

**FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO -
FECAP**

MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ANTONIO CARLOS FIORE

**OBSOLESCÊNCIA DOS ESTOQUES: ANÁLISE DAS
PRÁTICAS DE RECONHECIMENTO, MENSURAÇÃO E
EVIDENCIAÇÃO NAS EMPRESAS DO SEGMENTO DO
VESTUÁRIO DE MODA**

SÃO PAULO

2016

ANTONIO CARLOS FIORE

**OBSOLESCÊNCIA DOS ESTOQUES: ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE
RECONHECIMENTO, MENSURAÇÃO E EVIDENCIAÇÃO NAS
EMPRESAS DO SEGMENTO DO VESTUÁRIO DE MODA.**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio
Álvares Penteado – FECAP, como requisito parcial para a
obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Elionor Farah Jreige Weffort

São Paulo

2016

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO – FECAP

Reitor: Prof. Dr. Edison Simoni da Silva

Pró-reitor de Graduação: Prof. Dr. Ronaldo Frois de Carvalho

Pró-reitor de Pós-graduação: Prof. Dr. Edison Simoni da Silva

Diretor da Pós-Graduação Lato Sensu: Prof. Alexandre Garcia

Coordenador de Mestrado em Ciências Contábeis: Prof. Dr. Cláudio Parisi

Coordenador do Mestrado Profissional em Administração: Prof. Dr. Heber Pessoa da Silveira

FICHA CATALOGRÁFICA

F518o Fiore, AntonioCarlos

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidenciação nas empresas do segmento do vestuário de moda. / Antonio Carlos Fiore. - - São Paulo, 2016.

106 f.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Elionor Farah Jreige Weffort.

Dissertação (mestrado) – Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP - Mestrado em Ciências Contábeis.

1. Administração de material. 2. Controle de estoque. 3. Moda – Controle de estoque. 4. Balanço (Contabilidade).

CDD 658.7

ANTONIO CARLOS FIORE

**OBSOLESCÊNCIA DOS ESTOQUES: ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE
RECONHECIMENTO, MENSURAÇÃO E EVIDENCIAÇÃO NAS EMPRESAS DO
SEGMENTO DO VESTUÁRIO DE MODA.**

Dissertação apresentada à Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

COMISSÃO JULGADORA

Profª. Drª. Marta Pelucio Grecco
Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras - FIPECAFI

Prof. Dr. Ivam Ricardo Peleias
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP

Profª. Drª. Elionor Farah Jreige Weffort
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP
Professora Orientadora – Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 22 de março de 2016.

Este trabalho é dedicado a Anna Maria Cafaro, companheira de todos os momentos, fonte permanente de inspiração e motivação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Programa de Mestrado em Ciências Contábeis, em especial ao Prof. Dr. Cláudio Parisi, por me aceitar como aluno do programa.

À minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Elionor Farah Jreige Weffort, pela paciência, dedicação, incentivo e orientação prestada.

À minha família, em especial às minhas irmãs, Conceição, Sylvia (*in memoriam*), Helena e Teresa, que me transmitiram a importância do conhecimento e do estudo continuado.

À memória de Antonio Ferreira, Cláudio Calheiros e Nelson Barbano pelos conselhos e pelas orientações transmitidas em momentos de escolhas e decisões e, a Rubens Patrício por me apresentar ao mundo da Contabilidade e da Auditoria.

À Prof^a. Dr^a. Marta Pelucio Grecco e ao Prof. Dr. Ivam Ricardo Peleias pelas contribuições oferecidas ao presente trabalho no exame de qualificação.

Finalmente, agradeço, aos meus amigos pelo apoio e, a todos os professores, sem exceção, que passaram por minha vida.

RESUMO

O objetivo deste estudo foi observar a forma pela qual as empresas atuantes no mercado da moda mensuram, avaliam e evidenciam seus estoques nas demonstrações financeiras e de que maneira tratam os riscos de sua rápida obsolescência. As mudanças cada vez mais rápidas nas tendências de moda; a capacidade ou não de se antecipar, identificar e responder às alterações nos gostos dos consumidores; as interrupções no fluxo de mercadorias que podem causar rupturas no *supply chain*; o acirramento da concorrência; a imprevisibilidade do consumo e, os erros de planejamento na elaboração de novas coleções podem ser danosos para os produtos estocados à espera de seus consumidores, obrigando as empresas a praticar preços muitas vezes inferiores ao seu próprio custo. O usuário das demonstrações financeiras precisa ser informado a respeito desses riscos, pois estes podem impactar os estoques existentes. Para alcançar os objetivos propostos, foram analisadas, por meio das demonstrações financeiras publicadas, as práticas contábeis adotadas nas principais empresas internacionais desse segmento, comparando-as àquelas adotadas pelas empresas brasileiras, listadas na Bovespa. Complementarmente, através de entrevistas, buscou-se identificar o tratamento dado a esse mesmo tema pelas empresas brasileiras não listadas na Bovespa. Ficou claro que tanto as empresas internacionais, quanto as nacionais listadas, atendem corretamente ao que está estabelecido nas normas contábeis, enquanto que nas empresas nacionais, de capital fechado, a adoção dessas práticas contábeis, ainda carece de evolução. Pode ser observado, ainda, que as demonstrações financeiras das empresas norte-americanas fornecem, aos seus usuários, mais detalhes a respeito dos riscos inerentes às operações com mercadorias, quando comparadas às informações fornecidas pelas empresas europeias e brasileiras.

Palavras-chave: Custo ou mercado. Ciclo de vida. Demonstrações financeiras. Avaliação dos estoques. Obsolescência.

ABSTRACT

The aim of this study was to observe how companies acting in fashion market measure, evaluate and emphasize their inventory in financial statements. Moreover, how they deal with the risks of its fast obsolescence. The fastest alterations in fashion tendencies; the capacity or not to anticipate, identify and answer to changes in consumers' tastes; the interruptions in the flow of goods, that could cause breaks in the supply chain; the growing competition; the unpredictability in consume, and planning errors upon the development of new collections could be harmful for stored products waiting for its customers – all of them force companies to charge prices lower than their costs. The user of financial statements needs to be warned of such risks, because they could affect the existing inventory. To reach the proposed aims, the practices adopted in the main international companies of this sector were analyzed, by means of published financial statements, and compared with those adopted by Brazilian companies listed in *Bovespa* Stock Exchange. In addition, through interviews, it was possible to identify the treatment given to the same theme by Brazilian companies unlisted in *Bovespa* Stock Exchange. It was clear that international and national listed companies correctly attend to what is established in accounting standards. On the other hand, in national unlisted companies, the adoption of these practices needs development. It was also possible to verify that financial statements of American companies provide their users with more details concerning risks involving operations with goods, when compared to information provided by European and Brazilian companies.

Key-words: Cost or market. Life cycle. Financial Statements. Inventory evaluation. Obsolescence.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Exemplo de ciclo de vida de uma coleção	21
FIGURA 2 – Estrutura básica do relatório anual	32

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Usuários da informação contábil	33
QUADRO 2 – Principais orientações da OCPC 07.....	36

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – As marcas da moda entre as 100 maiores da Forbes	43
TABELA 2 – Composição dos estoques da LVMH	46
TABELA 3 – Destaques das demonstrações financeiras da LVMH	47
TABELA 4 – Destaques das demonstrações financeiras da Nike	48
TABELA 5 – Destaques das demonstrações financeiras da Kering	50
TABELA 6 – Composição dos estoques da Hermès	51
TABELA 7 – Destaques das demonstrações financeiras da Hermès	52
TABELA 8 – Composição dos estoques da Inditex	53
TABELA 9 - Destaques das demonstrações financeiras da Inditex	54
TABELA 10 - Destaques das demonstrações financeiras da Coach	56
TABELA 11 – Composição dos estoques da Prada	57
TABELA 12 – Movimentação da provisão para perdas em estoques	57
TABELA 13 - Destaques das demonstrações financeiras da Prada	58
TABELA 14 – Composição dos estoques da Adidas	59
TABELA 15 - Destaques das demonstrações financeiras da Adidas	60
TABELA 16 – Composição dos estoques da Ralph Lauren	61
TABELA 17 - Destaques das demonstrações financeiras da Ralph Lauren	61
TABELA 18 - Destaques das demonstrações financeiras da Abercrombie & Fitch	63
TABELA 19 - Destaques das demonstrações financeiras da Gap	65
TABELA 20 – Composição dos estoques da Salvatore Ferragamo	68
TABELA 21 – Movimentação líquida de (usos) ou alocações da provisão para estoques obsoletos	68
TABELA 22 - Destaques das demonstrações financeiras da Salvatore Ferragamo	69
TABELA 23 – Composição dos estoques da Arezzo	70
TABELA 24 – Movimentação da provisão para perdas em estoques	71
TABELA 25 - Destaques das demonstrações financeiras da Arezzo	71

TABELA 26 – Composição dos estoques da Hering	72
TABELA 27 – Movimentação da provisão para ajuste a valor de realização	73
TABELA 28 - Destaques das demonstrações financeiras da Hering	74
TABELA 29 – Composição dos estoques da Marisa	75
TABELA 30 – Movimentação da provisão para perdas em estoques	75
TABELA 31 - Destaques das demonstrações financeiras da Marisa	76
TABELA 32 – Composição dos estoques da Renner	77
TABELA 33 - Movimentação da provisão para perdas em estoques	77
TABELA 34 - Destaques das demonstrações financeiras da Renner	78
TABELA 35 – Composição dos estoques da Restoque	79
TABELA 36 - Movimentação da provisão para perdas em estoques em 2014	79
TABELA 37 - Destaques das demonstrações financeiras da Restoque	80
TABELA 38 – Composição dos estoques da Guararapes	82
TABELA 39 - Movimentação da provisão para perdas em estoques	83
TABELA 40 - Destaques das demonstrações financeiras da Guararapes	83
TABELA 41 – Comparativo entre os principais índices das empresas selecionadas	89
TABELA 42 – Principais índices com e sem a participação da Arezzo	91
TABELA 43 – Comparativo entre os principais índices por segmento de atuação	91
TABELA 44 – Síntese das avaliações	92

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis

FIFO – First in – First out

IAS – International Accounting Standards

IASB – International Accounting Standards Board

IASC – International Accounting Standards Committee

IFRS – International Financial Reporting Standards

LCM – The lower of cost or market rule

LIFO – Last in – First out

NBC – Normas Brasileiras de Contabilidade

OCPC – Orientação do Comitê de Pronunciamentos Contábeis

PEPS – Primeiro que entra – Primeiro que sai

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas e médias empresas

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEC – Securities and Exchange Commission

SFAC – Statement of Financial Accounting Concepts

SME – Small and medium-sized entities

UEPS – Último que entra – Primeiro que sai

US GAAP – United States Generally Accepted Accounting Principles

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS E DELIMITAÇÕES	13
1.2 JUSTIFICATIVA	13
1.3 ESTRUTURA.....	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 O MERCADO DA MODA	15
2.1.1 A EVOLUÇÃO DA MODA	15
2.1.2 A SEGMENTAÇÃO DA MODA.....	15
2.1.3 O DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS DE MODA	17
2.1.4 O <i>SUPPLY CHAIN</i> NA INDÚSTRIA DA MODA	18
2.1.5 A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DE MODA.....	23
2.1.6 A OBSOLESCÊNCIA DOS PRODUTOS DE MODA.....	23
2.2 A CONTABILIZAÇÃO DOS ESTOQUES	30
2.2.1 A CONVERGÊNCIA DAS NORMAS CONTÁBEIS.....	30
2.2.2 A RELEVÂNCIA DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS.....	31
2.2.3 A MENSURAÇÃO DOS ESTOQUES.....	36
3 METODOLOGIA	40
3.1 TIPO DE PESQUISA	40
3.2 CAMPO DE ESTUDO	41
3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS	41
3.4 LIMITAÇÕES.....	44
4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	45
4.1 EMPRESAS INTERNACIONAIS	45
4.2 EMPRESAS BRASILEIRAS	69
4.3 ENTREVISTAS.....	84
4.4 COMPARATIVO ENTRE AS EMPRESAS SELECIONADAS	90
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
REFERÊNCIAS	95
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	101

1 INTRODUÇÃO

A indústria do vestuário, componente do mercado da moda, ocupa posição de destaque nas principais economias. Os valores envolvidos nesse setor são significativos. Em 2012, o mercado de vestuário nos Estados Unidos movimentava US\$ 225 bilhões; na zona do euro, US\$ 350 bilhões; na China, US\$ 150 bilhões; no Japão, US\$ 110 bilhões, e no Brasil, US\$ 55 bilhões. As estimativas de crescimento para os próximos dez anos são muito superiores às expectativas médias de crescimento dessas economias (THE STATISTICS PORTAL, 2013).

As empresas que atuam nesse mercado deixaram de ser quase que exclusivamente de pequeno e médio porte, passando a contar com grandes conglomerados, inclusive, participantes dos mercados de capitais de diversos países.

No Brasil, o surgimento de grandes grupos que atuam nesse setor vem se fortalecendo, porém, o mercado ainda é muito pulverizado e as cinco maiores empresas do segmento detêm apenas 5% do mercado.

Importante observar que a moda representa a tendência de consumo de um determinado período. Ela acompanha o vestuário e o tempo, é uma forma passageira e facilmente mutável de comportamento, identificada principalmente na maneira de se vestir e se pentear.

A moda, que até o final da primeira metade do século passado, era duradoura, tornou-se efêmera. Os produtos ofertados no mercado que, outrora, eram exclusivos de uma pequena parcela da população, hoje em dia, são acessíveis a muitos. O desenvolvimento e a produção desses itens deixaram de ser domésticos para se tornar globais.

No final do século XX, com o desenvolvimento das comunicações e do transporte aéreo, a informação se democratizou. Esses fatos tornaram possível o surgimento de grandes corporações, que verticalizaram a produção de vestuário de moda, levando o conceito antes exclusivo das altas classes sociais ao público em geral. Esse fenômeno ficou conhecido como *fast fashion* e tem sido responsável pelo recrudescimento da obsolescência dos estoques das empresas atuantes no mercado da moda. O ciclo de vida dos produtos de moda encurtou e, com isso o risco da perda de valor dos estoques aumentou.

Segundo Kan (1990), é preciso avaliar cada ativo ou passivo da melhor forma possível, no sentido de oferecer aos usuários a segurança necessária de que isso foi efetuado.

Neste contexto, foi proposta a seguinte questão de pesquisa: as demonstrações financeiras das empresas do segmento de moda oferecem informações a respeito do reconhecimento, mensuração e evidenciação de seus estoques, suficientes para que seus usuários avaliem os riscos aos quais, estes estoques, estão expostos?

1.1 OBJETIVOS E DELIMITAÇÕES

Este estudo teve por finalidade:

- a) analisar os fatos que contribuem para o risco de perdas do valor dos estoques das empresas atuantes no mercado da moda;
- b) identificar as práticas contábeis adotadas para o reconhecimento, a mensuração e a evidenciação dos estoques, por empresas brasileiras do segmento, comparando-as às práticas adotadas por empresas norte-americanas e europeias, considerando as peculiaridades do mercado da moda.

Para a realização da pesquisa analisamos as demonstrações financeiras das principais empresas do segmento de moda, listadas em bolsa no exterior e no País. Complementarmente, entrevistamos executivos de algumas empresas nacionais, listadas ou não, destacadas no mercado brasileiro, com o objetivo de compreender sua percepção em relação aos riscos que a obsolescência dos estoques pode trazer. Maiores informações a respeito da pesquisa realizada se encontram no capítulo relativo à metodologia adotada.

1.2 JUSTIFICATIVA

A moda tornou-se um importante gerador de riquezas e de empregos. Internacionalmente, grandes grupos atuam de maneira destacada nesse segmento. No Brasil, apesar de existirem importantes participantes, o mercado ainda é atendido, principalmente, por pequenas e médias empresas.

A Revista Forbes, em sua relação das cem marcas mais valiosas do mundo, em 2014, listou dez empresas do segmento de moda, incluídas, por seu destaque, em nossa pesquisa.

Para regulamentar as práticas contábeis referentes aos estoques, na Europa foi emitido o IAS 2 e, no âmbito brasileiro, o CPC 16. A estrutura de ambas as normas são semelhantes e, pouco difere das práticas adotadas nos Estados Unidos, indicando que os

estoques têm, dentre suas características, o fato de serem ativos mantidos para comercialização no curso normal dos negócios.

As possibilidades de perdas com a volatilidade dos estoques das empresas atuantes no mercado de moda são muito elevadas. Os produtos têm custos de produção altos, e uma eventual receptividade baixa pelos consumidores obrigará as empresas a vender esses itens, muitas vezes, a preços inferiores ao seu custo.

Na hipótese de haver um erro conceitual durante o desenvolvimento de uma coleção de vestuário, o risco de não se realizar o volume de vendas nos preços previstos durante o curso normal dos negócios é muito elevado.

Diante desse cenário, neste estudo, propõe-se a observar o que as demonstrações financeiras trazem de informações aos usuários a esse respeito, pois, as pesquisas realizadas indicam ser este assunto pouco explorado, tanto no Brasil, quanto internacionalmente.

1.3 ESTRUTURA

Este trabalho está estruturado como se segue:

- a) Primeira parte: apresentação do referencial teórico, no qual são analisadas as características do mercado de moda, os fatores que contribuem para o encurtamento do ciclo de vida de seus produtos, dos riscos existentes para a perda do valor dos estoques e a contabilização dos estoques, o reconhecimento, a mensuração e a evidência dos fatos constantes deste estudo nas demonstrações financeiras;
- b) segunda parte: apresentação da metodologia adotada para o desenvolvimento do estudo;
- c) terceira parte: os resultados obtidos e a análise dos dados;
- d) quarta parte: as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O MERCADO DA MODA

2.1.1 A EVOLUÇÃO DA MODA

A moda não é o simples uso de roupas no dia a dia. É um fenômeno sociocultural, que expressa os valores de uma sociedade, seus hábitos e costumes, em uma determinada época. Ela surgiu da necessidade do homem da pré-história, que precisava se proteger das intempéries climáticas. A mera necessidade de se cobrir para combater o frio tornou-se um aspecto cultural e determinou as diferenças entre ordens e, mais tarde, classes sociais. Cada uma delas tinha seu modo de se vestir característico, o que as distinguia e estava expresso na lei.

A palavra moda significa costume e provém do latim *modus*. Acompanha o vestuário e o tempo, que se integra ao simples uso das roupas do dia a dia, sendo ainda uma forma passageira e facilmente mutável de se comportar. Em outras palavras, a moda transmite aos outros quem é o ser humano, tendo se desenvolvido a partir do final da Idade Média (século XIV) até chegar ao século XIX quando assume o formato como a conhecemos hoje. (POLLINI, 2007).

2.1.2 A SEGMENTAÇÃO DA MODA

Para uma adequada compreensão do significado do mercado da moda, é necessário um entendimento de seus segmentos. De acordo com Matharu (2011), esse mercado pode ser segmentado da forma a seguir indicada:

Alta-Costura

No topo da cadeia, vem o que é conhecido como alta-costura. Esse termo significa o negócio que envolve criação, confecção e venda de roupas femininas exclusivas, feitas à mão e sob medida. Em 1868, o pai da alta-costura, Charles Frederick Worth, fundou a *Chambre Syndicale de La Couture Parisienne* (Sindicato das Casas de Alta-Costura de Paris), cujo objetivo era garantir a qualidade, regulamentar e manter altos padrões, manter os segredos industriais e evitar que os novos modelos fossem copiados. Em 1945, novas regulamentações foram incorporadas e, em 1992, passaram por nova atualização.

Esse mercado foi bastante afetado pela evolução e popularização do mercado da moda. Em 1946, existiam 106 casas afiliadas ao sindicato, reduzidas para 60 durante os anos 1950 e, em 2009, apenas 11 casas continuavam afiliadas ao sindicato.

Prêt-a-porter

As origens do *prêt-a-porter* remontam ao período da I Primeira Guerra Mundial, em que foram criados novos métodos de produção para o atendimento de soldados em batalha. Isso possibilitou à indústria o desenvolvimento de padrões de tamanho, o que permitiu a aceleração do processo industrial.

A diferença mais significativa entre o *prêt-a-porter* e a alta-costura é que o primeiro não é produzido sob medida para um consumidor específico, o que dá ao cliente a possibilidade de selecionar as peças diretamente em uma loja.

Na indústria da moda, *prêt-a-porter* é aquele produto que oferece alta moda, estilo, design, conceito e qualidade. As indústrias desse mercado não necessariamente devem estar em Paris.

Linhas de difusão

Trata-se de uma linha de moda assinada por uma marca reconhecida, diluída para imitar suas próprias coleções de alta-costura ou *prêt-a-porter* a um custo mais baixo, para um público mais amplo. Apesar de manter o estilo das linhas mais sofisticadas, os produtos das linhas de difusão são confeccionados com tecidos mais baratos e produzidos em larga escala.

Sportswear

A ligação entre os consumidores e as equipes esportivas fez com que o mercado da moda se aproximasse dos esportes. Com isso, as indústrias que atuavam no setor de roupas esportivas cresceram fortemente, e hoje, são corporações com braços em todos os continentes.

Fast fashion

Com vistas a atender a um consumidor ávido por novidades, mas sem o desejo ou a capacidade de pagar por essas novidades, surgiram no mercado algumas empresas que se notabilizaram por seu processo logístico.

Essas empresas são capazes de colocar no mercado, algumas semanas após o lançamento das coleções de alta-costura ou de *prêt-a-porter*, produtos contendo características semelhantes, por preços extraordinariamente inferiores. Obviamente, são produtos feitos com

materiais de classe inferior, e que, apesar disso, conseguem atender aos desejos dos consumidores. Esse conceito nasceu no final dos anos de 1990, e seu nome derivou de uma expressão utilizada pela mídia, para identificar a alteração cada vez mais veloz da moda.

Conforme Erner (2005), o *fast fashion* é o chamado circuito curto ou *quick response system*, que nasceu no Sentier, um bairro de Paris, onde pequenos comerciantes do setor têxtil definem suas coleções após se certificarem do sucesso de algumas tendências. Trata-se de um sistema que transporta as tendências dos principais desfiles de moda para as prateleiras das lojas em menos de um mês.

Para exemplificar a rapidez com que isso é feito, enquanto a GAP lança anualmente 12.000 modelos, a Zara, maior exemplo mundial de *fast fashion*, põe no mercado 40.000 modelos no mesmo espaço de tempo. A renovação constante tem influência direta no número de visitas do consumidor às lojas. O cliente da Zara vai até lá 17 vezes por ano, porque sabe que encontrará novos produtos, enquanto o da GAP vai apenas cinco vezes.

Toda vez que uma peça de roupa chega às lojas das maiores grifes mundiais, um batalhão de pequenas confecções começa a trabalhar para copiá-la. Todas as peças precisam ser vendidas antes que aquele modelo caríssimo vá parar nas bancas de camelô. No Brasil, fenômeno semelhante pode ser observado em empresas do Brás e Bom Retiro, tradicionais redutos de confeccionistas.

2.1.3 O DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS DE MODA

Paralelamente à evolução do mercado da moda, ocorreu uma forte transformação na indústria têxtil, uma vez que essa acompanhou ou se viu obrigada a acompanhar, ou ainda, aproveitou-se das transformações pelas quais o mercado da moda passava. A indústria têxtil foi, sem dúvida, uma das responsáveis pela possibilidade de evolução na moda. Isso porque, com o desenvolvimento de tecidos mais leves e versáteis, simultaneamente ao surgimento de novas máquinas e novas tecnologias, a sofisticação da moda se aproximou de um número muito maior de consumidores.

Sobre isso, Costa (2011, p. 22) aponta que:

Nos últimos quarenta anos do século XX, a indústria do vestuário sofreu um processo de globalização. A produção em nível mundial deslocou-se para países com mão de obra de baixo custo, uma vez que essa é uma indústria de mão de obra intensiva (requer alto gasto com pessoal em relação ao capital) e tem baixo custo para iniciar a operação de manufatura, o que permite que muitos países emergentes se qualifiquem para a produção de vestuário. Nesse aspecto, a tecnologia ainda não conseguiu substituir a sensibilidade dos dedos humanos.

Com vistas a se valer da evolução tecnológica ocorrida em razão da Segunda Guerra Mundial, a indústria aeronáutica lançou, para uso comercial, o motor a jato, alterando, sobremaneira, a velocidade dos voos. A partir do final dos anos 1960, com a utilização desses motores, mais modernos e econômicos, em detrimento daqueles a combustão até então utilizados, aliados ao aparelhamento dos aeroportos espalhados pelo mundo, ocorreu uma evolução muito rápida nos transportes aéreos. A distância entre os países deixou de ser um entrave e o transporte de passageiros ao redor do mundo cresceu de forma assustadora. No final do século XX, as comunicações passaram por uma verdadeira revolução, tornando o mundo, de fato, uma aldeia global.

