

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS CASCA

MIGUEL ANGELO DEBONA

PLANEJAMENTO FINANCEIRO:
Um estudo numa empresa cerealista de Serafina Corrêa

CASCA

2017

MIGUEL ANGELO DEBONA

PLANEJAMENTO FINANCEIRO:

Um estudo numa empresa cerealista de Serafina Corrêa

Estágio Supervisionado apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus de Casca, como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Administração. Orientador: Prof. Esp. Francisco Rodrigues do Nascimento

CASCA

2017

MIGUEL ANGELO DEBONA

PLANEJAMENTO FINANCEIRO:

Um estudo numa empresa cerealista de Serafina Corrêa

Estágio Supervisionado aprovado em 05 de dezembro de 2016, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração no curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Casca, pela Banca Examinadora formada pelos professores:
Orientador: Prof. Esp. Francisco Rodrigues do Nascimento

Prof. Esp. Francisco Rodrigues do Nascimento

UPF–Orientador

Prof. Esp. Daniel Vinícius Demarchi

UPF

Prof. Esp. Suelen Corrêa

UPF

CASCA

2017

Dedico este trabalho à minha família, por
acreditarem em mim e me apoiarem,
incondicionalmente, sempre com muito amor e
paciência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelas oportunidades, proteção e sabedoria nestes anos de faculdade.

Aos meus pais, Leovan e Solange, meus verdadeiros heróis, pelo apoio em minhas escolhas e incentivo na minha formação acadêmica.

Por sempre me guiarem e me conceder todo suporte, com todo o amor e carinho e pela compreensão nos dias de estudo.

Aos melhores amigos do mundo, que na minha ausência sempre demonstraram compreensão, incentivo e apoio.

Agradeço ao professor Francisco Rodrigues do Nascimento, pela compreensão, dedicação, paciência e sempre disposto em ajudar e orientar este tempo.

Ressalto minha gratidão aos amigos e colegas de graduação e de trabalho.

Agradeço à Universidade de Passo Fundo, em especial a Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis pelo amparo para o desenvolvimento desta pesquisa, juntamente com a equipe que trabalha na Secretaria.

RESUMO

DEBONA, Miguel A. **Planejamento financeiro de uma empresa cerealista no município de Serafina Corrêa-RS**. 2017. 68 f. Estágio supervisionado (Curso de Administração). UPF, 2017.

O estudo desta pesquisa é o planejamento financeiro de uma empresa cerealista do município de Serafina Corrêa-RS. Os dados recolhidos na empresa propiciaram que fosse realizada uma análise sobre a real situação da empresa, levando-se em conta: o balanço patrimonial, a demonstração de resultado, o fluxo de caixa e os indicadores financeiros da organização. O seu objetivo foi identificar quais são as ferramentas de gestão financeira que estão sendo utilizadas atualmente na empresa e, quais deverão ser implementadas para que a empresa possa dispor de um controle melhor em suas operações e, para que tais ferramentas possam auxiliar o gestor na sua tomada de decisões. A metodologia foi aplicada através de um estudo de caso, por meio de entrevistas com coleta de dados com gestor da empresa. O estudo serviu para saber como a empresa realiza o controle dos seus indicadores financeiros para, posteriormente, elaborar um planejamento financeiro.

Palavras-chave: Gestão, Indicadores Financeiros, Demonstração de Resultado e Balanço Patrimonial.

LISTA DE FÓRMULAS

Fórmula 1- Liquidez geral	28
Fórmula 2- Liquidez corrente	29
Fórmula 3- Liquidez seca	29
Fórmula 4- Prazo médio de estocagem.....	31
Fórmula 5- Giro de estoque	31
Fórmula 6- Prazo médio de recebimento de vendas.....	32
Fórmula 7- Giro de contas a receber	32
Fórmula 8- Prazo médio de pagamento a fornecedores	33
Fórmula 9- Participação de capital de terceiros.....	34
Fórmula 10- Composição do endividamento.....	35
Fórmula 11- Imobilização do capital próprio	35
Fórmula 12- Imobilização de recursos não correntes	36
Fórmula 13- Margem bruta.....	37
Fórmula 14- Margem líquida.....	38
Fórmula 15- Rentabilidade capital próprio.....	38
Fórmula 16- Taxa de retorno do investimento	39

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Balanço Patrimonial.....	53
Quadro 2: Demonstração de Resultado.....	54
Quadro 3: Faturamento 2016	55
Quadro 4: Indicadores de Estrutura de Capital	56
Quadro 5: Indicadores de Liquidez.....	57
Quadro 6: Indicadores de Rotação	58
Quadro 7: Indicadores de Rentabilidade.....	60
Quadro 8: Vendas 2016	62

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PCT- Participação de Capital de Terceiros

CE- Composição do Endividamento

ICP- Imobilização do Capital Próprio

IRNC- Imobilização de Recursos não Correntes

LG- Liquidez Geral

LC- Liquidez Corrente

LS- Liquidez Seca

GE- Giro de Estoque

PME- Prazo Médio de Estocagem

GCR- Giro de Contas a Receber

PMRV- Prazo Médio de Recebimento de Vendas

PMPF- Prazo Médio de Pagamentos a Fornecedores

MB- Margem Bruta

ML- Margem Líquida

RCP- Rentabilidade Capital Próprio

GA- Giro do Ativo

TRI- Taxa de Retorno do Investimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO	13
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 Objetivo geral.....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA NAS EMPRESAS.....	15
2.1.1 Função da Administração Financeira	15
2.1.2 Objetivos da Empresa	16
2.2 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS	16
2.2.1 Balanço Patrimonial	17
2.2.1.1 Ativo.....	18
2.2.1.2 Passivo.....	18
2.2.1.3 Patrimônio Líquido.....	19
2.2.2 Demonstração de Resultado	21
2.2.3 Demonstração de Fluxo de Caixa.....	22
2.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO	23
2.3.1 Planejamento de Caixa.....	23
2.4 CAPITAL DE GIRO	24
2.4.1 Administração de Disponibilidades	24
2.4.2 Administração de Estoques.....	25
2.4.3. Administração de Contas a Receber	26
2.5 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	27

2.5.1 Índices de Liquidez.....	27
2.5.1.1 <i>Liquidez Geral.....</i>	28
2.5.1.2 <i>Liquidez Corrente.....</i>	28
2.5.1.3 <i>Liquidez Seca.....</i>	29
2.5.2 Índices de Rotação	30
2.5.2.1 <i>Prazo Médio de Estocagem.....</i>	30
2.5.2.2 <i>Giro de Estoque.....</i>	31
2.5.2.3 <i>Prazo Médio de Recebimento de Vendas.....</i>	31
2.5.2.4 <i>Giro de Contas a Receber.....</i>	32
2.5.2.5 <i>Prazo Médio de Pagamentos a Fornecedores.....</i>	33
2.5.3 Índices de Estrutura de Capital	33
2.5.3.1 <i>Participação do Capital de Terceiros sobre Recursos Totais.....</i>	34
2.5.3.2 <i>Composição do Endividamento.....</i>	34
2.5.3.3 <i>Imobilização do Capital Próprio.....</i>	35
2.5.3.4 <i>Imobilização de Recursos não correntes.....</i>	36
2.6 ÍNDICES DE RENTABILIDADE.....	36
2.6.1 Margem Bruta	37
2.6.4.1 <i>Margem Líquida.....</i>	37
2.6.4.3 <i>Rentabilidade Capital Próprio.....</i>	38
2.6.4.4 <i>Giro do Ativo.....</i>	38
2.6.4.5 <i>Taxa de Retorno do Investimento.....</i>	39
2.7 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	40
2.7.1 Método Mark-up	40
2.8 ANÁLISE DE CUSTOS	41
2.8.1 Tipos de Custos	41
2.8.1.1 <i>Custo Fixo.....</i>	42
2.8.1.2 <i>Custo Variável.....</i>	42

2.8.1.3 <i>Custo Direto</i>	43
2.8.1.4 <i>Custo Indireto</i>	43
2.8.2 Tipos de Custeio	44
2.8.2.1. <i>Custeio por Absorção</i>	44
2.8.3. Custeio Direto	45
2.8.3.1. <i>Custeio Padrão</i>	46
2.8.3.2. <i>Custeio por Atividades</i>	46
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	48
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	48
3.2 VARIÁVEIS DE ESTUDO	50
3.3 UNIVERSO DE PESQUISA	51
3.4 PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	51
3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	52
4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS	53
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA	54
4.2 PORTFÓLIO DE PRODUTOS.....	54
4.3 ANÁLISE DOS INDICADORES	55
4.3.1 Indicadores de Estrutura de Capital	56
4.3.2 Indicadores de Liquidez	57
4.3.3 Indicadores de Rotação	58
4.3.4 Indicadores de Rentabilidade	60
4.4 ASPECTOS SOBRE VENDAS	62
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS	66

1 INTRODUÇÃO

O mercado, no ramo cerealista, torna-se cada vez mais competitivo, por causa da alta concorrência. A alta qualidade nos produtos distribuídos, serviços prestados adequadamente, organização, valor agregado ao cliente, logística eficiente, atendimento diferenciado em relação ao cliente e preços compatíveis com o mercado, serão pontos fortes da empresa para que ela se destaque perante as demais e atinja seus objetivos visando o sucesso e o crescimento da organização.

Chegou a um tempo em que somente as organizações que detêm um planejamento financeiro adequado irão sobreviver no mercado, portanto, para se ter uma gestão eficaz e eficiente é necessário que se tenha como acessar informações precisas, essências e em tempo hábil, para que se possa tomar a melhor escolha possível. No entanto, percebe-se que empresas familiares não detêm esse planejamento preciso, com isso tomam suas decisões baseados em indicadores que, muitas vezes, não condizem com o verdadeiro estado financeiro e contábil da empresa.

Portanto, pode-se perceber que, menos de 15% das empresas familiares consegue realizar a tarefa de passar o patrimônio adquirido, ao longo dos anos, para a terceira geração. Isso se torna um número preocupante, pois, na maioria dos casos, isso acontece por causa dos conflitos familiares que são mal resolvidos. Os herdeiros disputam quem ficará com o comando dos negócios. (NAJJAR, 2011).

Este trabalho propõe o desenvolvimento de indicadores que permitam a empresa cerealista de Serafina Corrêa obter um controle financeiro e contábil rigoroso para que possa tomar suas decisões do dia-a-dia, baseadas nos dados reais da empresa, da melhor maneira possível para o sucesso e o crescimento da organização.

Atualmente, na empresa, os registros de entradas e saídas de capital são anotados manualmente, porém sem um controle rígido, a empresa não adota o regime de fluxo de caixa, o balanço patrimonial e as demonstrações de resultados são somente para o cumprimento de obrigações contábeis, e não há planejamento financeiro visando o futuro.

1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO

A empresa cerealista de Serafina Corrêa é uma empresa do setor cerealista que atua na comercialização de grãos e insumos agrícolas. Atualmente, emprega 08 funcionários fixos e mais 10 temporários no período da safra.

A empresa não detém um controle financeiro adequado, pois apenas alguns itens são levados em consideração no controle financeiro.

Por isso a empresa acredita que se deve ter um controle mais rigoroso e específico, para saber com exatidão qual o custo do produto, frete, qual o lucro desejado, etc. (entre outros). Com isso, a empresa saberá quais atividades estão dando lucro ou prejuízo, poderá ter mais clareza de como irá aplicar os seus investimentos, futuramente, para que sejam mais rentáveis. As decisões financeiras são tomadas somente pelo proprietário, baseadas em sua experiência.

A pesquisa se justifica para a empresa tendo em vista a vida financeira da mesma. Em uma época com várias dificuldades para uma empresa se manter no mercado, com altos impostos, inadimplência, falta de credibilidade, como agora, é indispensável que qualquer organização detenha um controle financeiro adequado. Pois, assim, os gestores poderão ter conhecimento de qual atividade é mais rentável, e então poderá direcionar seus investimentos futuros para esta área.

Tendo em vista o grande número de cerealista que existe na região da empresa, e em muitos pontos de nosso país, devido à grande produtividade de grãos, pode-se tomar este estudo como exemplo ou referência para as demais empresas do mesmo ramo.

Atualmente, torna-se fundamental a existência de um controle financeiro adequado para as empresas, pois sem ele, muitas estarão condenadas ao fracasso. “O objetivo econômico das empresas é a maximização de seu valor de mercado, pois, desta forma, estará sendo aumentada a riqueza de seus proprietários”. (HOJI, 2014).

Para uma empresa obter sucesso, ela necessita de um planejamento adequado. “O planejamento financeiro é um aspecto importante das atividades da empresa, porque oferece orientação para a direção, a coordenação e o controle dos passos que a empresa dará para atingir seus objetivos”. (GITMAN, 2010, p 105).

Dessa forma, apresenta-se o seguinte problema de pesquisa: **Quais ferramentas de controle podem contribuir para a melhoria da Gestão Financeira na empresa cerealista de Serafina Corrêa?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar ferramentas de controle que podem contribuir para a melhoria da Gestão Financeira numa empresa cerealista de Serafina Corrêa?

