disponível em: <<http://sbvc.com.br/americanas-marca-lembrada-black-friday/>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

SILVA, Rara Costa da; RIBEIRO, Gabriela Lima; REINALDO, Hugo Osvaldo Acosta. **Americanas.com x Lojas Americanas**. 2011. 10 f. Tese (Doutorado) - Curso de Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza Ceará, 2011.

TIAGO REIS. Suno Research. **Veja o faturamento das Lojas Americanas e o que faz ela crescer**. 2018. Disponível em: <Suno Research em <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/faturamento-lojas-americanas>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

TRIBUTÁRIO, Portal. **O que é Lucro Presumido**. Disponível em: <[http://www.portaltributario.com.br/artigos/oquee\\_lucropresumido.htm](http://www.portaltributario.com.br/artigos/oquee_lucropresumido.htm)>. Acesso em: 06 abr. 2019.

TRIBUTÁRIO, Portal. **O que é Lucro Real**. Disponível em: <<http://www.portaltributario.com.br/artigos/o-que-e-lucro-real.htm>>. Acesso em: 06 abr. 2019.

BONA, André. **VPL**. 2017. Disponível em: <<https://andrebona.com.br/descubra-o-que-e-vpl-e-qual-sua-importancia-nos-investimentos/>>. Acesso em: 23 maio 2019.

**ANEXOS**