Qualquer pessoa, em qualquer parte do globo, passou a ter acesso a tudo o que ocorre no mundo. O conhecimento se socializou de tal forma nesse mercado que, atualmente, o lançamento de uma nova coleção por um estilista famoso e a confecção de roupas assemelhadas em qualquer parte do mundo ocorre em poucos dias. Como já observado, o conceito de *fast fashion* se instalou mundo afora. Grandes corporações foram criadas, explorando com eficiência uma logística sofisticada, que lhes permite oferecer produtos próximos, em estilo e elegância, àqueles lançados pelos grandes fashionistas a preços muito baixos.

Esses fatos todos têm forte influência nos destinos das empresas que atuam no segmento da moda. Estoques mal administrados, eventuais erros no *supply chain*, equívocos na seleção de produtos, otimismo exagerado no estabelecimento de preços, entre outras falhas podem consumir toda a rentabilidade esperada em uma determinada coleção. Ademais, podem obrigar uma empresa a liquidar seus estoques por valores muitas vezes inferiores aos custos de aquisição. O consumidor é ávido por novidades; o que é passado, na moda, deixa de interessar.

Assim, os investidores, credores, analistas financeiros, enfim, o mercado como um todo, em alguns momentos, não consegue identificar esses riscos, pois as práticas contábeis em uso não contemplam o que irá acontecer com a realização dos estoques em momentos futuros. E o que acontece com esses estoques, por vezes, pode impactar a rentabilidade da empresa.

2.1.4 O *SUPPLY CHAIN* NA INDÚSTRIA DA MODA

Durante o processo de fundamentação bibliográfica deste trabalho, com frequência, foi observada a ocorrência de situações envolvendo os conceitos de Logística e da Gestão da Cadeia de Suprimentos.

Alguns autores consideram a gestão da cadeia de suprimentos como uma nova definição de logística, e outros, como uma extensão do conceito de logística integrada. Conforme Fleury (2005), trata-se de uma visão restrita, pois ele entende que o pensamento logístico se resume a conceitos e teorias que orientam o estudo e a pesquisa em logística, influenciando o que se considera relevante e justificando as soluções propostas para os problemas logísticos.

A logística evoluiu de um simples enfoque na distribuição de bens para um tratamento mais amplo de toda a cadeia de suprimentos. O caminho que separa as duas abordagens representa a evolução do pensamento logístico.

Essa evolução não é tratada de forma semelhante por todos os autores. Wood Jr. e Zuffo (1998) entendem a evolução do conceito de logística separando-o por fases, pelas quais é feita uma análise generalizada acerca dos fatores que a conduziram à etapa seguinte. Ching (2001) e Fleury (2005) definem períodos históricos, não havendo consenso entre ambos. Ching (2001) define os períodos como: antes de 1950, de 1950 a 1970 e de 1970 a 1990, sem fragmentação. Fleury (2005) separa esse mesmo período em eras distintas:

- a. era do campo de mercado (economia agrária) – início do século XX até 1940;
- b. era da especialização (desempenhos funcionais) – 1940 até o início dos anos 1960;
- c. era do foco no cliente (busca por eficiência) – início dos anos 1970 até meados dos anos 1980;
- d. era do *supply chain* (logística como diferenciação) – meados dos anos 1980 em diante.

Embora cada autor faça uma abordagem diferenciada, há certa congruência quanto às principais características que conduziram a prática logística para o moderno conceito de *supply chain*. Mesmo que as ideias não sejam compatíveis em sua totalidade, ou seja, abordadas sob o mesmo enfoque pelos diversos autores, analisando-as em conjunto, pode-se concluir que, no mínimo, tais visões são complementares.

Durante muitos anos, o varejo de moda no mercado brasileiro esteve nas mãos de iniciativas individuais, representadas quase que sempre por pequenos empreendimentos comerciais. Com a evolução do mercado de capitais, os grandes investidores identificaram as oportunidades existentes nesse segmento, e diversas empresas foram objeto de maciços investimentos, quer por parte da abertura de capitais, quer de grandes fundos de investimentos.

As grandes companhias de varejo de moda já estabelecidas impulsionam seu crescimento de vendas, principalmente pela ampliação de suas redes de lojas. À parte de seus objetivos de aumento de vendas nos mesmos estabelecimentos (*same store sales*), a expansão da rede parece ser um fator essencial para a sustentação de crescimento de longo prazo. Novos mercados são explorados, novos consumidores são encontrados.

Esse fato traz para as empresas novos desafios, visto que as diferenças regionais, culturais, de clima, as dificuldades de acesso e transporte para as regiões mais distantes dos grandes centros e a mobilidade social trazem novos consumidores, com gostos e desejos ainda não mapeados. Esses aspectos contribuem para o aumento da imprevisibilidade da demanda e colocam em cheque as áreas de planejamento, suprimento e abastecimento dessas empresas.

Para que as empresas se mantenham saudáveis, é importante que não percam o foco sobre dois fatos relevantes: a quantidade, o tempo da falta de produtos nos pontos de venda (ruptura) e a necessidade de reduções de preços ou liquidações, de modo a fazer girar o estoque de produtos de menor vendagem (*mark-down*). O primeiro desses dois fatos impacta diretamente o resultado, pela não realização da potencial venda, enquanto o segundo reduz a margem planejada, diminuindo o resultado efetivo.

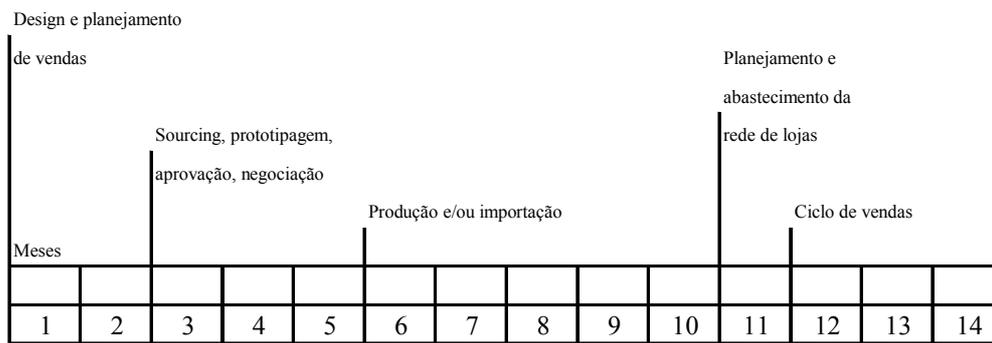
Mesmo considerando que parte das dificuldades em realizar o abastecimento de seus pontos de venda reside nas incertezas quanto à aceitação ou identificação dos consumidores com elementos de estilo presente nos produtos, e que quanto maior o conteúdo de moda nos produtos, maior o risco de não identificação, o planejamento do abastecimento poderá ser um fator decisivo para a mitigação ou ampliação dos impactos da ruptura ou do *mark-down*.

O setor têxtil e de confecções no Brasil, a partir dos anos 1990, foi exposto à concorrência internacional. Foi nesse período que fatores como a competitividade dos produtores asiáticos e as flutuações das taxas de câmbio passaram a causar impactos na balança comercial do segmento.

Como o processo têxtil é fragmentado e cada etapa é realizada sem comunicação com as etapas anteriores e posteriores, a especificidade da criação de moda na indústria vem da necessidade de acompanhar o fluxo, desde a geração de ideias dos designers, até a difusão em larga escala, para que o produto não se modifique durante o processo. Para tanto, é necessária pesquisa estética, pilotagem, amostras experimentais e controle de qualidade a cada fase, sempre com prazos determinados. O produto de moda, para ficar pronto para o consumo, demora, aproximadamente, dois anos, começando pela fiação, passando pela tecelagem, confecção, atacado e varejo, renovando-se a cada estação. (VINCENT-RICARD, 1989).

Com os baixos custos de pessoal, em uma indústria ainda intensiva em mão de obra, houve uma forte migração da produção mundial têxtil e de confecções para a Ásia. Esse fato fez com que o tempo entre o desenvolvimento de um produto e sua chegada ao ponto de venda aumentasse sobremaneira, os lotes para ganhos de escala em transportes ficassem maiores e o impacto dos erros nas previsões de vendas nas grandes redes de varejo ganhasse maiores proporções. O *lead-time* típico dessa operação varia entre oito a 14 meses, conforme a Figura 1, a seguir:

FIGURA 1: EXEMPLO DE CICLO DE VIDA DE UMA COLEÇÃO



Fonte: Costa (2011)

Os produtos de moda são abastecidos por meio de coleções que possuem, geralmente, uma unidade temática. Como elas se sucedem, cada produto tem um determinado tempo de exposição. Toda a coleção deve chegar de forma sincronizada às lojas, dado que existe uma harmonização entre as várias peças, que remete a uma idealização de estilo; essa, por sua vez, está ligada às características estéticas, de estações climáticas, etc. Com isso, a sincronia na cadeia de abastecimento é crucial para o sucesso de uma coleção, e quanto maior o conteúdo de moda, maior o grau de obsolescência do produto.

O conteúdo de moda existente nos produtos ajuda a reforçar a diferenciação e exclusividade não apenas dos itens, como também das próprias cadeias de varejo. Em uma escala que vai do básico (camiseta branca de malha) ao *fashion* (produto com estilo específico que oferece diferenciação), as peças apresentam comportamentos de demanda e características bastante diferenciadas.

Fisher (1997), em um artigo para a Harvard Business Review, observa que empresas mais bem-sucedidas são aquelas que melhor adaptam seu *supply chain* às características de seus produtos. Ele propõe duas principais categorias de produtos, os funcionais e os inovadores, em razão da previsibilidade do comportamento de demanda de cada um.

Com a adequada caracterização desses produtos, pode-se definir a estrutura adequada de *supply chain* e as estratégias de abastecimento para cada empresa. Aquelas que atuam no

mercado com produtos funcionais deveriam adotar estratégias de eficiência em processos e custos, enquanto as que atuam com as categorias inovadoras deveriam adotar estratégias de resposta rápida ao mercado.

Nas redes de varejo de moda, é comum encontrar itens que apresentem características tanto de produtos funcionais quanto de inovadores. Se fosse possível compor uma escala entre os funcionais e os inovadores, o sortimento das lojas seria posicionado ao longo dessa escala, tratando-os de forma diferenciada. Na prática, o que ocorre é que as empresas, erroneamente, adotam estratégias únicas para o abastecimento de seus produtos.

Wanke (2001) registra, por um lado, a pressão por estoques baixos, em função do custo de obsolescência pela manutenção de estoques elevados, e por outro, por aumento da disponibilidade de um mix de produtos cada vez mais diversificado, com vistas a possibilitar a customização em massa, como os principais fatores para o desenho do *supply chain* das empresas.

De acordo com Fisher (1997), é comum e esperado que gestores das empresas busquem um *supply chain* eficiente e enxuto, mesmo quando algumas categorias de produtos ultrapassam o limite do funcional para o inovador, demandando estratégias diferenciadas. São poucas as que adaptam suas estratégias às necessidades desses produtos.

Especificamente no caso do varejo de moda, o *supply chain* deve ser estruturado de maneira a proporcionar uma experiência de serviço perfeita, em que a disponibilidade e variedade de produtos sejam parte integrante da comunicação do componente de *design* e moda da coleção, isto é, parte relevante dessa experiência de serviço.

Como as peças de uma coleção combinam-se entre si, há uma comunicação a partir dessa coleção de como se vestir, e isso aumenta o potencial de compras por cliente. Então, para garantir disponibilidade, variedade e sincronismo do *supply chain*, empresas optam por colocar as coleções nas lojas da forma mais ágil possível, eliminando estoques intermediários e gerenciando a demanda por *mark-down* e ruptura.

O impacto de um planejamento falho no abastecimento de uma linha de produtos pode ser significativo em termos de resultados financeiros de uma coleção. Como relata Fisher (1997), o efeito da inadequação das estratégias de abastecimento às características dos produtos será o aumento dos custos logísticos, quer dizer, maiores estoques, movimentações desnecessárias e *mark-down* convivendo com baixo nível de serviço (ruptura).

Como o sortimento de produtos nas redes de varejo de moda normalmente é alto, o ideal é agrupá-los em *clusters* que apresentem características distintas e comportamentos de

demanda, definindo diferentes estratégias de abastecimento para cada um desses, alinhando-as às características dos produtos neles contidos.

As estratégias respondem, basicamente, às questões sobre características dos fluxos de produto, às técnicas de previsão de vendas, à posição dos estoques na cadeia de suprimentos e à produção para estoque ou pedido. O processo apoia as empresas na ampliação do conhecimento sobre seus produtos e estabelece padrões para decisões estratégicas em *supply chain*, em um momento de expansão da rede de lojas que tende a aumentar a complexidade da cadeia de suprimentos.

2.1.5 A COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS DE MODA

Conforme Wills e Midgley (1973), o mercado de moda, há muito tempo, atrai os interesses dos pesquisadores. Muito frequentemente, o foco de seus trabalhos baseia-se nos aspectos sociológicos e psicológicos da moda e do processo pelo qual ela é entendida e adotada pelos consumidores.

Paralelamente a isso, segundo Carman (1966), muitos trabalhos têm sido desenvolvidos no sentido de identificar os ciclos da moda. Muitos desses trabalhos iniciais pretendiam identificar e definir os sinais e as ferramentas que apoiavam a definição e as projeções de demanda dos produtos de moda.

Entretanto, a realidade aceita por aqueles que trabalham nessa indústria e por aqueles que a estudam é que a demanda por produtos de moda é impossível de ser projetada. Apesar disso, deve-se reconhecer que o mercado de moda é um complexo sistema aberto, e que, habitualmente, apresenta-se de maneira caótica. Nessas condições, os esforços de gerenciamento serão despendidos de forma mais adequada, com estratégias e estruturas criadas visando a permitir que os produtos sejam criados, fabricados e entregues para a procura em tempo real.

Esse é, segundo Harrison, Christofer e Van Hoek (1999), o contexto que gerou as bases para o domínio de um eficiente e ágil *supply chain* e, de acordo com Lawson, King e Hunter (1999), a filosofia do *quick response*, base para o estabelecimento do *fast fashion*.

Moda é um termo abrangente, que incorpora qualquer produto ou mercado que contenha elementos de estilo que serão adotados por um período curto de tempo. Para sua caracterização, é necessário observar as seguintes qualificações:

- a. ciclo de vida curto – o produto é frequentemente efêmero, desenhado para capturar o estado de espírito do momento: conseqüentemente, o período no qual ele será vendável é curto, medido em meses e, às vezes, em semanas;
- b. alta volatilidade – a demanda por esses produtos raramente é estável ou linear. Ela pode ser influenciada por caprichos do clima, filmes ou até celebridades.
- c. baixa previsibilidade - em função da imprevisibilidade da demanda, é extremamente difícil projetá-la, de maneira acurada, em determinado período, sendo necessário calculá-la semana a semana ou item a item;
- d. compra por impulso – muitas das decisões dos consumidores desses produtos se dão no momento da compra. O comprador se vê estimulado a adquirir o produto quando confrontado com ele;
- e. o mercado de moda nos dias de hoje é bastante competitivo. Ademais, a constante necessidade de renovar a variedade de produtos oferecidos significa dizer que há um movimento pelos participantes desse mercado de aumentar o número de coleções oferecidas; ou seja, a constância com que as mercadorias são substituídas nas prateleiras aumenta cada vez mais. Casos extremos, como a varejista Zara, apresentam cerca de 20 coleções a cada ano. As implicações disso para o gerenciamento de um adequado *supply chain* são profundas.

Os efeitos dessa pressão trazem um grande desafio para o gerenciamento da logística. Os meios tradicionais de atender às exigências do consumidor sempre se basearam em previsões de demanda, e essas, no volátil mundo da moda, expõem o participante a um risco de manter estoques excessivos, ou, pelo contrário, à falta de mercadorias.

Recentemente, outro fator veio trazer ainda mais complexidade e dificuldade ao gerenciamento da logística da moda. Houve um crescimento da compra matérias-primas e de produtos acabados das economias asiáticas, o que significa, de imediato, um importante aumento no *lead time*. Apesar de essa opção significar uma redução expressiva dos custos, principalmente nos de manufatura, os efeitos do aumento do *lead time* podem ser severos. Para minimizá-los, a tendência é aumentar os volumes dos pedidos, o que, por consequência, traz um aumento nos riscos da obsolescência dos produtos nos depósitos.

Desse modo, cabe ressaltar o entendimento do processo de comercialização no mercado da moda, pois esse se movimenta de acordo com o ciclo de vida de seus produtos e o comportamento dos vários tipos de consumidores existentes.

Em linhas gerais, as coleções, ao longo do ano, dividem-se em dois grandes grupos, inverno e verão. Dentro desses, há uma subdivisão de pequenas coleções: primavera-verão, alto-verão, outono-inverno, alto-inverno, etc.

A prática de preços de venda dentro de cada coleção pode variar; porém, normalmente, se divide em: preços de venda, promoções, liquidações, bazares, etc. À medida que o período da coleção vai se esvaindo, a tendência do preço de venda é ir diminuindo até o esgotamento do estoque do produto. Entretanto, na prática, por vezes, o comportamento da venda do produto não acompanha as previsões, e **a empresa se vê na obrigação de “queimar” determinados produtos, para não vê-los se perpetuando pelos armazéns. (grifo nosso)** Essa ocorrência é muito comum, e esse é o ponto central deste estudo.

Se as vendas de um produto não acompanharam as projeções iniciais, se não reagiram com a aplicação de preços promocionais, **esses produtos deverão ser “queimados” no mercado em uma data muito próxima. (grifo nosso)** Diante desse cenário, a contabilidade, para atender adequadamente aos seus usuários, deve estar preparada para registrar esse fato, informando o leitor das demonstrações financeiras que, em um futuro muito próximo, o preço de venda de determinados produtos será inferior aos preços pelos quais foram avaliados e registrados no balanço patrimonial.

Em relação ao setor de varejo de vestuário, o Brasil é o mercado emergente mais atraente. De acordo com um estudo da consultoria internacional A. T. Kearney, o País ficou em primeiro lugar, em 2009, pelo segundo ano consecutivo, no ranking dos dez países mais atraentes para o varejo de roupas e acessórios. (BRASIL..., 2009).

Apesar disso, não é possível ser plenamente otimista, pois, de acordo com Schmid (2004), de uma forma geral, o histórico do sucesso dos empreendimentos varejistas brasileiros ainda tem uma estatística preocupante. Ainda é considerado recente o ocorrido com a Daslu, maior exemplo de sucesso no mercado da moda brasileiro, com reconhecimento e fama internacional, derrubada por problemas fiscais.

Em 2007, pesquisa do Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE apontou que 22% dos empreendimentos abertos no período de 2003 a 2005 não sobreviveram. Desses, 49,5% pertenciam ao setor varejista.

Segundo Kotler (2000) apud Daud e Rabello (2007, p. 540), “qualquer organização que venda para consumidores finais, seja ela um fabricante, um atacadista ou um varejista, está fazendo varejo”. Lewison (1997) apud Daud e Rabello (2007) chama a atenção para o fato de que existem varejos que vendem produtos e outros que vendem serviços. Contudo, é preciso observar que, quando o varejo vende seus produtos, complementa suas atividades

vendendo serviços, enquanto vendedores de serviços acabam acrescentando produtos para obter bons resultados em seus negócios.

Almeida et al. (2006), ressalta que a evolução do varejo brasileiro decorre de profundas modificações, como a abertura da economia, a estabilidade da moeda, a nova dinâmica do setor distribuidor, as novas tecnologias e os novos hábitos da população. Entre os setores da economia, o varejo é o mais suscetível à política econômica, pois seu volume de vendas está diretamente vinculado às mudanças na conjuntura econômica do País, especialmente aos indicadores de renda do consumidor.

Nos anos 1990, a liberação das importações e o aumento da concorrência interna favoreceram a migração de concorrentes externos e a entrada de conceitos mais modernos em relação à operacionalidade, estabelecendo a necessidade de profundas transformações para grande parte das empresas brasileiras. Em 1990, o Plano Collor imprimiu um novo ritmo ao processo de desenvolvimento do País. “A abertura comercial fez surgir no mercado, em geral, e especialmente no varejo, produtos que despertaram as empresas brasileiras para as necessidades de atualização”. (ALMEIDA et al., 2006).

A implantação do Plano Real foi o marco para o aumento das vendas do varejo. Com esse plano, implementado no governo de Itamar Franco, em 1994, ocorreu a estabilização da moeda, tendo como consequência o aumento do poder aquisitivo da população em geral, levando ao crescimento do consumo a partir daquele ano. (ALMEIDA et al., 2006). Após essa estabilidade, tornou-se possível planejar, comprar, vender e adotar estratégias empresariais. Com isso, o setor varejista evoluiu, configurando as bases para o panorama atual. (FUKUSHIMA; MULLER, 2008).

Apesar das crises vividas nos últimos anos, as perspectivas continuam indicando no longo prazo, um mercado aquecido para o varejo, com crescimento de consumo de bens duráveis e não duráveis. Os motivos estão relacionados ao aumento do poder aquisitivo e do poder de compra das classes C e D, em razão de diversos fatores, dentre eles: a redução da taxa de inflação, a diminuição dos níveis de desemprego, o aumento do crédito pessoal e a política governamental de inserção social.

Dos anos 1960 em diante, o varejo de moda no Brasil passou por grandes modificações, não somente no que diz respeito às tendências, mas, também, quanto aos hábitos dos consumidores e à forma de atuação dos varejistas, fruto das mudanças provocadas pelo avanço da tecnologia e da globalização dos mercados.

Nos anos 1980, segundo Schmid (2004), o mundo passou a adotar um estilo mais executivo, nada parecido com a moda hippie que havia marcado a década anterior. O Rio de

Janeiro passou a se inspirar em Manhattan: as mulheres passaram a usar perfumes masculinos, as pessoas passaram a cultivar o corpo, o tênis começou a fazer parte da moda, o *sportswear*, os agasalhos e os moletons passaram a integrar a moda do dia a dia.

De acordo com Fukushima e Muller (2008), antes do Plano Real, o Brasil copiava os produtos criados na Europa e nos Estados Unidos com seis meses de defasagem. Naquela época, o mercado era fechado, e o acesso à informação, a produtos e matérias-primas era limitado. Isso protegia uma cadeia local lenta, com baixa eficiência e custo alto. Nesse período, para as marcas internacionais operarem no Brasil e produzirem localmente, precisavam obter uma licença.

Com a abertura econômica e o Plano Real, na década de 1990, a cadeia de moda brasileira foi um dos setores de bens de consumo mais afetado. Para os referidos autores, houve uma rápida entrada de matérias-primas, produtos e marcas, forçando a redução de custos e preços, além da melhoria em qualidade e grau de atualização dos produtos nacionais.

Ainda na opinião dos mesmos autores, a moda brasileira, a partir da virada do século, desenvolveu uma dinâmica própria, misturando matérias-primas e padrões de diversas coleções, conservando-se em linha com as tendências dos mercados mais experientes e, em algumas circunstâncias, adiantando-as. Atualmente, a moda brasileira vem desenvolvendo marcas e *designers* reconhecidos por seu estilo próprio e sua individualidade, abrindo espaços para incursões internacionais.

Quanto ao panorama geral, os autores afirmam que o varejo de moda brasileiro é pouco concentrado. As cinco maiores empresas de vestuário estabelecidas neste País (C&A, Pernambucanas, Riachuelo, Renner e Marisa) detêm uma fatia de apenas 5% da receita total do setor.

2.1.6 A OBSOLESCÊNCIA DOS PRODUTOS DE MODA

Várias podem ser as causas da obsolescência de um produto. Conforme Routroy e Bhausahab (2010), os produtos perecíveis ou suscetíveis à obsolescência podem ser classificados em dois grupos distintos: os que são dependentes do fator tempo para se tornar perecíveis ou obsoletos e os que são independentes. Produtos como vegetais, frutas, leite, flores, cartões de Ano Novo e árvores de Natal, são considerados dependentes do tempo para se tornar perecíveis ou obsoletos, pois têm um tempo de vida curto e, quase sempre, datado.

Entretanto, produtos do segmento de moda, roupas de inverno, computadores pessoais, telefones celulares, entre outros, são independentes do tempo para se tornar perecíveis ou obsoletos. Apesar de seus usuários poderem continuar usando tais produtos, seu valor econômico é drasticamente reduzido uma vez que o desejo de sua posse é rapidamente deteriorado.

Atualmente vive-se um período em que o consumo está presente em todos os momentos, e constitui, para muitos, uma forma de satisfação. Isso é constantemente estimulado pelas empresas, por meio de grandes estratégias de marketing. Produtos “inovadores” são lançados no mercado com uma frequência cada vez maior. **As empresas passaram a se valer da obsolescência dos produtos para ampliar suas possibilidades de venda. (grifo nosso)**

Segundo Bauman (2008), a sociedade dos produtores visava a produtos duradouros, que fossem úteis no longo prazo, pois desejava segurança e estabilidade e via nos bens de fato duráveis uma forma de proteção. Entretanto, na sociedade de consumidores, esse desejo por estabilidade é visto como um risco, um mau funcionamento do sistema. Isso porque o consumismo se caracteriza por instigar nos indivíduos cada vez mais desejos, e desejos cada vez mais intensos, resultando na rápida substituição dos bens, em especial quando se trata de produtos vinculados ao mercado da moda.