1.2.2 Objetivos específicos

- Coletar e avaliar informações da empresa sobre os métodos de controle financeiro;
- Identificar quais as atividades (produtos) mais importantes da organização;
- Apresentar métodos de controle financeiros eficientes diante das necessidades da empresa;
- Analisar os indicadores econômico-financeiros da empresa;
- Identificar a margem de contribuição dos produtos comercializados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A seguir são apresentadas algumas ideias relacionadas com o assunto referido no presente trabalho, tendo como fundamentação vários autores renomados da área da administração financeira.

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA NAS EMPRESAS

Gitman (2010) aponta que a gestão financeira se torna importante na administração das empresas, pois ajuda a conhecer as formas jurídicas de organização da empresa; as tarefas realizadas pela área de finanças; o real objetivo da empresa; a ética profissional; a remuneração dos administradores; entre outros temas importantes na organização.

Segundo Silva (2009, p. 1), “a administração financeira compreende gerenciar os recursos financeiros para obter lucros; dessa forma, maximiza a riqueza dos acionistas. Ela pode ser exercida nas mais variadas organizações, tais como: indústrias; comércio ou serviços; empresas estatais ou privadas [...]”.

2.1.1 Função da Administração Financeira

De acordo com Braga (1989, p. 23) “a função financeira compreende um conjunto de atividades relacionadas com a gestão dos fundos movimentados por todas as áreas da empresa.”

As funções financeiras de uma empresa compreendem os seguintes quesitos: obtenção de recursos, meio de captar recursos através do capital próprio ou de terceiros, analisando a melhor alternativa para a empresa; aplicação de recursos, destinação dos recursos da organização, separados em ativos circulantes, de longo prazo e permanentes; planejamento e controle financeiro, o planejamento deve prever as necessidades de negócio e garantir que haja uma quantidade suficiente que fosse necessária, e o controle consiste na avaliação do

desempenho efetivamente realizado com aquele que foi planejado inicialmente (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Segundo Gitman (2010, p. 8), “a administração financeira pode ser genericamente descrita por meio de seu papel na organização, de sua relação com a teoria econômica e as ciências contábeis e das principais atividades do administrador financeiro”.

2.1.2 Objetivos da Empresa

Conforme Hoji (2014, p. 3), “para a administração financeira, o objetivo econômico das empresas é a maximização de seu valor de mercado, pois, dessa forma, estará sendo aumentada a riqueza de seus proprietários (acionistas de sociedades por ações e sócios de sociedades por cotas)”.

A administração financeira tem como objetivo principal a maximização do valor de mercado das organizações e, em consequência, dos sócios. Tal objetivo sempre esteve correlacionado com o desejo dos acionistas ao aplicarem seus recursos na organização, o de obterem lucro sobre suas aplicações. (SILVA, 2009).

Braga (1989, p. 31) afirma que “[..] o objetivo primordial de cada empresa é o de maximizar a riqueza de seus proprietários. Essa riqueza é representada pelo valor de mercado da empresa, ou seja, pelo preço que seria alcançado na venda dos direitos de participação no seu capital social”.

2.2 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Destacam-se vários indicadores na gestão financeira, entre eles, “A análise das demonstrações financeiras é um conjunto de meios e métricas pelo qual se examinam as condições financeiras e operacionais de uma empresa por meio de dados fornecidos pelas demonstrações financeiras, sejam elas primárias ou secundárias”. (CHIAVENATO, 2014, p. 88).

Segundo Silva (2001, p. 71) “as demonstrações financeiras representam um canal de comunicação da empresa com diversos usuários internos e externos. Um relacionamento sério

e transparente, com os investidores, credores, analistas e demais interessados em conhecer a empresa [...] atinge uma dimensão ética. ”

No ambiente empresarial brasileiro, tornou-se obrigatório a partir de 1976, com a lei nº 6.404/76, a publicação das demonstrações financeiras por parte de todas as companhias ao final do exercício social anual (HOJI, 2014, p. 241):

- a) balanço patrimonial;
- b) demonstrações do resultado do exercício;
- c) demonstrações de lucros ou prejuízos acumulados;
- d) demonstrações dos fluxos de caixa.

2.2.1 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial ajuda o gestor a interpretar a situação da empresa, “o balanço patrimonial demonstra a situação estática da empresa em determinado momento. É como se fosse tirada uma fotografia da situação financeira da empresa nesse momento.” (HOJI, 2014, p. 248).

Um dos mais importantes indicadores de uma empresa é o balanço patrimonial, pois ele indica a situação financeira real de determinada empresa em determinado período, com isso, o executivo principal poderá compreender e acompanhar como estão os resultados dos seus bens e serviços (ativo) e de suas obrigações (passivo), e posteriormente, analisar quais as atividades mais rentáveis para a empresa e então irá decidir aplicar grande parte de seus recursos nelas. (LUZ, 2014).

Segundo Chiavenato (2014, p. 90), “o balanço patrimonial é uma demonstração que reflete com clareza a situação do patrimônio da empresa em um determinado momento. É a representação sintética dos elementos que compõem o patrimônio da empresa em uma determinada data”.

Conforme destaca Perez Junior e Begalli (2009, p. 143), o balanço patrimonial é um dos indicadores mais importantes para avaliar a empresa, “no Brasil, devido à obrigatoriedade de apurar resultados fiscais em período coincidente com o ano civil, as empresas costumam adotar o mesmo período como exercício social.”

2.2.1.1 Ativo

Segundo Luz (2014, p.4), “o ativo, representado por bens e direitos, indica onde se encontram as aplicações de recursos efetuadas pela empresa, recursos esses que serão utilizados na busca do melhor desempenho empresarial”.

Conforme Blatt (2001, p.11), “no ativo as contas estão dispostas por ordem decrescente de liquidez, ou seja, de modo geral, os itens são organizados de acordo com o prazo em que poderão ser transformados em moeda corrente”.

O ativo pode ser dividido em duas partes: ativo circulante, realizável em curto prazo, no qual, estão dispostos as disponibilidades, créditos e estoques; e ativo não circulante realizável em longo prazo, no qual, estão dispostos os investimentos, imobilizado, intangível, e ativos realizáveis em longo prazo. (ASSAF NETO, 2017).

Segundo Hoji (2014, p. 245), o ativo circulante trata de “todos os bens e direitos que podem ser convertidos em dinheiro a curto prazo são classificados como ativo circulante. Entendem-se como ativos de curto prazo os valores realizáveis até o final do exercício seguintes”.

Conforme Assaf Neto (2017, p. 93) “são classificados como não circulantes todos os valores ativos cujo prazo de realização ultrapassar o final do exercício seguinte. O ativo não circulante é composto de: ativo realizável em longo prazo, investimentos, imobilizado e intangível”.

2.2.1.2 Passivo

Luz (2014, p.8) afirma que, “o passivo é uma obrigação presente derivada de eventos passados e cuja liquidação se espera que resulte na saída de recursos capazes de gerar benefícios econômicos à empresa”.

O passivo de uma empresa pode ser dividido em duas frentes:

o passivo exigível, tanto o circulante quanto o não circulante, é composto de dívidas, obrigações, riscos e contingências. Quando as obrigações da companhia vencerem no exercício seguinte ao do encerramento, são classificadas no curto prazo (passivo circulante); quando vencerem após o término de exercício social seguinte, são consideradas de longo prazo (passivo não circulante). (ASSAF NETO, 2017, p. 93).

O passivo, geralmente, tem suas contas organizadas conforme o prazo de exigibilidade das mesmas, ou seja, as que vencem primeiro vêm em primeiro lugar. Divide-se em passivo circulante (obrigações de curto prazo) e passivo não circulante (obrigações de longo prazo). (BLATT, 2001).

Segundo Hoji (2014, p. 257) “as obrigações exigíveis em curto prazo, isto é, que vencem até o final do exercício social seguinte, ou até o final do ciclo operacional seguinte (como no caso do ativo circulante), são classificadas como passivo circulante”.

Conforme afirma Hoji (2014, p. 258) “o passivo não circulante é composto por obrigações exigíveis após o exercício social seguinte, ou após o ciclo operacional seguinte, se for o caso”.

De acordo com Assaf Neto (2017, p. 93) “quando as obrigações da companhia vencerem no exercício seguinte ao do encerramento são classificadas no curto prazo (Passivo Circulante); quando vencerem após o término do exercício social seguinte é considerada de longo prazo (Passivo Não Circulante)”.

2.2.1.3 Patrimônio Líquido

Conforme aponta Blatt (2001, p. 23) o patrimônio líquido “representa os investimentos dos proprietários (capital) somados com todas as reservas, incluindo aqui o lucro apurado no decorrer dos anos e retido na empresa, ou seja, não distribuído. É a soma do capital social, as reservas e o lucro ou prejuízo acumulados”.

O patrimônio líquido representa o capital da empresa

o patrimônio líquido é calculado do balanço pela diferença entre o ativo total e o passivo exigível. Mede o total dos recursos próprios da empresa e pode ser entendido como uma obrigação da empresa perante seus acionistas (proprietários). O patrimônio líquido aparece com os cinco subgrupos citados: capital social, reservas de capital, ajuste de avaliação patrimonial, reservas de lucro, ações em tesouraria e prejuízos acumulados. (ASSAF NETO, 2017, p. 94).

O patrimônio líquido pode ser entendido como a soma do capital, reservas e lucros acumulados por uma organização menos a soma do capital a integralizar e prejuízos da mesma. É formado basicamente pelos recursos fornecidos por sócios e acionistas e pelo rendimento que a empresa obtém e reinveste nela mesma. (MARION, 2012).

BALANÇO PATRIMONIAL	
ATIVO	PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO
ATIVO CIRCULANTE	PASSIVO CIRCULANTE
Caixa e bancos	Salários e encargos sociais
Aplicações de liquidez imediata	Férias e 13º salários a pagar
Titulos e valores mobiliários	Fornecedores
Duplicatas a receber	Obrigações fiscais
Saques de exportação	Empréstimos e financiamentos
(-) Créditos de liquidação duvidosa	Duplicatas descontadas
Impostos a recuperar	Saques descontados
Estoques	Adiantamentos de clientes
Prêmios de seguros a apropriar	Dividendos a pagar
Outras contas a receber	Outras contas a pagar
	Provisões para garantias
ATIVO NÃO CIRCULANTE	PASSIVO NÃO CIRCULANTE
ATIVO REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	Financiamentos bancários
Depósitos judiciais	
Empresas coligadas e controladas	
	PATRIMONIO LÍQUIDO
INVESTIMENTOS	Capital social
IMOBILIZADO	Reserva de capital
INTAGÍVEL	Ajuste de avaliação patrimonial
	Reserva de lucros
	Prejuízos acumulados
TOTAL DO ATIVO	TOTAL PASSIVO E PL

Quadro 1: Balanço Patrimonial.

Fonte: Adaptado de Hoji (2012, p. 243)

2.2.2 Demonstração de Resultado

A demonstração de resultado serve para auxiliar o gestor a ter conhecimento sobre o verdadeiro lucro da empresa, “a demonstração do resultado do exercício é um relatório contábil que evidencia a formação do resultado líquido do exercício pelo confronto das receitas com os custos e as despesas apuradas em obediência ao regime de competência”. (MEGLIORINI; VALLIM, 2009, p. 40).

Dentre muitos outros indicadores da saúde financeira de uma organização, destaca-se a demonstração do resultado do exercício que, expressa o montante de despesas e receitas geradas em certo período de tempo que deverão ser escrituradas. Destaca-se por apresentar aos gestores um dos índices mais importantes de uma empresa, o resultado líquido do exercício. Também, permite analisar o desempenho financeiro e econômico de qualquer item do portfólio da organização, e assim, saber quais são produtos chaves, os mais rentáveis da organização em estudo. (LUZ, 2014).

Conforme destaca Chiavenato (2014, p. 94), “a DRE mostra a consequência – o lucro ou o prejuízo – das operações da empresa realizadas em um determinado período, bem como os fatores – despesas e receitas – que provocaram esse resultado positivo ou negativo.”

Segundo Perez Junior e Begalli (2009, p. 125) o DRE deve fornecer o resultado do exercício ao final de determinado período para seus acionistas, “essa informação sobre o resultado do período é fornecida, em sua maior parte, pela Demonstração do Resultado do Exercício – DRE -, que nada mais é do que a apresentação das contas de receitas e despesas, feitas de modo ordenado”.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO	
	RECEITA BRUTA DE VENDAS E SERVIÇOS
(-)	DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA
	Devoluções e abatimentos
	Impostos incidentes sobre vendas
(=)	RECEITA LÍQUIDA
(-)	CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS
	Custo dos produtos vendidos
	Custo dos serviços prestados
(=)	LUCRO BRUTO
(-)	DESPESAS OPERACIONAIS
	Despesas Gerais / Administrativas
	Despesas com Vendas
	Despesas Financeiras Líquidas
	Outras Receitas e Despesas Operacionais
(=)	LUCRO ANTES DO IR E CS
(-)	PROVISÃO P/ IR E CS
(=)	LUCRO APÓS IR E CS
(-)	PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES
(=)	LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO

Fonte: Adaptado de Hoji (2012, p. 260)

2.2.3 Demonstração de Fluxo de Caixa

Um dos recursos que auxiliam o planejamento da conta caixa é o fluxo de caixa, “O fluxo de caixa é um esquema que representa as entradas e saídas de caixas ao longo do tempo. Em um fluxo de caixa, deve existir pelo menos uma saída e pelo menos uma entrada (ou vice-versa)” (HOJI, 2014, p. 74).

