

PLANEJAMENTO E ANÁLISE FINANCEIRA - GESTÃO E RENTABILIDADE PARA APLICAÇÃO EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.

Luiz Fernando Batista da Silva¹
Marlene de Fátima Campos Souza²

RESUMO:

No atual cenário econômico-financeiro de nosso país, ficar atento nas movimentações que ocorrem dentro da empresa é uma das peças fundamentais para garantir a solvência e a rentabilidade da mesma. Alguns fatores operacionais, administrativos e financeiros quando mal administrado podem levar uma empresa a situações de risco e em muitos casos, até a falência. A proposta da presente pesquisa é demonstrar e analisar alguns indicadores extraídos das demonstrações contábeis de uma empresa do ramo alimentício, avaliando o seu desempenho e alguns pontos a serem monitorados e se possível reestruturados. Alguns indicadores são bem conhecidos e demonstram a situação de liquidez, endividamento e rentabilidade da empresa, no decorrer da análise a ser apresentada, mostraremos os indicadores mais utilizados, porém são inúmeros os que podem ser formados, cabe a cada gestor criar o seu, conforme a sua necessidade de informação, buscando uma visão futura da empresa, permitindo a elaboração de um plano estratégico com o intuito de gerar rentabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Indicadores. Análises. Liquidez. Endividamento. Rentabilidade.

ABSTRACT

In the current economic and financial scenario of our country, be aware of the movements that occur within the company is one of the key parts to ensure the solvency and profitability of the same. Some operational, administrative and financial factors when mismanaged can lead a company to risk situations and in many cases, even bankruptcy. The proposal of this research is to demonstrate and analyze some indicators extracted from the financial statements of a food company, assessing its performance and some points to be monitored and possibly restructured. Some indicators are well known and demonstrate the liquidity situation, debt and profitability of the company, during the analysis to be presented, show the most commonly used indicators, although there are numerous that can be formed, it is up to each manager to create your as their need for information, seeking a future vision of the company, allowing the development of a strategic plan in order to generate profitability.

Keywords: Indicators. Test. Liquidity. Indebtedness. Profitability.

¹ Aluno do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Eurípedes de Marília – RA: 543950.

² Coordenadora do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário Eurípedes de Marília.

1. INTRODUÇÃO

O sucesso financeiro de uma empresa está diretamente ligado ao desenvolvimento de seus produtos e na confiabilidade repassada a seus consumidores. Com gestores comprometidos, bem-intencionados e com grande capacidade de analisar as atividades desempenhadas, é possível desenvolver uma empresa competitiva, de qualidade e rentável.

Para conseguir realizar uma gestão de sucesso, é necessário buscar nas demonstrações contábeis e financeiras as informações de que precisam, criando indicadores que auxiliem nessa análise. A correta interpretação dos indicadores proporciona ao gestor condições seguras e mais assertivas para a tomada de decisão.

Alguns conceitos e princípios estratégicos básicos devem ser compreendidos para a elaboração e implementação do seguinte estudo, pois existem diversos fatores que influenciam positiva ou negativamente no processo de tomada de decisões. As informações devem ser precisas e coerentes aos resultados apresentados, ela é uma das variáveis mais importantes para um processo decisório coerente e eficaz.

2. DO OBJETIVO DE PLANEJAR AO DESENVOLVIMENTO DA ANÁLISE.

Vivemos uma atualidade de muitos lançamentos de produtos com excelentes qualidades, que poderiam garantir bons resultados e ótimos rendimentos. Mas em muitos casos esses projetos e ideias não estão sendo bem administrados e planejados. A dificuldade de buscar um planejamento ideal para o seu negócio e colocar tais projetos em prática são enormes. Diversas vezes por falta de conhecimento gerencial os resultados apurados não saem como desejados.

Para a formação e obtenção do sucesso é necessário encontrar as respostas certas para aplicar no desenvolvimento de cada atividade que irá operacionalizar. É necessário também traçar um público alvo e buscar todas as informações tributárias que a empresa estará envolvida e, além disso, o desenvolvimento de um planejamento estratégico para a empresa.

Os profissionais envolvidos neste processo devem sempre ter conhecimentos específicos, desenvolver pesquisas de mercado e conhecer amplamente o produto que irá oferecer, buscando um diferencial próprio, visando sempre minimizar o custo e

maximizar a qualidade dos produtos. Buscar ter sempre a seu favor um excelente quadro de profissionais e uma rede de clientes diversificada, além de manter uma boa relação com os seus fornecedores.

Após análise de todas essas informações surgem algumas perguntas. Onde buscar essas informações? Quais métodos podem ser aplicados no estudo de tais informações? Qual a melhor forma de analisá-las para que os gestores desenvolvam algo eficaz na organização da empresa?

As respostas para todas essas perguntas vêm de um bom planejamento e controle estratégico realizado pelos próprios administradores da empresa, que devem inicialmente elaborar um trabalho detalhado, analisando minuciosamente todos os indicativos com grau de discrepância elevado, as informações devem ser precisas e seguras, possibilitando uma visão do futuro, onde será possível planejar, organizar, controlar e se necessário reestruturar a empresa.