Em sua obra, o sociólogo relata que novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez, exigem novos produtos e desejos; o advento do consumismo inaugura uma era de obsolescência embutida no mercado e indica um forte crescimento da indústria de remoção de lixo.

Observa-se que o autor utiliza a palavra consumismo em vez de consumo. Diferentemente do consumo, que é algo individual, o consumismo é um atributo da sociedade. Essa “evolução” do consumo se caracteriza como uma forma de convívio humano, manipulando as condutas individuais. **Em razão disso, a principal virtude que um membro da sociedade de consumo pode ter é sua capacidade de compra. (grifo nosso)**

O autor afirma ainda que o produto interno bruto (PIB) cresce a partir da remoção de coisas, pois é quando os produtos vão para o lixo que a economia consumista é considerada em alta. A lógica é a seguinte: a sociedade de consumo se alimenta da insatisfação perpétua de seus consumidores, o que é alcançado quando os produtos de consumo que antes eram almeçados se desvalorizam e se depreciam logo após sua aquisição. Não havendo a repetida frustração dos desejos, a demanda de consumo logo se esgotaria e a economia voltada para o consumidor ficaria sem combustível.

O superestimado PIB não considera elementos fundamentais para que os cidadãos tenham uma boa qualidade de vida, como a desigualdade de renda e os danos ao meio ambiente. Se isso ocorrer, pesa de forma positiva, e tudo o que limita a produção e o crescimento pesa de forma negativa.

De acordo com Baudrillard (2003), isso é o resultado da lógica da produção pela produção. Ele complementa que a publicidade faz o prodígio de um orçamento considerável gasto com um único fim: não de acrescentar, mas de tirar o valor de uso de objetos e diminuir o seu valor/tempo, sujeitando-se ao valor/moda e à renovação acelerada.

O que Baudrillard (2003) chama

de renovação acelerada nada mais é do que a obsolescência programada ou planejada. Na sociedade de consumo, reciclagem significa reciclar-se constantemente no vestuário, nos objetos e no carro. Se assim não for, não se trata de um legítimo cidadão dessa sociedade. Nesse cenário, consumir se torna um dever do cidadão. Afinal, quando o PIB diminui, são os consumidores munidos de seus cartões de crédito que podem estimular a economia e tirar um país da recessão.

Dito isso, um meio para o sustento desse sistema é a moda, já que essa sobrevive da efemeridade visual. Ao mesmo tempo, sabe-se que uma roupa tem um significado muito mais profundo, abrangendo a representação de todo o conjunto de valores culturais. Somados a esses saberes, os anseios pela busca de expressão social impulsionam o sujeito a depender da indumentária como uma fonte legitimadora dessa comunicação.

Nesse sentido, surge a importância do estudo de tendências, que visa a acompanhar as mudanças sociais por meio dos hábitos de consumo. Uma das ferramentas é a análise efetuada pelos profissionais de estilo. De acordo com Palomino (2002), trata-se da pesquisa de cores e materiais que estarão disponíveis na natureza e no mercado, com uma antecedência que chega, em muitos dos casos, a dois anos para os fios e as cores, um ano e meio para os tecidos e um ano para as formas.

Cabe destacar que esse estudo comportamental também tem a função de considerar as opções existentes disponíveis no comércio que possibilitarão certos ajustes nas coleções. Nesse episódio, a inspiração não surgirá de fato por uma observação de determinado tema, e sim pelo monitoramento do mercado.

Determinados fatores da moda podem gerar espanto, pois, como qualquer outro, trata-se de um mercado capitalista, feito para impressionar por pequenos espaços de tempo. Sobre isso, Caldas (2004, p. 45) relata que:

Assim a produção ininterrupta de novas modas, tornando as anteriores automaticamente obsoletas, deixou de ser uma característica exclusiva do universo da aparência para tornar-se o paradigma dominante da sociedade pós-industrial. Tudo funciona como se o próprio capitalismo tivesse encontrado na forma moda, que lhe é anterior, a sua fórmula perfeita de mudança contínua, busca permanente do novo, produção acelerada da obsolescência, alternância do in ou out, num sistema cíclico.

2.2 A CONTABILIZAÇÃO DOS ESTOQUES

2.2.1 A CONVERGÊNCIA DAS NORMAS CONTÁBEIS

Mais de 120 países já adotaram as IFRS como padrão contábil, e dentre eles, o Brasil. A introdução da Lei nº 11.638/2007 trouxe alterações na parte contábil e contribuiu para o processo de convergência das normas contábeis neste País às internacionais. Ademais, delegou ao CPC a tarefa de editar normas contábeis em consonância com o padrão IFRS.

Consequentemente, essas alterações trazem impactos substanciais para a profissão contábil, as empresas, as universidades e os usuários interessados nas informações contábeis, por meio de seus relatórios.

O Pronunciamento Contábil Básico (R1) – Estrutura conceitual para a elaboração e divulgação de relatório contábil-financeiro, destaca a necessidade de características qualitativas para a elaboração das demonstrações financeiras, como a relevância, a representação fidedigna, a comparabilidade e a compreensibilidade das informações correlacionadas às Normas Internacionais de Contabilidade (CPC, 2011). Isso com o objetivo principal de apresentar maior transparência, e desse modo, dar mais credibilidade aos usuários na tomada de decisão.

Para os usuários da informação, não era tarefa fácil interpretar ou comparar informações contidas nas demonstrações financeiras, ao ponto de diferentes práticas distorcerem significativamente qualquer comparação direta. Niyama (2010) destaca como causas dessas diferenças internacionais algumas características, como: valores culturais, tradição histórica, estrutura política, econômica e social, que acabam refletindo na evolução das práticas contábeis de cada país.

Existem ainda as normas contábeis internacionais de contabilidade para as pequenas e médias empresas (IFRS for SME's) emitidas pelo IASB, que no Brasil, foram implantadas com a aprovação do Pronunciamento Técnico PME, do CPC.

Mourad e Paraskevopoulos (2010) apontam algumas características como pontos positivos para a adoção do IFRS, por exemplo: maior transparência aos investidores, facilidade de captação de crédito em mercado e comparabilidade com empresas do mesmo segmento em outros países. O mercado terá muita informação relevante para análise, em razão do aumento das divulgações mínimas e dos relatórios por segmento, entre outras características. Como pontos negativos, há a elevação de custos, devido ao aumento do volume das divulgações, e a implementação de sistemas e processos que também demandam tempo.

Como aponta Niyama (2010), a harmonização contábil internacional contribuirá para a realização de trabalhos de auditoria, a redução de custos para gerenciar sistemas contábeis não uniformes em diferentes países e um maior acesso a investimentos estrangeiros para países emergentes. Algumas dificuldades se apresentam no processo de harmonização, visto que, em países altamente legalistas, a contabilidade está fortemente vinculada à tributação, e as normas fiscais ditam critérios para a avaliação, apropriação e classificação contábeis.

A evolução das práticas contábeis em nosso País deu-se principalmente através do acompanhamento das práticas adotadas pelos países europeus. As práticas contábeis adotadas nesses países, regidas pelos IFRS, serviram de modelo para o que foi por aqui adotado. Com isso, entre outras práticas, a utilização do custeio por absorção passou a ser a regra para a valorização dos estoques. Como esse custeio carrega em sua composição parte dos custos fixos da empresa, é de se supor que, para os produtos cujo giro se mostre mais lento do que o desejado, tornando-o obsoleto, os custos fixos apenas serão reconhecidos nos resultados quando aqueles produtos forem vendidos a preços extremamente baixos, ou quando, simplesmente, forem descartados.

Dessa feita, é de se supor, que para as empresas do segmento de moda - nas quais os produtos estão sujeitos a riscos variados com influência direta no seu giro - o custeio direto, se fosse adotado, com a apuração de contribuições marginais, seria o mais adequado para a apuração dos resultados, restando pois, sua utilização, de maneira gerencial, como apoio ao processo decisório nas empresas desse segmento.

2.2.2 A RELEVÂNCIA DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Entre os objetivos da contabilidade destaca-se a mensuração e a comunicação do conjunto de eventos econômicos relacionados aos resultados das entidades. A informação

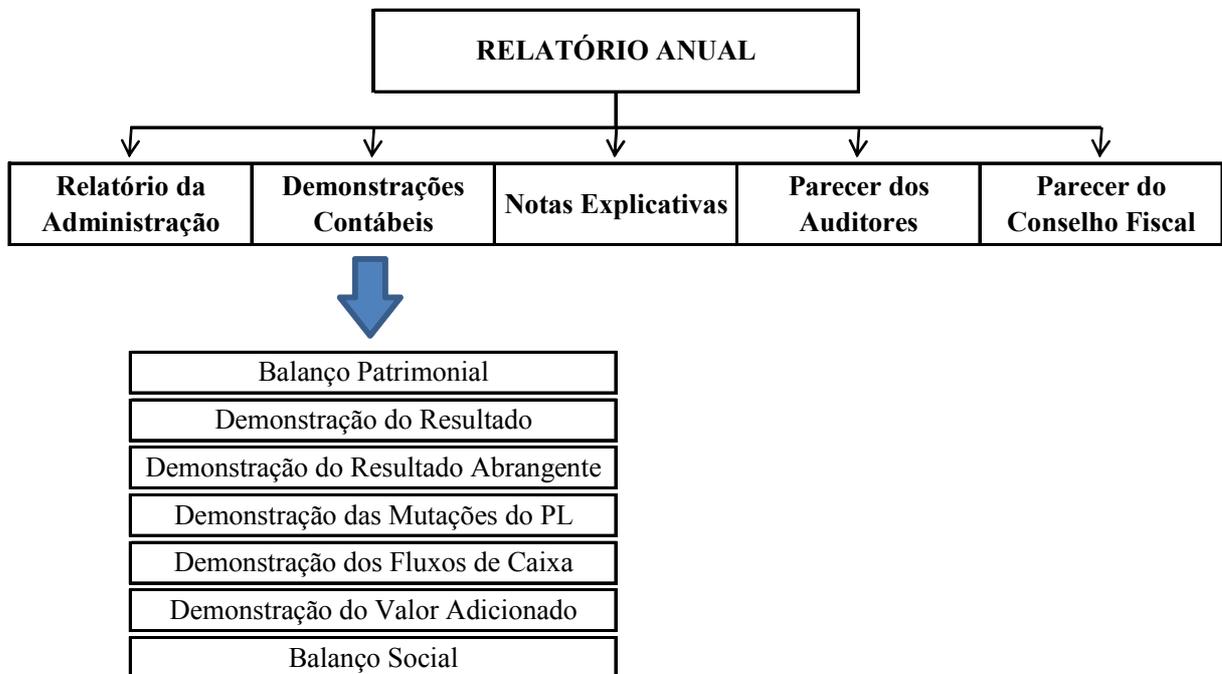
contábil, segundo Yamamoto e Salotti (2006), passa a ter relevância quando altera o estado da arte do conhecimento do usuário em relação à entidade, já que, a partir de interpretações das informações, ele toma decisões.

Barth, Beaver e Landsman (2001) informam que se a informação contábil tem impacto no preço das ações, é porque ela tem relevância suficiente na interpretação das demonstrações financeiras; isto é, se ela está minimamente refletida no preço das ações das empresas, é porque é significativamente relevante para os investidores e analistas do mercado de capitais.

Estudos têm sido feitos na tentativa de qualificar a informação contábil, demonstrando sua relevância. Segundo Yamamoto e Salotti (2006), seus precursores foram Ball e Brown (1968) e Beaver (1968). No Brasil, eles tiveram início com Lopes (2001), complementados por outros, como Sarlo Neto (2004), Galdi e Lopes (2008) e Malacrida (2009).

As informações contábeis, de modo geral, para as companhias listadas em bolsa, são agrupadas em um único relatório, normalmente conhecido como Relatório Anual, que contempla a estrutura apresentada na Figura 2, a seguir:

FIGURA 2 - ESTRUTURA BÁSICA DO RELATÓRIO ANUAL



Fonte: Do autor

As informações contábeis são divulgadas, em essência, para investidores, potenciais investidores e credores. Na Europa, segundo Hendriksen e Breda (1999), outro grupo para o

qual as informações contábeis são divulgadas é o de empregados. Essa divulgação, por meio de relatórios periódicos, destina-se também a outros grupos de usuários, como o governo e o público em geral, considerados usuários secundários. A premissa básica considerada para a divulgação da informação contábil é que, se ela é útil e importante para investidores e credores, também será para outros grupos de usuários.

O nível de divulgação adequado está associado ao de bem estar social, em virtude da divulgação efetuada. Na inexistência de uma teoria que mensure o bem estar social, os órgãos reguladores, para a determinação do nível de *disclosure* adequado, vão se apoiar em critérios como relevância e precisão (HENDRIKSEN; BREDA, 1999).

Os principais usuários da informação contábil, de forma resumida, estão apresentados no Quadro 1, a seguir:

QUADRO 1 - USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

Usuários	Principal meta ou informação mais importante
Acionista minoritário	Fluxo regular de dividendos.
Acionista majoritário ou com grande participação	Fluxo de dividendos, valor de mercado da ação, lucro por ação.
Acionista preferencial	Fluxo de dividendos mínimos.
Emprestadores em geral	Geração de fluxos de caixa futuros compatíveis para receber de volta o capital mais os juros.
Entidades governamentais	Valor adicionado, produtividade, lucro tributável.
Empregados em geral	Fluxo de caixa futuro capaz de assegurar bons aumentos ou manutenção de salários, com segurança, liquidez.
Média e alta administração	Retorno sobre o ativo, retorno sobre o patrimônio líquido, situação de liquidez e endividamento confortáveis.

Fonte: Adaptado de IUDÍCIBUS (2010)

Pelo quadro anterior, pode-se observar com clareza a variedade de objetivos existentes entre os diversos usuários da informação contábil. Iudícibus (2010) alerta que a Contabilidade fornece inúmeros conjuntos de informações para cada tipo de usuário, por vezes, de forma abrangente, e em outras oportunidades, de forma detalhada, embora quase sempre não consiga atender a todas as expectativas.

De acordo com o Statement of Principles for Financial Reporting do Accounting Standards Board (1999, p. 36-37), uma informação financeira, para ser útil, deve seguir alguns princípios, entre os quais:

- a. a informação fornecida pelas demonstrações financeiras deve ser relevante e confiável, e caso seja necessário escolher entre uma e outra dessas características, mutuamente excludentes, a escolhida deve ser aquela que maximize a relevância da informação fornecida;

- b. a informação é relevante se é fornecida tempestivamente e se tem capacidade de influenciar as decisões econômicas dos usuários;
- c. a informação é confiável quando:
 - i. representa fielmente, ou razoavelmente, o que se propõe a representar, refletindo a substância econômica da transação ocorrida;
 - ii. é completa e está livre de erro ou distorção material; e
 - iii. seja aplicada precaução necessária nos julgamentos efetuados, quando da sua preparação em condições de incerteza.
- d. a informação seja comparável, ou seja, deve ser preparada e apresentada de forma que permita ao usuário identificar suas semelhanças e diferenças quanto à sua natureza e seu efeito ao longo do tempo, na própria entidade ou entre diferentes entidades;
- e. a informação fornecida nas demonstrações financeiras deve ser compreensível; contudo, não se deve excluí-la pelo simples fato de não ser compreendida por determinados usuários;
- f. a informação é compreensível à medida que sua importância é percebida pelo usuário que possui conhecimento razoável de negócios e contabilidade e está disposto a analisá-la diligentemente;
- g. a informação material deve ser fornecida nas demonstrações financeiras, enquanto que a imaterial não;
- h. quando a omissão ou divulgação distorcida de uma informação puder influenciar a decisão econômica do usuário, então, essa informação é material.

Com essa caracterização, evidencia-se a importância da materialidade como fator de real importância para a informação contábil. A materialidade, por sua essência, é uma questão essencialmente de julgamento.

Sua definição pelo *The Conceptual Framework for Financial Reporting* do *International Accounting Standards Board - IASB* (2010) indica que a informação é material se sua omissão, ou divulgação distorcida, puder influenciar decisões que os usuários tomariam com base na informação contábil-financeira acerca da entidade específica que reporta a informação. Em outras palavras, a materialidade é um aspecto da relevância específico da entidade, baseado na natureza ou na magnitude, ou em ambos, dos itens para os quais a informação está relacionada no contexto do relatório financeiro de uma entidade específica.

Em resumo, o princípio da materialidade postula que toda informação financeira capaz de influenciar a decisão dos usuários deverá sempre ser avaliada, considerando a relação entre o custo e o benefício quanto à sua produção.

Ou seja, à luz do princípio da materialidade, é material o procedimento ou valor que, evidenciado, omitido ou distorcido, possa alterar o fundamento de juízo que o usuário faça sobre o valor da sociedade e suas tendências, considerando os montantes envolvidos, tendo por base a própria demonstração financeira; portanto, que afete a qualidade da informação. Assim, quanto a eventuais erros de valores contábeis inexpressivos englobando o todo, o princípio da materialidade não obriga a nenhuma informação adicional ou ênfase.

No entanto, a qualidade da informação não se obriga apenas ao princípio da materialidade, mas também à relevância, e apesar de se assemelharem, não têm o mesmo alcance. Isso porque o princípio da relevância caracteriza-se pela natureza da qualidade da informação financeira, capaz de influenciar o tomador da decisão/avaliação e o princípio da materialidade; como visto, depende da dimensão do valor em relação ao todo. Embora raro, uma informação pode ser considerada relevante e, ao mesmo tempo, imaterial.

A materialidade pode ser entendida pelas quantias envolvidas (termos quantitativos) ou pela natureza das asserções (termos qualitativos). As distorções associadas a termos quantitativos são aquelas que, geralmente, refletem-se no balanço e nas demonstrações de resultados e que podem alterar o juízo e a decisão dos acionistas. Como exemplo, há a sub ou superavaliação de ativos ou passivos.

Quanto à materialidade, em termos qualitativos, é observada por uma inadequada divulgação de informações, que possa desenvolver, comentar ou completar as quantias expressas nas demonstrações financeiras e influenciar a tomada de decisão de seus usuários. Normalmente, a materialidade, em termos qualitativos, aparece nos anexos às demonstrações financeiras. Como exemplo, uma inadequada e insuficiente informação sobre princípios e políticas contábeis adotados na elaboração das demonstrações financeiras.

Dessa forma, essa situação pode ser resumida em:

- a. termos quantitativos – erros na expressão numérica;
- b. termos qualitativos – insuficiência de informação adicional.

Cabe destacar que o termo divulgação (*disclosure*), por vezes, refere-se a informações não contidas nas demonstrações financeiras. Um entendimento mais amplo a respeito da divulgação necessária ao processo de decisão de investimento, de crédito e assemelhados, pelos investidores e credores, está no diagrama de divulgação financeira apresentado pelo *SFAC5 – Statement of Financial Accounting Concepts n. 5* que, em seu item 7, à página 7, descreve onde as informações financeiras úteis devem ser divulgadas:

Embora as demonstrações financeiras tenham essencialmente o mesmo objetivo que a divulgação financeira, algumas informações úteis são melhor oferecidas quando constantes das demonstrações financeiras, enquanto que outras são melhor oferecidas, ou unicamente fornecidas, através de notas explicativas ou por informações suplementares ou outros meios de divulgação de informações financeiras.

- a. Informações divulgadas em notas explicativas ou entre parêntesis no corpo das demonstrações financeiras, como políticas contábeis significativas, critérios alternativos de mensuração de ativos e passivos, explicam ou aumentam a compreensibilidade dessas demonstrações. Esse tipo de divulgação é fundamental para a compreensão das informações contidas nas demonstrações financeiras e são vistas como parte integrante das demonstrações financeiras preparadas de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos.

- b. Informações complementares, como divulgações sobre os efeitos na mudança de preços e, outros tipos de informações financeiras, tais como as discussões e análises por parte da administração, complementam as informações contidas nas demonstrações financeiras e nas notas explicativas, agregando informações importantes que não necessariamente devam atender os critérios contábeis.

Uma grande preocupação existente no universo da Contabilidade diz respeito ao significativo aumento nas informações divulgadas nas notas explicativas. Discute-se qual informação efetivamente representa um aumento na qualidade das informações prestadas aos usuários das demonstrações financeiras, pela discussão dos conceitos de relevância e representação fidedigna (MARTINS, 2014).

Segue no Quadro 2, adiante um resumo das orientações contidas na OCPC 07.

QUADRO 2 - PRINCIPAIS ORIENTAÇÕES DA OCPC 07

Relevância	a. Somente itens relevantes devem ser divulgado. b. Itens irrelevantes não devem ser divulgados. c. Na avaliação da relevância das informações devem ser sempre observadas aquelas que evidenciem riscos para a entidade.
Declaração de conformidade	a. A entidade deve declarar que todas as informações relevantes, e somente as relevantes, estão sendo divulgadas.
Redação	a. Redação das notas deve ser livre de jargões técnicos, a não ser que inevitável. b. Sugestão de apresentação de glossário.
Exigências de divulgação	a. As exigências de divulgação contidas nos Pronunciamentos, Interpretações e Orientações referem-se exclusivamente a informações materiais. b. Não devem ser utilizados check-lists como forma padrão de divulgação.
Ordem das notas explicativas	a. As notas não devem ser obrigatoriamente divulgadas na ordem sugerida no CPC 26, mas pode ser aquela que a administração achar mais adequada. b. Recomenda-se uniformidade na ordem de apresentação das notas.
Divulgação das políticas contábeis	a. Somente devem ser divulgadas políticas contábeis específicas da entidade. b. Políticas não aplicáveis ou que não possuem alternativas não devem ser divulgadas. c. Políticas que exigem escolha devem ser divulgadas. d. Mudanças nas políticas precisam ser divulgadas. e. Políticas podem ser diluídas nas notas dos próprios itens a que se referem.
Referências cruzadas	a. Referências cruzadas devem ser feitas entre as notas e as demonstrações contábeis e outras notas a que se refiram.

Fonte: MARTINS, 2014

Por mais que as orientações repassadas aos profissionais da área contábil tenham por objetivo eliminar as dúvidas e os pontos discutíveis, a matéria por si só é subjetiva o suficiente para tornar o assunto polêmico e controverso.

2.2.3 A MENSURAÇÃO DOS ESTOQUES

O CPC, em seu Pronunciamento Técnico CPC 16 (R1), aborda especificamente o tratamento contábil que deve ser dado aos estoques de uma entidade, tendo como base sua paridade ao tratamento de estoques pelo IAS 2 do IASB. Ao descrever o objetivo do CPC 16, o órgão indica que:

O objetivo deste Pronunciamento é o de estabelecer o tratamento contábil para os estoques. A questão fundamental na contabilização dos estoques é quanto ao valor do custo a ser reconhecido como ativo e mantido nos registros até que as respectivas receitas sejam reconhecidas. Este Pronunciamento proporciona orientação sobre a determinação do valor de custo dos estoques e sobre o seu subsequente reconhecimento como despesa em resultado, incluindo qualquer redução ao valor realizável líquido. Também proporciona orientação sobre o método e os critérios usados para atribuir custos aos estoques.

Na caracterização de suas definições, o CPC 16 identifica os estoques como sendo ativos: mantidos para venda no curso normal dos negócios; em processo de produção para venda ou na forma de materiais ou suprimentos que serão consumidos no processo de produção ou na prestação de serviços.

O CPC 16 indica também alguns parâmetros a serem observados quando da avaliação dos estoques, informando que esses devem ser avaliados por seus valores de custo ou pelo valor realizável líquido, dos dois, o menor. Por valor realizável líquido, entende-se que é o preço de venda estimado no curso normal dos negócios, deduzido dos custos estimados para sua conclusão e dos gastos estimados necessários para concretizar a venda.

Ao explicitar as formas pelas quais os estoques devem ser mensurados e quais os custos que o compõem, o CPC 16 instrui que o valor de custo do estoque deve incluir todos os custos de aquisição e de transformação, e outros incorridos para trazer os estoques à sua condição e localização atuais.

Ao enfatizar a importância do valor realizável líquido, o CPC 16 descreve que o custo dos estoques pode não ser recuperável se, entre outros motivos, eles estiverem danificados, ao se tornar total ou parcialmente obsoletos ou se os seus preços de venda tiverem diminuído.

O CPC 16 tece alguns comentários a respeito do reconhecimento como despesa. Recomenda que, quando os estoques são vendidos, seu custo escriturado desses itens deve ser reconhecido como despesa do período em que a respectiva receita é reconhecida. A quantia de qualquer redução dos estoques para o valor realizável líquido, e todas as perdas de estoques, deve ser reconhecida como despesa do período em que a redução ou a perda ocorrerem.