Um dos mais importantes indicadores para saber a liquidez imediata de uma empresa é o fluxo de caixa, que tem como objetivo primordial a origem e destino de todos os recursos da organização em determinado período. Divide-se em: fluxo de caixa de operações, fluxo de caixa de financiamentos e fluxo de caixa de investimentos. Uma organização que detiver um fluxo de caixa minucioso e atualizada se destacará no mercado empresarial, pois saberá o quanto pode investir ou quais são suas obrigações em determinada data do ano. (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Aponta Luz (2014, p. 18), “entre os benefícios de se recorrer à demonstração do fluxo de caixa estão o acesso a informações sobre mudanças na estrutura de ativos líquidos da entidade e sobre sua capacidade de geração de caixa líquido.”

2.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

De acordo com Hoji (2014, p. 411), “o planejamento consiste em estabelecer com antecedência as ações a serem executadas dentro de cenários e condições preestabelecidos, estimando os recursos a serem utilizados e atribuindo as responsabilidades, para atingir os objetivos fixados.”

Sem um planejamento financeiro uma organização não consegue tomar suas principais decisões como, “o planejamento financeiro é um aspecto importante das operações da empresa, porque fornece diretrizes para orientar, coordenar e controlar as iniciativas da empresa, de modo a atingir seus objetivos”. (GITMAN; MADURA, 2003, p. 374).

O planejamento financeiro apresenta-se, hoje em dia, como um dos principais pilares das transações de toda e qualquer organização, pois fornece um mapa para a coordenação, orientação e o controle de cada atitude que a empresa tomará para alcançar seus objetivos. Pode-se destacar dois itens essenciais do processo de planejamento financeiro, que são planejamento de lucros e de caixa. (GITMAN, 2010).

2.3.1 Planejamento de Caixa

O planejamento de caixa pode ser considerado como uma demonstração de entradas e saídas previstas pela organização. Tem como função básica estipular as necessidades de caixa no curto prazo. Quase sempre, o planejamento abrange o período de um ano, por podendo ser dividido em intervalos menores, dependendo da atividade fim de cada empresa. (GITMAN, 2010).

De acordo com Santos (2001, p. 57), “a administração de caixa começa com o planejamento de caixa, atividade que consiste em estimar a evolução dos saldos de caixa da empresa. Essas informações são fundamentais para a tomada de decisões”.

2.4 CAPITAL DE GIRO

Qualquer organização necessita de um capital para realizar sua operação, “O capital de giro é todo dinheiro que a empresa precisa pagar antes de receber suas vendas, ou seja, são todos os pagamentos que ela terá de realizar para manter-se em funcionamento até que receba todo o dinheiro das vendas que efetuou, seja à vista ou parcelados” (NASCIMENTO, 2014, p. 2).

Uma das ferramentas mais importantes no ciclo operacional de qualquer empresa é o capital de giro, pois ela, primeiramente, investe todos os seus recursos para realizar o máximo de vendas possíveis, e somente depois com o recebimento de seus direitos, junto aos clientes, é que ela irá recuperar todo o seu capital investido, e poder fazer a real análise do seu lucro descontando as despesas financeiras. (HOJI, 2014).

Conforme Luz (2014, p. 88), “uma administração cuidadosa do capital de giro é fundamental para a manutenção da solvência da empresa, ou seja, para garantir que ela seja capaz de honrar seus compromissos, pois, normalmente, é nesse ponto que começam os problemas de falta de liquidez”.

Segundo Santos (2001, p. 16) “as necessidades de capital de giro para uma empresa dependem de determinadas características de seu processo de produção ou de operação. Essas características são representadas por alguns conceitos simples, mas bastante úteis ao gerenciamento do capital de giro”.

2.4.1 Administração de Disponibilidades

Várias contas podem ser transformadas em dinheiro, “as disponibilidades representam as contas mais líquidas da empresa, ou seja, as contas que se convertem em dinheiro mais rapidamente”. (LUZ, 2014, p. 94).

De acordo com Megliorini e Vallim (2009, p. 173), “as disponibilidades correspondem aos recursos monetários que a empresa mantém para pagar suas obrigações imediatas. Esses recursos estão alocados no saldo do caixa (saldo em tesouraria e saldo das contas correntes bancárias) e nas aplicações financeiras em títulos de alta liquidez. ”

Pode-se destacar várias variáveis que ajudam uma empresa a gerenciar suas disponibilidades (NASCIMENTO, 2014, p. 76):

- a) Transação
- b) Precaução
- c) Especulação
- d) Reserva
- e) Reciprocidade bancária

De acordo com Braga (1989, p. 123) tem que ter o controle adequado das disponibilidades de uma empresa, pois do contrário, “se as disponibilidades forem mantidas em níveis muito baixos, haverá o comprometimento da capacidade de solvência da empresa. Por outro lado, o excesso de disponibilidades prejudica a rentabilidade.”

2.4.2 Administração de Estoques

As empresas têm que deter um estoque razoável, porém não muito grande senão os custos de estocagem serão absurdos “a gestão de estoques é o processo de determinação e manutenção de níveis ótimos de estoques. Embora quase sempre conduzida pela área de produção da empresa, torna-se necessária uma avaliação financeira para que os custos de estocagem sejam adequadamente controlados.” (CHIAVENATO, 2014, p. 76).

Os estoques representam uma relevante quantia do capital de giro da maioria das empresas, uma vez que envolve matérias primas e produtos acabados. Todas as empresas necessitam de um estudo minucioso sobre o estoque, para que ele não seja abundante (capital parado), porém que haja um estoque de segurança mínimo. Os estoques podem ser divididos em: estoque de matérias primas, estoque de produtos em elaboração e estoque de produtos acabados. (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Os estoques representam a base das operações de uma empresa:

os estoques de mercadorias para revenda constituem a base das operações das empresas comerciais. Nas indústrias, os estoques permitem separar as etapas do processo de fabricação e favorecem a otimização das operações realizadas pelas áreas de suprimentos, produção e vendas. Esses estoques são classificados de acordo com a natureza e finalidade dos bens que os integram, a saber: matérias-primas, materiais de embalagem e de consumo e produtos em elaboração e acabados (BRAGA, 1989, p. 101).

Segundo aponta Gitman e Madura (2003, p. 404) “o objetivo de administrar o estoque é girá-lo o mais rápido possível, sem perder vendas devido à falta de estoque. O gerente financeiro tende a agir como conselheiro ou vigia em questões referentes ao estoque.”

2.4.3. Administração de Contas a Receber

Segundo Gitman (2010, p. 558), “o objetivo da administração das contas a receber é cobrá-las o mais rapidamente possível, sem perder vendas devido a técnicas muito agressivas de cobrança. Atingir essa meta envolve três tópicos: (1) seleção e padrões de crédito, (2) termos de crédito e (3) monitoramento de crédito.”

As duplicatas a receber nada mais são do que, os direitos que as organizações detêm em relação aos seus clientes por conta de suas vendas passadas. Geralmente as empresas, tendem a oferecer créditos a seus clientes para aumentar suas vendas. Para garantir crédito ou não a um cliente várias organizações adotam o critério dos 5Cs no qual o analista de crédito julga a capacidade de pagamento de determinado cliente através de: caráter, condições, capacidade, capital e colateral. (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Pode-se atrair clientes de várias maneiras, dentre elas, “as contas a receber – principalmente, as duplicatas a receber – representam a concessão de créditos em conta corrente aos clientes. Na realidade, as contas a receber existem para conservar e atrair novos ou potenciais clientes.” (CHIAVENATO, 2014, p. 72).

Conforme Braga (1989, p. 113) “as empresas concedem crédito para ampliar seu nível de operações, obter ganhos de escala, absorver melhor os custos fixos e, assim, maximizar a rentabilidade”.

2.5 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Conforme destaca Megliorini e Vallim (2009, p. 36), “uma das ferramentas fundamentais para a administração financeira é a contabilidade, área responsável pelo registro das informações que envolvem as movimentações e transações da empresa”.

Segundo Perez Junior e Begalli (2009, p. 1) “internamente, a contabilidade auxilia no processo de tomada de decisões pela administração por meio de um fluxo contínuo de informações sobre os mais variados aspectos da gestão econômico-financeira da empresa”.

2.5.1 Índices de Liquidez

De acordo com Gitman (2010, p. 50), “a liquidez de uma empresa é medida em termos de sua capacidade de saldar suas obrigações de curto prazo à medida que se tornam devidas. A liquidez diz respeito à solvência da posição financeira geral da empresa – a facilidade com que pode pagar suas contas em dia”.

Os índices de liquidez tem por objetivo medir a capacidade com que a organização cumpre suas contas em curto prazo no respectivo dia do vencimento. Tal índice reflete a quantidade de bens e serviços da empresa em comparação com suas obrigações (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Hoji (2014, p. 289) afirma que “os índices de liquidez mostram a situação financeira da empresa [...], quanto maior o índice, melhor”.

Os índices de liquidez permitem que o acionista possa verificar a capacidade da empresa em saldar suas dívidas, comparando os seus bens com suas obrigações. Tal índice é decorrente da tomada estratégica das decisões de financiamento e investimento de seus gestores, e do quanto capaz a organização é de ser lucrativa. (SILVA, 2001).

2.5.1.1 *Liquidez Geral*

Segundo Luz (2014, p. 42), “este índice revela a possibilidade de solvência da empresa no longo prazo, pois compara os ativos realizáveis no curto e longo prazo com os passivos também no curto e no longo prazo”.

A liquidez geral demonstra aos acionistas a capacidade de bom pagador de determinada empresa em relação a sua dívida de longo prazo. Se o seu ativo circulante mais o ativo em longo prazo, for maior que, o total do passivo, a situação da empresa será favorável, pois demonstrará que ela possui bens e direitos suficientes para liquidar seus compromissos em longo prazo. (HOJI, 2014).

Conforme Marion (2012, p. 81) a liquidez geral, “mostra a capacidade de pagamento da empresa a longo prazo, considerando tudo o que ela converterá em dinheiro (a curto e longo prazo), relacionando-se com tudo o que já assumiu como dívida (a curto e longo prazo)”.

$$LG = \frac{\text{Ativo circulante} + \text{Ativo realizável a longo prazo}}{\text{Passivo circulante} + \text{Passivo não circulante}}$$

Fórmula 1- Liquidez geral

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 294).

2.5.1.2 *Liquidez Corrente*

A liquidez corrente é um dos principais indicadores de uma empresa, pois “considerado por muitos analistas e professores o melhor indicador de liquidez de uma empresa, a liquidez corrente aponta uma relação entre os ativos realizáveis de curto prazo e as dívidas, também de curto prazo”. (LUZ, 2014, p. 42).

Chiavenato (2014, p. 101) define liquidez corrente como sendo “a medida mais usada para avaliar a capacidade de uma empresa para saldar seus compromissos em dia. É o quociente obtido pela divisão entre o ativo circulante e o passivo circulante, isto é, entre os ativos e passivos de curto prazo”.

Considerada por muitos como o principal indicador da capacidade de pagamento da empresa, a liquidez corrente é um importante indicador de gestão de uma empresa, pois analisando tal índice, a empresa saberá se dispõe de capital suficiente para saldar todas suas dívidas no curto prazo. (HOJI, 2014).

$$LC = \frac{\text{Ativo circulante}}{\text{Passivo circulante}}$$

Fórmula 2- Liquidez corrente

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 295).

2.5.1.3 Liquidez Seca

Conforme Luz (2014, p. 42-43), “o índice de liquidez seca revela uma espécie de capacidade de pagamento em curto prazo, sem a dependência da venda dos estoques [...], portanto, quanto maior os índices entende-se que a empresa depende menos das vendas dos estoques para poder quitar suas obrigações em curto prazo”.

A liquidez seca, muitas vezes, revela-se um indicador difícil de calcular, pois existem muitos tipos de estoques que não podem ser facilmente vendidos, por se tratarem de produtos especiais ou ainda não acabados. E também, por várias empresas venderem seus estoques no longo prazo. (GITMAN, 2010).

Segundo Chiavenato (2014, p. 102) “o índice de liquidez seca procura resolver a suposição de que os estoques constituem o ativo circulante menos líquido, excluindo do ativo circulante o item estoques. Normalmente, os estoques são convertidos em contas a receber e, em seguida, em disponibilidades”.

$$LS = \frac{\text{Ativo circulante} - \text{Estoques} - \text{Despesas do exercício seguinte}}{\text{Passivo circulante}}$$

Fórmula 3- Liquidez seca

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 295).

2.5.2 Índices de Rotação

Os giros de rotação tornaram-se essenciais nas empresas, pois “os índices de rotação (giros) são calculados relacionando-se os elementos patrimoniais com os itens da demonstração de resultados e evidenciam o prazo de renovação dos elementos patrimoniais dentro de determinado período.” (HOJI, 2014, p. 292).