A justificativa pela elaboração do presente trabalho está ligada diretamente com gestão e administração financeira das pequenas e médias empresas. Com o intuito de colaborar com o desenvolvimento empresarial nas sociedades onde à falta de conhecimento é bem restrita, e os gestores não conseguem fazer os estudos das informações para executar as operações de forma mais assertiva e controlar melhor seus gastos, visando o aumento e a administração das suas receitas.

3. METODOLOGIA.

Para atingir os objetivos propostos, a metodologia adotada para tais pesquisas vem das informações obtidas em revistas eletrônicas, sites de pesquisas, referências teóricas de livros e artigos disponibilizados eletronicamente, e de um estudo de caso referente a uma empresa do ramo alimentício.

Tais estudo foram desenvolvidos com base em um orçamento, e apresentado abaixo os resultados finais.

Figura 01 – Balanço Patrimonial – Primeiro Semestre de 2016.

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
CIRCULANTE	194.700,36	CIRCULANTE	96.144,26
Caixa	5.700,61	Fornecedores a pagar	49.499,20
Banco	133.014,25	Simplex nacional a pagar	8.527,33
Duplicatas a Receber	51.305,50	Pro-labore a pagar	8.000,00
Estoque	4.680,00	Sálarios e ordenados a pagar	8.374,90
		FGTS a pagar	5.074,00
		Férias a pagar	4.300,00
		13ª a pagar	3.225,00
		Contribuições e mensalidades a pagar	50,00
		Energia Elétrica a pagar	850,00
		Água e esgoto a pagar	500,00
NÃO CIRCULANTE	118.382,50	Telefone a pagar	500,00
IMOBILIZADO	118.382,50	Aluguel a pagar	2.500,00
Máquinas e equipamentos	84.950,00	Empréstimos a pagar	4.058,83
Móveis e utensílios	1.200,00	Seguros a pagar	385,00
Computadores e periféricos	4.600,00	Seguros Veículos a pagar	300,00
Veículos	36.000,00		
(-) Depreciações acumuladas	- 8.367,50	NÃO CIRCULANTE	153.097,00
		Financiamentos Bancários	153.097,00
		PATRIMONIO LIQUIDO	63.841,60
		Capital Social	15.000,00
		Reservas de Lucros	48.841,60
TOTAL ATIVO	313.082,86	TOTAL PASSIVO	313.082,86

Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 02 – Demonstrações Resultado do Exercício do Período Analisado.

DRE	TOTAL SEMESTRAL	
	VALOR (R\$)	(%)
RECEITA BRUTA	697.414,27	100,00%
(-) IMPOSTOS S/ VENDAS	61.790,90	8,86%
(=) RECEITA LÍQUIDA	635.623,37	91,14%
(-) CUSTO DO PRODUTO VENDIDO	389.794,21	55,89%
(=) LUCRO BRUTO	245.829,16	35,25%
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	154.250,29	22,12%
(-) Despesas Administrativas	91.934,67	13,18%
(-) Depreciação	4.120,00	0,59%
(-) Despesas de Venda	35.180,95	5,04%
(-) Financeiras	23.014,67	3,30%
(=) LUCRO OPERACIONAL	91.578,87	13,13%

Fonte: Elaborado pelo autor.

4. DESENVOLVIMENTO DO PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIA.

4.1. Definição Planejamento Estratégico.

O ato de planejar nada mais é do que a definição antecipada de determinadas ações visando alcançar um objetivo futuro. Sabemos que não podemos afirmar o que vai acontecer, mas podemos antecipar algumas situações, tomar como base informações de exercícios anteriores ou até mesmo fatos ocorridos com nossos concorrentes, e através delas elaborar um planejamento estratégico para ter uma direção correta a seguir controlando tudo que está sendo executado. O conceito de planejamento vem sendo utilizado pelo ser humano desde os tempos antigos, conscientemente ou não, sempre

buscaram alguma forma de planejamento para sobreviver ou antecipar-se a certos acontecimentos.

Segundo Catelli (2001, p.138) em um ambiente empresarial turbulento e de grande competitividade, a única saída para os gestores alcançarem seus objetivos é planejar cuidadosamente as ações que pretendem empreender, reavaliando, de tempos em tempos, o desempenho efetuado contra o desempenhado planejado.

A fase de planejamento estratégico tem como premissa fundamental assegurar o cumprimento da missão da empresa. Essa fase do processo de gestão gera um conjunto de diretrizes estratégicas de caráter qualitativo que visa orientar a etapa de planejamento operacional. Evidentemente, o processo de planejamento estratégico contempla a análise das variáveis do ambiente externo (identificação das oportunidades e ameaças) e do ambiente interno da empresa (identificação de seus pontos fortes e fracos).

Planejar é definir o que será feito, como, quando e com quais recursos. Com um planejamento bem elaborado é possível distinguir o melhor caminho a ser seguido, identificar e explorar os acontecimentos nos ambientes da empresa.