Com relação à divulgação que deve ser dada aos estoques e ao custo das vendas o CPC 16 informa que as demonstrações contábeis devem divulgar:

- a. as políticas contábeis adotadas na mensuração dos estoques, incluindo formas e critérios de valoração utilizados;
- b. o valor total escriturado em estoques e o registrado em outras contas apropriadas para a entidade;
- c. o valor de estoques escriturados pelo valor justo menos os custos de venda;
- d. o valor de estoques reconhecidos como despesa durante o período;
- e. o valor de qualquer redução de estoques reconhecida no resultado do período;
- f. o valor das reversões de qualquer redução do valor dos estoques reconhecida no resultado do período;
- g. as circunstâncias ou os acontecimentos que conduziram à reversão de redução de estoques de acordo; e
- h. o montante escriturado de estoques dados como penhor de garantia a passivos.

Ao comparar as práticas para a avaliação dos estoques indicadas pelos IFRS's, pelos US GAAP's e aquelas adotadas no Brasil, observa-se que o IFRS's, por meio da norma IAS 2, indica que os estoques são reconhecidos pelo menor valor entre o custo e o valor realizável líquido. Tanto o método FIFO quanto o da média ponderada podem ser utilizados para determinar o custo. O método LIFO é proibido.

As reversões de perdas para redução aos valores recuperáveis líquidos, originalmente registradas, são requeridas sempre que houver mudanças nas circunstâncias que as determinaram.

Os US GAAP's são muito semelhantes aos IFRS's. Com respeito às similaridades e diferenças entre ambos, vale destacar que, para os US GAAP's, o uso do método LIFO é permitido, e as reversões de perdas para redução ao valor recuperável líquido são vedadas. As práticas adotadas no Brasil, reguladas pelo CPC 16, são muito semelhantes àquelas indicadas pelos IFRS (PRICE WATERHOUSE COOPERS, 2015).

Como já indicado no item 2.1.6 acima, os estoques das empresas de moda são suscetíveis ao fenômeno da obsolescência. Se existir estoques que se tornam obsoletos, a Contabilidade deve estar apta a evidenciar esse fato. Segundo Bragg (2013), se uma empresa mantém estoques, muito provavelmente, uma parte deles se manterá sem uso, perpetuando-se pelos armazéns. Nesses casos, deverá ocorrer sua baixa contra os resultados ou a tentativa de negociá-los a preços promocionais. Qualquer que seja a alternativa, a empresa deve

reconhecer essa perda com estoques obsoletos, utilizando um dos três métodos sintetizados na sequência.

O primeiro, “método das dispensas esperadas”, indica que a empresa deve manter um comitê responsável pela análise dos estoques, para observar a existência de produtos obsoletos. Confirmada sua existência, a Contabilidade deverá registrar uma provisão equivalente à perda que ocorrerá quando da venda desses itens. O segundo, “método da reserva”, difere do anterior, por formar uma provisão para estoques obsoletos baseada no histórico observado nos períodos anteriores. O terceiro, “método da despesa”, indica que os valores encontrados de estoques obsoletos, se irrelevantes, devem simplesmente ser lançados contra os resultados do período. **Qualquer que seja a opção adotada, os cuidados deverão ser tomados, pois qualquer uma delas poderá ser utilizada como ferramenta para a manipulação dos resultados. (grifo nosso)**

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Este é um trabalho descritivo, visto que busca compreender e detalhar as práticas contábeis adotadas pelas empresas brasileiras do segmento de moda no tratamento de seus estoques, comparando-as àquelas adotadas por empresas congêneres internacionais. Sobre isso, Gil (2010) relata que a pesquisa descritiva tem, como principal objetivo, descrever as características de determinada população, ou estabelecer relações entre suas variáveis. Os procedimentos adotados caracterizam a pesquisa como documental, pois seu objetivo, ainda para o autor, é recolher, analisar e interpretar dados.

A abordagem adotada na pesquisa é qualitativa, já que busca descrever e analisar as políticas contábeis adotadas pelas empresas componentes da amostra deste trabalho, quanto a reconhecimento, mensuração e evidenciação de seus estoques.

Para o desenvolvimento deste trabalho, busca-se identificar e compreender as práticas contábeis adotadas pelas dez marcas do segmento de moda incluídas entre as cem mais valiosas, de acordo com levantamento da Revista Forbes em 2014.

O objetivo foi buscar o entendimento das práticas adotadas para reconhecimento, mensuração e evidenciação dos estoques, pela revisão e análise dos relatórios anuais dessas empresas. Isso observando se essas práticas corroboram o texto das normas que as regulam e se essas empresas indicam aos usuários de suas demonstrações financeiras os riscos aos quais os seus estoques ficam expostos, dadas as características do mercado de moda.

Ao buscar identificar as práticas adotadas pelas empresas brasileiras e compará-las àquelas adotadas pelas principais empresas internacionais desse segmento, foi formado um grupo com as seis empresas atuantes desse segmento, listadas na Bovespa.

Com base nas demonstrações financeiras, foram levantadas as práticas adotadas com a mensuração, avaliação e evidenciação de seus estoques, observando se estavam em conformidade com a NBC TG 16. O objetivo inicial era complementar a análise dessas demonstrações financeiras, por meio de entrevistas com os responsáveis por sua preparação. Entretanto, surpreendeu o fato de apenas uma dessas empresas ter aceitado o convite. Das outras cinco, foram obtidas, formalmente, respostas negativas de duas, enquanto as outras três não responderam aos contatos.

Para compensar esse fato, a única entrevista obtida foi complementada por outras quatro com outras importantes empresas brasileiras desse mesmo segmento, mas de capital fechado. Nessas, o objetivo foi buscar a compreensão da percepção dos administradores quanto aos impactos que a obsolescência dos estoques pode trazer aos resultados das empresas do segmento de moda, e como tal fato deve ser transmitido aos usuários das demonstrações financeiras. A população estudada nessa segunda parte do trabalho foi formada pelo critério da intencionalidade e durante as entrevistas realizadas buscou-se compreender a forma pela qual os estoques dessas empresas são mensurados, avaliados e evidenciados, comparando as práticas adotadas com aquelas utilizadas pelas empresas de capital aberto.

3.2 CAMPO DE ESTUDO

Com a análise dos relatórios da administração e suas respectivas demonstrações financeiras, das empresas brasileiras de capital aberto do segmento de moda, buscou-se analisar e comparar, à luz da convergência contábil no mundo ocidental, os critérios de reconhecimento, mensuração e evidenciação dos estoques dessas empresas e a forma com que esses critérios são comunicados aos usuários dessas respectivas peças. Comparativamente foram analisados os relatórios da administração e suas respectivas demonstrações financeiras das principais empresas desse segmento, tanto da Europa, quanto dos Estados Unidos. Complementando o estudo, buscou-se compreender qual a importância que as empresas brasileiras, em geral, dão às informações financeiras disponibilizadas aos seus usuários, através de entrevistas realizadas com empresas selecionadas pelo critério da intencionalidade.

3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

São diversos os instrumentos de coleta de dados que podem ser utilizados para a obtenção de informações. Diehl e Tatim (2004) indicam que as técnicas de coleta de dados devem ser escolhidas e aplicadas de acordo com a pesquisa, e que a qualidade dos resultados depende de sua correta utilização.

Os relatórios da administração e as respectivas demonstrações financeiras foram obtidos nos sites de cada uma das empresas. Inicialmente, foram analisados e sumarizados, visando à observação dos critérios utilizados na mensuração dos estoques. E, em especial, se

as práticas contábeis relativas a estoques, indicadas nas normas são atendidas pelas empresas analisadas.

Complementarmente, calculamos e analisamos, através das informações constantes das demonstrações contábeis das empresas selecionadas, alguns índices que permitem avaliar sua saúde.

Os índices que utilizamos foram:

- Dias de vendas em estoques

$$\text{Dias de vendas em estoques} = \frac{\text{Estoques}}{\text{CMV} / 360}$$

A quantidade de dias de vendas em estoque, apurados através da fórmula acima indicada, evidencia a qualidade dos produtos estocados. Em geral, muitos dias de vendas em estoque indicam a existência de produtos antigos em sua composição. Nas empresas do segmento de moda uma grande quantidade de dias de vendas em estoque sinaliza a existência de produtos de coleções passadas que não foram vendidos em tempo hábil e que deverão ser objeto de promoções e liquidações para serem vendidos.

- Giro dos estoques

$$\text{Giro dos estoques} = \frac{\text{Custo das vendas}}{(\text{Estoque Inicial} + \text{Estoque Final}) / 2}$$

O giro ou rotatividade dos estoques evidencia quantas vezes os estoques se renovaram, ao longo de um exercício, em função das vendas realizadas. Quanto menor o índice do giro dos estoques maior será a possibilidade destes incluírem produtos obsoletos ou próximos do final de seu ciclo de vida em sua composição.

- Liquidez corrente

$$\text{Liquidez corrente} = \frac{\text{Ativo circulante}}{\text{Passivo circulante}}$$

Esse índice, produto da fórmula acima indicada, evidencia quantos reais temos imediatamente disponíveis e conversíveis em curto prazo em dinheiro, comparados com as dívidas de curto prazo. Por ser o quociente que melhor espelha o grau de liquidez, também é denominado medida de solvência.

- Liquidez seca

$$\text{Liquidez s\^eca} = \frac{\text{Ativo circulante} - \text{Estoques}}{\text{Passivo circulante}}$$

Esse quociente apresenta uma posi\c7\~ao bem realista e conservadora a respeito da liquidez da empresa em determinado momento. Revela a capacidade financeira l\~iquida da empresa para cumprir compromissos de curto prazo. Essa \c3\c9 uma variante muito adequada para se avaliar de forma conservadora a situa\c7\~ao de liquidez da empresa. Ao se eliminar os estoques do numerador, estamos eliminando uma fonte de incerteza. Estamos eliminando influ\^encias e distor\c7\~oes que a ado\c7\~ao desse ou daquele crit\^erio de avalia\c7\~ao de estoques poderia acarretar, principalmente se os crit\^erios foram mudados ao longo dos per\~iodos.

O primeiro grupo foi formado pelas empresas cujas marcas est\~ao consideradas entre as cem mais valiosas do mundo, inclu\~idas na Tabela 1, a seguir:

TABELA 1 - AS MARCAS DA MODA ENTRE AS 100 MAIORES DA FORBES

Ranking Forbes	Marca	Valor de mercado	Crescimento anual	Vendas anuais
		US\$ bilh\~oes	%	US\$ bilh\~oes
# 14	Louis Vuitton	28.1	-6%	10.1
# 18	Nike	26.3	19%	28.3
# 42	Gucci	12.4	-1%	4.5
# 51	Herm\^es	10.6	-2%	5.3
# 58	Zara	9.4	-7%	14.8
# 63	Coach	8.6	-3%	4.5
# 74	Prada	7.3	-9%	3.7
# 83	Adidas	6.8	-14%	14.9
# 85	Chanel	6.8	-4%	5.4
# 89	Ralph Lauren	6.6	-1%	7.1
Valor m\^edio		12.3		9.9

Fonte: Adaptado de Revista Forbes

Foi efetuada uma an\~alise descritiva inerente aos aspectos de reconhecimento, mensura\c7\~ao e evidencia\c7\~ao dos estoques, observando-se o conte\~udo das demonstra\c7\~oes financeiras e as informa\c7\~oes complementares que, porventura, estariam inclu\~idas nos relat\~orios das administra\c7\~oes.

Complementando esse primeiro grupo, foram inclu\~idos outros tr\^es importantes participantes desse mercado, sendo dois norte-americanos e um europeu, selecionados a partir do crit\^erio da intencionalidade em fun\c7\~ao de sua import\~ancia no mercado mundial da moda.

Na sequência, outro grupo de empresas, brasileiras e de capital aberto, foi analisado e estudado através de suas demonstrações financeiras.

Finalizando, foram selecionadas cinco empresas do segmento de moda, que aceitaram participar do projeto, atendendo a uma entrevista, cujo objetivo é o de analisar de forma qualitativa a compreensão que os gestores possuem a respeito dos riscos existentes com a administração dos estoques das empresas do segmento de moda, e os reflexos desses riscos sobre a saúde de cada uma delas. Ademais, observar o posicionamento da contabilidade em cada uma delas e a percepção dos administradores acerca dos trabalhos da contabilidade.

3.4 LIMITAÇÕES

O desenvolvimento deste trabalho se limitou à observação das demonstrações financeiras de empresas à disposição dos usuários, e ao estabelecimento de alguns parâmetros e índices calculados sobre os números e informações contidas nesses relatórios, analisando-os individualmente e comparando-os entre si. Poderia ser ainda mais amplo se houvesse a possibilidade da obtenção das demonstrações financeiras das companhias que não têm a obrigatoriedade de divulgá-las publicamente. Apesar disso, acredita-se que a população contida no primeiro grupo dá suporte suficiente às conclusões que se pretende chegar, somando-se a essas as conclusões obtidas com o estudo das empresas do segundo grupo.

Esta pesquisa, segundo Gil (2010), teve como fatores limitantes sua pouca representatividade e a subjetividade dos documentos e informações neles contidas. Para contornar esse fato, os trabalhos desenvolvidos se apoiaram também em artigos e informações de jornais e revistas, além da vivência profissional nesse mercado.

Os resultados obtidos com as entrevistas não podem ser generalizados, uma vez que a amostra, criada por conveniência, não é representativa e faz parte de um estudo com características exploratórias.

4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Como o mercado da moda é uma ocorrência que se repete pelo mundo afora, foram selecionadas as demonstrações financeiras de empresas participantes desse mercado no Brasil, nos Estados Unidos e na Europa. Isso para comparar a qualidade das informações disponibilizadas aos seus usuários, em especial aquelas relacionadas aos estoques e aos riscos provenientes de sua eventual obsolescência.

No desenvolvimento das análises, foi incluída a apuração dos índices relacionados no capítulo da metodologia para auxílio do entendimento das operações que envolvem mercadorias.

4.1 EMPRESAS INTERNACIONAIS

As empresas internacionais foram selecionadas em função de sua importância no mercado internacional de moda. Nessa seleção, foram incluídas dez do segmento de moda, cujas marcas estão incluídas entre as cem mais importantes do mundo: LVMH; Nike; Gucci (grupo Kering); Hermès, Zara (grupo Inditex); Coach; Prada; Adidas; Chanel e Ralph Lauren. Além dessas, foram incluídas outras duas empresas norte-americanas, Abercrombie & Fitch e Gap, que são dois dos maiores expoentes do crescente mercado de *fast fashion*. Para complementar o grupo, uma tradicional empresa europeia do segmento de moda, a Salvatore Ferragamo.

As empresas brasileiras pesquisadas são aquelas listadas na Bovespa, atuantes nesse segmento: Arezzo, Hering, Marisa, Renner, Restoque e Riachuelo (Grupo Guararapes). Há ainda uma sétima listada na Bovespa, a Graziottin, atuante desse segmento, que não se encontra nesta seleção, pelo fato de comercializar, além de vestuário com pequeno apelo de moda, móveis e objetos para decoração; e tais produtos não apresentam os mesmos riscos de obsolescência que os do mercado efetivo de moda (calçados e vestuário). A essas empresas, foram acrescentadas outras quatro empresas de capital fechado que não autorizaram sua identificação no trabalho.

LOUIS VUITTON (Grupo LVMH)

O Grupo LVMH é um dos maiores grupos atuantes no mercado internacional de luxo, nos segmentos de moda, bebidas, perfumes, entre outros. As principais empresas que o compõem são: na área de moda, Louis Vuitton, Kenzo, Loro Piana, Fendi, Céline e Givenchy; na área de perfumes, Christian Dior, Guerlain, Benefit e Fresh; e na de bebidas Moët&Chandon e a Hennessy. A Louis Vuitton foi fundada em Paris em 1854 e é considerada a marca mais valiosa nesse segmento, sendo, dentre todas as marcas mundiais, a 14ª de maior valor.

Ao analisar suas demonstrações financeiras observamos algumas informações relativas a estoques. Em 31 de dezembro de 2014 e de 2013 estavam compostos conforme Tabela 2, a seguir:

TABELA 2 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA LVMH

Itens	31.12.14	31.12.13
	Euros mil	Euros mil
Matérias-primas e produtos em elaboração	1.273	1.157
Mercadorias adquiridas para revenda	1.323	1.163
Produtos acabados	2.877	2.455
Bebidas	4.002	3.717
Total	9.475	8.492

Fonte: Relatório anual da LVMH, 2014

Esses estoques, de acordo com as notas explicativas às demonstrações financeiras – com exceção do vinho produzido pelo próprio grupo - estão registrados pelo valor de custo (excluindo despesas de juros) ou de realização líquido. Os custos compreendem os custos de fabricação (produtos acabados) ou o preço de compra, acrescido dos custos incidentais (matérias-primas e produtos adquiridos para revenda).

Os vinhos produzidos pelo grupo, em especial a champagne, estão baseados na aplicação do valor de mercado para sua respectiva colheita, determinado pelo preço médio de aquisição de uvas equivalentes, nos casos em que elas tenham sido adquiridas de terceiros. Até a data de encerramento da colheita, seu valor uvas é calculado *pro rata temporis*, com base no rendimento estimado e nos valores de mercado.

Os estoques estão valorizados pelo custo médio ponderado ou pelo método FIFO, dependendo do tipo de negócio a que pertença. Em função do longo tempo do processo de envelhecimento aplicado à champagne e aos *spirits* (whisky e conhaque), os estoques desses produtos geralmente ultrapassam o período de um ano. Entretanto, de acordo com as práticas desse segmento esses estoques são apresentados como ativos circulantes.

À exceção dos vinhos e *spirits*, para os outros produtos mantidos em estoques é prática da empresa ajustá-los por meio de provisões, devido à obsolescência (encerramento da estação, data de validade, etc.) ou às vendas abaixo das expectativas.

Os principais valores incluídos nas demonstrações financeiras relacionados às operações com mercadorias estão na Tabela 3, a seguir, e permitiram a extração de alguns índices também incluídos nessa mesma tabela:

TABELA 3 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA LVMH

Itens	Exercício findo em	
	31.12.14	31.12.13
	Euros milhões	Euros milhões
Ativo total	53.362	56.176
Estoques	9.475	8.492
Ativo circulante	18.110	15.971
Passivo circulante	12.175	11.639
Receita operacional líquida	30.638	29.016
Custo dos produtos vendidos	10.801	9.997
Resultado bruto	19.837	19.019
Lucro líquido do exercício	5.648	3.436
Estoques em relação aos ativos	17,8%	15,1%
Dias de vendas em estoque	316	306
Giro dos estoques	1,2	
Liquidez corrente	1,5	1,4
Liquidez seca	0,7	0,6
Margem bruta sobre receita operacional líquida	64,7%	65,5%
Lucro líquido sobre vendas	18,4%	11,8%

Fonte: Relatório anual da LVMH, 2014

Assim como as principais empresas de moda voltadas ao mercado de luxo, as margens brutas auferidas situam-se sempre em níveis significativamente elevados.

O Grupo LVMH apresenta estoques com muitos dias de vendas, onerados ainda mais por englobarem, em sua composição, bebidas que necessitam de longo prazo para seu necessário envelhecimento. Por essa razão, foi considerado que uma informação a esse respeito deveria estar presente nas notas explicativas para auxílio de seus usuários, por se tratar de assunto material e relevante.

NIKE

A Nike é a mais proeminente empresa de moda no segmento de *sportswear*. Constituída em 1972, seu objetivo inicial foi a produção de calçados de performance para o atletismo. Na sequência, aproveitando-se do boom mundial da prática da corrida e dos cuidados com a saúde pessoal, tornou-se um gigante com atuação global.

Nas notas explicativas às suas demonstrações financeiras, referentes aos exercícios encerrados em 31 de maio de 2015 e de 2014, encontram-se algumas informações relacionadas aos estoques: os totais de US\$ 4.337 milhões em 2015, e US\$ 3.947 milhões em 2014 eram compostos, basicamente, por produtos acabados.

Na nota explicativa relativa às principais práticas contábeis, informa-se que os estoques estão demonstrados pelo menor valor entre o custo e o mercado e que sua valorização é baseada no custo médio ou no específico. Sua valorização inclui o custo dos produtos adquiridos diretamente dos fornecedores da empresa. Ainda, são considerados os de fretes, taxas alfandegárias, impostos de importação, seguros e os demais com logística e manuseio.

Os principais números contidos nas demonstrações financeiras e que se referem às operações com mercadorias estão na Tabela 4, na sequência:

TABELA 4 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA NIKE

Itens	Exercício findo em	
	31.05.15	31.05.14
	US\$ milhões	US\$ milhões
Ativo total	21.600	18.594
Estoques	4.337	3.947
Ativo circulante	15.976	13.696
Passivo circulante	6.334	5.027
Receita operacional líquida	30.601	27.799
Custo dos produtos vendidos	16.534	15.353
Resultado bruto	14.067	12.446
Resultado líquido	3.273	2.693
Estoques em relação aos ativos	20,1%	21,2%
Dias de vendas em estoque	94	93
Giro dos estoques	4,0	
Liquidez corrente	2,5	2,7
Liquidez seca	1,8	1,9
Margem bruta sobre receita operacional líquida	46,0%	44,8%
Lucro líquido sobre vendas	10,7%	9,7%

Fonte: Relatório anual da Nike, 2015

Com base nessas informações, foram levantados alguns índices que permitem uma análise a respeito da qualidade dos estoques existentes e da rentabilidade auferida pela empresa.

As empresas do segmento de moda, por experiência profissional, sentem-se confortáveis com níveis de estoques situados em um intervalo entre 75 e 150 dias de vendas. Estoques abaixo dessa faixa tornam-se sujeitos a rupturas nos pontos de venda; e acima, costumam incluir itens que se aproximam da obsolescência. Consequentemente precisarão de preços promocionais para ser comercializados.

Pelos números obtidos nas demonstrações financeiras da Nike, observa-se que os níveis dos estoques se mantiveram equilibrados nos dois exercícios analisados, estando pouco acima de 90 dias nos dois períodos. Além disso, têm um peso bastante significativo na formação dos ativos da companhia, permitindo que ela aufera margens brutas e líquidas sobre as vendas bastante equilibradas.

Não foi localizada nenhuma menção à formação de provisões para estoques obsoletos ou de pouca rotatividade. Entretanto, quando os fatores de risco são mencionados nos relatórios da empresa, nota-se que, dentre outros, incluem:

- a) forte concorrência existente no mercado;
- b) necessidade da manutenção da boa reputação da marca;
- c) importância de conhecer antecipadamente os desejos do consumidor e desenvolver produtos que atendam esses desejos;
- d) exposição que as operações têm em relação à sazonalidade;
- e) perda de rentabilidade que poderá ocorrer se os estoques se elevarem em demasia;
- f) falhas na cadeia de suprimentos podem afetar a disponibilidade de produtos para venda.

Em que pese a importância dos estoques na composição dos ativos da empresa, nas demonstrações financeiras, não há nenhum quadro indicando sua composição: apenas um parágrafo nas notas explicativas, mostrando que eles são compostos, basicamente, por produtos acabados.

GUCCI (Grupo Kering)

Uma das marcas mais valiosas do planeta, a Gucci, fundada em Florença em 1921, hoje faz parte do grupo Kering, juntamente com outras proeminentes desse mercado: Bottega

Veneta, Yves Sant Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Stella McCartney e Puma entre outras.

Nas demonstrações financeiras do Grupo Kering, encontramos algumas informações referentes ao tratamento dado aos estoques das empresas do grupo: dentre essas, o grupo, nos últimos exercícios, vem conseguindo manter uma expressiva margem bruta sobre as vendas líquidas; porém, o resultado líquido, apesar de ter crescido no último período, ainda se encontra em um patamar muito baixo.

Para complicar um pouco mais essa situação, nota-se que os estoques do grupo cresceram no último período, passando de 180 para 215 dias de vendas. Isso indica a existência de estoques antigos em sua composição, o que demandará uma agressiva política de vendas para sua desova e que deverá ser um fator contrário à elevação das margens. Esses comentários baseiam-se nas evidências obtidas com os dados da Tabela 5, a seguir:

TABELA 5 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA KERING

Itens	Exercício findo em	
	31.12.14 Euros milhões	31.12.13 Euros milhões
Ativo total	23.254	22.811
Estoques	2.235	1.806
Ativo circulante	5.273	4.925
Passivo circulante	5.780	4.559
Receita operacional líquida	10.038	9.656
Custo dos produtos vendidos	3.742	3.615
Resultado bruto	6.296	6.041
Lucro líquido do exercício	549	40
Estoques em relação aos ativos	9,6%	7,9%
Dias de vendas em estoque	215	180
Giro dos estoques	1,9	4,0
Liquidez corrente	0,9	1,1
Liquidez seca	0,5	0,7
Margem bruta sobre receita operacional líquida	62,7%	62,6%
Lucro líquido sobre vendas	5,5%	0,4%

Fonte: Relatório anual da Kering, 2014

HERMÈS

A Hermès, fundada em Paris em 1837, com o objetivo de produzir arreios para cavalos, ao longo do tempo, transformou-se em importante produtora de artigos de luxo no segmento da moda, especialmente couro, gravatas, lenços de seda e perfumes.