Marion (2012) salienta que os índices de rotação demonstram quantos dias certa empresa demora, em média, para pagar seus pedidos, receber suas vendas e renovar o estoque. Analisando a situação da organização, quanto mais rápido ela conseguir receber suas vendas e renovar o seu estoque, melhor será para ela e estará em uma situação mais confortável; por outro lado, quanto mais longos forem os pagamentos devidos a fornecedores, melhor para ela, pois ficará por mais tempo com o capital de giro.

De acordo com Chiavenato (2014, p. 110), os índices de rotação, “são índices que medem a rapidez com que determinados ativos (ou um item do passivo) giram dentro de um exercício em relação ao volume de operações da empresa, isto é, são convertidos em vendas ou caixa.”

2.5.2.1 Prazo Médio de Estocagem

O prazo médio de estocagem pode ser calculado dividindo-se o número de dias do período pelo giro ocorrido no período. Tal índice indicará quantos dias o estoque demora a dar o giro, desde a compra até a venda. Quanto mais rápido a empresa conseguir vender seu estoque, menos capital imobilizado ela terá. (HOJI, 2014).

Assaf Neto (2017, p. 111) afirma sobre o prazo médio de estocagem que “quanto maior for esse índice, maior o prazo em que os diversos produtos permanecerão estocados e, em consequência, mais elevadas serão as necessidades de investimento em estoques”.

Segundo Blatt (2001, p. 91), “em época de recessão, em função do decréscimo da demanda, o aumento dos preços dos produtos é em geral inferior ao custo do dinheiro, e manter estoques elevados implica, quase sempre, na necessidade de se conseguir crédito bancário que, em épocas de crise, torna-se escasso”.

$$\text{PME} = \frac{\text{Saldo médio de estoques}}{\text{Custo dos produtos vendidos}} \times \text{N}$$

Fórmula 4- Prazo médio de estocagem

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 296).

2.5.2.2 Giro de Estoque

Segundo Chiavenato (2014, p. 111), “é importante medir quantas vezes o estoque de produtos acabados gira. Isso significa que eles estão proporcionando maior faturamento sobre a empresa. Como os estoques são contabilizados ao custo, esse índice relaciona o volume médio investido em estoques com a quantidade vendida no exercício”.

O giro de estoque apresenta-se como um excelente indicador para a atividade ou a liquidez de uma empresa. O giro de estoque pode ser convertido tanto em dias quanto em meses. Tal índice poderá variar de empresa para empresa, dependendo do ramo de atividade da mesma. (GITMAN; MADURA, 2003).

Conforme salienta Hoji (2014, p. 297) “as empresas procuram aumentar o giro dos estoques, pois, quanto mais rápido venderem o produto, mais o lucro aumentará. Esse raciocínio é válido desde que a margem de contribuição seja positiva e o aumento do giro não implique “custos extras” em volume superior ao ganho obtido pelo aumento do giro”.

$$\text{GE} = \frac{\text{Custo dos produtos vendidos}}{\text{Saldo médio de estoques}}$$

Fórmula 5- Giro de estoque

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 296).

2.5.2.3 Prazo Médio de Recebimento de Vendas

Segundo Gitman (2010, p. 53), “o prazo médio de recebimento, ou a idade média das contas a receber, é útil para avaliar as políticas de crédito e cobrança. Pode ser obtido dividindo-se o saldo de contas a receber de clientes pelo valor diário médio das vendas”.

O prazo médio de recebimento de vendas indica em quantos dias em média a empresa recebe o pagamento de suas vendas a seus clientes. Quanto mais rápido a empresa conseguir receber o pagamento de seus clientes, melhor para a saúde financeira da mesma, pois ficará com dinheiro disponível para investir. (HOJI, 2014).

Conforme Gitman e Madura (2003, p. 196) “o prazo médio de recebimento, ou idade média de contas a receber, é útil para avaliar as políticas de crédito e de cobrança [...], o prazo médio de recebimento é significativo somente em relação às condições de crédito da empresa”.

$$\text{PMRV} = \frac{\text{Saldo médio de contas a receber}}{\text{Receita bruta - Devoluções e abatimentos}} \times N$$

Fórmula 6- Prazo médio de recebimento de vendas

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 297).

2.5.2.4 Giro de Contas a Receber

Hoji (2014, p. 298) salienta que, quanto ao giro de contas a receber, “a alteração do giro do período atual em relação ao período anterior pode ser causada por diversos fatores: alteração na política de financiamento de clientes, aumento (ou redução) da eficiência de cobrança, etc.”

Sanvicente (1987, p. 183) afirma sobre o giro de contas a receber que, “o resultado deste cálculo indica o número de vez que o saldo médio de operações de venda a crédito está contido no volume total de vendas nessas condições dentro de um período”.

$$\text{GCR} = \frac{\text{Receita bruta - Devoluções e abatimentos}}{\text{Saldo médio de contas a receber}}$$

Fórmula 7- Giro de contas a receber

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 297).

2.5.2.5 Prazo Médio de Pagamentos a Fornecedores

O prazo médio de pagamentos a fornecedores deve ser comparado com o prazo médio de contas a receber, uma vez que um representa o oposto do outro. Geralmente, as empresas recebem suas vendas em média depois do pagamento de suas compras, isto é ruim para a empresa, uma vez que a mesma necessita de capital de giro para financiar sua operação. (HOJI, 2014).

De acordo com Gitman e Madura (2003, p.196), “a necessidade de calcular esse índice vem da necessidade de encontrar as compras anuais, um valor não disponível nas demonstrações financeiras publicadas. Normalmente, as compras são estimadas como uma dada porcentagem do custo dos produtos vendidos”.

Gitman (2010, p. 54) afirma que “credores e fornecedores em potencial são os principais interessados no prazo médio de pagamento, porque isso fornece informações a respeito dos padrões de pagamento de contas da empresa”.

$$\text{PMPF} = \frac{\text{Saldo médio de fornecedores}}{\text{Compras brutas}} \times N$$

Fórmula 8- Prazo médio de pagamento a fornecedores

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 298).

2.5.3 Índices de Estrutura de Capital

Por meio destes índices, consegue-se identificar o verdadeiro nível de endividamento de uma organização. Os recursos de uma empresa podem ser oriundos de capital próprio ou de capital de terceiros. (MARION, 2012).

Hoji (2014, p. 288) destaca “os índices de estrutura de capital são utilizados para analisar a aplicação do capital de longo prazo e estrutura de capital. Os índices são calculados relacionando fontes de capitais entre si e com os ativos de natureza permanente”.

Podem-se interpretar os índices de estrutura de capital, para melhor compreendê-los, de duas formas: observando a evolução temporal da empresa ao longo dos anos; e comparando os

dados com outras empresas do mesmo setor, para posteriormente fazer uma análise dos índices. (SANTOS, 2001).

2.5.3.1 Participação do Capital de Terceiros sobre Recursos Totais

Conforme salienta Marion (2012, p 95) “a participação do capital de terceiros exagerada em relação ao capital próprio torna a empresa vulnerável a qualquer intempérie. Normalmente, as instituições financeiras não estarão dispostas a conceder financiamentos para empresas que apresentem essa situação”.

Segundo Chiavenato (2014, p. 114), a participação de capital de terceiros, “é um índice de endividamento que verifica a proporção dos ativos fornecidos pelos credores da empresa. Quanto maior este índice, maior o volume de dinheiro de terceiros que está sendo emprestado para gerar lucros”.

A participação de capital de terceiros sobre recursos totais, relaciona os capitais de terceiros com os recursos totais obtidos para o financiamento do ativo. Quanto menor for a participação de tal índice para a empresa, melhor será sua saúde financeira, pois demonstrará que a empresa consegue financiar sua operação com seus próprios recursos, sem depender de terceiros. (HOJI, 2014).

$$PCT = \frac{\text{Exigível total}}{\text{Exigível total} + \text{Patrimônio líquido}}$$

Fórmula 9- Participação de capital de terceiros

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 292).

2.5.3.2 Composição do Endividamento

Marion (2012, p. 96) afirma que, “se a composição do endividamento apresentar significativa concentração no passivo circulante, a empresa poderá ter reais dificuldades num momento de reversão de mercado. ”

Segundo Luz (2014, p. 45), “por meio desse indicador, podemos visualizar o perfil de dívida da empresa, ou seja, é possível saber se a maior parte dos débitos deverá ser quitada no curto prazo ou se essa parte mais expressiva tem prazo de pagamento superior a um ano”.

A composição do endividamento revela qual o percentual de dívidas que uma empresa tem de pagar no curto e no longo prazos. Quanto menor for o percentual de obrigações no curto prazo, mais tempo a empresa terá para conseguir saldar suas obrigações. (HOJI, 2014).

$$CE = \frac{\text{Passivo circulante}}{\text{Exigível total}}$$

Fórmula 10- Composição do endividamento

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 293).

2.5.3.3 Imobilização do Capital Próprio

O indicador de imobilização do capital próprio representa o percentual que a empresa investe de seus recursos próprios no ativo permanente. Ou seja, quanto à empresa tem de investido de forma permanente. Quanto maior for tal índice, menor será a quantidade de recursos disponíveis que a organização poderá usar no seu ativo circulante. (HOJI, 2014).

Wernke (2008, p. 258) afirma que “o parâmetro imobilização do capital próprio tem o objetivo de evidenciar quanto dos recursos provenientes do patrimônio líquido foi aplicado no ativo permanente da empresa”.

$$ICP = \frac{\text{Investimentos + Imobilizado + Intangível}}{\text{Patrimônio líquido}}$$

Fórmula 11- Imobilização do capital próprio

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 293).

2.5.3.4 Imobilização de Recursos não correntes

Conforme Hoji (2014, p. 294), “tal índice informa quanto dos recursos permanentes e de curto prazo está investido em ativos de natureza permanente”. Tal indicador apresenta-se pelo total do ativo imobilizado, dividido pela soma do patrimônio líquido com o passivo não circulante.

$$\text{IRNC} = \frac{\text{Investimentos + Imobilizado + Intangível}}{\text{Patrimônio líquido + Passivo não circulante}}$$

Fórmula 12- Imobilização de recursos não correntes

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 293).

2.6 ÍNDICES DE RENTABILIDADE

Pode-se destacar várias medidas de rentabilidade, porém se todas forem tomadas em conjunto, elas permitirão que seus administradores e investidores analisem o lucro da empresa com relação às suas vendas, seus investimentos e seu ativo. O principal ponto para uma empresa atrair investimento externo é exatamente o seu nível de lucro. Quanto mais lucro uma empresa apresentar, maior será a sua credibilidade perante o mercado e maiores serão as suas chances de atrair capital de terceiros. (GITMAN, 2010).

Índices de rentabilidade ajudam o gestor a conseguir acesso a informações primordiais da empresa “a partir de agora, nossa atenção estará voltada para a rentabilidade da empresa, para seu potencial de vendas, para sua habilidade de gerar resultados, para a evolução das despesas, etc.” (MARION, 2012, p. 131).

Hoji (2014, p. 296) afirma que “os índices de rentabilidade medem quanto estão rendendo os capitais investidos”. São indicadores muito importantes, pois evidenciam o sucesso (ou o insucesso) empresarial.

Conforme Chiavenato (2014, p. 104) os índices de rentabilidade “medem quanto os capitais investidos estão rendendo. Quanto maiores, melhor a rentabilidade do negócio. Os

índices de rentabilidade constituem medidas que indicam a relação entre o lucro da empresa e diversos itens tomados como referência”.

2.6.1 Margem Bruta

Segundo Gitman e Madura (2003, p. 58), “a margem de lucro bruto mede a porcentagem de cada unidade monetária de vendas que permanece após a empresa deduzir o valor dos bens vendidos. Quanto maior a margem de lucro bruto, melhor (isto é, menor o custo das mercadorias vendidas)”.

O índice de margem bruta representa quanto uma organização sobra, após dividir o seu lucro bruto pelo total de sua receita líquida. Feito isto, a empresa deverá subtrair todas suas despesas para depois calcular seu verdadeiro lucro líquido. (HOJI, 2014).

Chiavenato (2014, p. 105) afirma que a margem bruta “indica a porcentagem de cada real de venda que sobrou após terem sido pagas as mercadorias. Quanto maior a margem bruta, menor o custo das mercadorias vendidas”.

$$MB = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Receita líquida}}$$

Fórmula 13- Margem bruta

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 300).

2.6.4.1 Margem Líquida

Gitman (2010, p. 201) afirma que, “a margem líquida de lucro mede a porcentagem de cada unidade monetária em vendas restante depois que todos os custos e despesas – inclusive juros, impostos e dividendos em ações preferencias – são deduzidos”.

Margem líquida demonstra a rentabilidade das vendas, quanto à organização lucra com cada unidade vendida. Ou seja, quanto maior for sua margem líquida, melhor serão os ganhos de uma organização ao vender sua produção. Um dos principais desafios das empresas, sempre será maximizar sua margem líquida. (LUZ, 2014).

Conforme Chiavenato (2014, p. 107) a margem líquida, “é um índice de rentabilidade que compara o lucro pertencente aos acionistas com o volume de vendas obtidos pela empresa em suas operações”.

$$ML = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita líquida}}$$

Fórmula 14- Margem líquida

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 300).