Para Padoveze, (2010, P.24) planejar é uma estratégia para aumentar as chances de sucesso de uma empresa, em um mundo de negócios que muda constantemente. Planos estratégicos não são garantia de sucesso e um planejamento será tão eficaz quantos as premissas que foram nele incluídas.

Planejamento estratégico é um processo que prepara a empresa para o que está por vir, é um processo contínuo, tem que planejar e saber controlar, buscar conhecer o máximo possível do futuro, tomar cuidado com os riscos, organizar as atividades e tomar as decisões corretamente.

Para o desenvolvimento de um planejamento estratégico deve-se sempre imaginar como será a atuação da empresa no futuro, analisar a sua concorrência, como estarão vistos os seus produtos, quem são e como serão seus clientes, qual será a relação direta com seus fornecedores e as parcerias que irá obter, como estará a legislação, os avanços tecnológicos, a lucratividade da empresa, o retorno do capital investido e as vantagens oferecidas aos sócios. Visando alcançar resultados positivos que possibilite novos investimentos, gerando novas oportunidades e agregando valor à organização. Abaixo temos uma imagem, que demonstra um planejamento estratégico.

Figura 03 – Planejamento Estratégico.



Fonte: Elaborado pelo autor

4.2. Estratégia A Ser Adotada.

179

A estratégia busca traçar um caminho as empresas que pretende se manter no mercado atual e também para aquelas que queiram se levantar ou se reestruturar, e mais do que isso, deseja se estabilizar e obter bons resultados. Trata-se de uma maneira de pensar no futuro e planejar quais são as possíveis mudanças que aconteceram, integrada no processo decisório, para que a empresa saiba quais decisões tomar em determinada situação sem ser pega de surpresa, com base em um procedimento formalizado e articulador de resultados, ou seja, mantendo um plano mais próximo da realidade dos fatos da empresa, para que haja resultado.

Padoveze, (2010, p. 37) conclui que a contabilidade gerencial está centralizada nas atividades e sistemas de informações de monitoramento da estratégia. Tendo como função as atividades de disponibilização e controle de sistemas de informações para monitoramento da estratégia, com a implementação de sistemas de informações para análise de ambiente empresarial, interno e externo, para o processo de planejamento estratégico, identificando oportunidades e ameaças e confrontando-as com os pontos fortes e fracos da entidade, o desenvolvimento de cenários, o controle de metas estratégicas, o desenvolvimento e implementação de um sistema global de gestão de risco.

Para elaborar uma estratégia e o bom funcionamento de uma empresa é necessário avaliar inúmeros fatores, prever qual será o tempo de produção, o tempo de vendas entre outras. Em suma a estratégia é a pré-elaboração de todos os planos e orçamentos que a empresa precisa realizar, com uma estratégia bem elaborada e fixa nas reais condições da empresa, a mesma pode começar a desenvolver todo seu projeto de organização e assim desenvolver todas suas atividades baseada em seus orçamentos, evitando surpresas. É interessante que, a empresa desenvolva um plano de estratégia geral, sobre toda a empresa, mas também que cada um dos setores da mesma

desenvolva suas estratégias e assim haverá uma garantia maior, que todos os orçamentos da empresa serão cumpridos e haja bons resultados no fim do período.

5. ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO.

O ponto de equilíbrio pode ser considerado como um indicador de segurança do negócio. Ele demonstra ao empresário qual será o valor necessário de venda dos produtos para que sua receita se iguale aos custos e despesas gerados durante o processo de produção dos mesmos, dessa forma o empreendedor poderá orçar com mais eficiência seu plano de vendas e irá acompanhar de perto se os resultados desejados estão sendo alcançado, a partir desse ponto o empreendedor poderá analisar sempre se esta obtendo lucro ou prejuízos durante o período.

O ponto de equilíbrio é igual ao custo fixo dividido pelo IMC, Índice de Margem de Contribuição, essa margem representa quanto sobra para a empresa pagar as suas despesas fixas e gerar lucro.

Para um calculo mais exato é recomendado que utilizar-se a demonstração de resultado do exercício.

Eliseu Matins (2010, p. 257 e 258) descreve:

O ponto de equilíbrio como o nascimento de uma conjunção dos custos e despesas totais com as receitas totais. Uma empresa obterá seu ponto de equilíbrio quando suas receitas totais equalizarem seus custos e despesas totais, ou seja, o ponto de equilíbrio é igual aos custos, mais as despesas fixas divididas pela margem de contribuição unitária.

Padoveze (2013, p. 294) diz que:

O Ponto de Equilíbrio evidencia, em termos quantitativos, o volume que a empresa precisa produzir ou vender para que consiga pagar todos os custos e despesas fixas, além dos custos e despesas variáveis em que necessariamente tem de incorrer para fabricar/vender o produto. No ponto de equilíbrio, não há lucro nem prejuízo. A partir de volumes adicionais de produção ou de vendas, a empresa passa a ter lucro.

A informação do ponto de equilíbrio da empresa, tanto do total global como por produto individual, é importante, porque identifica o nível mínimo de atividade em que a empresa ou cada divisão deve operar.