Desde 1993, 25% de suas ações são negociadas na bolsa de valores de Paris, enquanto os 75% restantes dessas ações permanecem em poder da família. Além da marca Hermès, a empresa possui as marcas John Lobb de calçados e Jean-Paul Gaultier de vestuário.

Pela análise de suas demonstrações financeiras, a composição de seus estoques está apresentada conforme Tabela 6, a seguir:

TABELA 6 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA HERMÈS

Itens	31.12.14	31.12.13
	Euros mil	Euros mil
Produtos acabados	847	682
Impairment	-308	-234
Valor líquido	539	448
Matéria-prima e produtos em elaboração	510	477
Impairment	-137	-112
Valor líquido	373	365
Total	912	813

Fonte: Relatório anual da Hermès, 2014

Chama a atenção a expressividade dos valores que estão reduzindo os estoques provenientes do cálculo do *impairment* aplicado no final de cada exercício; indicam a existência de estoques antigos que, para serem realizados, precisam de fortes reduções de preços. Na Tabela 7, na sequência, é possível confirmar a existência de um grande volume de estoques:

TABELA 7 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA HERMÈS

Itens	Exercício findo em	
	31.12.14	31.12.13
	Euros milhões	Euros milhões
Ativo total	4.768	3.938
Estoques	912	813
Ativo circulante	2.792	2.249
Passivo circulante	1.044	880
Receita operacional líquida	4.119	3.754
Custo dos produtos vendidos	1.366	1.170
Resultado bruto	2.753	2.584
Lucro líquido do exercício	863	799
Estoques em relação aos ativos	19,1%	20,6%
Dias de vendas em estoque	240	250
Giro dos estoques	1,6	
Liquidez corrente	2,7	2,6
Liquidez seca	1,8	1,6
Margem bruta sobre receita operacional líquida	66,8%	68,8%
Lucro líquido sobre vendas	21,0%	21,3%

Fonte: Relatório anual da Hermès, 2014

Os resultados obtidos pela empresa são elevados e consistentes. Todavia, não foram encontrados maiores detalhes nas suas demonstrações financeiras que permitam uma análise mais criteriosa a respeito dos estoques existentes.

ZARA (Grupo Inditex)

O maior fenômeno comercial no segmento de moda ocorrido nos últimos anos foi a Zara, que solidificou o conceito de *fast fashion*, anteriormente restrito a pequenas empresas. A Zara é uma das empresas do Grupo Inditex, que possui também as marcas Uterque, Zara Home, Stradivarius, entre outras.

Com atuação global, o Grupo Inditex tem mais de 137.000 empregados, espalhados por todos os continentes. Diariamente, em suas 6.600 lojas, circulam mais de oito milhões de consumidores, avalizando a qualidade comercial conquistada pelo grupo. A cada três dias, em média, é inaugurada no mundo uma loja Zara. Seus fundadores, em 1975, foram Rosalia Mera e Amâncio Ortega. Esse, em 2015, foi indicado pela Revista Forbes como o homem mais rico do mundo, superando Bill Gates.

Nas demonstrações financeiras da Inditex, a composição de seus estoques está demonstrada conforme Tabela 8, a seguir:

TABELA 8 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA INDITEX

Itens	31.01.15	31.01.14
	Euros mil	Euros mil
Matérias-primas	64.925	52.034
Produtos em elaboração	22.237	35.789
Produtos acabados	1.772.354	1.589.056
Total	1.859.516	1.676.879

Fonte: Relatório anual da Inditex, 2015

Em suas notas explicativas, está elencado que esses estoques estão demonstrados pelo menor valor entre o seu custo de aquisição, de produção ou seu valor realizável líquido. Ainda, há a indicação de que esses custos compreendem todos aqueles incorridos na aquisição e transformação dos materiais, assim como os incorridos com design, logística, transporte e todos aqueles diretamente alocáveis e incorridos para sua presente localização e condição.

Os custos de transformação compreendem aqueles diretamente relacionados às unidades produzidas e uma parcela, sistematicamente calculada dos custos indiretos, fixos e variáveis, incorridos durante o processo de fabricação.

Os custos são calculados na base PEPS (primeiro que entra – primeiro que sai), e incluem o custo dos materiais consumidos, a mão de obra e as despesas de fabricação.

Ademais, os estoques estão ali ajustados contra o custo das vendas, quando o valor de custo excede o realizável líquido. Esse é considerado da seguinte forma:

- a) matérias-primas e outros insumos: custo de reposição. Esses materiais não têm seus custos reduzidos, quando os produtos acabados em que são aplicados têm seus preços de venda reduzidos para níveis abaixo de seus respectivos custos.
- b) produtos para revenda: preço estimado de vendas no curso normal dos negócios.
- c) produtos em elaboração: preço estimado de vendas para o correspondente produto acabado, deduzido dos custos estimados faltantes para sua complementação.

Observando os números constantes das demonstrações financeiras, incluímos na Tabela 9 a seguir, aqueles mais importantes relacionados às operações com mercadorias.

TABELA 9 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA INDITEX

Itens	Exercício findo em	
	31.01.14	31.01.13
Ativo total	15.377.000	13.756.261
Estoques	1.859.516	1.676.879
Ativo circulante	7.105.953	6.764.961
Passivo circulante	3.748.828	3.462.293
Receita operacional líquida	18.116.534	16.724.439
Custo dos produtos vendidos	7.547.637	6.801.507
Resultado bruto	10.568.897	9.922.932
Resultado líquido	2.510.151	2.377.082
Estoques em relação aos ativos	12,1%	12,2%
Dias de vendas em estoque	89	89
Giro dos estoques	4,3	
Liquidez corrente	1,9	2,0
Liquidez seca	1,4	1,5
Margem bruta sobre receita operacional líquida	58,3%	59,3%
Lucro líquido sobre vendas	13,9%	14,2%

Fonte: Relatório anual da Inditex, 2015

Cabe observar que a empresa, apesar de seu gigantismo, consegue manter seus estoques em um nível de liquidez bastante equilibrado, os quais são totalmente financiados por seus fornecedores. As margens bruta e líquida sobre as vendas permanecem estáveis ao longo dos períodos, demonstrando o acerto das definições estratégicas adotadas.

COACH

A Coach é uma empresa norteamericana, com sede em New York, fundada em 1946. É reconhecida mundialmente como um dos principais participantes do mercado de moda, produzindo carteiras, bolsas, sapatos, acessórios para viagem, joias, roupas, entre outros artigos.

No seu relatório anual encaminhado à SEC – Securities and Exchange Commission, há informações pertinentes a respeito dos riscos que o segmento de moda tem. Dentre esses, destacam-se:

- a) as condições financeiras da empresa, os resultados das operações e as compras pelos consumidores podem ser afetadas de maneira severa por flutuações nas condições econômicas;

- b) os negócios estão sujeitos a aumentos de custos, decorrentes de excessos de estoques; e uma redução na rentabilidade, em função do aumento de pressão nas margens de lucro, se as previsões de demanda dos produtos forem equivocadas;
- c) a competitividade é extrema nesse ramo de negócios.

A empresa no capítulo em que comenta as políticas contábeis e as estimativas críticas indica, quanto aos estoques, que estes são apresentados pelos valores de custo ou de mercado, dos dois, o menor. Os custos dos estoques incluem as matérias-primas, os custos de transformação, os fretes e as taxas alfandegárias, e estão determinados pelo método PEPS (primeiro que entra – primeiro que sai).

A empresa faz uma provisão sobre os estoques para reduzir o valor daqueles que apresentam movimentação lenta ou se encontram obsoletos, baseada na demanda atual dos produtos, na expectativa futura de demanda e na experiência histórica. Uma redução na demanda de produtos provocada por alterações no gosto dos consumidores, por modificações nos padrões de compra ou pela intensificação da concorrência, poderá trazer impactos sobre os estoques e um aumento da provisão poderá ser necessário.

Ainda nesse capítulo, a empresa convida o leitor do Relatório Anual a observar os comentários incluídos em uma nota explicativa às demonstrações financeiras, denominada **“Transformação e Outras Ações”**, para alterações relativas aos estoques. (grifo nosso) Nessa nota, está claramente exposto o plano de recuperação e rejuvenescimento da marca que se pretende implantar. Com esse plano, haverá o fechamento de inúmeras unidades, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Por consequência, isso poderá afetar os níveis dos estoques ou o custo das vendas, pelas baixas de produtos.

Seguem na Tabela 10 os principais valores relacionados às operações com mercadorias:

TABELA 10 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA COACH

Itens	Exercício findo em	
	27.06.15	28.06.14
	US\$ milhões	US\$ milhões
Ativo total	4.667	3.663
Estoques	485	526
Ativo circulante	2.506	1.855
Passivo circulante	835	813
Receita operacional líquida	4.192	4.806
Custo dos produtos vendidos	1.283	1.509
Resultado bruto	2.909	3.297
Resultado líquido	402	781
Estoques em relação aos ativos	10,4%	14,4%
Dias de vendas em estoque	136	126
Giro dos estoques	2,5	
Liquidez corrente	3,0	2,3
Liquidez seca	2,4	1,6
Margem bruta sobre receita operacional líquida	69,4%	68,6%
Lucro líquido sobre vendas	9,6%	16,3%

Fonte: Relatório anual da Coach, 2015

A análise das informações anteriormente resumidas mostra uma empresa com uma excelente margem bruta sobre as receitas operacionais líquidas, e um lucro líquido que sofreu um forte decréscimo, devido às despesas incorridas com o início do plano mundial para o rejuvenescimento da marca.

PRADA

Entre as empresas europeias, cabe um destaque especial à Prada Spa., composta pelas marcas: Prada, MiuMiu, Church's e CarShoe. A empresa teve início em Milão, na Itália, em 1913. Atualmente, a neta do fundador, Miuccia Prada, é quem a dirige. A Prada, incluída entre as cem marcas mais valiosas pela Revista Forbes em 2014, está presente em todos os continentes, e seus produtos são relacionados ao mercado de luxo.

Ao pesquisar as informações referentes a seus estoques em suas demonstrações financeiras, segue sua composição na Tabela 11:

TABELA 11 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA PRADA

Itens	31.01.15	31.01.14
	Euros mil	Euros mil
Matérias-primas	106.843	85.333
Produtos em elaboração	40.786	28.424
Produtos acabados	571.115	403.473
Provisão para perdas	-64.199	-67.327
Total	654.545	449.903

Fonte: Relatório anual da Prada, 2015

Nas notas explicativas às demonstrações financeiras, entre suas práticas contábeis, está evidenciado que as matérias-primas, os produtos em elaboração e os produtos acabados são registrados pelo menor valor entre o custo de aquisição, de produção ou valor líquido de realização. Custos compreendem os custos diretos de produção e aqueles incorridos para trazer os estoques à sua localização atual e condição. Custos de aquisição ou de produção foram calculados pelo método do custo médio ponderado. Provisões ajustando os valores dos estoques são feitas para itens de baixa rotatividade, estoques obsoletos e para aqueles cujo preço estimado de venda for inferior ao seu respectivo custo.

Com relação à provisão para perdas, incluída na composição dos estoques e demonstrada na Tabela 12, adiante, observa-se que, nas demonstrações financeiras, as provisões para itens obsoletos ou de baixa rotatividade foram ajustadas para trazer o valor dos estoques aos seus valores estimados de realização:

TABELA 12 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

Descrição	Matérias primas	Produtos acabados	Total
	Euros mil	Euros mil	Euros mil
Saldo no início do exercício	-29.780	-37.547	-67.327
Trocas	-9	-27	-36
Adições	-9	-61	-67.363
Reversões	3.000	234	3.234
Saldo no final do exercício	-26.798	-37.401	-64.199

Fonte: Relatório anual da Prada, 2015

Vale ressaltar que a provisão existente no final do exercício representa, praticamente, 10% do valor dos estoques.

Com o intuito de apurar alguns índices indicadores de desempenho operacional relacionado a mercadorias, seguem informações na Tabela 13:

TABELA 13 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA PRADA

Itens	Exercício findo em	
	31.01.15	31.01.14
	Euros mil	Euros mil
Ativo total	4.738.877	3.888.292
Estoques	654.545	449.903
Ativo circulante	1.899.955	1.461.596
Passivo circulante	1.115.025	706.475
Receita operacional líquida	3.551.696	3.587.347
Custo dos produtos vendidos	1.001.117	938.698
Resultado bruto	2.550.579	2.648.649
Lucro líquido do exercício	450.730	627.798
Estoques em relação aos ativos	13,8%	11,6%
Dias de vendas em estoque	235	173
Giro dos estoques	1,8	
Liquidez corrente	1,7	2,1
Liquidez seca	1,1	1,4
Margem bruta sobre receita operacional líquida	71,8%	73,8%
Lucro líquido sobre vendas	12,7%	17,5%

Fonte: Relatório anual da Prada, 2015

Pelos índices anteriores, nota-se a excelente margem bruta operada pela empresa, que lhe permite auferir lucros líquidos bem acima da média observada nas outras empresas selecionadas neste trabalho. Os níveis de estoques se elevaram sobremaneira nesse último exercício. Ao acompanhar essa elevação, percebe-se uma redução tanto na margem bruta quanto na margem líquida, o que faz supor que os preços de venda foram reduzidos na tentativa de girar o estoque existente.

Entretanto, essa elevação mereceu um destaque nas notas explicativas às demonstrações financeiras. Pois ali está indicado que o aumento de dias de vendas nos estoques no período foi decorrente da adoção de uma estratégia de abastecimento diferente nos últimos meses do exercício, visando aumentar as margens no varejo.

Além desses comentários encontrados no conjunto das notas explicativas, foram identificados, no bojo do relatório da administração, outros acerca dos riscos inerentes à operação da empresa.

Dentre esses, cabe destacar alguns que se relacionam diretamente ao desempenho comercial dos produtos, elencando os riscos aos quais a empresa estaria sujeita. Tais riscos poderiam afetar o reconhecimento da imagem da marca, destacando que o sucesso do grupo no mercado internacional da moda e do luxo está ligado à imagem e diferenciação da marca. Esses itens dependem de muitos fatores, dentre os quais: o estilo e o design dos produtos, a

qualidade dos materiais, as técnicas de produção, a imagem e a localização das lojas operadas diretamente pelo grupo, o cuidado na seleção dos licenciados e as atividades de comunicação, em termos de relações públicas, propaganda, marketing e perfil da empresa.

A preservação da imagem e do prestígio adquirido pelas marcas do grupo na indústria da moda e do luxo é um objetivo que a Prada monitora com muita atenção, tanto interna quanto externamente, para garantir sua manutenção. Isso é demonstrado pela busca constante de inovações em termos de estilo, produtos e comunicação que garantam que a mensagem seja sempre consistente com a forte identidade das marcas.

ADIDAS

A Adidas, outra gigante do mercado de *sportswear*, foi fundada em 1924, por Adolf Dassler, que após regressar da Primeira Guerra Mundial, passou a produzir os seus próprios sapatos esportivos. Em 1948, foi dividida e deu origem a uma segunda empresa, a Puma. Hoje, além da marca Adidas, a empresa possui as marcas Reebok, Taylor Made e Adidas Golf.

Seus estoques, no encerramento de seus exercícios, compunham-se conforme Tabela 14:

TABELA 14 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA ADIDAS

Itens	31.12.14	31.12.13
	Euros milhões	Euros milhões
Produtos acabados	1.898	1.872
Mercadorias em trânsito	688	800
Matérias-primas	34	31
Produtos em elaboração	1	1
Provisão para perdas	-95	-70
Total	2.526	2.634

Fonte: Relatório anual da Adidas, 2014

Os principais valores encontrados nas demonstrações financeiras, relacionados às operações com mercadorias, estão na Tabela 15, apresentada a seguir:

TABELA 15 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA ADIDAS

Itens	Exercício findo em	
	31.12.14	31.12.13
	Euros milhões	Euros milhões
Ativo total	12.417	11.599
Estoques	2.526	2.634
Ativo circulante	7.347	6.857
Passivo circulante	4.378	4.732
Receita operacional líquida	14.534	14.203
Custo dos produtos vendidos	7.610	7.202
Resultado bruto	6.924	7.001
Lucro líquido do exercício	496	790
Estoques em relação aos ativos	20,3%	22,7%
Dias de vendas em estoque	119	132
Giro dos estoques	2,9	
Liquidez corrente	1,7	1,4
Liquidez seca	1,1	0,9
Margem bruta sobre receita operacional líquida	47,6%	49,3%
Lucro líquido sobre vendas	3,4%	5,6%

Fonte: Relatório anual da Adidas, 2014

A observação das informações contidas na tabela anterior indica uma posição bastante saudável e equilibrada. Os estoques são mantidos em níveis seguros, não indicando a existência de itens obsoletos significativos em sua composição.

CHANEL

Uma das marcas mais icônicas do mercado da moda, fundada em 1909 por Coco Chanel em Paris, conta com 1300 empregados e se mantém como uma sociedade fechada até hoje. Suas vendas anuais giram em torno de 1,5 bilhões de euros. Por ser uma companhia fechada, suas demonstrações financeiras não se encontram à disposição do mercado.

RALPH LAUREN

A Ralph Lauren é uma das principais empresas de moda baseada nos Estados Unidos. Presença global no mercado da moda notabilizou-se, inicialmente, pela produção de roupas casuais masculinas, em especial, as camisetas pólo.

Os estoques apresentados em suas demonstrações financeiras compunham-se conforme a Tabela 16, a seguir.

TABELA 16 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA RALPH LAUREN

Itens	Exercício findo em	
	29.03.14	30.03.13
	US\$ milhões	US\$ milhões
Matérias-primas	3	5
Produtos em elaboração	2	1
Produtos acabados	1.015	890
Total	1.020	896

Fonte: Relatório anual da Ralph Lauren, 2014

A quase totalidade desses estoques estava representada por produtos acabados.

Na Tabela 17, na sequência, seguem as principais informações relativas às operações com mercadorias constantes das demonstrações financeiras:

TABELA 17 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA RALPH LAUREN

Itens	Exercício findo em	
	29.03.14	30.03.13
	US\$ milhões	US\$ milhões
Ativo total	6.090	5.418
Estoques	1.020	896
Ativo circulante	3.329	2.963
Passivo circulante	970	1.121
Receita operacional líquida	7.450	6.945
Custo dos produtos vendidos	3.140	2.789
Resultado bruto	4.310	4.156
Resultado líquido	776	750
Estoques em relação aos ativos	16,7%	16,5%
Dias de vendas em estoque	117	116
Giro dos estoques	3,3	
Liquidez corrente	3,4	2,6
Liquidez seca	2,4	1,8
Margem bruta sobre receita operacional líquida	57,9%	59,8%
Lucro líquido sobre vendas	10,4%	10,8%

Fonte: Relatório anual da Ralph Lauren, 2014

Essas informações demonstram a adequação dos números contidos nas demonstrações financeiras, referentes às operações com mercadorias. Indicam a obtenção de margens brutas compatíveis com o segmento, acompanhadas de boas margens líquidas sobre a receita operacional líquida. Os níveis dos estoques são adequados e mantidos de forma equilibrada.

ABERCROMBIE & FITCH

A Abercrombie & Fitch, detentora, também, da marca Hollister, é uma importante rede de lojas de varejo de moda, voltada a um público mais jovem. Sua evolução ao longo dos anos tem sido objeto de muitos estudos na área de marketing.

Suas demonstrações financeiras, para os períodos encerrados em 1º de fevereiro de 2014 e de 2013 apresentavam estoques de aproximadamente 18% do valor de seus ativos. Para esses estoques, objeto principal do presente trabalho, a empresa não apresentou nas referidas demonstrações, sua composição. Já, nas notas explicativas, indicou que sua avaliação, primordialmente, dá-se pelo valor de custo ou de mercado, dos dois, o menor, em uma base média ponderada. A companhia informa que reduz o valor dos estoques quando é necessário ajustá-lo, do valor de custo para o de mercado, sendo o reflexo desse ajuste apresentado no custo das mercadorias vendidas indicado na demonstração do resultado. Esse ajuste é baseado no julgamento da administração com base na demanda futura, nas condições de mercado e na experiência contida na análise histórica. A reserva para ajustar o valor de custo ao de mercado dos estoques era, em 1º de fevereiro de 2014, 2013 e 2012, de US\$ 22,1 milhões, US\$ 9,9 milhões e US\$ 13,0 milhões, respectivamente.

Adicionalmente, como parte da avaliação dos estoques, baseada na experiência histórica, é registrada uma provisão para perdas e roubos de mercadorias. Periodicamente, a empresa efetua inventários físicos e ajusta as diferenças encontradas contra essa provisão. O seu valor era de US\$ 13,8 milhões, US\$ 11,8 milhões e US\$ 10,3 milhões em 1º de fevereiro de 2014, 2013 e 2012, respectivamente. Estoques em trânsito são considerados produtos de propriedade da Abercrombie & Fitch, mesmo que ainda não recepcionados nos centros de distribuição da empresa.

Por meio das demonstrações financeiras da empresa, foram levantados os principais números referentes às operações com mercadorias, conforme Tabela 18, a seguir:

TABELA 18 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA ABERCROMBIE & FITCH

Itens	Exercício findo em	
	31.01.15	01.02.14
	US\$ mil	US\$ mil
Ativo total	2.505.167	2.850.977
Estoques	460.794	530.192
Ativo circulante	1.164.972	1.320.566
Passivo circulante	485.956	568.222
Receita operacional líquida	4.116.897	4.116.897
Custo dos produtos vendidos	1.541.462	1.541.462
Resultado bruto	2.575.435	2.575.435
Resultado líquido	54.628	54.628
Estoques em relação aos ativos	18,4%	18,6%
Dias de vendas em estoque	108	124
Giro dos estoques	3,1	
Liquidez corrente	2,4	2,3
Liquidez seca	1,4	1,4
Margem bruta sobre receita operacional líquida	62,6%	62,6%
Lucro líquido sobre vendas	1,3%	1,3%

Fonte: Relatório anual da Abercrombie & Fitch, 2015

No Form 10k, no item que trata dos fatores de risco, na declaração prospectiva e no detalhamento dos fatores de risco, a companhia indica, entre outros itens, aqueles relacionados a estoques, que podem afetar materialmente as expectativas futuras:

- a) **mudanças nas tendências de moda e nas preferências do consumidor (grifo nosso)** e a necessidade de habilidade para gerenciar os níveis dos estoques à demanda de consumo podem afetar adversamente os níveis de vendas e a lucratividade;
- b) flutuações de custo, disponibilidade e qualidade das matérias-primas, mão de obra e transporte podem ocasionar atrasos na produção e aumento dos custos;
- c) as vendas líquidas variam em bases sazonais, fazendo com que os resultados operacionais sejam suscetíveis a alterações no período de volta às aulas e aos padrões de consumo nos períodos de férias;
- d) interrupções no fluxo de mercadorias dos principais fornecedores nacionais e internacionais podem causar rupturas no *supply chain*, podendo resultar em perdas de vendas e aumento de custos.

Cabe uma análise especial ao item que trata das mudanças nas tendências de moda e nas preferências do consumidor. Isso porque, no Form 10k, há uma explicação detalhada de seus efeitos, que podem influenciar diretamente os resultados da empresa, e quase todos passam pela operação com produtos para venda, a saber:

- a) o sucesso da empresa depende, em grande parte, da habilidade de antecipar e calcular as preferências de moda dos consumidores e prover mercadorias que os satisfaçam constantemente, atendendo à demanda no tempo certo;
- b) os produtos e as marcas têm forte apelo sobre os consumidores; porém, suas preferências não podem ser medidas com acuracidade e são passíveis de mudanças rápidas;
- c) é necessário traduzir, de forma apropriada, as tendências do mercado, ter as mercadorias nas lojas ou nos *websites* no tempo certo;
- d) como são feitos acordos para a produção e aquisição de mercadorias muito antes do período das vendas, a empresa é vulnerável às mudanças na demanda e preferências dos consumidores, no estabelecimento de preços, na seleção e no momento das compras de mercadorias;
- e) não há como ter segurança que a empresa continuará a se antecipar às demandas dos consumidores e planejar adequadamente os níveis de estoques;
- f) a capacidade ou não de se antecipar, identificar e responder às alterações nos gostos dos consumidores e nas tendências da moda pode trazer alterações significativas nas vendas;
- g) os níveis dos estoques de algumas mercadorias, cujos estilos, em breve, deixarão de ser considerados “na moda”, podem aumentar, **exigindo a aplicação de fortes reduções nos preços de venda para o escoamento desse excesso de produtos; (grifo nosso)**
- h) uma economia competitiva e o comportamento do mercado, no qual muitos dos concorrentes continuam a aplicar preços promocionais agressivos, particularmente no mercado norteamericano, aumenta a importância de reagir de forma adequada às alterações dos gostos dos consumidores e às tendências da moda;
- i) se a demanda de consumo de produtos for subestimada ou se os fornecedores apresentarem problemas na entrega de produtos em tempo hábil, a empresa poderá experimentar níveis de estoques baixos, os quais impactarão negativamente a relação com os consumidores, reduzindo a lealdade à marca; isso significará perda de vendas;
- j) qualquer um desses eventos pode prejudicar significativamente os resultados operacionais e as condições financeiras da empresa.