2.6.4.3 Rentabilidade do Capital Próprio

Tal índice indica quanto irá render o capital médio aplicado na organização por seus proprietários. Ou seja, quanto os acionistas ou sócios obtiveram de lucro para investir o seu dinheiro na empresa ao final do ano vigente. (MARION, 2012).

A taxa de retorno sobre o capital próprio representa quanto um sócio ou acionista terá de retorno ao investir na empresa. A fórmula é calculada pela divisão do lucro líquido pelo patrimônio líquido. Quanto maior for o índice, maior será o número de acionistas interessados em aplicar seus recursos na organização. (HOJI, 2014).

Segundo Gitman (2010, p. 202), “o retorno sobre o patrimônio líquido mede o retorno ganho sobre o investimento de acionistas ordinários na empresa. Em geral, quanto mais alto esse retorno, melhor a situação econômica dos proprietários”.

$$RCP = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Saldo médio do patrimônio líquido}}$$

Fórmula 15- Rentabilidade capital próprio

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 301).

2.6.4.4 Giro do Ativo

De acordo com Gitman (2010, p. 197), “em geral, quanto mais alto o giro do ativo total da empresa, mais eficientemente seus ativos têm sido usados. Essa medida provavelmente é de

maior interesse para a administração, porque indica se as operações da empresa têm sido financeiramente eficientes”.

Segundo Gitman e Madura (2003, p. 54), “o giro do ativo total indica a eficiência com que a empresa utiliza seus ativos para gerar vendas”. Tal fórmula pode ser calculada pela divisão das vendas pelo ativo total da organização.

O giro do ativo determina quantas vezes as vendas representam o total dos investimentos, ou seja, ao final da operação da organização será feito o cálculo de quantos vezes as vendas foram maiores que o valor do ativo total da mesma. (LUZ, 2014)

2.6.4.5 Taxa de Retorno do Investimento

Chiavenato (2014, p. 107) afirma que o retorno sobre o investimento, “é um índice de rentabilidade que mede a remuneração obtida pelo investimento dos acionistas, que são os fornecedores do capital de risco. Calcula a eficiência global da empresa quanto à obtenção de lucros por meio dos ativos disponíveis”.

Segundo Gitman (2010, p. 202), “o retorno sobre o investimento mede a eficiência geral da administração em gerar lucros com seus ativos disponíveis. Quanto mais alto o retorno sobre o ativo total da empresa, melhor”.

A taxa de retorno sobre o investimento apresenta-se como uma maneira de avaliar qual foi o retorno produzido pelo capital que foi aplicado na organização por seus acionistas e credores. (ASSAF NETO, 2017).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}}$$

Fórmula 16- Taxa de retorno do investimento

Fonte: Adaptado de Hoji (2014, p. 305).

2.7 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Para se obter o lucro desejado a empresa deve saber o custo da operação, para obter o preço de venda “a determinação do preço de venda é uma questão fundamental para qualquer empresa. Se ela praticar um preço muito alto inibirá a venda e, se o preço for muito baixo, poderá não gerar retorno esperado.” (HOJI, 2014, p. 354).

Sobre a formação de preços:

embora o gestor possa calcular os custos de um produto com o máximo rigor, utilizando diferentes métodos de custeio (por absorção, variável, ABC etc.), no momento de definir o preço ele se depara com um problema operacional altamente complexo. Além de proporcionar um retorno adequado ao investimento realizado, o preço está sujeito a aspectos que fogem ao controle da empresa, como as regulamentações governamentais, o avanço tecnológico, a obsolescência, a mudança de gosto do consumidor, os preços da concorrência, entre outros. Assim, decidir o preço de um produto envolve muito mais que simplesmente efetuar cálculos. (MEGLIORINI, 2011, p. 230).

De acordo com Santos (2001, p. 197) “a formação de preços é o processo em que uma empresa, com base em seus custos, estimativas de vendas e outras variáveis relacionadas com sua produção ou operação, determina o preço ideal de venda de seus produtos ou serviços”.

2.7.1 Método Mark-up

Um dos principais métodos para calcular o preço de venda inserido, atualmente, nas empresas é o Mark-up, no qual as empresas analisam os custos e os impostos e, somam a eles um percentual desejado (lucro) para definir o preço final de venda. (MEGLIORINI, 2011).

Há vários métodos para calcular o preço de venda “o Mark-up é uma taxa pré-determinada que se adicione sobre a base, que pode ser custo total, custo variável, custos e despesas variáveis, custo da matéria-prima, etc., e com o objetivo de determinar o preço de venda.” (HOJI, 2014, p. 367).

2.8 ANÁLISE DE CUSTOS

Conforme Santos (2001, p. 162) “a apuração, análise e controle de custos geram informações necessárias à tomada de decisões como precificação, definição da carteira de produtos e serviços, além da avaliação econômica de novos projetos de investimento”.

Os custos representam a peça chave quanto ao preço de um produto:

os custos de uma empresa resultam da combinação de diversos fatores, entre os quais a capacitação tecnológica e produtiva no que diz respeito a processos, produtos e gestão; o nível de atualização da estrutura operacional e gerencial; e a qualificação da mão de obra. De modo geral, os custos refletem uma série de variáveis, tanto internas quanto externas às empresas. Entre as variáveis internas estão o modo de operar, os comportamentos e as atitudes, e, como exemplo de variáveis externas, podemos citar o nível de demanda e os preços dos insumos. Quanto mais estruturada for a empresa, melhores serão os resultados obtidos por meio de um sistema de custos e, uma vez que estruturar um sistema de custos é um assunto que mistura metas simples e um tratamento de dados complexo, é necessário definir seus objetivos (MEGLIORINI, 2011, p. 1).

Segundo Lorentz (2015, p. 8) a contabilidade tem várias funções. No mundo empresarial, “ela tem por finalidade atender os usuários com informações relevantes, confiáveis, úteis e em tempo hábil, as quais serão utilizadas para controle, planejamento, avaliação e tomada de decisão”.

2.8.1 Tipos de Custos

Pode-se classificar os custos de várias maneiras, entre elas as mais utilizadas são: custos fixos, custos variáveis, custos diretos e custos indiretos.

2.8.1.1 *Custo Fixo*

Segundo Santos (2001, p. 165) “alguns gastos são independentes da quantidade produzida ou vendida. Um aumento ou redução nessa quantidade deixa inalterados esses gastos, que por este motivo são denominados gastos fixos.”

Os custos fixos apresentam-se como aqueles pelos quais uma organização é obrigada a arcar todos os meses, independentemente da quantidade vendida do seu produto. Portanto, nota-se que, quanto maior for a quantidade de produtos vendidos, menor será o custo fixo unitário de uma empresa; como exemplos de custos fixos temos, luz e aluguel; salários. (MEGLIORINI, 2011).

Os custos fixos mantêm as estruturas operacionais da empresa

os custos fixos, por sua própria natureza, existem independentemente da fabricação ou não de determinado produto ou do aumento ou redução (dentro do limite da capacidade instalada) da quantidade produzida. Esses custos são necessários para manter a estrutura operacional da empresa a fim de que a mesma produza, entregue e administre um produto (IZIDORO, 2016, p. 34).

2.8.1.2 *Custo Variável*

Segundo Izidoro (2016, p. 38) os custos variáveis “são aqueles cujos valores se alteram em função do volume de produção da empresa. Estes custos têm variação diretamente proporcional à quantidade produzida, ou seja, quanto maior a produção, maior será o consumo; quanto menor a produção, menor será o consumo.”

Ao contrário do que ocorre com os custos fixos, os custos variáveis dependem da quantidade produzida, ou seja, quanto mais produtos uma organização produzir, mais matéria prima e energia ela consumirá, e por consequência, maior será o seu custo de produção. (SANTOS, 2001).

Os custos variáveis variam conforme a produção

são aqueles que aumentam ou diminuem conforme o volume de produção. São exemplos desse comportamento os custos de matéria-prima (quanto mais se produz, maior a necessidade; portanto, maior o custo) e da energia elétrica (quanto mais se produz, maior o uso de máquinas e equipamentos elétricos; consequentemente, maiores o consumo e o custo). (MEGLIORINI, 2011, p. 10).

2.8.1.3 *Custo Direto*

Segundo Megliorini (2011, p. 8) os custos diretos “são os custos apropriados aos produtos conforme o consumo. Exemplos clássicos de custos diretos são a matéria-prima e a mão de obra direta. Se outro elemento tiver sua medição do consumo no produto, esse custo será considerado direto.”

Os custos diretos podem ser apropriados a um produto

são aqueles que podem ser apropriados diretamente aos produtos fabricados ou serviços executados, porque há uma medida objetiva de seu consumo nesta fabricação ou na prestação do serviço. São os custos que estão relacionados a um determinado objeto de custo e que podem ser identificados de maneira economicamente viável (custo efetivo). Genericamente, os custos diretos são aqueles que podem ser apropriados diretamente a um objeto de custos, seja este objeto um produto, um serviço, uma ordem de produção, um centro de custo, uma atividade ou um órgão da empresa. (IZIDORO, 2016, p. 24).

Conforme Santos (2001, p. 168) “alguns custos são exclusivos de determinados produtos ou serviços e por isso são chamados custos diretos. [...] Os custos diretos são utilizados, principalmente, para fins de apuração de custos.”

2.8.1.4 *Custo Indireto*

De acordo com Lorentz (2015, p. 12) os custos indiretos “são aqueles que não se relacionam com uma área específica da empresa e, por isso, devem ser distribuídos (rateados) de acordo com o processo ou produto a que se associa.”

Os custos indiretos, ao contrário dos diretos, dependem de um sistema de rateio para que possam ser devidamente apropriados a determinados produtos. Cada organização utiliza um critério diferente de rateio para os custos indiretos, aquele que mais se adequar às políticas contábeis e financeiras da empresa. (IZIDORO, 2016).

Segundo Santos (2001, p. 168), os custos indiretos são rateados em vários produtos. “Determinados gastos são compartilhados por mais de um produto, serviço ou departamento. Não há uma identificação clara sobre a distribuição destes gastos comuns – denominados custos indiretos – entre os produtos ou serviços.”

Há várias formas de ratear os custos indiretos

são os custos apropriados aos produtos de acordo com uma base de rateio ou outro critério de apropriação. Essa base de rateio deve guardar uma relação próxima entre o custo indireto e o produto. Em geral, são empregados como bases de rateio: o período (em horas) de emprego de mão de obra; o período (em horas) de utilização das máquinas na fabricação dos produtos; a quantidade (em quilos) de matéria-prima consumida etc. Um bom exemplo é o custo da energia elétrica, que pode ser rateado em proporção às horas de utilização das máquinas pelos produtos, considerando que o consumo de energia desses produtos tenha uma relação de causa e efeito muito próxima das horas (MEGLIORINI, 2011, p. 9-10).

2.8.2 Tipos de Custeio

Atualmente, as organizações adotam vários tipos de custeio para organizar os custos dos seus produtos, porém, destacam-se entre eles: custeio por absorção, custeio direto, custeio padrão e custeio por atividades.

2.8.2.1. Custeio por Absorção

De acordo com Megliorini (2011, p. 26) “o método de custeio por absorção caracteriza-se por apropriar custos fixos e variáveis aos produtos. Desse modo, os produtos fabricados “absorvem” todos os custos incorridos de um período.”

O custeio por absorção sugere que todos os custos sejam apropriados à produção total de um produto em determinado período de tempo. Através disto, pode-se conhecer o verdadeiro

custo para a fabricação do produto e, através deste, elaborar os estoques e demonstrativos contábeis e financeiros, e por fim pode-se também, saber com exatidão qual o lucro do produto no período analisado. (IZIDORO, 2016).

O método do custeio por absorção tornou-se um dos métodos mais utilizados nas organizações

o custeio por absorção é um dos métodos mais usados, e por isso é conhecido por alguns como método tradicional de custeio. Consiste, em essência, na apropriação dos custos totais de produção pelos produtos elaborados – todos os gastos relativos à produção são alocados a todos os produtos. Assim, no custeio por absorção, a cada fase específica da produção são distribuídos os custos para os produtos, que recebem somente a parcela específica de custos, seja na forma de produtos vendidos ou estocados. Com isso, nesse método as despesas não são distribuídas para compor o total dos custos dos produtos fabricados, pois as mesmas são incorporadas diretamente no resultado do período em análise. (LORENTZ, 2015, p. 13-14).

2.8.3. Custeio Direto

Segundo Santos (2001, p. 173) “o custeio direto considera que somente os gastos variáveis são considerados custos dos produtos vendidos. Assim, os gastos fixos não são considerados como custo dos produtos vendidos, mas tratados como despesa e lançados contra o resultado do período.”

O custeio direto caracteriza-se por alocar somente uma parte dos custos

o método de custeio direto, também conhecido como custeio variável, aloca aos produtos somente uma parte dos custos. Diferentemente do método do custeio por absorção, o custeio variável considera também certas despesas. Dessa forma, são alocados aos produtos os custos e as despesas variáveis, de acordo com a sua proporção no volume de produção. Os custos e despesas fixas não compõem a estrutura de custos dos produtos, pois são considerados componentes do resultado da empresa. Assim, o método de custeio variável avalia os produtos fabricados de uma maneira bem mais objetiva, impedindo que certas arbitrariedades sejam levadas em consideração na alocação dos custos aos produtos, principalmente em relação aos custos fixos (LORENTZ, 2015, p. 15).