As empresas podem adotar o seguinte critério para o cálculo do ponto de equilíbrio. Somar todos os custos e despesas, que são eles: custos dos produtos, custos com impostos, custos com vendas, custos operacionais, mão-de-obra e despesa financeira e subtrai-los do preço de vendas, e de que forma é formado esse preço de venda?

Para formar nosso preço de venda utilizaremos um índice denominado como fator, esse fator é a porcentagem que devemos aplicar sobre o custo do produto até que esse valor (preço de venda) se torne o mesmo que o nosso custo total.

Figura 04 – Formação do Preço de Venda.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA											
PREÇO VENDAS E PONTO DE EQUILIBRIO											
PREÇO VENDA DOINS SALGADO CX C/ 35X35G											
FATOR	PREÇO	DESCONTO	TABELA	PREÇO VENDA	CUSTO VENDAS	CUSTO IMPOSTOS	CUSTO PRODUTO	CUSTO OPERAC.	DESPESA FINANC.	CUSTO TOTAL	LUCRO/ PREJUÍZO
1,2000	10,2458		10,2458	10,2458	0,2049	0,9078	8,5382	2,6705	0,3381	12,6595	- 2,4136
1,3000	11,0996		11,0996	11,0996	0,2220	0,9834	8,5382	2,6705	0,3663	12,7804	- 1,6807
1,4000	11,9535		11,9535	11,9535	0,2391	1,0591	8,5382	2,6705	0,3945	12,9013	- 0,9478
1,5000	12,8073		12,8073	12,8073	0,2561	1,1347	8,5382	2,6705	0,4226	13,0222	- 0,2149
1,5293	13,0576		13,0576	13,0576	0,2612	1,1569	8,5382	2,6705	0,4309	13,0576	- 0,0000
1,6000	13,6611		13,6611	13,6611	0,2732	1,2104	8,5382	2,6705	0,4508	13,1431	- 0,5180
1,7000	14,5149		14,5149	14,5149	0,2903	1,2860	8,5382	2,6705	0,4790	13,2640	- 1,2509
1,8000	15,3687		15,3687	15,3687	0,3074	1,3617	8,5382	2,6705	0,5072	13,3849	- 1,9839
1,9000	16,2226		16,2226	16,2226	0,3245	1,4373	8,5382	2,6705	0,5353	13,5058	- 2,7168
PREÇO VENDA DOINS PIMENTA CX C/ 35X35G											
FATOR	PREÇO	DESCONTO	TABELA	PREÇO VENDA	CUSTO VENDAS	CUSTO IMPOSTOS	CUSTO PRODUTO	CUSTO OPERAC.	DESPESA FINANC.	CUSTO TOTAL	LUCRO/ PREJUÍZO
1,2000	10,5901		10,5901	10,5901	0,2118	0,9383	8,8251	2,6705	0,3495	12,9951	- 2,4050
1,3000	11,4726		11,4726	11,4726	0,2295	1,0165	8,8251	2,6705	0,3786	13,1201	- 1,6475
1,4000	12,3551		12,3551	12,3551	0,2471	1,0947	8,8251	2,6705	0,4077	13,2450	- 0,8899
1,5000	13,2376		13,2376	13,2376	0,2648	1,1729	8,8251	2,6705	0,4368	13,3700	- 0,1324
1,5175	13,3918		13,3918	13,3918	0,2678	1,1865	8,8251	2,6705	0,4419	13,3918	- 0,0000
1,6000	14,1201		14,1201	14,1201	0,2824	1,2510	8,8251	2,6705	0,4660	13,4950	- 0,6252
1,7000	15,0026		15,0026	15,0026	0,3001	1,3292	8,8251	2,6705	0,4951	13,6199	- 1,3827
1,8000	15,8851		15,8851	15,8851	0,3177	1,4074	8,8251	2,6705	0,5242	13,7449	- 2,1402
1,9000	16,7676		16,7676	16,7676	0,3354	1,4856	8,8251	2,6705	0,5533	13,8699	- 2,8978

Fonte: Elaborado pelo autor

Quando feito dessa forma já obtemos o nosso preço de vendas e o nosso ponto de equilíbrio de uma só vez.

6. PLANO FINANCEIRO.

O Planejamento financeiro é fundamental para o sucesso da empresa, informações técnicas e gerenciais garante visão ampla dos negócios. Planejar as finanças de uma empresa nada mais é que traçar metas e elaborar planos de trabalho para empresa obter resultados de curto ou longo prazo, com organização e precisão.

Planejamento Financeiro é dividido em dois tipos: O de curto prazo e em longo prazo, em curto prazo se denomina operacional e o de longo estratégico. Planejamento

em longo prazo, como o nome já diz são metas traçadas em longo prazo, por o resultado esperado demorar certo tempo pode haver algumas mudanças no planejamento da empresa conforme o necessário deve-se sempre ser acompanhado e reestruturado quando necessário, variando sempre de empresa para empresa. Planejamento em curto prazo, como o nome já diz são planos para um período mais curto, nesses casos entram o planejamento de vendas, o planejamento operacional e financeiro.

6.1. Demonstrativos Financeiros.

O demonstrativo financeiro é um relatório contábil que ajuda nas tomadas de decisões das empresas e também certifica as suas aplicações financeiras perante os órgãos governamentais.