Cabe destacar que a menção a esses riscos serve como indicador, aos usuários das demonstrações financeiras da empresa, dos riscos existentes para a realização das receitas futuras com as margens de ganho habitualmente auferidas.

GAP

Grande grupo varejista norte-americano, cujas atividades foram iniciadas há mais de 40 anos, possui forte atuação em muitos países e seus produtos são objeto de desejo de um público jovem e descontraído. No grupo, estão incluídas várias marcas conhecidas mundialmente: Gap, Banana Republic, OldNavy, Piperlime, Athleta e Intermix.

Suas demonstrações financeiras, para os exercícios encerrados em 31 de janeiro de 2014 e de 2013, encaminhadas à SEC, pelo *Annual Report on Form 10-K*, traziam informações relacionadas a produtos e estoques, segundo a Tabela 19, a seguir:

TABELA 19 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA THE GAP

Itens	Exercício findo em	
	31.01.15	31.01.14
	US\$ milhões	US\$ milhões
Ativo total	7.690	7.849
Estoques	1.889	1.928
Ativo circulante	4.317	4.430
Passivo circulante	2.234	2.445
Receita operacional líquida	16.435	16.148
Custo dos produtos vendidos	10.146	9.855
Resultado bruto	6.289	6.293
Resultado líquido	1.262	1.280
Estoques em relação aos ativos	24,6%	24,6%
Dias de vendas em estoque	67	70
Giro dos estoques	5,3	
Liquidez corrente	1,9	1,8
Liquidez seca	1,1	1,0
Margem bruta sobre receita operacional líquida	38,3%	39,0%
Lucro líquido sobre vendas	7,7%	7,9%

Fonte: Relatório anual da The Gap, 2015

Nas notas explicativas às demonstrações financeiras, uma delas se refere às principais práticas contábeis adotadas. No parágrafo referente às práticas contábeis adotadas em relação aos estoques, há a informação que eles estão avaliados pelo valor de custo ou pelo de mercado, dos dois o menor (LCM), pelo método do custo médio ponderado.

Os níveis de estoques são revisados para identificação de itens de baixa rotatividade ou com grades incompletas (itens que não tenham todas as numerações necessárias ou todas as cores disponíveis, por exemplo); inicialmente, são aplicadas reduções nos preços de venda ou feitas promoções para esses itens. Um ajuste no valor dos estoques é registrado quando os

preços de venda futuros estimados indicar valores menores do que os custos desses respectivos itens.

Para o cálculo e registro do valor de custo ou do valor líquido de realização, são assumidas estimativas de preços de venda e volumes de itens com baixa rotatividade ou com rupturas em suas grades, visando a estabelecer as reduções de preços. Isso depende de fatores como desempenho histórico de produtos similares, tempo dos produtos em estoque, projeções de demanda por parte dos consumidores e períodos de liquidação. Adicionalmente é efetuada uma provisão baseada em estimativas das perdas que ocorrerão entre a última contagem física e a data de encerramento do exercício, que podem ser afetadas por mudanças na composição dos estoques; porém, historicamente, as perdas reais não diferem de maneira significativa das perdas estimadas.

A empresa não acredita que haja uma razoável probabilidade de que ocorra uma mudança significativa nas estimativas e previsões utilizadas no cálculo do valor de custo ou no valor líquido de realização, e na forma como são calculadas as perdas físicas de estoques. Entretanto, se as estimativas em relação à demanda de consumo não estiverem acuradas, ou se as perdas físicas de estoques diferirem de forma significativa das estimadas, os resultados operacionais poderão ser afetados. Não foram feitas alterações significativas nos métodos de contabilização utilizados para o registro dos valores de custo ou de realização líquida e não foram feitas alterações importantes na forma de registro das estimativas de perdas físicas nos estoques nos últimos três anos.

Outra nota explicativa específica dos estoques indica que esses são valorizados pelo menor valor entre o valor de custo e o de mercado, com os custos sendo determinados pelo método do custo médio ponderado. Um ajuste é registrado quando os preços estimados de venda se apresentam menores do que seus respectivos custos.

Os níveis de estoques são revisados para identificar mercadorias de baixa rotatividade ou mercadorias com grades incompletas (cores e tamanhos); sobre essas, são aplicadas reduções de preços e promoções para limpar os estoques desses produtos. Ademais, é feita uma estimativa para registro de provisão para as diferenças de estoques entre a última contagem física e a data de encerramento do exercício.

Apesar do detalhamento desses comentários, não se observa nas notas explicativas o registro da composição do valor dos estoques. De maneira diversa, nas informações prestadas pela administração no Form 10-K, cabe observar que há um quadro específico relativo às ocorrências futuras às quais a empresa está sujeita, claramente expostas aos usuários dessas demonstrações.

Assim, nesse capítulo do Form 10-K, é explicitado que, pelo fato de as expectativas futuras envolverem riscos e incertezas, há fatores que poderão afetar os resultados atuais, diferenciando-os de forma material em relação às expectativas. Entre outros, estão incluídos os fatores a seguir relacionados, que influenciam diretamente os estoques e as vendas:

- a. o mercado no qual a empresa atua localmente e internacionalmente é extremamente competitivo;
- b. os riscos que a empresa corre de ver suas margens brutas de rentabilidade afetadas adversamente, se não conseguir gerenciar adequadamente os estoques de mercadorias;
- c. os riscos à operação, incluindo os custos e a cadeia de fornecimento associada ao desenvolvimento e às produções realizadas internacionalmente.

Complementarmente, na parte que descreve o negócio em si, observa-se uma informação a respeito dos estoques, indicando que a natureza da operação de varejo obriga a empresa a aplicar um valor significativo nos estoques; em especial, nos períodos que antecedem ao de vendas das férias quando os participantes desse mercado aumentam os níveis de estoques.

A empresa mantém os estoques em centros de distribuição. Seus níveis são constantemente revisados, com vistas a identificar itens com baixa rotatividade ou rupturas em suas grades. Inicialmente, a empresa se utiliza de promoções e reduções de preços para fazê-los girar.

Há a indicação para o usuário de que, na seção denominada Fatores de Risco, estão compilados os fatos que a empresa deve observar para a adequada compreensão das mudanças na moda e nas preferências do consumidor para ter sucesso. Ainda, há indicação de que, se não houver habilidade no gerenciamento efetivo dos estoques, as margens brutas poderão ser significativamente afetadas.

SALVATORE FERRAGAMO

Entre as empresas que atuam no mercado de moda, foi selecionado um grupo de origem italiana, participante do mercado de calçados e acessórios, com grande tradição, reconhecido mundialmente como um dos melhores desse mercado.

Nas demonstrações financeiras do período encerrado em 31 de dezembro de 2014, encontra-se a composição dos estoques nas datas de encerramento dos exercícios sociais,

apresentadas na nota explicativa 11 às demonstrações financeiras conforme apresentado na Tabela 20, a seguir:

TABELA 20 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA SALVATORE FERRAGAMO

Itens	31.12.14	31.12.13
	Euros mil	Euros mil
Matérias-primas	55.246	61.777
Provisão para produtos obsoletos	-7.519	-8.805
Subtotal matérias-primas	47.727	52.972
Produtos acabados	321.506	261.558
Provisão para produtos obsoletos	-30.678	-23.825
Subtotal produtos acabados	290.828	237.733
Total	338.555	290.705

Fonte: Relatório anual da Salvatore Ferragamo, 2014

Como na composição dos estoques há a apresentação das provisões constituídas para os prováveis estoques obsoletos, sua movimentação devidamente apresentada nas notas explicativas às demonstrações financeiras, resumida na Tabela 21, a seguir:

TABELA 21 - MOVIMENTAÇÃO LÍQUIDA DA PROVISÃO PARA ESTOQUES OBSOLETOS

Descrição	2014	2013	Variação 2014 x 2013
	Euros mil	Euros mil	Euros mil
Matérias-primas	-1.286	2.066	-3.352
Produtos acabados	5.152	4.075	1.077
Movimentação líquida no período	3.866	6.141	-2.275

Fonte: Relatório anual da Salvatore Ferragamo, 2014

Ao buscar informações relacionadas aos estoques da empresa, encontram-se nas notas explicativas os critérios adotados para a avaliação dos estoques. Cabe ressaltar que esses são avaliados pelo custo de aquisição e/ou de produção, determinados pela utilização do método do custo médio ponderado ou valor realizável líquido, quando esse é menor. Os custos de aquisição incluem as despesas acessórias; custos de produção, os custos diretos e parte dos indiretos, quando esses podem ser atribuídos com segurança aos produtos. O valor realizável líquido é equivalente ao preço de venda normal, deduzido dos custos estimados para completar sua produção e concretizar sua venda.

As principais informações relativas às operações com mercadorias estão na Tabela 22, a seguir:

TABELA 22 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA SALVATORE FERRAGAMO

Itens	Exercício findo em	
	31.12.2014	31.12.2013
	Euros mil	Euros mil
Ativo total	999.397	834.507
Estoques	338.555	290.705
Ativo circulante	634.435	537.193
Passivo circulante	398.254	373.459
Receita operacional líquida	1.331.822	1.258.034
Custo dos produtos vendidos	483.389	458.955
Resultado bruto	848.433	799.079
Resultado líquido	163.515	159.967
Estoques em relação aos ativos	33,9%	34,8%
Dias de vendas em estoque	252	228
Giro dos estoques	1,5	
Liquidez corrente	1,6	1,4
Liquidez seca	0,7	0,7
Margem bruta sobre receita operacional líquida	63,7%	63,5%
Lucro líquido sobre vendas	12,3%	12,7%

Fonte: Relatório anual da Salvatore Ferragamo, 2014

Como os estoques da empresa apresentam níveis elevados, a administração nas notas explicativas houve por bem indicar os motivos de suas variações. Esses comentários indicam ao usuário de suas demonstrações financeiras que as variações ocorridas se deveram, no caso das matérias-primas, ao aumento dos volumes de produção do período; a relevante provisão reflete a obsolescência das matérias-primas (couros e acessórios), inapropriada para os planos de produção.

Com relação às variações nos estoques de produtos acabados, a administração indica que sua mudança foi provocada pelo aumento dos volumes de vendas e pela abertura de novas lojas. O aumento nos estoques de produtos acabados, descontados os efeitos cambiais, foi um aumento líquido de Euros em 21.457 mil.

4.2 EMPRESAS BRASILEIRAS

As empresas brasileiras pesquisadas são aquelas listadas na Bovespa, atuantes nesse segmento: Arezzo, Hering, Marisa, Renner, Restoque e Riachuelo (Grupo Guararapes). Há ainda uma sétima listada na Bovespa, a Graziottin, atuante desse segmento, que não se encontra nesta seleção, pelo fato de comercializar, além de vestuário com pequeno apelo de moda, móveis e objetos para decoração; e tais produtos não apresentam os mesmos riscos de obsolescência que os do mercado efetivo de moda (calçados e vestuário). A essas empresas,

foram acrescentadas outras quatro empresas de capital fechado que não autorizaram sua identificação no trabalho.

AREZZO

Tradicional participante do mercado calçadista brasileiro, com atuação por meio de lojas próprias e franqueadas, fundada há 43 anos, a empresa, há alguns anos, teve parte de seu capital transferido a um fundo de investimentos internacional.

O grupo é formado pelas empresas Arezzo, Schutz, Alexandre Birman e Anacapri, responsáveis pela comercialização anual de mais de dez milhões de pares de calçados, o que lhe dá a liderança no mercado brasileiro de bolsas, calçados e acessórios femininos.

A venda dos produtos da empresa aos consumidores finais se dá pelas suas 449 lojas no Brasil, sendo 54 próprias e 395 franquias, além de nove lojas no exterior, sendo uma própria e oito franquias.

Suas demonstrações financeiras dos períodos encerrados em 31 de dezembro de 2014 e de 2013 traziam informações relacionadas a produtos e estoques, que permitem aos usuários observar sua composição, conforme a Tabela 23, adiante:

TABELA 23 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA AREZZO

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Matérias-primas	6.407	7.344
Produtos acabados	27.865	18.644
Adiantamentos a fornecedores	4.273	4.656
Provisão para perdas	-1.539	-799
Total	37.006	29.845

Fonte: Relatório anual da Arezzo, 2014

Além disso, nas notas explicativas às demonstrações financeiras, está informado que os estoques são avaliados ao custo ou valor líquido realizável, dos dois, o menor. Os custos incorridos para levar cada produto à sua atual localização e condição são contabilizados da seguinte forma:

- a. Matérias-primas – custo de aquisição segundo o custo médio.
- b. Produtos acabados e em elaboração – custos dos materiais diretos e mão de obra e uma parcela proporcional das despesas indiretas de fabricação com base na capacidade operacional normal.

O valor realizável líquido corresponde ao preço de venda no curso normal dos negócios, menos os custos estimados de conclusão e aqueles estimados necessários para a realização da venda. As provisões para estoques de baixa rotatividade ou obsoletos são constituídas quando consideradas necessárias pela Administração.

Ao longo do período, são efetuadas varreduras nos estoques, para encontrar produtos obsoletos que, quando localizados, são devidamente incinerados, e a perda correspondente é reconhecida contabilmente. A movimentação dessa provisão, ao longo de 2014, está demonstrada na Tabela 24, a seguir:

TABELA 24 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

Descrição	2014	2013
Saldo no início do exercício	-799	-461
Adições	-1054	-475
Recuperações/realizações	314	137
Saldo no final do exercício	-1.539	-799

Fonte: Relatório anual da Arezzo, 2014

As informações constantes das demonstrações financeiras permitem aos usuários a obtenção de inúmeros valores referentes a operações com mercadorias e, conseqüentemente, a apuração de índices para suas análises, conforme Tabela 25, a seguir:

TABELA 25 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA AREZZO

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	746.704	636.236	568.669
Estoques	37.006	29.845	33.723
Ativo circulante	501.203	431.665	422.829
Passivo circulante	122.517	89.265	83.949
Receita operacional líquida	918.726	848.050	760.967
Custo dos produtos vendidos	595.536	539.608	487.655
Resultado bruto	323.190	308.442	273.312
Lucro líquido do exercício	112.752	110.555	96.874
Estoques em relação aos ativos	5,0%	4,7%	5,9%
Dias de vendas em estoque	22	20	25
Giro dos estoques	17,8	17,0	
Liquidez corrente	4,1	4,8	5,0
Liquidez seca	3,8	4,5	4,6
Margem bruta sobre receita operacional líquida	35,2%	36,4%	35,9%
Lucro líquido sobre vendas	12,3%	13,0%	12,7%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Arezzo, 2014.

Os resultados obtidos pela empresa se mostram, nos três últimos exercícios, bastante equilibrados, indicando o acerto no desenvolvimento e na operação com produtos para venda.

Os índices referentes às operações com mercadorias, conforme o quadro anterior, são excelentes. Essa qualidade vem do fato de, primordialmente, os produtos vendidos aos consumidores finais serem comercializados por franquias da marca. Esse modelo permite à Arezzo produzir apenas o que foi previamente encomendado por seus franqueados, transferindo-lhes todos os produtos.

Contudo, é de se supor que o risco de encalhes de produtos nas lojas franqueadas exista e que, esse risco, em última análise, também seja do franqueador. Nas demonstrações financeiras e em suas notas explicativas não há qualquer menção a esse risco.

HERING

A Companhia Hering, sediada em Blumenau, foi fundada no final do século XIX, tratando-se, portanto, de uma das mais antigas companhias brasileiras. Sua principal atividade é a fabricação e comercialização de produtos de malharia e confecção, distribuídos em lojas próprias e franqueadas, além de serem comercializados por terceiros em todo o território nacional. Atua no mercado com as marcas Hering, Hering Kids, PUC e Dzarm. Essas marcas são comercializadas por cerca de 80 lojas próprias, 730 lojas franqueadas no Brasil e 17 no exterior.

Pelo Relatório Anual, foi possível buscar informações relativas aos estoques da empresa, que no final do período, estavam compostos conforme a Tabela 26, a seguir:

TABELA 26 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA HERING

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Produtos acabados	96.594	86.570
Produtos para revenda	71.492	76.850
Produtos em elaboração	45.501	39.060
Estoque em poder de terceiros	21.045	22.787
Matérias-primas e almoxarifado	48.105	38.773
Importações em andamento	16.312	30.431
Adiantamentos a fornecedores	1.888	2.730
Provisão para ajuste a valor de realização	-3.929	-1.632
Total	297.008	295.569

Fonte: Relatório anual da Hering, 2014

Esses estoques, segundo as notas explicativas às demonstrações financeiras são mensurados pelo menor valor entre o custo e o valor realizável líquido. O custo dos estoques é baseado no custo médio de aquisição ou produção e inclui gastos incorridos na sua aquisição, custos de produção e transformação e outros incorridos em trazê-los às suas localizações e condições existentes. No caso dos estoques manufaturados e produtos em elaboração, o custo inclui uma parcela dos custos gerais de fabricação, baseada na capacidade operacional normal. O valor realizável líquido é o preço estimado de venda no curso normal dos negócios, deduzido dos custos estimados de conclusão e despesas de vendas.

A empresa menciona em suas notas explicativas às demonstrações financeiras que o aumento nos estoques em dezembro de 2014 se deu, principalmente, em decorrência do desempenho abaixo do planejado do quarto trimestre de 2014, da variação cambial desfavorável na entrada de produtos para revenda e da aquisição de matérias-primas para as próximas coleções. Como os estoques de 2014 em relação aos existentes no final de 2013 não apresentaram variações significativas, é de se supor, que a empresa, nesse comentário referia-se às variações existentes entre os saldos de dezembro de 2014 e os de setembro de 2014.

Em complemento, em suas demonstrações financeiras, informa que determinados itens considerados obsoletos ou de baixa rotatividade, e sobras de coleções, foram objeto de constituição de provisões para o ajuste ao valor de realização. A movimentação dessa provisão se deu conforme a Tabela 27, na sequência:

TABELA 27 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA AJUSTE A VALOR DE REALIZAÇÃO

Descrição	2014	2013
		R\$ mil
Saldo no início do exercício	-1.632	-3.042
Adições	-7.707	-1.602
Recuperações/realizações	5.410	3.012
Saldo no final do exercício	-3.929	-1.632

Fonte: Relatório anual da Hering, 2014

Outras informações colhidas do balanço geral e da demonstração dos resultados permitiram apurar alguns índices relativos às operações com mercadorias, segundo a Tabela 28, adiante:

TABELA 28 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA HERING

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	1.434.494	1.301.038	1.184.079
Estoques	297.008	295.569	210.996
Ativo circulante	1.001.649	929.174	844.973
Passivo circulante	316.261	314.773	316.664
Receita operacional líquida	1.674.913	1.676.221	1.488.361
Custo dos produtos vendidos	944.533	921.234	812.137
Resultado bruto	730.380	754.987	676.224
Lucro líquido do exercício	318.858	318.172	311.014
Estoques em relação aos ativos	20,7%	22,7%	17,8%
Dias de vendas em estoque	113	116	94
Giro dos estoques	3,2	3,6	
Liquidez corrente	3,2	3,0	2,7
Liquidez seca	2,2	2,0	2,0
Margem bruta sobre receita operacional líquida	43,6%	45,0%	45,4%
Lucro líquido sobre vendas	19,0%	19,0%	20,9%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Hering, 2014

Os números referentes às operações com mercadorias são bastante estáveis ao longo dos últimos três anos. A empresa, nesse período, vem sustentando as margens brutas e líquidas obtidas.

MARISA

A empresa Lojas Marisa atua no segmento varejista de vestuário em geral, com características de *fast fashion*. É uma das primeiras desse setor listada na Bovespa. No início, suas operações visavam a um mercado bastante popular, com ênfase no atendimento das classes C e D. Com o passar do tempo alterou sua estratégia, passando a atender um público mais exigente, com o lançamento de inúmeras coleções ao longo do ano. A fabricação de seus produtos se dá de maneira própria e terceirizada, por meio de produtores nacionais e internacionais.

Em suas demonstrações financeiras, indica que os seus estoques são apresentados pelo menor valor entre o valor de custo e o líquido realizável. Os custos dos estoques são determinados pelo custo médio. O valor líquido realizável corresponde ao preço de venda estimado dos estoques, deduzido de todos os custos necessários para realizar a venda.

Os estoques, avaliados da maneira descrita no parágrafo anterior, segundo as demonstrações financeiras padronizadas de 2014, compunham-se, conforme Tabela 29:

TABELA 29 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA MARISA

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Mercadorias para revenda	364.047	317.434
Importações em andamento	14.022	44.336
Material de consumo e embalagem	11.250	9.682
Ajuste a valor presente	-3.407	-2.365
Provisão para perdas	-16.475	-23.611
Total	369.437	345.476

Fonte: Relatório anual da Marisa, 2014

A provisão para perdas componente dos estoques da empresa, de acordo com nota explicativa às demonstrações financeiras, é formada para cobrir prováveis perdas de inventário e desvalorização dos estoques. No período, teve a movimentação descrita na Tabela 30, a seguir:

TABELA 30 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

Descrição	2014	2013
	R\$ mil	
Saldo no início do exercício	-23.611	-14.119
Provisão registrada	-36.129	-53.018
Baixa da provisão	43.265	43.526
Saldo no final do exercício	-16.475	-23.611

Fonte: Relatório anual da Marisa, 2014

As operações com estoques, segundo informações das demonstrações financeiras, resumiam-se conforme a Tabela 31:

TABELA 31 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA MARISA

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	2.618.549	2.347.140	2.226.526
Estoques	369.437	345.476	371.684
Ativo circulante	1.291.885	1.004.115	1.032.016
Passivo circulante	701.774	536.601	490.029
Receita operacional líquida	2.603.120	2.513.366	2.358.277
Custo dos produtos vendidos	1.371.093	1.353.503	1.219.431
Resultado bruto	1.232.027	1.159.863	1.138.846
Lucro líquido do exercício	51.082	85.498	229.914
Estoques em relação aos ativos	14,1%	14,7%	16,7%
Dias de vendas em estoque	97	92	110
Giro dos estoques	3,8	3,8	
Liquidez corrente	1,8	1,9	2,1
Liquidez seca	1,3	1,2	1,3
Margem bruta sobre receita operacional líquida	47,3%	46,1%	48,3%
Lucro líquido sobre vendas	2,0%	3,4%	9,7%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Marisa, 2014

Nas demonstrações financeiras da empresa, não há qualquer outra informação relativa a estoques. No texto incluído no relatório anual, o leitor não encontrará qualquer outra informação a respeito desse importante assunto.

RENNER

Empresa participante do mercado de moda, focada no atendimento da classe média. Foi fundada no sul do País e, recentemente, passou ao controle de um grande grupo americano atuante, internacionalmente, nesse mesmo segmento de mercado, a J. C. Penney Inc., juntamente com as marcas: Renner, Camicado e Youcom.

Em suas demonstrações financeiras dos períodos encerrados em 31 de dezembro de 2014 e de 2013, as informações relacionadas a produtos e estoques eram, conforme Tabela 32:

TABELA 32 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA RENNER

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Mercadorias para revenda	468.608	392.544
Ajuste a valor presente	-11.840	-9.787
Provisão para perdas	-31.263	-14.379
Mercadorias para revenda, líquido	425.505	368.378
Importações em andamento	108.658	79.131
Adiantamentos a fornecedores	70	616
Materiais auxiliares e almoxarifado	2.392	4.122
Total	536.625	452.247

Fonte: Relatório anual da Renner, 2014

A empresa em suas notas explicativas indica que os estoques são avaliados ao custo médio de aquisição, deduzido de provisão para ajustá-los aos prováveis valores de realização, quando aplicável. Os custos dos estoques incluem a transferência do patrimônio líquido de quaisquer ganhos/perdas de hedge de fluxo de caixa, liquidados e relacionados aos pedidos de compras de mercadorias importadas.

A movimentação ocorrida no exercício na provisão para perdas, conforme suas demonstrações financeiras, está demonstrada na Tabela 33, a seguir:

TABELA 33 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

	R\$ mil
Saldo em 1 de janeiro de 2013	-10.984
Provisão para perdas	-38.927
Perda efetiva	35.532
Saldo em 31 de dezembro de 2013	-14.379
Provisão para perdas	-54.012
Perda efetiva	37.128
Saldo em 31 de dezembro de 2014	-31.263

Fonte: Relatório anual da Renner, 2014

Cabe destacar ainda que a administração se preocupa em indicar aos usuários das demonstrações financeiras as operações baseadas em estimativas e em premissas contábeis críticas. Nessa indicação, integrante das notas explicativas às demonstrações financeiras aponta-se que a provisão para perdas em estoques é contabilizada com base nas estimativas desenvolvidas pela administração.