O custeio direto se diferencia do custeio por absorção por distribuir somente os custos variáveis aos produtos. Com isso, ele demonstra com clareza quanto cada produto ou serviço contribuiu para o

resultado da organização, assim o gestor da empresa poderá tomar decisões gerenciais a curto e longo prazo mais precisas. (IZIDORO, 2016).

2.8.3.1. Custeio Padrão

Segundo Santos (2001, p. 175) “a principal finalidade de um sistema de custo-padrão é servir como instrumento de controle, permitindo o acompanhamento da eficiência produtiva ou operacional da empresa e de seus departamentos, com a comparação do custo efetivo com o custo-padrão.”

O custo padrão de um produto deve necessariamente ser calculado, com exatidão, antes da produção do mesmo. Geralmente, este tipo de custeio se adequa com maior precisão às organizações que fabricam produtos padronizados, em série, como por exemplo, uma montadora de automóveis. (MEGLIORINI, 2011).

Conforme Izidoro (2016, p. 218) “o custo padrão é um custo determinado como base para o registro da produção antes da determinação do custo real e serve como instrumento de controle à administração da empresa, podendo ser utilizado tanto com o custeio de absorção como pelo custeio variável.”

2.8.3.2 Custeio por Atividades

Segundo Hoji (2014, p. 400) “o ABC é um método que atribui os custos a atividades e, em seguida, a produtos e serviços, por meio de direcionadores de custos, com base no consumo de atividades durante o processo.”

Fornecido com o objetivo de simplificar a análise dos custos

o custeio baseado em atividade foi desenvolvido com a expectativa de facilitar a análise dos custos, fornecendo uma visão bem mais estratégica. Nesse método, são relacionados os custos de acordo com as suas respectivas atividades, com atenção naquelas que apresentam um impacto maior de acordo com o consumo dos recursos da empresa. Essencialmente, esse método de custeio está muito focado nas atividades executadas, pois são elas que consomem os recursos de tudo o que é feito no processo produtivo (LORENTZ, 2015, p. 16-17).

Conforme Santos (2001, p. 177) “o princípio básico do custeio ABC é que os recursos da empresa são gastos na realização das atividades e essas atividades são executadas para gerar produtos ou serviços.”

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente capítulo busca apresentar as etapas necessárias para a execução da pesquisa científica, apontando métodos utilizados no delineamento da pesquisa, as variáveis de estudo, o universo de pesquisa, o procedimento e técnicas de coletas de dados e a análise e interpretação de dados.

Para o estudo e análise destes métodos, surge a metodologia, “[...] a metodologia pode ser definida como o estudo e a avaliação dos diversos métodos, com o propósito de identificar possibilidades e limitações no âmbito de sua aplicação no processo de pesquisa científica.” (DIHEL; TATIM, 2004, p. 46).

Nesta parte do trabalho, serão apresentados os métodos que serão usados para a pesquisa a ser realizada na empresa cerealista de Serafina Corrêa. Serão realizadas pesquisas quantos aos objetivos, quanto à abordagem e quanto ao procedimento técnico da empresa.

Conforme destaca Roesch (2013, p 125-126) “o capítulo da metodologia descreve como o projeto será realizado. Aconselha-se partir dos objetivos do projeto para definir que tipo de método é mais apropriado. Nesse ponto, é bom distinguir entre o delineamento da pesquisa e as técnicas de coleta e análise de dados a serem utilizados.”

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa do trabalho acima descrita tem por objetivo analisar registros financeiros e tabelas de medição anteriores, para que se possa fazer um comparativo com a situação da empresa dos dias de hoje, com o intuito de verificar quais são as medidas cabíveis a serem tomadas para um melhor planejamento da empresa.

A pesquisa tem por finalidade, analisar os objetivos de forma descritiva. Quanto à abordagem dos dados, esta será quantitativa, e quanto ao procedimento técnico, trata-se de um estudo de caso sobre o ambiente financeiro da empresa cerealista de Serafina Corrêa.

A pesquisa descritiva visa estabelecer uma relação entre as variáveis financeiras na empresa, “tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” (DIEHL; TATIM, 2004, p. 54).

Quanto à abordagem dos dados, a pesquisa se classifica como quantitativa, pois quantifica tanto a coleta quanto o tratamento das informações da empresa, através das mais variadas técnicas estatísticas. Visando garantir resultados, para que o gestor possa fazer uma análise de forma correta e consiga interpretar os indicadores da organização, para tomar decisões corretas quanto ao funcionamento e manutenção da saúde financeira da empresa. (DIEHL; TATIM, 2004).

Segundo Roesch (2013, p. 130), a pesquisa quantitativa se torna essencial quando se procura avaliar o resultado de um sistema, “se o propósito do projeto implica medir relações variáveis, ou avaliar o resultado de algum sistema ou projeto, recomenda-se utilizar preferentemente o enfoque da pesquisa quantitativa [...]”

Quanto ao procedimento técnico, adota-se o estudo de caso, “estudos de caso têm sido utilizados na Administração com diversos propósitos: (a) casos para o ensino; (b) casos que se destinam a relatar práticas de organizações ou oferecer alternativas de políticas; e (c) casos que buscam contribuir para o avanço do conhecimento na área.” (DIEHL; TATIM, 2004, p. 202-203).

O estudo de caso foi escolhido como o procedimento técnico, pois

caracteriza-se pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita se amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados. [...] pode ser definido como um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas diversas relações internas e em suas fixações culturais, quer essa unidade seja uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação. (ROESCH; 2013, p. 61).

3.2 VARIÁVEIS DE ESTUDO

Quanto às variáveis de estudo, as mesmas serão:

- **Métodos Financeiros:** se dividirá esta seção em dois ângulos.

1- Balanço Patrimonial: “O balanço patrimonial demonstra a situação estática da empresa em determinado momento. É como se fosse tirada uma fotografia da situação financeira da empresa nesse momento.” (HOJI, 2014, p. 248).

2- Demonstração do Resultado: “A demonstração do resultado do exercício é um relatório contábil que evidencia a formação de resultado líquido do exercício pelo confronto das receitas com os custos e as despesas apuradas em obediência ao regime de competência.” (MEGLIORINI; VALLIM, 2009, p. 40).

A pesquisa das duas variáveis será mensurada através de questionários com questões objetivas sobre o assunto, realizadas diretamente com o gestor da organização em estudo.

- **Atividades mais rentáveis à empresa:** buscar-se-á definir quais as atividades mais rentáveis para a organização, para posteriormente, aplicar os investimentos nessas áreas. Hoje, tornou-se de extrema importância, para qualquer organização, saber qual o lucro líquido final de cada produto, por isso, segundo Razzolini Filho (2012, p. 105), “[...] cabe ao gerente de produção acompanhar a vida do produto em cada estágio, acompanhando a porcentagem de venda total e o lucro de cada produto da linha, a margem de contribuição de cada um deles [...]”

Pesquisa com o gestor da empresa com formulários com questões objetivas, e análise dos demonstrativos de resultado para saber os percentuais de lucro e contribuição de cada produto perante a organização.

3.3 UNIVERSO DE PESQUISA

Quanto ao universo de pesquisa, esta foi realizada numa empresa cerealista de Serafina Corrêa. Tal empresa tem como principais características, a compra e a venda de cereais e, a comercialização de insumos e agrotóxicos agrícolas.

Quanto à pesquisa, esta será realizada através de entrevistas com uma série de perguntas com o gestor responsável pela empresa. Também, serão analisados todos os registros da empresa, como: controle de estoque, demonstrativo de resultado, balanço patrimonial, fluxo de caixa, gráficos, tabelas. Serão envolvidos os setores financeiro, comercial e vendas, e contábil.

3.4 PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados é uma das mais importantes etapas de uma pesquisa. Neste projeto, foram analisados os dados e indicadores da empresa, através de dados secundários (tabelas de medições anteriores). Tal coleta possibilitará o pesquisador realizar uma correlação entre os indicadores da empresa e, analisar a evolução da mesma ao longo dos anos. Também, foram realizadas pesquisas documentais sobre os dados financeiros e contábeis da empresa.

A pesquisa documental define-se como sendo aquela que busca a maior parte das fontes escritas, através da investigação. Segundo Roesch (2013, p. 58), a pesquisa documental assemelha-se da bibliográfica, porém diferencia-se em alguns critérios, “[...] a pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com o objetivo do trabalho”.

Também será realizada uma entrevista com o gestor da empresa, sobre os registros financeiros e contábeis da empresa. Para tal entrevista será utilizada a pesquisa de levantamento, “as pesquisas desse tipo caracterizam-se pelo questionamento direto das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Procedem-se à solicitação de informações a um grupo significativo de indivíduos acerca do problema estudado, para em seguida obter-se as conclusões dos dados coletados”. (ROESCH; 2013, p. 61).

3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados coletados foram submetidos a uma análise, que se baseará na estatística descritiva e, será baseada em cálculos de médias, percentuais e outras medidas estatísticas. Com esta análise, o pesquisador pode identificar como está a saúde financeira da empresa. E com isto, o pesquisador poderá apresentar ao gestor da empresa a melhor estratégia possível para o sucesso financeiro da mesma.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os dados coletados na empresa, por meio da análise documental dos dados financeiros e econômicos da empresa. Através dessa análise, conseguiu-se identificar, junto ao gestor da empresa, quais as atividades e produtos mais importantes para a geração de resultado da empresa e, também quais métodos de controle financeiro devem ser implementados na empresa e que ainda não são executados.

O quadro 1, apresenta o balanço patrimonial da empresa, que servirá como base para os cálculos dos Indicadores Financeiros da empresa para os anos de 2014 a 2016, assim como a Demonstração de Resultado do mesmo período.

BALANÇO PATRIMONIAL			
CONTAS	2014	2015	2016
ATIVO CIRCULANTE	R\$ 1.386.490,00	R\$ 1.420.960,00	R\$ 1.624.314,00
CAIXA	R\$ 330.450,00	R\$ 337.890,00	R\$ 397.980,00
BANCO CONTA MOVIMENTO	R\$ 497.800,00	R\$ 504.650,00	R\$ 621.340,00
CONTAS A RECEBER	R\$ 226.790,00	R\$ 232.750,00	R\$ 245.760,00
ESTOQUES	R\$ 331.450,00	R\$ 345.670,00	R\$ 359.234,00
ATIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 380.328,60	R\$ 395.744,00	R\$ 441.879,00
INVESTIMENTOS	R\$ 248.877,60	R\$ 267.800,00	R\$ 303.400,00
IMOBILIZADO	R\$ 135.460,00	R\$ 139.870,00	R\$ 161.355,00
DEPRECIÇÃO	R\$ 4.009,00	R\$ 11.926,00	R\$ 22.876,00
TOTAL ATIVO	R\$ 1.766.818,60	R\$ 1.816.704,00	R\$ 2.066.193,00
PASSIVO CIRCULANTE	R\$ 357.721,00	R\$ 402.174,00	R\$ 564.848,00
FORNECEDORES	R\$ 215.670,00	R\$ 221.007,60	R\$ 346.800,00
OBRIGAÇÕES FISCAIS	R\$ 5.209,00	R\$ 7.416,40	R\$ 2.761,00
SALÁRIOS A PAGAR	R\$ 134.500,00	R\$ 169.800,00	R\$ 211.760,00
PROVISÕES	R\$ 2.342,00	R\$ 3.950,00	R\$ 3.527,00
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	R\$ 398.000,00	R\$ 367.900,00	R\$ 321.400,00
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	R\$ 398.000,00	R\$ 367.900,00	R\$ 321.400,00
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	R\$ 1.010.297,60	R\$ 1.046.630,00	R\$ 1.179.945,00
TOTAL PASSIVO + PL	R\$ 1.766.018,60	R\$ 1.816.704,00	R\$ 2.066.193,00

Quadro 1: Balanço Patrimonial
Fonte: Dados Primários

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO			
CONTAS	2014	2015	2016
(=) RECEITA OPERC. BRUTA	R\$ 8.584.398,00	R\$ 12.976.066,00	R\$ 13.463.289,00
DEVOLUÇÃO DE VENDAS	R\$ 34.077,00	R\$ 18.942,00	R\$ 7.250,00
ICMS S/VENDAS	R\$ 645,00	R\$ 5.010,00	R\$ 6.210,00
(=) RECEITA OPER. LÍQUIDA	R\$ 8.549.676,00	R\$ 12.952.114,00	R\$ 13.449.829,00
CUSTOS DOS SERVIÇOS PRESTADOS	R\$ 413.689,00	R\$ 551.394,00	R\$ 720.188,00
CMV	R\$ 7.365.490,00	R\$ 11.610.320,00	R\$ 11.710.340,00
(=) LUCRO BRUTO	R\$ 770.497,00	R\$ 790.400,00	R\$ 1.019.301,00
(-) DESPESAS COM VENDAS	R\$ 87.684,00	R\$ 65.302,00	R\$ 82.730,00
(-) DESPESAS ADMINISTRATIVAS	R\$ 13.342,00	R\$ 25.721,00	R\$ 46.885,00
(-) DEPRECIAÇÃO	R\$ 4.009,00	R\$ 7.917,00	R\$ 10.950,00
(=) RESULT. ANTES DESP. E REC. OPER.	R\$ 665.462,00	R\$ 691.460,00	R\$ 878.736,00
(-) DESPESAS FINANCEIRAS	R\$ 7.894,00	R\$ 10.560,00	R\$ 7.386,00
(=) LUCRO ANTES DO IMPOSTO DE RENDA	R\$ 657.568,00	R\$ 680.900,00	R\$ 871.350,00
(-) IMPOSTO DE RENDA	R\$ 197.270,40	R\$ 204.270,00	R\$ 261.405,00
(=) LUCRO LÍQUIDO	R\$ 460.297,60	R\$ 476.630,00	R\$ 609.945,00

Quadro 2: Demonstração de Resultado

Fonte: Dados Primários

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa é uma cerealista de pequeno porte localizada na cidade de Serafina Corrêa, cuja fundação ocorreu no dia 21 de fevereiro de 1985, atualmente, conta com quatro colaboradores fixos e mais dez sazonais, além de quatro membros da família. A empresa apresentou no ano de 2016 um faturamento de treze milhões e quatrocentos mil reais.