Silva, (2004, p. 26) considera que resumidamente, pode-se dizer que a análise financeira de uma empresa consiste num exame minucioso dos dados financeiros disponíveis, bem como das condições endógenas e exógenas que afetam financeiramente a empresa.

Como dados financeiros disponíveis, podemos incluir demonstrações contábeis, programas de investimento, projeções de vendas e projeções de fluxo de caixa, por exemplo. Como condições endógenas, podemos citar estrutura organizacional, capacidade gerencial e nível tecnológico da empresa. Como condições exógenas, temos os fatores de ordem política e econômica, concorrência e fenômenos naturais, entre outros.

O Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício e o Fluxo de Caixa, quando bem analisados fornecem dados importantíssimos que levam a realização dos objetivos empresariais, ao mesmo tempo em que aumenta os lucros da organização, exige planejamento financeiro seguro e eficaz, ou seja, é necessário que se saiba como e quando captar recursos, manter atualizado o seu fluxo de recebimento e pagamento, reduzir custos de compras, despesas e, ainda, lidar com mudanças no mercado e trabalhar a sua concorrência.

6.2. Análise Financeira Por Indicadores.

As finanças de uma empresa podem afetar a estrutura da organização. Neste sentido a administração financeira deve ajudar a planejar e a encontrar uma direção para

SILVA, Luiz Fernando B. da; SOUZA, Marlene de F. C. PLANEJAMENTO E ANÁLISE FINANCEIRA - GESTÃO E RENTABILIDADE PARA APLICAÇÃO EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.

o futuro da empresa. E para acompanhar as evoluções e identificar possíveis erros na gestão dos negócios, é muito importante a análise de seus indicadores.

Para Padoveze (2004 p.131), o conjunto de indicadores econômico-financeiros é o instrumental que classicamente representa o conceito de análise de balanço. Basicamente, consiste em números e percentuais resultantes das diversas inter-relações possíveis entre os elementos patrimoniais constantes do balanço e da demonstração de resultados. O objetivo é buscar elementos que dê em maior clareza a análise ou mesmo indiquem constatações do desempenho econômico-financeiro da entidade.

Marion (2010, p.9) traz no seu livro *Análise das Demonstrações Contábeis*, que o primeiro passo para a análise é averiguar se estamos de posse de todas as Demonstrações Contábeis (inclusive das Notas Explicativas).

Também seria desejável ter em mãos as Demonstrações Contábeis de três períodos. Com as publicações em colunas comparativas, teremos de posse uma única publicação, dos dois períodos: exercício atual e exercício anterior. Em seguida, deveremos averiguar a credibilidade das informações, o parecer da auditoria dá uma satisfatória margem de confiabilidade para o analista.

Iudícium, (2009, P.92) afirma que a na análise de balanços encontra seu ponto mais importante no cálculo e avaliação do significado de quocientes, relacionando principalmente itens e grupos do Balanço e da Demonstração do Resultado, considerando essa técnica como uma das mais importantes no desenvolvimento da contabilidade, sempre comparado o ativo corrente com o passivo corrente ao invés de realizar análises individuais.

O uso de quocientes tem como finalidade principal permitir ao analista extrair tendências e comparar os quocientes com padrões preestabelecidos. A finalidade da análise é, mais do que retratar o que aconteceu no passado, fornecer algumas bases para inferir o que poderá acontecer no futuro.

Abaixo são apresentadas as fórmulas dos indicadores mais utilizados para a geração de informações, no entanto esses indicadores podem ser desenvolvidos mediante a necessidade de informação que o analista venha precisar.

6.3. Índices De Liquidez.

O Índice de liquidez demonstra a capacidade da empresa em honrar seus compromissos com terceiros. Quanto maior o índice encontrado melhor será a situação da empresa, podendo ser analisado da seguinte maneira, para cada um real da sua dívida o quanto a empresa possui para efetuar a liquidação da sua dívida.

Segundo Padoveze (2004, p.131) a ideia central de criar indicadores de liquidez está na necessidade de avaliar a capacidade de pagamento da empresa.

A palavra liquidez em finanças significa a disponibilidade em moeda corrente para fazer seus pagamentos. Decorre de líquido e liquidação. Liquidar significa extinguir obrigações. Um ativo líquido é um ativo sem possibilidade de redução. Portanto, os índices de quem medir se os bens e direitos da empresa (ativos) são suficientes para a liquidação das dívidas.

Para uma análise visual e uma noção das contas envolvidas na apuração dos índices de liquidez, segue abaixo uma figura onde são demonstradas as contas envolvidas nessas análises.

Figura 05 – Tabela de Análises.