A evidenciação de informações nas demonstrações financeiras permitiu extrair os valores relativos às operações com mercadorias, segundo a Tabela 34, a seguir, base para o cálculo dos índices incluídos nessa mesma tabela:

TABELA 34 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA RENNER

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	4.360.895	4.200.490	3.186.042
Estoques	536.625	452.247	416.120
Ativo circulante	2.270.205	2.618.324	1.867.463
Passivo circulante	1.492.575	1.620.667	1.149.539
Receita operacional líquida	4.809.365	4.095.021	3.645.414
Custo dos produtos vendidos	2.030.148	1.755.754	1.543.390
Resultado bruto	2.779.217	2.339.267	2.102.024
Lucro líquido do exercício	471.420	407.404	355.401
Estoques em relação aos ativos	12,3%	10,8%	13,1%
Dias de vendas em estoque	95	93	97
Giro dos estoques	4,1	4,0	
Liquidez corrente	1,5	1,6	1,6
Liquidez seca	1,2	1,3	1,3
Margem bruta sobre receita operacional líquida	57,8%	57,1%	57,7%
Lucro líquido sobre vendas	9,8%	9,9%	9,7%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Renner, 2014

Os índices calculados demonstram um equilíbrio saudável nas operações com mercadorias, e que os estoques existentes se compõem primordialmente de mercadorias recentemente adquiridas ou produzidas. As margens brutas e líquidas sobre as vendas permaneceram, ao longo dos últimos três anos, equilibradas indicando o acerto no desenvolvimento de coleções.

RESTOQUE

Essa empresa é um grande participante do mercado de moda brasileiro, com foco em um público com alto poder de compra, de gosto sofisticado e refinado. Recentemente, parte significativa da empresa, que conta com muitos anos de participação no mercado, foi adquirida por um fundo de investimentos e, na sequência, passou a compor o novo mercado na Bovespa. As marcas que a representam no mercado de moda são: Le Lis Blanc, Bô.Bô, John John e Noir Le Lis.

Os estoques, em 31 de dezembro de 2014 e 2013, conforme Tabela 35, estavam compostos por:

TABELA 35 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA RESTOQUE

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Produto acabado	197.138	148.865
Matérias-primas	7.420	9.868
Mercadorias em poder de terceiros	17.946	13.939
Importações em andamento	2.005	5.932
Embalagens	2.602	2.765
Provisão para perdas	-1.358	-6.384
Total	225.753	174.985

Fonte: Relatório anual da Restoque, 2014

Anualmente, a empresa constitui uma provisão para perdas com estoques. Essa provisão, no exercício de 2014, conforme Tabela 36, apresentou a seguinte movimentação:

TABELA 36 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

	R\$ mil
Saldo em 31 de dezembro de 2013	-6.384
Reversão de provisão no período	5.026
Saldo em 31 de dezembro de 2014	-1.358

Fonte: Relatório anual da Restoque, 2014

Juntamente com a tabela anterior, nas notas explicativas às demonstrações financeiras, havia o seguinte comentário: **durante o ano de 2014, a Companhia abriu sete novos outlets, o que permitiu acelerar a realização de coleções passadas, tendo como consequência a reversão de parte da provisão. (grifo nosso)**

A evidenciação apresentada nas demonstrações financeiras permite ao usuário saber que a empresa avalia seus estoques pelo custo médio de aquisição e formação, sem exceder o valor de mercado ou o custo de reposição. As provisões para estoques de baixa rotatividade ou de perda com estoques de coleções superadas são constituídas com base nos seguintes critérios:

- Produto acabado e mercadorias em poder de terceiros – com base na idade das coleções;
- Matéria-prima – com base no período sem movimentação dos itens.

Além disso, nas notas explicativas, há a observação de que a provisão para perdas dos estoques é estimada com base no histórico de perdas e analisada para cada grupo de estoques (produtos acabados e matérias-primas).

Ao averiguar as informações relativas a estoques obtidas nas demonstrações financeiras padronizadas dos exercícios encerrados em 31 de dezembro de 2014, de 2013 e de 2012, é possível calcular alguns índices que demonstram a qualidade dos estoques, indicadas na Tabela 37, a seguir:

TABELA 37 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA RESTOQUE

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	3.148.113	989.623	973.059
Estoques	225.753	174.985	192.614
Ativo circulante	808.974	502.977	504.830
Passivo circulante	640.679	263.063	259.299
Receita operacional líquida	728.037	713.678	635.914
Custo dos produtos vendidos	238.703	248.559	196.555
Resultado bruto	489.334	465.119	439.359
Lucro líquido do exercício	-4.477	-18.408	11.645
Estoques em relação aos ativos	7,2%	17,7%	19,8%
Dias de vendas em estoque	340	253	353
Giro dos estoques	1,2	1,4	
Liquidez corrente	1,3	1,9	1,9
Liquidez seca	0,9	1,2	1,2
Margem bruta sobre receita operacional líquida	67,2%	65,2%	69,1%
Lucro líquido sobre vendas	-0,6%	-2,6%	1,8%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Restoque, 2014

A quantidade de dias de vendas em estoque é muito elevada. O ciclo de vida dos produtos de moda, como já visto, está cada vez mais curto. As empresas se esforçam para renovar suas coleções em prazos que giram em torno de 90 dias; assim, estoques de produtos de moda que se aproximam de um ano, indicam a existência, em sua composição, de um volume muito significativo de produtos de coleções passadas. O seu apelo de vendas é cada vez menor, demonstrando que seu valor para realização deverá ser muito inferior àquele originalmente projetado. A rentabilidade na realização desses estoques se situará em níveis muito abaixo do esperado; contudo, a esse respeito não há, para o usuário das demonstrações financeiras, qualquer comentário.

As informações anteriormente descritas são as únicas existentes a respeito dos estoques da empresa à disposição do usuário nas demonstrações financeiras. Foram buscadas, inclusive, outras que pudessem estar ali contidas acerca de riscos. Todavia, nada foi indicado

como riscos contidos nos estoques ou no mercado de atuação. Outra fonte que poderia conter alguma informação a respeito seria o relatório da diretoria. No entanto, esse também não apresentou qualquer informação sobre esse tema para auxiliar o usuário das demonstrações financeiras.

Seguramente, as demonstrações financeiras atenderam, e estão de acordo, com as práticas contábeis adotadas no Brasil, e as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board (IASB)*.

Pela análise da quantidade de dias de vendas em estoque, nota-se que, no final de 2013, existiam 253 dias; no final de 2014, esse número se elevou para 340, aumentando ainda mais a quantidade de produtos de coleções passadas nos depósitos da empresa. É de se estranhar que, na nota explicativa às demonstrações financeiras, em que se comenta a movimentação da provisão para perdas em estoques, está indicado que durante 2014, a empresa abriu sete novos pontos de vendas para mercadorias de baixo giro (*outlets*), reduzindo, de maneira drástica, o saldo dessa provisão.

Ao longo do exercício de 2015, os periódicos econômicos, por diversas vezes, em seus artigos, referem-se aos percalços que essa empresa vem enfrentando e as providências que vem tomando, com intuito de corrigir a posição relatada. Em 23 de dezembro de 2015, o jornal “Valor Econômico”, em artigo da jornalista Tatiane Bortolozzi, denominado: Restoque repensa plano para 2016, informava, entre outros temas, **que a Restoque passa por um período difícil, de queda nas vendas; que as vendas – *same store Sales* – da Le Lis Blanc recuaram 22,4% no terceiro trimestre de 2015 e a receita líquida caiu 21,8%. (grifo nosso)**

Com isso, presume-se que os estoques lá existentes estivessem, ao final de 2015 em uma condição ainda mais complexa do que aquela apresentada nas demonstrações financeiras utilizadas neste trabalho; isso permite imaginar a hipotética existência de estoques classificados como ativos não circulantes.

RIACHUELO (Grupo Guararapes)

A Guararapes é o maior grupo empresarial de moda do Brasil. É o controlador da rede varejista Lojas Riachuelo, à qual destina 100% de sua produção, e que em 2014, totalizou 40,5 milhões de peças. Em 2014, a Riachuelo inaugurou 45 lojas, totalizando 257 unidades em operação e mais de 550 mil m² de área de vendas.

Como não foi possível o acesso às demonstrações financeiras das Lojas Riachuelo, foram incluídas nesta análise as demonstrações financeiras da Guararapes, controladora das Lojas Riachuelo e responsável pela produção da maior parte dos produtos comercializados pela Renner.

Nessas demonstrações, buscou-se levantar as informações referentes aos estoques, conforme Tabela 38, a seguir:

TABELA 38 - COMPOSIÇÃO DOS ESTOQUES DA GUARARAPES

Itens	31.12.14	31.12.13
	R\$ mil	R\$ mil
Produtos acabados e mercadorias para revenda	475.905	355.819
Produtos em elaboração	14.211	24.211
Matérias-primas	68.755	64.046
Materiais secundários e outros	83.435	70.813
Importações em andamento	143.578	51.877
Materiais em trânsito	45	661
Provisão para perdas	-11.845	-8.773
Total	774.084	558.654

Fonte: Relatório anual da Guararapes, 2014

Nota-se que os estoques são demonstrados ao custo médio ou ao valor líquido de realização, dos dois, o menor. Seu método de avaliação é o da média ponderada móvel. O custo dos produtos acabados e dos produtos em elaboração compreende os de projeto, matérias-primas, mão de obra direta, outros custos diretos e as respectivas despesas diretas de produção (com base na capacidade de produção normal), excluindo os custos de empréstimos. O valor líquido de realização é o preço de venda estimado no curso normal dos negócios, menos os custos estimados de conclusão e os estimados necessários para efetuar a venda.

A administração espera que os estoques de matéria-prima e produtos acabados sejam recuperados em um período inferior a 12 meses. Os estoques de produtos de manutenção são classificados nos ativos circulantes ou não circulantes, considerando o histórico de consumo. Quando necessário, os estoques são deduzidos de provisão para perdas, constituída em casos de desvalorização, obsolescência de produtos e perdas de inventário físico.

A provisão para perdas incluída na composição dos estoques apresentou, durante o exercício, a movimentação constante da Tabela 39, em seguida:

TABELA 39 - MOVIMENTAÇÃO DA PROVISÃO PARA PERDAS EM ESTOQUES

Descrição	2014	2013
Saldo no início do exercício	-8.773	-9.114
Adições	-13.020	-2.125
Recuperações/realizações	9.948	2.466
Saldo no final do exercício	-11.845	-8.773

Fonte: Relatório anual da Guararapes, 2014

Essa provisão é estimada com base no percentual de histórico de perdas na execução do inventário físico de lojas e centros de distribuição, e considera os produtos com giro lento ou não vendáveis.

Adicionalmente, buscou-se nas demonstrações financeiras outras informações que permitissem analisar as operações realizadas com mercadorias, resumidas na Tabela 40, adiante:

TABELA 40 - DESTAQUES DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DA GUARARAPES

Itens	Exercício findo em		
	31.12.14	31.12.13	31.12.12
	R\$ mil	R\$ mil	R\$ mil
Ativo total	5.941.264	4.758.289	4.240.672
Estoques	774.084	558.654	537.563
Ativo circulante	3.563.606	2.619.343	2.372.135
Passivo circulante	1.643.301	1.240.928	995.122
Receita operacional líquida	4.728.129	4.069.090	3.545.995
Custo dos produtos vendidos	1.824.128	1.651.885	1.474.969
Resultado bruto	2.904.001	2.417.205	2.071.026
Lucro líquido do exercício	480.110	420.584	365.551
Estoques em relação aos ativos	13,0%	11,7%	12,7%
Dias de vendas em estoque	153	122	131
Giro dos estoques	2,7	3,0	
Liquidez corrente	2,2	2,1	2,4
Liquidez seca	1,7	1,7	1,8
Margem bruta sobre receita operacional líquida	61,4%	59,4%	58,4%
Lucro líquido sobre vendas	10,2%	10,3%	10,3%

Fonte: Demonstrações financeiras padronizadas da Guararapes, 2014

Cabe observar o equilíbrio nos resultados líquidos dos três períodos sob análise; exceção para os níveis de estoque, que apresentaram, no último exercício, um crescimento expressivo, podendo significar problemas à frente em função da necessidade de fazê-lo girar, e por consequência, reduzir as margens utilizadas.

Para confirmar esse fato, em entrevista à jornalista Cibelle Rebouças e publicada no jornal “Valor Econômico” de 17 de fevereiro de 2016, o presidente da Riachuelo, Sr. Flavio Rocha, **informou que vai trabalhar para reduzir o nível dos estoques.** (BORTOLOZI, 2015, grifo nosso). No quarto trimestre de 2015 a empresa reduziu a conta de estoques em 21% em relação ao terceiro trimestre, se comparando com o quarto trimestre de 2014 essa redução foi de 3,8%. Disse também que havia uma expectativa de que o sacrifício em margens para sanear estoques iria se estender até janeiro de 2016, mas a perda de margem foi maior só em outubro e novembro de 2015. Em dezembro, a empresa voltou a trabalhar com margens mais saudáveis.

Acrescentou que a varejista fez modificações no desenvolvimento das coleções deste ano e espera ter maior aceitação dos consumidores, evitando, dessa forma, a necessidade de fazer muitas promoções para desovar as peças. Outro fator que, segundo o executivo, vai ajudar a companhia a manter os estoques das lojas equilibrados, será a entrada em operação, no segundo trimestre de 2016, de um novo centro logístico.

4.3 ENTREVISTAS

A formação desse grupo se baseou na intencionalidade e procurou incluir empresas que atuassem no mercado de moda brasileiro, independentemente de serem listadas em bolsa ou não. Foram buscadas empresas que, mesmo com o capital fechado, tivessem real importância no mercado brasileiro para a percepção do entendimento que seus gestores têm a respeito dos fatos que contribuem para o risco de perdas do valor dos estoques.

Na formação do grupo, surpreendeu o fato de que algumas das empresas procuradas, duas das quais listadas na Bovespa, formalmente, recusaram-se a participar, indicando, claramente que por norma e prática interna não colaboram em trabalhos científicos. Em que pese essas dificuldades, o grupo foi formado com cinco empresas, resumidas da seguinte forma:

Empresa 1: Riachuelo, pertencente ao Grupo Guararapes, empresa de capital aberto, com cerca de 23.000 funcionários, 257 lojas e vendas líquidas próximas de R\$ 4,7 bilhões, atuante do segmento de *fast fashion* analisada no item 4.19, anteriormente;

Empresa 2: Empresa de responsabilidade limitada, com 140 funcionários, sete lojas e vendas líquidas anuais de aproximadamente R\$ 65 milhões, atuante nos segmentos *de prêt-à-porter* e linhas de difusão;

Empresa 3: Empresa de responsabilidade limitada, com 2.000 funcionários, 450 lojas e vendas líquidas próximas a R\$ 750 milhões, atuante no segmento de *fast fashion*;

Empresa 4: Empresa de responsabilidade limitada, com 580 funcionários, 118 lojas entre próprias e franqueadas e vendas líquidas em torno de R\$ 90 milhões no segmento de *fast fashion*;

Empresa 5: Empresa de responsabilidade limitada, com cerca de 250 funcionários, 12 lojas e vendas líquidas em torno de R\$ 150 milhões, atuante do segmento de *prêt-à-porter* e linhas de difusão.

O roteiro aplicado às entrevistas nas referidas empresas está no Apêndice 1 deste trabalho. Seu objetivo foi identificar, de forma qualitativa, a consciência existente nas áreas contábil e financeira das empresas selecionadas, a respeito dos riscos que os estoques apresentam para os participantes do segmento de moda.

Ao analisar as respostas obtidas, evidencia-se a forma distinta de como a importância da contabilidade é entendida pelos seus diversos usuários.

Não há dúvidas a respeito da evolução observada nos últimos anos, decorrente principalmente da convergência das práticas contábeis adotadas no Brasil com aquelas adotadas internacionalmente. Entretanto, ainda há muito a evoluir, em especial, quando se trata de empresas de capital fechado e administradas por seus fundadores.

Nas entrevistas restou evidenciado, no entender dos gestores dessas empresas, que o segmento é extremamente dependente, entre outros fatores, da:

- a) qualidade do desenvolvimento dos produtos;
- b) eficiência do *supply chain*;
- c) efemeridade da moda;
- d) adequada administração dos estoques;
- e) fidelidade do cliente.

Fatos adversos decorrentes desses itens põem em risco os resultados da empresa, pois podem influenciar diretamente em sua rentabilidade; quer pela queda das margens de lucro decorrente de *mark-downs* necessários ao giro dos produtos, quer pelo tempo que o produto permanecerá em estoque.

As entrevistas indicam que os profissionais entendem que a idade dos produtos deveria ser evidenciada nas demonstrações financeiras, pois essa pode ser uma indicação da qualidade dos ativos apresentados. Contudo, percebe-se que as normas que regulam as

práticas contábeis relativas aos estoques, tanto no Brasil, quanto internacionalmente, não fazem menção alguma a essa informação.

Uma observação complementar obtida nas entrevistas é o aparente distanciamento entre a administração da empresa e a área contábil. Esse fato se mostrou mais evidente naquelas empresas onde a execução dos trabalhos contábeis se dá de forma terceirizada. Isso não deixa de ser, também, um sinal evidente da busca quase que exclusiva da redução de custos para o cumprimento de obrigações fiscais. Resta claro que o trabalho contábil, especialmente nas empresas de capital fechado, tem um cunho quase que exclusivamente fiscal, com um pequeno aproveitamento das informações contábeis existentes para a administração estratégica das operações.

Para melhor compreensão apresenta-se, na sequência, uma amostra dos comentários às afirmações contidas no roteiro de entrevista, que subsidiaram o entendimento. Cabe lembrar que a Empresa 1 é de capital aberto:

- a. Os produtos que estão sendo vendidos por preços inferiores aos seus respectivos custos são imediatamente ajustados nos estoques.

Empresa 1: “Provisionamos mensalmente um valor que é calculado através de uma média histórica para mantermos os valores de custos dos estoques sempre em equilíbrio com os valores líquidos de realização quando estes caem.”

Empresa 2: “Hoje não fazemos isso”.

Empresa 3: “Estoques são baixados e ajustados pelo preço de custo e não de venda”.

Empresa 4: “Os produtos são remarcados à medida que não se vende no tempo, respeitando o preço de custo”.

Empresa 5: “Somente no fechamento do balanço no final do ano”.

- b. Quanto maior o tempo de permanência de um produto no estoque, maior deverá ser o desconto a ser concedido para fazê-lo girar.

Empresa 1: “No caso a análise tem que ser feita caso a caso. Produtos mais clássicos se vendem ao longo de todo ano. Produtos de inverno apresentam mais chances de voltarem no ano seguinte”.

Empresa 2: “Comparado com outros do mesmo grupo”.

Empresa 3: “Não obrigatoriamente. Produtos básicos não”.

Empresa 4: “Sim, é necessário na moda”.

Empresa 5: “Na realidade a coleção tem seu ciclo de vendas, com período de venda normal, com *mark-ups* cheios. O ideal é que os produtos cheguem aos estoques, dentro de um planejamento de coleção e sua respectiva venda. Ele pode chegar muito antes e ter rentabilidade normal, o importante é que ele esteja disponível dentro do time da coleção”.

- c. Provisões para perdas com estoques de baixo giro ou obsoletos devem ser constituídas rotineiramente.

Empresa 1: “Como dito anteriormente, concordamos com a afirmação e praticamos internamente”.

Empresa 2: “Não praticamos isto”.

Empresa 3: “Sim, anualmente”.

Empresa 4: “Sim”.

Empresa 5: “Não é uma realidade nas empresa de médio porte e com demonstrações financeiras auditadas. Fora desse contexto, pouca gente faz, pois antes disso normalmente tem enormes frentes de prioridades, que estarão gerando qualidades para os relatórios gerenciais e a gestão financeira da empresa”.

- d. O mercado não costuma contabilizar provisões para perdas com estoques obsoletos.

Empresa 1: “Acreditamos que todos façam essas provisões, em especial as listadas. São auditadas. Não acreditamos que as empresas fechadas/pequenas adotem essa prática”.

Empresa 2: “Acho que não”.

Empresa 3: “O mercado contábil formal sim”.

Empresa 4: “Provisionamos 10% em perda de estoque”.

Empresa 5: “Sim. Idem aos comentários na questão anterior”.

- e. O fato de o CPC 16 tratar igualmente os estoques de empresas de segmentos diferentes não dificulta a análise das demonstrações financeiras.

Empresa 1: “A definição genérica do CPC 16 atende a necessidade básica para a avaliação do estoques. Fatos relevantes devem ser evidenciados nas notas explicativas”.

Empresa 2: “Acho que seria melhor considerar as diferenças entre segmentos”.

Empresa 3: Não respondeu.

Empresa 4: “Não dificulta, pois o importante é que o estoque (custo médio) não exceda o valor de mercado e quando contabilizado pelo custo de reposição o julgamento profissional fica mais evidenciado.

Empresa 5: “Entendo que sim. Porém precisamos de uma padronização e comparabilidade das empresas, adequados a negócios sazonais como moda”.

- f. As notas explicativas devem conter detalhes a respeito da idade dos estoques das empresas do segmento de moda.

Empresa 1: “Tratando-se de informação relevante esta deveria ser tratada em nota explicativa. O CPC não identifica a obrigatoriedade de comentar a idade dos estoques, porém a transparência com o investidor exige essa informação se relevante”.

Empresa 2: “Informação muito relevante na moda”.

Empresa 3: “Sim”.

Empresa 4: “Sim”.

Empresa 5: “Entendo que sim. Conforme prevê o CPC 22 – Informações por segmento, as empresas devem disponibilizar os relatórios pelos quais fazem a gestão do negócio, porém ainda temos boicote e restrições por conta das empresas com ações em bolsa, quanto mais as demais”.

O questionário utilizado, composto por 23 questões abertas, teve por oito questões que buscavam compreender o universo operacional de cada uma das empresas, e outras quinze com um enfoque mais voltado às questões contábeis.

Na Tabela 41, a seguir apresentada, estão resumidas as respostas obtidas, extraindo uma média das avaliações de cada respondente, a cada uma das questões.

TABELA 41 - SÍNTESE DAS AVALIAÇÕES

Questão	Empresa					Média
	1	2	3	4	5	
1	9	8	5	8	9	7,80
2	9	2	5	7	5	5,60
3	9	9	10	10	3	8,20
4	9	10	10	9	10	9,60
5	9	10	10	10	10	9,80
6	6	3	5	6	7	5,40
7	9	8	10	10	9	9,20
8	9	5	5	6	10	7,00
9	6	2	5	5	2	4,00
10	9	10	5	5	5	6,80
11		9			6	7,50
12	9	1	5	5	5	5,00
13	9	10	10	10	10	9,80
14	4	10	5	10	6	7,00
15	9	10	10	10	9	9,60
16	9	3	10	10	9	8,20
17	7	8	5	5	9	6,80
18		10	10	10	5	8,75
19		10			6	8,00
20	6	8		7	10	7,75
21	6	3		10	10	7,25
22	9			10	8	9,00
23	6	9	10	10	10	9,00

Fonte: Do autor

Com relação às oito afirmações iniciais, de caráter operacional, observa-se uma concordância quase que total com as afirmações de n^{os} 4 e 5, que receberam avaliações médias de 9,6 e 9,8, respectivamente. Essas afirmações dizem respeito à atenção que deve ser dada ao giro dos estoques nas empresas do segmento de moda, em função de sua rápida obsolescência desses produtos. Não girar significa, na visão dos entrevistados, perder valor, pois, com o produto não girando, a empresa se vê na obrigação imediata de lançar mão dos mecanismos promocionais para levá-lo até o consumidor (promoções, liquidações, *outlets*, etc.).

Para esse mesmo grupo de afirmações, nota-se que as maiores discordâncias dos entrevistados foram as de n^{os} 2 e 6. Com avaliações médias de 5,6 e 5,4, respectivamente. Isso significa dizer que o conceito de *fast fashion* não alterou de forma significativa a maneira pela qual as coleções são apresentadas aos consumidores. Os entrevistados entendem que não

obrigatoriamente um produto que permaneça por mais tempo nos armazéns das empresas não tenha apelo de vendas. Há entre os produtos de moda aqueles que têm um ciclo de vida bastante longo, por exemplo, as camisas brancas.

Quando se observam as médias obtidas nas 12 últimas afirmações, percebe-se que os entrevistados demonstram forte concordância com as de n^{os} 13, 15, 22 e 23, que receberam avaliações médias de 9,8; 9,6; 9,0 e 9,0, respectivamente. Isso significa dizer que baixo giro, no entender dos entrevistados, significa perda de margem; que um estoque elevado possui perdas potenciais por futura queda de rentabilidade; que a convergência das normas contábeis vem qualificando a informação aos usuários das demonstrações financeiras; e que a composição dos estoques nas empresas do segmento de moda e suas idades são relevantes o suficiente para serem divulgadas aos usuários das demonstrações financeiras.

Com relação às afirmações 9 e 12, os entrevistados mostraram o maior grau de discordância, aferindo-lhes avaliações médias de 4,0 e 5,0, respectivamente. Essas médias mostram que, para os entrevistados, a impossibilidade de utilização do custeio direto não significa um aumento importante na carga tributária; e que para a maior parte das empresas, o reconhecimento contábil de preços de realização inferiores aos seus respectivos custos não ocorre de imediato, mas apenas nos períodos de encerramento.