4.2 PORTFÓLIO DE PRODUTOS

Pode-se notar, analisando a tabela abaixo que, que grande parte do faturamento da empresa se deve ao produto soja, que sozinho responde por mais de 60% das receitas da

empresa. Também merece destaque especial a conta fertilizantes (adubo e ureia) que representam 15% do total do faturamento.

FATURAMENTO 2016		
PRODUTO	VENDA	% VENDA
ADUBOS	R\$ 1.517.300,00	11,30%
AVEIAS	R\$ 113.784,00	0,85%
CASCA SOJA	R\$ 46.292,00	0,34%
FARELO SOJA	R\$ 456.725,00	3,40%
FARELO TRIGO	R\$ 72.350,00	0,54%
MILHO	R\$ 500.000,00	3,72%
SEMENTE DE MILHO	R\$ 347.114,00	2,59%
SEMENTE DE SOJA	R\$ 771.342,00	5,75%
SEMENTE DE SORGO	R\$ 7.560,00	0,06%
SEMENTE DE TRIGO	R\$ 218.307,00	1,63%
SOJA	R\$ 7.954.400,00	59,25%
TRIGO	R\$ 828.150,00	6,17%
URÉIAS	R\$ 591.332,00	4,40%
TOTAL	R\$ 13.424.656,00	100,00%

Quadro 3: Faturamento 2016

Fonte: Dados Primários

4.3 ANÁLISE DOS INDICADORES

Neste capítulo foi executada uma análise sobre os indicadores financeiros da empresa, em relação aos anos de 2014 a 2016, e no ano de 2016, uma comparação com uma empresa concorrente. Tal pesquisa tem como objetivo analisar a verdadeira situação econômica da empresa para, posteriormente, tomar decisões sobre quais serão os índices que deverão receber maior atenção para serem mudados e quais deverão ser mantidos.

Para melhor compreensão dos dados pesquisados, os indicadores serão divididos em quatro grupos diferentes (indicadores de estrutura de capital, de liquidez, de rotação e de rentabilidade) que são apresentados a seguir:

4.3.1 Indicadores de Estrutura de Capital

INDICADORES		2014	2015	2016	CONCORRENTE (2016)
ESTRUTURA DE CAPITAL	PCT	0,43	0,42	0,43	0,51
	CE	0,47	0,52	0,64	0,69
	ICP	0,38	0,39	0,39	0,48
	IRNC	0,27	0,29	0,31	0,36

Quadro 4: Indicadores de Estrutura de Capital

Fonte: Dados primários

Analisando os indicadores econômicos da empresa, notou-se que, através da estrutura de capital da empresa, consegue-se identificar o verdadeiro nível de endividamento de uma organização e, tais indicadores são utilizados para analisar a aplicação do capital de longo prazo e estrutura de capital. Através de tais dados, verificou-se que a participação do capital de terceiros na qual, relacionam-se os capitais de terceiros com os recursos totais obtidos para o financiamento do ativo, permaneceu praticamente inalterada nos três anos, nos anos de 2014 e 2016 para cada R\$ 1,00 de recursos totais da empresa, R\$ 0,43 era capital de terceiros, no ano de 2015 esse valor teve uma pequena redução para R\$ 0,42, ou seja, no período analisado em média, a empresa teve 43% de capital de terceiros e 57% de capital própria para financiamento do seu ativo. Observando o Balanço Patrimonial, percebe-se que mesmo com o aumento do passivo circulante, o indicador não sofreu alterações, pois o patrimônio líquido também cresceu o que contribuiu para a manutenção deste índice. Levando em conta a empresa concorrente, nota-se que, a empresa em que está sendo realizado o estudo está estruturada com uma quantia menor de capital de terceiros do que a concorrente, o que pode representar uma vantagem, uma vez que a mesma terá uma quantia menor de obrigações com fornecedores e empréstimos a saldar, e depende menos de recursos de terceiros para financiar sua operação.

Quanto ao indicador de composição do endividamento que apresenta qual o percentual de contas que vencem no curto prazo, pode-se observar que a empresa piorou tal indicador, pois, em 2014 apresentava 47% das contas vencendo no curto prazo, em 2016 esse indicador aumentou para 64% das contas, isto aconteceu principalmente porque o passivo circulante da empresa aumentou mais de 50% em dois anos, devido ao aumento substancial das contas fornecedores e salários a pagar. Porém, levando-se em conta a empresa concorrente, percebe-se que a mesma possui um endividamento ainda mais concentrado no curto prazo 69%.

O indicador de imobilização do capital próprio representa o percentual que a empresa investe de seus recursos próprios no ativo permanente, manteve-se praticamente inalterado nos três anos do estudo, indo de 38% em 2014 para 39% em 2015 e 2016 pois, apesar de aumentar a aplicação de recursos em Investimentos e Imobilizados no ano de 2016, o Patrimônio Líquido acabou financiando esse aumento. Analisando a empresa oponente, percebe-se que a mesma possui uma taxa maior de imobilização do que a empresa que está sendo estudada, de 48%, por isso, dispõe de menos recursos para poder investir em ativos realizáveis.

Quanto ao indicador de imobilização de recursos não correntes que informa quanto dos recursos permanentes e de curto prazo está investido em ativos de natureza permanente nota-se que, o mesmo piorou ao longo dos anos, partindo de 0,27 em 2014, passando para 0,29 em 2015 e acabando com 0,31 em 2016, mostrando que em 2016 31% dos recursos permanentes e de longo prazo da empresa estão aplicados em ativos permanentes, restando 69% para aplicação em ativos realizáveis. Essa variação do indicador é devido ao aumento dos investimentos e do imobilizado que passou de um montante de R\$384.377,00 em 2014 para R\$464.755,00 em 2016, e também a redução do passivo não circulante. Levando-se em conta a empresa adversária nota-se que, a mesma possui uma taxa maior de imobilização, de 36%, uma vez que tem grande parte de seu investimento concentrado em ativos de natureza permanente.

4.1.2 Indicadores de Liquidez

INDICADORES		2014	2015	2016	CONCORRENTE (2016)
ESTRUTURA DE CAPITAL	LG	1,83	1,85	1,83	1,42
	LC	3,88	3,53	2,88	2,06
	LS	2,95	2,67	2,24	1,25

Quadro 5: Indicadores De Liquidez

Fonte: Dados primários

Observando os indicadores de liquidez da empresa, pode-se notar que a liquidez geral que, revela a possibilidade de solvência da empresa no longo prazo, permaneceu praticamente inalterada nos três anos da pesquisa, ficando em 1,83 nos anos de 2014 a 2016. Em comparação com a empresa adversária, as duas estão em condições confortáveis, pois as duas possuem solvência, a empresa em estudo possui R\$ 1,83 em ativos para cada R\$ 1,00 em obrigações a saldar e, a empresa concorrente possui R\$ 1,42 em ativos para cada R\$ 1,00 em obrigações. Ou

seja, as duas empresas possuem bens e direitos suficientes para liquidar seus compromissos no longo prazo.

Analisando a liquidez corrente, aponta uma relação entre os ativos realizáveis de curto prazo e as dívidas, também de curto prazo da empresa, pode-se perceber que a mesma diminuiu drasticamente ao longo dos três anos, pois passou de 3,88 em 2014 para 2,88 em 2016, devido ao crescimento de aproximadamente 58% do passivo circulante da empresa, principalmente das contas fornecedores e salários a pagar, apesar de o ativo circulante também ter aumentado. Porém tal indicador ainda é maior do que o concorrente, que apresentou uma liquidez de 2,06, o que se transforma em uma vantagem, pois possui maior capacidade de saldar suas contas no curto prazo.

Quanto ao indicador de liquidez seca, revela uma espécie de capacidade de pagamento em curto prazo, sem a dependência da venda dos estoques, observa-se que a mesma diminuiu de 2014 para 2016, isso ocorreu porque apesar de o ativo circulante ter aumentado, o passivo circulante também aumentou o que contribuiu para a queda do índice. No entanto, o índice da empresa ainda é maior do que o da concorrente, o que demonstra que a empresa consegue saldar todas as suas obrigações no curto prazo, sem depender dos recursos das vendas do seu estoque.

4.1.3 Indicadores de Rotação

INDICADORES		2014	2015	2016	CONCORRENTE (2016)
ROTAÇÃO	GE	X	34,293242	33,225347	3,7
	PME	X	10,64	10,99	98,54
	GCR	X	56,37	56,22	15,69
	PMRV	X	6,48	6,49	23,26
	PMPF	X	6,86	8,84	7,99

Quadro 6: Indicadores de Rotação

Fonte: Dados primários

Analisando os índices de rotação se pode observar que o giro de estoque da empresa, no qual é importante medir quantas vezes o estoque de produtos acabados gira, é alto e sofreu poucas alterações nos dois anos, pois o aumento dos estoques e do custo de mercadorias vendidas da empresa foi praticamente na mesma proporção. Observando-se a empresa concorrente, percebe-se uma grande diferença em tal indicador, pois a empresa em estudo

possui um giro de trinta e três vezes no ano e a concorrente um giro de menos de quatro vezes; com isso conclui-se que a empresa em estudo está melhor, pois quanto mais girar o estoque de uma empresa maior será seus lucros.

Quanto ao indicador de prazo médio de estocagem, indicará quantos dias o estoque demora a dar o giro, desde a compra até a venda, nota-se que o mesmo é de aproximadamente 11 dias nos anos de 2015 e 2016, indicador que apresenta resultado favorável para a empresa, tendo em vista o baixo prazo de estocagem de mercadoria. Levando-se em conta a empresa adversária, nota-se que a mesma possui um indicador muito maior, 98 dias, isto demonstra um ponto positivo para empresa estuda, pois quanto mais rápido a empresa conseguir vender seu estoque, menos capital em estoque ela terá e, em épocas de recessão uma grande quantidade de capital investido em estoques representará uma grande desvantagem para a empresa.

Levando-se em conta o giro de contas a receber, que é demonstrado pela alteração na política de financiamento de clientes e aumento (ou redução) da eficiência de cobrança, nota-se que o mesmo se manteve, pois apesar de a conta de receita operacional líquida ter aumentado, as contas a receber também aumentaram. Em relação à empresa concorrente, percebe-se que a empresa analisada possui um giro muito maior, 52 vezes, frente a 16 do concorrente, mostrando que a empresa em estudo possui um prazo muito menor de recebimento de vendas, por consequência de seu giro ser maior e, com isso a entrada do dinheiro no caixa da empresa torna-se muito mais rápida.

Avaliando o prazo médio de recebimento de vendas, indica que em quantos dias em média, a empresa recebe o pagamento de suas vendas a seus clientes, conclui-se que o mesmo se manteve no mesmo patamar, uma vez que contas a receber e receita operacional líquida aumentou gradativamente. Percebe-se também que a empresa recebe o pagamento de suas vendas em média a cada 6 dias, enquanto que a concorrente recebe a cada 23 dias. Isto demonstra uma grande vantagem, uma vez que quanto mais rápido a empresa conseguir receber o pagamento de seus clientes, melhor para sua saúde financeira, pois ficará com dinheiro disponível para investir.

Quanto ao prazo médio de pagamento a fornecedores, deve ser comparado com o prazo médio de contas a receber, uma vez que um representa o oposto do outro, percebe-se que a empresa melhorou, pois antes pagava suas obrigações em média a cada 6 dias e agora arca com suas obrigações a cada 8 dias, levando uma pequena vantagem em relação ao concorrente. Observa-se que a empresa em estudo recebe o pagamento de suas vendas em média a cada 6 dias enquanto salda suas obrigações em média a cada 8 dias, sobrando 2 dias em média com

dinheiro em caixa, não necessitando de capital de giro; enquanto que a empresa concorrente recebe o pagamento de suas vendas em média a cada 23 dias e salda suas obrigações em média a cada 8 dias, ou seja, necessita de capital de giro por 15 dias em média para financiar sua operação.