CONTAS ENVOLVIDAS NOS CÁLCULOS DE CADA ÍNDICE

LIQUIDEZ CORRENTE		LIQUIDEZ SECA	
Ativo	Passivo	Ativo	Passivo
Circulante	Circulante	Circulante	Circulante
Caixa e Equivalentes de Caixa	Fornecedores e outras contas a pagar	Caixa e Equivalentes de Caixa	Fornecedores e outras contas a pagar
Contas a Receber de Clientes	Empréstimos e Financiamentos	Contas a Receber de Clientes	Empréstimos e Financiamentos
Estoques	Provisões e encargos trabalhistas	Estoques	Provisões e encargos trabalhistas
Impostos a Recuperar	Impostos, Taxas e Contribuições	Impostos a Recuperar	Impostos, Taxas e Contribuições
Outros Créditos	Dividendo a pagar	Outros Créditos	Dividendo a pagar
	Adiantamento de Clientes		Adiantamento de Clientes
Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante	Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante
Realizável a Longo Prazo	Empréstimos e Financiamentos	Realizável a Longo Prazo	Empréstimos e Financiamentos
Deposito Judicial	Passivo fiscal diferido	Deposito Judicial	Passivo fiscal diferido
Impostos a Recuperar	Provisão p/ riscos trab., trib. e civeis	Impostos a Recuperar	Provisão p/ riscos trab., trib. e civeis
Outros Créditos	Patrimônio Líquido	Outros Créditos	Patrimônio Líquido
Investimentos	Capital Social	Investimentos	Capital Social
	Reserva de Capital		Reserva de Capital
Imobilizado	Reserva de Lucro	Imobilizado	Reserva de Lucro
Intangível	Ajuste de Avaliação Patrimonial	Intangível	Ajuste de Avaliação Patrimonial
LIQUIDEZ GERAL		LIQUIDEZ IMEDIATA	
Ativo	Passivo	Ativo	Passivo
Circulante	Circulante	Circulante	Circulante
Caixa e Equivalentes de Caixa	Fornecedores e outras contas a pagar	Caixa e Equivalentes de Caixa	Fornecedores e outras contas a pagar
Contas a Receber de Clientes	Empréstimos e Financiamentos	Contas a Receber de Clientes	Empréstimos e Financiamentos
Estoques	Provisões e encargos trabalhistas	Estoques	Provisões e encargos trabalhistas
Impostos a Recuperar	Impostos, Taxas e Contribuições	Impostos a Recuperar	Impostos, Taxas e Contribuições
Outros Créditos	Dividendo a pagar	Outros Créditos	Dividendo a pagar
	Adiantamento de Clientes		Adiantamento de Clientes
Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante	Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante
Realizável a Longo Prazo	Empréstimos e Financiamentos	Realizável a Longo Prazo	Empréstimos e Financiamentos
Deposito Judicial	Passivo fiscal diferido	Deposito Judicial	Passivo fiscal diferido
Impostos a Recuperar	Provisão p/ riscos trab., trib. e civeis	Impostos a Recuperar	Provisão p/ riscos trab., trib. e civeis
Outros Créditos	Patrimônio Líquido	Outros Créditos	Patrimônio Líquido
Investimentos	Capital Social	Investimentos	Capital Social
	Reserva de Capital		Reserva de Capital
Imobilizado	Reserva de Lucro	Imobilizado	Reserva de Lucro
Intangível	Ajuste de Avaliação Patrimonial	Intangível	Ajuste de Avaliação Patrimonial

Fonte: Desenvolvido pelo autor.

6.3.1. Liquidez Corrente.

A Liquidez corrente tem como papel principal analisar o caixa da empresa verificando se os cumprimentos de suas obrigações financeiras em curto prazo estão sendo realizados no tempo de seus vencimentos, o posicionamento perante essa análise é de quanto a empresa disponibiliza do seu ativo circulante para honrar com seu compromisso em relação ao seu passivo circulante.

Padoveze (2004, pg.133) explica que:

Esse índice é um indicador estático. Uma empresa pode estar com o índice de liquidez corrente abaixo de 1,00 mas, no momento seguinte, seja um dia, uma semana, um mês, etc.... realizar vendas com lucros suficientes para melhorar sua capacidade de pagamento. O Inverso também é possível. Existe a possibilidade de uma empresa estar com índice de liquidez corrente muito bom em determinado momento e acontecimentos ou eventos futuros prejudicarem sensivelmente suas finanças, de modo que ela não tenha condições de honrar seus compromissos.

Entende-se que para cada um real de suas obrigações a curto prazo, quanto ela possui para liquidá-las, onde quanto maior for o resultado dessa porcentagem, melhor será o índice de avaliação.

6.3.2. Liquidez Seca.

A Liquidez seca é similar a liquidez corrente, porém será trabalhada sem as contas de estoques, existem alguns ramos de atividades em que o estoque não é vendido com facilidade, por se tratar de um produto de maior valor aquisitivo, devido a isso seu giro de estoque é mais lento e a conversão em caixa se torna demorada.

Segundo Iudícium (2009, pg. 96):

Esta é uma variante muito adequada para avaliar conservadoramente a situação de liquidez da empresa. Eliminando-se os estoques do numerador, estamos eliminando uma fonte de incerteza. Por outro lado, estamos eliminando as influências e distorções que a adoção deste ou daquele critério de avaliação de estoques poderiam acarretar, principalmente se os critérios foram mudados ao longo dos períodos.