4.4 COMPARATIVO ENTRE AS EMPRESAS SELECIONADAS

Na Tabela 42, adiante, segue um resumo com as principais informações colhidas nas demonstrações financeiras das empresas selecionadas, relativas às operações com mercadorias:

TABELA 42 - COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS ÍNDICES DAS EMPRESAS SELECIONADAS

Empresas selecionadas	Segmento	Dias de vendas em estoque		Giro médio dos estoques	Rentabilidade da receita operacional líquida	
		Exercício			Margem bruta	Lucro líquido
		Último	Penúltimo			
LVMH	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	316	306	1,2	64,7%	18,4%
Nike	<i>Sportswear</i>	94	93	4,0	46,0%	10,7%
Gucci (Kering)	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	215	180	1,9	62,7%	5,5%
Hermès	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	240	250	1,6	66,8%	21,0%
Zara (Inditex)	<i>Fast fashion</i>	89	89	4,3	58,3%	13,9%
Coach	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	136	126	2,5	69,4%	9,6%
Prada	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	235	173	1,8	71,8%	12,7%
Adidas	<i>Sportswear</i>	119	132	2,9	47,6%	3,4%
Ralph Lauren	<i>Sportswear</i>	117	116	3,3	57,9%	10,4%
Abercrombie & Fitch	<i>Fast fashion</i>	108	124	3,1	62,6%	1,3%
Gap	<i>Fast fashion</i>	67	70	5,3	38,3%	7,7%
Salvatore Ferragamo	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	252	228	1,5	63,7%	12,3%
Média internacional		166	157	2,8	53,8%	10,6%
Arezzo	<i>Fast fashion</i>	22	20	17,8	35,2%	12,3%
Hering	<i>Sportswear</i>	113	116	3,2	43,6%	19,0%
Marisa	<i>Fast fashion</i>	97	92	3,8	47,3%	2,0%
Renner	<i>Fast fashion</i>	95	93	4,1	57,8%	9,8%
Restoque	<i>Prêt-à-porter</i> e/ou Linhas de difusão	340	253	1,2	67,2%	-0,6%
Riachuelo (Guararapes)	<i>Fast-fashion</i>	153	122	2,7	61,4%	10,2%
Média nacional		137	116	5,5	52,1%	8,8%
Média geral		156	143	3,7	53,2%	10,0%

Fonte: Do autor

Cabe notar que as médias obtidas entre as empresas nacionais e as internacionais tendem a se aproximar. Isso é ainda mais verdade ao excluir da população estudada os números referentes à Arezzo, conforme demonstrado na Tabela 43, vez que esta trabalha, preponderantemente, pelo sistema de franquia, o que lhe permite manter estoques baixos.

TABELA 43 - PRINCIPAIS ÍNDICES COM E SEM A PARTICIPAÇÃO DA AREZZO

Descrição	Dias de vendas em estoque		Giro médio dos estoques	Rentabilidade da receita operacional líquida	
	Exercício			Margem bruta	Lucro líquido
	Último	Penúltimo			
Média nacional com Arezzo	137	116	5,5	52,1%	8,8%
Média nacional sem Arezzo	160	132	3,4	54,9%	8,2%
Média internacional	166	157	2,8	53,8%	10,6%

Fonte: Do autor

Ao subsegmentar as empresas analisadas dentro do setor da moda, é possível observar alguns dados pertinentes: quanto mais sofisticado o subsegmento de atuação da empresa, maior a quantidade de dias de vendas em estoque. As empresas que atuam no subsegmento de *prêt-à-porter* e/ou no subsegmento de linhas de difusão mantêm estoques altos, compostos

por produtos de várias coleções; enquanto o subsegmento de *sportswear* atua com estoques no centro da faixa de atuação das empresas de moda; ou seja, entre 75 e 150 dias.

O subsegmento de *fast fashion*, dada a agilidade com que deve atuar, tem os estoques mais baixos entre as empresas de moda. Esse fato explica o motivo pelo qual as margens brutas dos subsegmentos de *sportswear* e *fast fashion* são razoavelmente menores do que as apresentadas pelos subsegmentos de *prêt-a-porter* e linhas de difusão. Vale notar que o mercado de moda se desdobra em subsegmentos com características as mais diversas, conforme Tabela 44, a seguir:

TABELA 44 - COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS ÍNDICES POR SEGMENTO DE ATUAÇÃO

	População	Segmento	Dias de vendas em estoque		Giro médio dos estoques	Rentabilidade da receita operacional líquida	
			Exercício			Margem bruta	Lucro líquido
			Último	Penúltimo			
Internacionais	6 empresas	Prêt-a-porter e/ou Linhas de difusão	232	210	1,8	66,5%	13,2%
	3 empresas	Sportswear	110	113	3,4	50,5%	8,2%
	3 empresas	Fast-fashion	88	94	4,2	53,1%	7,6%
Nacionais	1 empresa	Prêt-a-porter e/ou Linhas de difusão	340	253	1,2	67,2%	-0,6%
	1 empresa	Sportswear	113	116	3,2	43,6%	19,0%
	4 empresas	Fast-fashion	92	82	7,1	50,4%	8,5%

Fonte: Do autor

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi identificar as formas pelas quais as empresas do segmento de moda reconhecem, mensuram e evidenciam as práticas contábeis adotadas no tratamento de seus estoques, versus os riscos que os estoques desse segmento oferecem em função de sua volatilidade e efemeridade.

Pelas análises efetuadas, restou claro o entendimento do significado dos estoques. E que, conseqüentemente, o seu reconhecimento e sua respectiva mensuração se dão mediante o que é preconizado tanto pelos IFRS's ou USGAAP's no caso das empresas internacionais quanto pelos CPC's no caso das nacionais.

Quando se inicia a busca do entendimento dado à evidenciação desses estoques, nota-se que as dificuldades subjetivas, inerentes aos conceitos de materialidade, utilidade e relevância, conduzem a certa variação observada no corpo das demonstrações financeiras.

As notas explicativas, reguladas de maneira ampla e geral, acabam levando ao usuário da demonstração financeira apenas e tão somente aquilo que é de interesse que ele perceba e compreenda; isso porque a avaliação do que pode ser relevante sempre estará a cargo do responsável pela preparação das demonstrações financeiras. A regulação da informação contábil, por tratar de maneira igual atividades por vezes desiguais, reforça o grau de subjetividade nela contido.

Se para as empresas do segmento de moda já é possível notar que as instruções relativas à evidenciação da informação contábil parecem ser por demais resumidas, não conseguindo abarcar a diversidade que cada tipo de estoque traz, seria possível, então, questionar a ampliação desse mesmo entendimento a todo o tipo de empresa, com negócios tão distintos, cobertos uma mesma instrução. Estoques de empresas do segmento de moda, da distribuição de combustíveis, da construção de aeronaves, de supermercados, da energia nuclear, entre outros, são tratados igualmente pelas mesmas normas, incapazes de cobrir suas características individuais.

Coube observar ao longo do trabalho que a informação contábil é subaproveitada, especialmente pelas empresas com menor grau de abertura para o mercado. Nessas, a informação contábil existe; porém, pareceu estar servindo principalmente para o atendimento das exigências fiscais e legais. Isso, de alguma forma, vem impactar de forma negativa a profissão do contador revelando o distanciamento existente entre os gestores da empresa e a área da contabilidade.

Como forma de aprofundar os fatores que concorrem para a redução da importância da profissão, há o fenômeno da terceirização dos trabalhos contábeis, quando desenvolvido, exclusivamente, com o viés da redução de custos. Muito há que se refletir a esse respeito, promovendo discussões amplas sobre esse fato. Isso porque, como se apresenta nos dias de hoje, a terceirização dos trabalhos contábeis pode ser um fato motivador à desqualificação da profissão, promovendo o seu distanciamento do centro das análises e decisões estratégicas das empresas.

Para sintetizar o que foi visto, estudado e analisado para a construção deste trabalho, percebe-se que o reconhecimento, a mensuração e a evidenciação dos estoques nas empresas do segmento de moda no Brasil estão em concordância com as solicitações do CPC 16 – Estoques; atendem os conceitos emanados pelo CPC 00 – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação do Relatório Contábil-Financeiro. Ademais, conforme o CPC 26 – Apresentação das Demonstrações Contábeis.

Analisando as informações prestadas nas demonstrações financeiras das empresas brasileiras, nota-se que seguem paralelas às informações prestadas pelas empresas europeias. Entretanto, ao compará-las com as prestadas pelas empresas norteamericanas, observa-se que nestas, as informações dos riscos a que estão expostos os estoques, são mais completas e ficam mais claras aos usuários.

Com pesquisas futuras, sugere-se, a identificação da opinião dos usuários das demonstrações financeiras, em especial investidores e credores, e se para suas necessidades, o reconhecimento, a mensuração e principalmente a evidenciação dos estoques nas empresas do segmento de moda, estão atendendo-os satisfatoriamente.

REFERÊNCIAS

- ABERCROMBIE & FITCH. **Relatório anual**. New Albany, 2015. Disponível em: <phx.corporate-ir.net/Phoenix.zhtml?c=617018&p=irol=reportsannual>. Acesso em: 6 abr. 2015.
- ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **Statement of principles for financial reporting**. UK, 1999. Disponível em: <<https://www.frc.org.uk/Our-Work/Publications/ASB/UITF-Abstract-36-Contracts-for-sales-of-capacity/Statement-of-Principles-for-Financial-Reporting.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2015.
- ADIDAS. **Relatório anual**. Herzogenaurach, 2014. Disponível em: <<http://www.adidas-group.com/en/investors/financial-reports/#/2014>>. Acesso em: 15 maio 2015.
- ALMEIDA, P. C. et al. A evolução e estratégias do setor varejista no Brasil. **Revista Gestão Universitária**, [S. l.], p. 1, fev. 2006. Disponível em: <<http://gestaouniversitaria.com.br/artigos/a-evolucao-e-estrategias-do-setor-varejista-no-brasill>>. Acesso em: 30 abr. 2015.
- AREZZO. **Demonstrações financeiras padronizadas**. São Paulo, 2014. Disponível em: <www.arezzoco.com.br/listagroup.aspx?idCanal>. Acesso em: 18 maio 2015.
- AREZZO. **Relatório anual**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.arezzoco.com.br/list.aspx?idCanal=qBkvd2c50gZX7NTZ8O1i6A>>. Acesso em: 21 maio 2015.
- BALL, R.; BROWN, P. An empirical evaluation of accounting income numbers. **Journal of Accounting Research**. Chicago, v.6, n. 2, p. 159-177, Autumn, 1968. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2490232?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 4 maio 2015.
- BARTH, M. E.; BEAVER, W. H.; LANDSMAN, W. R. The relevance of value relevance literature for financial accounting standard setting: another view. **Journal of Accounting and Economics**. Amsterdam, v. 31, n. 1-3, p. 77-104, Sept. 2001. Disponível em: <[http://dx.doi.org/S0165-4101\(01\)00019-2](http://dx.doi.org/S0165-4101(01)00019-2)>. Acesso em: 5 mar. 2015.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2003.
- BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BEAVER, W. The information content of annual earnings announcements. **Journal of Accounting Research**, Chicago, v. 6, p. 67-92, 1968. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2307/2490070>>. Acesso em: 5 mar. 2015.
- BORTOLOZI, T. Restoque repensa plano para 2016. **Valor Econômico**. São Paulo, 23 dez. 2015. Tendências & Consumo, p. B7.
- BRAGG, S. M. **Accounting for inventory**. Centennial: Accounting Tools LLC, 2013.

BRASIL lidera ranking de comércio de roupas em emergentes. **Estadão**, 2009. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-lidera-ranking-de-comercio-de-roupas-em-emergentes,387689,0.htm>>. Acesso em: 5 maio 2015.

CALDAS, D. **Observatório de sinais**. Rio de Janeiro: Senac, 2004.

CARMAN, J. The fate of fashion cycles in our modern society. In: HASS, R. M. (Ed.). **Science, technology and society**. Chicago: American Marketing Association, 1966. p. 722-737.

CHING, H. Y. **Gestão de estoques na cadeia de logística integrada: supply chain**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

COACH. **Relatório anual**. New York, 2015. Disponível em: <<http://www.coach.com/financial-reports.html>>. Acesso em: 28 ago. 2015.

COSTA, E. F. **Comprador de moda**. São Paulo: Senac, 2011.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). **Pronunciamento Conceitual básico (R1)**. Estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil - financeiro. Brasília, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=57>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

_____. **Pronunciamento técnico CPC 16 (R1)**. Estoques. Brasília, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=57>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

_____. **Pronunciamento técnico CPC 26 (R1)**. Apresentação das demonstrações contábeis. Brasília, dez. 2011. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=57>>. Acesso em: 16 jul. 2014.

DAUD, M.; RABELLO, W. **Marketing do varejo: como incrementar resultados com a apresentação de serviços**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

DIEHL, A.; TATIN, D. **Pesquisa em Ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

ERNER, J. **Vítimas da moda? Como a criamos, porque a seguimos**. São Paulo: Senac, 2005.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB). **Statement of financial accounting concepts n. 5**. Recognition and measurement in financial statements of business enterprises. USA . Disponível em: <<http://www.fasb.org>>. Acesso em: 12 mar. 2015.

FISHER, M. L. What is the right supply chain for your product? **Harvard Business Review**, Boston, v. 75, n. 2, p. 105 – 117, Mar./Apr. 1997.

FLEURY, P. F. **Logística empresarial: a perspectiva brasileira**. Coleção Coppead de Administração. São Paulo: Atlas, 2005.

FUKUSHIMA, C. T.; MULLER, R. (Coord.). **O comércio brasileiro em números**. 2. ed. São Paulo: Gouveia de Souza, 2008.

GALDI, F. C.; LOPES, A. B. A relação de longo prazo e casualidade entre o lucro contábil e o preço das ações: evidências no mercado Latino-Americano. **RAUSP**, São Paulo, v. 43, n. 2, p. 186-201, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUARARAPES. **Demonstrações financeiras padronizadas**. Natal, 2014. Disponível em: <www.mzweb.com.br/guararapes/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 23 ago. 2015.

GUARARAPES. **Relatório anual**. Natal, 2014. Disponível em: <ri.riachuelo.com.br/guararapes/web/conteúdo_pt.asp?idioma=0>. Acesso em: 28 ago. 2015.

HARRISON, A.; CHRISTOFER, M.; VAN HOEK, R. **Creating the agile supply chain**. Institute of logistic & transport: London, 1999.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M. F. V. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HERING. **Demonstrações financeiras padronizadas**. Blumenau, 2014. Disponível em: <www.hering.riweb.com.br/download.aspx?Arquivo>. Acesso em: 5 jul. 2015.

HERING. **Relatório anual**. Blumenau, 2014. Disponível em: <www.ciahering.com.br/novo/pt/empresa/relatorio>. Acesso em: 10 jul. 2015.

HERMÈS. **Relatório anual**. Paris, 2014. Disponível em: <finance.hermes.com/var/finances/storage/original/application/242288e52c33b1774689120>. Acesso em: 6 abr. 2015.

INDITEX. **Relatório anual**. Arteixo, 2015. Disponível em: <http://www.inditex.com/documents/10279/18789/Inditex_Annual_Report_2014_web.pdf/18323597-3932-4357-9f36-6458f55aco00>. Acesso em: 10 jun. 2015.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASB). **IAS 2: Inventories**. United Kingdom, 2003. Disponível em: <<http://iasplus.com/en/standards/ias/ias2>>. Acesso em: 02/03/2015.

_____. **The conceptual framework for financial reporting**. United Kingdom, 2010. Disponível em: <<http://www.iasplus.com/en/standards/other/framework>>. Acesso em: 9 mar. 2015.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KAN, V. **Accounting theory**. New York: John Wiley & Sons, 1990.

KERING. **Relatório anual**. Paris, 2014. Disponível em: <<http://www.kering.com/en/node/8811>>. Acesso em: 16 abr. 2015.

LOPES, A. B. **A relevância da informação contábil para o mercado de capitais: o modelo de Ohlson aplicado à Bovespa.** 2001. 154 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós Graduação em Controladoria e Contabilidade, FEA/USP, São Paulo, 2001.

LOWSON, R. H.; KING, R.; HUNTER, N. A. **Quick response: managing the supply chain to meet the consumer demand.** Chichester: John Wiley & Sons, 1999.

LVMH. **Relatório anual.** Paris, 2014. Disponível em: <<http://www.lvmh.fr/wp-content/uploads/2015/02>>. Acesso em: 6 abr. 2015.

MALACRIDA, M. J. C. **A relevância do lucro líquido versus fluxo de caixa operacional para o mercado de ações brasileiro.** 2009. 146 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós Graduação em Controladoria e Contabilidade, FEA/USP, São Paulo, 2009.

MARISA. **Demonstrações financeiras padronizadas.** São Paulo, 2014. Disponível em: <www.mzweb.com.br/marisa/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 18 maio 2015.

MARISA. **Relatório anual,** 2014. Disponível em: <www.mzweb.com.br/marisa.com.br/marisa/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 19 maio 2015.

MARTINS, E. A. O CPC 07 Menor volume e maior relevância para as notas explicativas. **Revista Fipecafi,** São Paulo, v. 2, p. 50 - 58, nov. 2014.

MATHARU, G. **O que é design de moda.** Porto Alegre: Bookman, 2011.

MOURAD, N. A.; PARASKEVOPOULOS, A. **IFRS introdução às normas internacionais de contabilidade.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NIKE. **Relatório anual.** Beaverton, 2015. Disponível em: <<http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/320187/000032018715000113/nke-5312015x10k.htm>>. Acesso em: 23 ago. 2015.

NIYAMA, J. K. **Contabilidade internacional: causa das diferenças internacionais, convergência contábil internacional, estudo comparativo entre países, divergências nos critérios de reconhecimento e mensuração, evidenciação segundo FASB e IASB.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PALOMINO, E. **A moda.** São Paulo: Publifolha 1, 2002.

POLLINI, D. **Breve história da moda.** São Paulo: Ed. Claridade, 2007.

PRADA. **Relatório anual.** Milão, 2015. Disponível em: <http://www.pradagroup.com/uploads/prada/document/document/44/e-Annual_Report_2014.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2015.

PRICE WATERHOUSE COOPERS. **IFRS and US GAAP: similarities and differences.** Delaware: PWC, 2015.

RALPH LAUREN. **Relatório anual**. New York, 2014. Disponível em:
<<http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1037038/000103703814000006/rl-20140329x10k.htm>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

REBOUÇAS, C. Riachuelo vê calote subir e vai cortar mais custos. **Valor Econômico**, São Paulo, 17 fev. 2016. Tendências & Consumo, p. B7.

RENNER. **Demonstrações financeiras padronizadas**. Porto Alegre, 2014. Disponível em:
<www.mzweb.com.br/renner/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 4 ago. 2015.

_____. **Relatório anual**. Porto Alegre, 2014. Disponível em:
<www.mzweb.com.br/renner.com.br/renner/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 4 ago. 2015.

RESTOQUE. **Demonstrações financeiras padronizadas**. São Paulo, 2014. Disponível em:
<www.restoque.com.br/download_arquivos.asp?id_arquivo>. Acesso em: 16 abr. 2015.

_____. **Relatório anual**. São Paulo, 2014. Disponível em:
<www.mzweb.com.br/restoque/web/download_arquivos.asp?id>. Acesso em: 18 abr. 2015.

REVISTA FORBES. **The world's most valuable brands**. Disponível em:
<<http://www.forbes.com/powerful-brands-list>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

ROUTROY, S.; BHAUSAHEB, N. A. Evaluation of inventory performance for perishable products through simulation. **The IUP Journal of Operations Management**. [S. l.], v. 9, n. 1 - 2, 2010.

SALVATORE FERRAGAMO. **Relatório anual**. Florence, 2014. Disponível em:
<<http://group.ferragamo.com/en/investor-relations/financial-documents/2014>>. Acesso em: 19 abr. 2015.

SARLO NETO, A. **A relação do preço das ações à divulgação das informações contábeis: evidências empíricas sobre a capacidade informacional da contabilidade no mercado acionário brasileiro**. 2004. 243 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ciências Contábeis) - FUCEPE, Vitória, 2004.

SCHMID, E. **Marketing do varejo de moda: uma ênfase em médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

SEBRAE. **Cresce a taxa de sobrevivência nas micro e pequenas empresas**. 2007. Disponível em:
<<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=251&cod=6386717&indice=10>>. Acesso em: 03 maio 2015.

THE GAP. **Relatório anual**. São Francisco, 2015. Disponível em:
<<http://www.gapinc.com/content/attachments/gapinc/GPS%202014%20Report.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2015.

THE STATISTICS PORTAL. **Apparel market size projections from 2012 to 2025, by region**. Statista, 2013. Disponível em: <<http://www.statista.com/statistics/279757/apparel-market-size-projections-by-region>>. Acesso em: 19 jun. 2015.

VINCENT-RICARD, F. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

WANKE, P. **Estratégia de posicionamento logístico**: conceitos, implicações e análise da realidade brasileira. Instituto ILOS, 2001. Disponível em: <http://www.ilos.com.br/web/index.php?option=com_content&task=view&id=992&itmid=74&lang=pt>. Acesso em: 17 nov. 2014.

WILLS, G.; MIDGLEY, D. **Fashion marketing**. London: Allen & Unwin, 1973.

WOOD JR, T.; ZUFFO, P. K. Supply chain management. **RAE**, São Paulo, v. 38, p. 55-63, jul./set. 1998.

YAMAMOTO, M. M.; SALOTTI, B. M. **Informação contábil**: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais. São Paulo: Atlas, 2006.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidenciação nas empresas do segmento do vestuário de moda

Instruções

Indique no quadro a seguir, suas percepções acerca de cada uma das afirmações nele contidas, atribuindo valores a cada uma delas, variando entre 1 e 10.

Uma avaliação equivalente a 1 significa que você **discorda totalmente** da afirmação, enquanto que uma avaliação equivalente a 10 indica que você **concorda totalmente** com a afirmação.

As avaliações intermediárias servem como uma graduação entre a discordância total e a concordância total.

Comente suas avaliações.

Questionário respondido por:

Nome:

Função:

Em caso de dúvidas, faça contato com:

Antonio Carlos Fiore

fiore@disploki.com.br

(11) 99687-2747

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

FECAP

MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Orientadora:

Profª Dra. Elionor Weffort Jreige

Data:

nov/15

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidenciação nas empresas do segmento do vestuário de moda		
Item	Questão	Avaliação
1	Os produtos do mercado de moda, em geral, possuem um ciclo de vida curto.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
2	O conceito de fast-fashion alterou nossa forma de lançar produtos.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
3	O mercado pode rejeitar uma coleção dificultando sua comercialização.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
4	É necessária atenção focada no giro dos estoques para que as sobras de mercadorias sejam minimizadas.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
5	Aplicação de mark-downs, promoções, liquidações, venda em bazares e outlets são mecanismos que auxiliam a desova de produtos de baixo giro.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidenciação nas empresas do segmento do vestuário de moda		
Item	Questão	Avaliação
6	Produtos de coleções passadas possuem pequeno apelo de vendas.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
7	Um atraso na cadeia de abastecimento dos produtos de venda pode significar o insucesso de uma coleção.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
8	O mercado espera mais do que duas coleções anuais.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
9	Produtos com baixo giro representam a manutenção de despesas fixas nos estoques aumentando a carga tributária.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
10	Comparamos sistematicamente o preço de venda praticado, comparando-o ao seu respectivo custo.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidenciação nas empresas do segmento do vestuário de moda		
Item	Questão	Avaliação
11	Se fosse permitido adotarmos o custeio direto (matéria prima + mão de obra direta) em substituição ao custeio por absorção (custeio direto acrescido dos gastos indiretos de fabricação).	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
12	Os produtos que estão sendo vendidos por preços inferiores aos seus respectivos custos são imediatamente ajustados nos estoques.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
13	Produtos com baixo giro de vendas nos obrigam a reduzir seus respectivos preços de vendas, ocasionando reduções nas margens previstas.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
14	Quanto maior o tempo de permanência de um produto no estoque maior deverá ser o desconto a ser concedido para fazê-lo girar.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
15	Estoques elevados significam perdas potenciais futuras por queda na rentabilidade.	
<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		

Obsolescência dos estoques: análise das práticas de reconhecimento, mensuração e evidênciação nas empresas do segmento do vestuário de moda		
Item	Questão	Avaliação
21	O fato do CPC 16 tratar igualmente os estoques de empresas de segmentos diferentes não dificulta a análise das demonstrações financeiras.	
22	A adoção dos IFRS no Brasil simplificou e qualificou a informação contábil disponibilizada aos usuários das demonstrações financeiras.	
23	As notas explicativas devem conter detalhes a respeito da idade dos estoques das empresas do segmento de moda.	
Outros comentários		
Nome:	Data:	