Levando-se em conta as contas de prazo médio de estoque, prazo médio de contas a receber e prazo médio de pagamento a fornecedores percebe-se que a necessidade de capital de giro da empresa atual foi de apenas oito dias, no ano de 2016; enquanto que, a empresa concorrente apresentou uma necessidade de capital de 113 dias. Demonstrando, que a empresa em que foi realizado o estudo apresenta uma grande vantagem em relação a concorrente, pois, geralmente, recebe suas vendas antes de pagar suas obrigações e, ainda possui um prazo médio de estocagem baixo.

4.1.4 Indicadores de Rentabilidade

INDICADORES		2014	2015	2016	Concorrente (2016)
RENTABILIDADE	MB	9,01%	6,10%	7,58%	21,06%
	ML	5,38%	3,68%	4,53%	8,03%
	RCP	X	46,34%	54,79%	21,79%
	GA	4,84	7,13	6,51	1,25
	TRI	26,05%	26,24%	29,52%	10,03%

Quadro 7: Indicadores de Rentabilidade

Fonte: Dados primários

Analisando os indicadores de rentabilidade da empresa percebe-se que quanto a margem bruta, representa quanto uma organização sobra, após dividir o seu lucro bruto pelo total de sua receita líquida, tal indicador diminuiu em 2015 para 6,1% com relação a 9% em 2014 e, em 2016 voltou a subir para 7,6% porém em um nível inferior ao de 2014, isto ocorreu, principalmente, porque o lucro bruto aumentou em um nível, proporcionalmente, menor que o aumento da receita operacional líquida. Levando-se em conta a empresa adversária verifica-se que a mesma possui um índice muito maior, 21%, do que a empresa em estudo, transformando-se em uma grande vantagem para o concorrente, uma vez que quanto maior a margem bruta de uma empresa, menores serão os custos das suas mercadorias comercializadas.

Quanto ao indicador de margem líquida, mede a porcentagem de cada unidade monetária em vendas restante depois que todos os custos e despesas são deduzidos, observou-se que a mesma como ocorreu com a margem bruta, sofreu uma retração em 2015 3,7% em comparação aos 5,4% de 2014, para depois em 2016 voltar a subir a 4,5%, porém não no patamar de 2014, isto ocorreu principalmente pelo aumento considerável dos custos de serviços prestados e do custo de mercadorias vendidas da empresa em relação a 2014, além do aumento das despesas administrativas, apesar de a receita líquida da empresa também ter aumentado. Analisando a empresa concorrente, percebe-se que a mesma possui quase que o dobro da margem líquida, 8%, da empresa em estudo, demonstrando um bom gerenciamento da empresa concorrente, uma vez que quanto maior for a margem líquida melhor serão os ganhos da empresa ao vender sua produção.

Examinando o índice de rentabilidade do capital próprio, indica quanto irá render o capital médio aplicado na organização por seus proprietários, nota-se que a mesma evoluiu em 2016, para 54%, com relação ao ano de 2015, de 46%, tal melhora no indicador deve-se pelo aumento considerável do lucro líquido da empresa e pela manutenção da conta de patrimônio líquido. Verifica-se que a empresa em estudo apresenta mais que o dobro da rentabilidade do capital próprio em relação à concorrente, de 21%, tal indicador demonstra uma grande eficiência da administração da empresa em gerar lucros com seus ativos disponíveis, pois quanto mais alto for este retorno, melhor a situação econômica dos proprietários.

Analisando o indicador de giro do ativo da empresa, indica a eficiência com que a empresa utiliza seus ativos para gerar vendas, percebe-se que o mesmo subiu, consideravelmente, em 2015 para 7,1, contra 4,8 em 2014, já em 2016 diminuiu para 6,5. Porém, mesmo assim, a empresa possui um giro muito maior do que a concorrente, que obteve 1,25, tal indicador é muito importante para a administração da empresa uma vez que representa quantas vezes a vendas da empresa foram maiores que seu ativo, ou seja, quanto seu ativo girou.

Quanto ao indicador de retorno sobre o investimento, que mede a remuneração obtida pelo investimento dos acionistas, pode-se verificar que o mesmo evoluiu ao longo dos três anos, de 26 % em 2014 para 29% em 2016, isto acontece porque o aumento do lucro líquido da empresa foi maior do que o aumento do total do ativo. Em comparação com a empresa concorrente, a empresa atual apresenta um retorno quase três vezes maior, apresentando uma excelente vantagem, uma vez que este indicador será fundamental na hora de investidores externos aplicarem seus recursos na empresa, pois quanto mais alto for o retorno sobre o capital

investido na empresa, maiores serão as chances de se conseguir capital para alavancar ainda mais as vendas da empresa.

4.4 ASPECTOS SOBRE VENDAS

A seguir, será abordado os dados sobre o faturamento, o custo, as despesas e a margem dos produtos vendidos.

VENDAS 2016					
PRODUTO	TOTAL VENDAS	CUSTO TOTAL	MARGEM %	LUCRO	MARGEM % TOTAL
FARELO SOJA	R\$ 495.362,00	R\$ 456.725,00	7,80%	R\$ 38.637,00	3,74%
FARELO TRIGO	R\$ 72.350,00	R\$ 59.199,00	18,18%	R\$ 13.151,00	1,27%
CASCA SOJA	R\$ 46.292,00	R\$ 34.426,00	25,63%	R\$ 11.866,00	1,15%
AVEIAS	R\$ 113.784,00	R\$ 87.704,00	22,92%	R\$ 26.080,00	2,53%
SEMENTE DE TRIGO	R\$ 218.307,00	R\$ 168.122,00	22,99%	R\$ 50.185,00	4,86%
SEMENTE DE MILHO	R\$ 347.114,00	R\$ 301.860,00	13,04%	R\$ 45.254,00	4,38%
SEMENTE DE SORGO	R\$ 7.560,00	R\$ 6.727,00	11,02%	R\$ 833,00	0,08%
SEMENTE DE SOJA	R\$ 771.342,00	R\$ 648.370,00	15,94%	R\$ 122.972,00	11,91%
URÉIAS	R\$ 591.332,00	R\$ 527.550,00	10,79%	R\$ 63.782,00	6,18%
ADUBOS	R\$ 1.517.300,00	R\$ 1.354.747,00	10,71%	R\$ 162.553,00	15,74%
SOJA	R\$ 7.954.400,00	R\$ 7.563.200,00	4,92%	R\$ 391.200,00	37,88%
MILHO	R\$ 500.000,00	R\$ 460.000,00	8,00%	R\$ 40.000,00	3,87%
TRIGO	R\$ 828.150,00	R\$ 761.898,00	8,00%	R\$ 66.252,00	6,42%
TOTAL	R\$ 13.463.293,00	R\$ 12.430.528,00		R\$ 1.032.765,00	100,00%

Quadro 8: Vendas 2016

Fonte: Dados Primários

Analisando o faturamento da empresa no ano de 2016, destaca-se que o produto soja, sozinho, foi responsável por mais de 60% do faturamento total da empresa, necessitando uma atenção especial dos gestores da empresa na hora em que forem elaborar o planejamento para o próximo ano. Os fertilizantes (adubos e ureias) também se destacam, pois apresentam 15% do faturamento, em contrapartida, as sementes e os produtos de nutrição animal que apresentam grande quantidade vendida, não contribuíram tão significativamente no resultado final da empresa.

Em relação aos custos dos produtos ofertados pela empresa, verificou-se que o maior custo, tanto em valor, como em percentual, é a soja, que representa 56% dos custos totais dos

produtos da empresa. Notou-se também, que quanto à porcentagem sobre as vendas de cada produto, destacaram-se como os menores custos, o milho, trigo e farelo de soja, que correspondem, junto com o soja, por 74% do faturamento.

Estudando a margem de contribuição dos produtos da empresa, nota-se que as maiores margem unitárias são de casca de soja e semente de trigo, respectivamente 25% e 23%, e que o produto soja de maior faturamento apresenta uma margem unitária de apenas 5%. Porém, levando-se em conta a margem sobre o total de vendas, percebe-se que as maiores margens unitárias, casca de soja e semente de trigo, correspondem juntas por apenas 6% do total; em quanto que o produto soja, corresponde por mais de 37% do total. Portanto, um produto que apresentar uma margem unitária pequena pode apresentar uma margem considerável, quando formos analisar o total das vendas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo rever como a empresa cerealista de Serafina Corrêa analisa e gerencia todo o seu planejamento financeiro, procurando identificar o que está sendo feito de maneira correta (pontos fortes) e o que precisa melhorar (pontos fracos) na gestão atual da empresa para, posteriormente, ajudar na tomada de decisões futuras da organização.

O trabalho teve por objetivo analisar os métodos de controle financeiro que estão sendo utilizados atualmente pela empresa, para saber qual a sua real situação financeira. Para tanto, foram calculados todos os indicadores econômicos da empresa (estrutura de capital, rotação, liquidez e rentabilidade), baseados nas demonstrações contábeis e balanço patrimonial da empresa. Apurou-se que a empresa detém um planejamento de fluxo de caixa razoável, pois não está totalmente estruturado e informatizado, necessitando de mais informações para que o gestor da empresa possa se apoiar nesta ferramenta de controle financeiro na hora em que tomar decisões.

Quanto aos indicadores da empresa, verificou-se que os mesmos estão em sua maioria no nível das empresas do setor e, alguns estão acima das expectativas criadas pelo setor e pela própria empresa. Porém quanto aos indicadores de margem bruta e líquida, a empresa está com uma realidade menor do que a trabalhada nos seus concorrentes, tais indicadores merecem uma atenção especial tanto da gerência quanto do comercial, uma vez que a empresa não está conseguindo atingir uma margem aceitável para os padrões do setor e, em consequência disto, pode estar perdendo dinheiro.

Verificou-se que a empresa trabalha com uma grande variedade de produtos em seu portfólio e, através dos dados do setor de vendas apurou-se que muitos produtos apesar de apresentarem uma grande margem de lucro, contribuem em muito pouco no resultado final da empresa; e o produto que apresenta o menor percentual de margem unitária é o responsável por

quase quarenta por cento do lucro da empresa, portanto, percebe-se que tal produto merece um tratamento especial por parte do gestor da empresa, uma vez que, ele sozinho representa grande parte do resultado da empresa.

O estudo serviu para conhecer a realidade sobre como a empresa cerealista realiza a sua gestão financeira e quais controles financeiros são realizados na sua administração. Também auxiliou a empresa propondo melhorias no relacionamento das práticas financeiras na organização estudada.

E, assim para o autor foi possível utilizar conceitos e conhecimentos de administração financeira adquiridos no decorrer do curso e como visar a aplicabilidade dentro das empresas.

REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre. **Fundamentos de Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017 (Minha Biblioteca).
- BLATT, Adriano. **Análise da Balanços**: Estrutura e avaliação das demonstrações financeiras e contábeis. São Paulo: Makron Books, 2001 (Acervo Virtual).
- BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão Financeira**: Uma abordagem introdutória. 3. ed. Barueri: Manole, 2014 (Acervo Virtual).
- DIEHL, Astor A.; TATIM, Denise C. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas**: Métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004. (Acervo Virtual).
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010 (Acervo Virtual).
- GITMAN, Lawrence J.; MADURA, Jeff. **Administração Financeira**: Uma abordagem gerencial. São Paulo: Addison Wesley, 2003 (Acervo Virtual).
- HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária**: Matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2014 (Minha Biblioteca).
- IZIDORO, Cleyton. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016 (Acervo Virtual).
- LORENTZ, Francisco. **Contabilidade e Análise de Custos**: Uma abordagem prática e objetiva. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2015 (Acervo Virtual).
- LUZ, Érico E. **Análise e Demonstração Financeira**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014 (Acervo Virtual).
- MARION, José C. **Análise das Demonstrações Contábeis**: Contabilidade empresarial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012 (Minha Biblioteca).
- MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco A. **Administração Financeira**: Uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009 (Acervo Virtual).
- MEGLIORINI, Evandir. **Custos**: Análise e Gestão. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011 (Acervo Virtual).

NAJJAR, Eduardo. **Empresa Familiar: Construindo Equipes Vencedoras na Família Empresária**. São Paulo: Integrare Editora, 2011.

NASCIMENTO, André. **Gestão do Capital de Giro**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014 (Acervo Virtual).

PEREZ JUNIOR, José H.; BEGALLI, Glaucos A. **Elaboração e Análise das Demonstrações Contábeis**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RAZZOLINI FILHO, Edelvino. **Gerência de Produtos para a Gestão Comercial: Um enfoque prático**. Curitiba: InetrSaberes, 2012 (Acervo Virtual).

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013 (Acervo Virtual).

SANTOS, Edno O. **Administração Financeira da Pequena e Média Empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SANVICENTE, Antonio Z. **Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

SILVA, Edson C. **Introdução à Administração Financeira: Uma nova visão econômica e financeira para gestão de negócios das pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: LTC, 2009 (Minha Biblioteca).

SILVA, José P. **Análise Financeira das Empresas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

WERNKE, Rodney. **Gestão Financeira: Ênfase em aplicações e casos nacionais**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2008.