Pode-se dizer que liquidez seca é similar a liquidez corrente, porém exclui o estoque dos seus cálculos.

6.3.3. Liquidez Geral.

Levando em consideração a situação em longo prazo da empresa, esse índice inclui no cálculo os direitos e obrigações em longo prazo, se tornando mais abrangente por considerar ativos e passivos a longo prazo.

Iudícius (2009, pg. 96) diz que este quociente serve para detectar a saúde financeira (no que se refere à liquidez) de longo prazo do empreendimento. Os prazos de liquidação do passivo e de recebimentos do ativo podem ser o mais diferenciado possível. Ainda mais se tratando o ativo e passivo em longo prazo.

6.3.4 – Liquidez Imediata.

Índice conservador considera apenas o caixa, saldos bancários e aplicações financeiras de liquidez imediata para quitar suas obrigações. Excluindo-se além dos estoques as contas de valores a receber. Um índice de grande importância para análise da situação a curto-prazo da empresa.

Padoveze (2004, pg.136). Considera esse indicador de capacidade de pagamento como o mais característico da liquidez, pois trabalha com os elementos patrimoniais do ativo circulante que podem ser de liquidez imediata.

6.3.5. Aplicação E Análise Dos Índices De Liquidez.

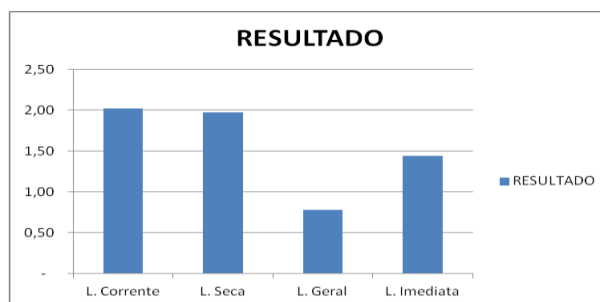
Tabela 01 - Apresentação das fórmulas e cálculos dos índices de liquidez.

ÍNDICE	FÓRMULA	RESULTADO
L. Corrente	AC	194.700,36
	PC	96.144,26
ÍNDICES		2,03
ÍNDICE	FÓRMULA	RESULTADO
L. Seca	AC-ESTOQUES	190.020,36
	PC	96.144,26
ÍNDICES		1,98
ÍNDICE	FÓRMULA	RESULTADO
L. Geral	AC + RLP	194.700,36
	PC + ELP	249.241,26
ÍNDICES		0,78
ÍNDICE	FÓRMULA	RESULTADO
L. Imediata	DISPONIBILIDADES	138.714,86
	PC	96.144,26
ÍNDICES		1,44

Fonte: Autor

Tabela 02 – Apresentação dos Resultados.

ÍNDICE	RESULTADO
L. Corrente	2,03
L. Seca	1,98
L. Geral	0,78
L. Imediata	1,44



Fonte: Autor

Ao analisarmos os indicadores apresentados, pode-se dizer que a liquidez imediata apresenta um índice muito bom, o mesmo acontece com os índices de liquidez corrente e liquidez seca, todos ficaram a cima de 1,00, ou seja, a longo prazo a empresa conseguiria honrar com seus compromissos.

O único índice que ficou abaixo de 1,00, foi o índice de liquidez geral, uma vez que essa empresa foi constituída com cálculos baseados em empréstimo do BNDES para aquisição do seu imobilizado, sendo assim entra no cálculo a conta de Financiamentos Bancários a longo prazo que faz parte do Passivo Exigível a Longo Prazo.

Vale apenas ressaltar que esses índices são indicativos e mesmo que apresentem índices abaixo de 1,00 não significa que a empresa está insolvente, cabe aos gestores uma análise mais profunda para averiguar os pontos a serem melhorados.

7. ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO.

Como o próprio nome já diz, esses índices revelam o grau de endividamento da empresa. Esse indicador tem como objetivo demonstrar se a empresa vem financiando o seu ativo com recursos próprios ou de terceiros e a sua proporção.

Uma empresa pode utilizar-se de alguns recursos financiáveis como um auxílio do seu capital próprio, dessa forma ela pode estar ampliando o seu ativo e isso se torna uma operação positiva. É importante observar o grau de risco da operação, estando sempre atendo nas condições que irá adotar para a captação desse recurso, lembrando que o compromisso assumido devesse ser cumprido.

Iudícium, (2009, p.97) explica que estes quocientes relacionam as fontes de fundos entre si, procurando retratar a posição relativa do capital próprio com a relação ao capital de terceiros. Esses Indicadores determinam a relação de dependência da empresa com relação a capital de terceiros.

Segundo Marion (2010, p. 92 e 93) é por meio desses indicadores que apreciaremos o nível de endividamento da empresa.

Sabemos que o Ativo (aplicação de recursos) é financiado por Capitais de Terceiros (Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo) e por Capitais Próprios (Patrimônio Líquido). Portanto, Capitais de Terceiros e Capitais Próprios são fontes (origens) de recursos.

Os indicadores do grau de endividamentos, ao contrario do índice de liquidez, apresentam situações diferentes na sua análise, a seguir será apresentado um indicador e a sua interpretação.

7.1. Grau De Endividamento (GE)

O Grau de Endividamento tem por finalidade mensurar a estrutura do financiamento da empresa. É um índice que expressa o reflexo das políticas de alavancagem financeira da empresa e financiamento do capital de giro a cada final de período. Assim indicando a porcentagem do ativo total financiada com capitais de terceiros a curto e longo prazo.

Tabela 03 – Grau de Endividamento

INDICADOR	FÓRMULA	RESULTADO
Grau de Endividamento	$\frac{PC + ELP}{ATIVO} \times 100$	249.241,26
	ATIVO	313.082,86
ÍNDICES		79,61

Fonte: Autor

Podemos observar que a empresa necessita de 79,61% do seu ativo para honrar suas dívidas com terceiros, este indicador tem a análise na linha de quanto menor, melhor.

7.2. Endividamento Geral (EG).

Este índice verifica se a empresa tenha condições de garantir suas dívidas com os próprios recursos. Como as dívidas estão demonstradas no passivo circulante e exigível a longo prazo, soma-se o total com o valor do patrimônio líquido que representa os recursos próprios da empresa, sendo um quociente que mostra a capacidade de a empresa garantir os capitais de terceiros.

Tabela 04 – Endividamento Geral

INDICADOR	FÓRMULA	2013
Endividamento Geral	$\frac{PC + ELP}{PL}$	249.241,26
	PL	63.841,60
ÍNDICES		3,90

Fonte: Autor

Nesse indicador, podemos verificar que para cada R\$ 3,90 de capital de terceiros, a empresa apresenta R\$ 1,00 de recursos próprios para fazer jus a seus investimentos do ativo.

7.3. IMOBILIZAÇÃO DO CAPITAL PRÓPRIO

O índice de Imobilização do Capital Próprio indica quanto do Patrimônio Líquido da empresa está aplicado no Ativo Permanente, ou seja, o quanto do Ativo Permanente da empresa é financiado pelo seu Patrimônio Líquido, evidenciando, dessa forma, a maior ou menor dependência de recursos de terceiros para manutenção dos negócios.

Tabela 05 – Imobilização do Capital Próprio

INDICADOR	FÓRMULA	RESULTADO
Imobilização do Capital Próprio	$\frac{\Delta P}{PL} \times 100$	118.382,50
	PL	63.841,60
ÍNDICES		185,43

Fonte: Autor

Este índice tem como análise de linha *quanto menor, melhor*. Portanto conforme apresentado na tabela acima, para cada R\$ 100,00 de patrimônio líquido há 185,43 aplicados no ativo permanente.

8. ÍNDICES DE RENTABILIDADE.

O Índice de Rentabilidade tem por finalidade mesurar o capital investido e identificar os fatores da rentabilidade obtida pelo investimento. Está ligada diretamente ao processo operacional, econômico e financeiro da empresa.

Padoveze (2004, p.101),:

Destaca a Rentabilidade como a parte mais importante da análise financeira. Objetiva mensurar o retorno do capital investido e identificar os fatores que conduziram a essa rentabilidade. Caracterizamos esse segmento da análise financeira de balanço como fundamental, pois trata-se do critério universal de avaliação do desempenho global da empresa.

Os indicadores abaixo são alguns exemplos da análise de rentabilidade de uma empresa.

8.1. Margem Operacional Líquida.

A margem operacional líquida apresenta quanto à empresa tem de lucro após a dedução dos custos e das despesas operacionais da empresa.

Tabela 06 – Margem Operacional Líquida

INDICADOR	FÓRMULA	2013
Margem Operacional Líquida	LOL x 100	91.578,87
	VL	697.414,27
ÍNDICES		13,13

Fonte: Autor

Na margem operacional líquida quanto maior o índice encontrado melhor para a empresa. No primeiro semestre de 2016 a empresa contou com uma rentabilidade de 13,13%, uma boa porcentagem. Em um cenário onde as empresas buscam aumentar, ou no mínimo manter esse índice, esse resultado foi muito favorável, e além de controlar, trouxe uma excelente rentabilidade para a empresa.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decorrer do presente trabalho, procuramos, mesmo que breve, apresentar algumas técnicas de investigação sobre as informações contábeis. Destacando alguns elementos simples mais que afetam diretamente os resultados das pequenas e médias empresas. Na execução dos seus processos operacionais e as suas dificuldades em gerar informações sobre seu negócio.

A partir desse estudo foi possível verificar que a análise econômico-financeira é de extrema importância para as empresas, são elas que direcionam a empresa para a melhor opção de investimento, visando o maior lucro.

Outro fator importante é o ponto de equilíbrio que nos indica a partir de que ponto de vendas a empresa vai cobrir todos seus custos fixos. A informação gerada pela análise do ponto de equilíbrio é fundamental para o sucesso e a lucratividade das empresas.

Ressaltando sempre que essas informações precisam ser concretas e de confiança. Este estudo possibilitará que as diretrizes traçadas para o início, ou acompanhamento efetivo das atividades, sejam satisfatórias. Somente o nascimento de uma ideia não é o suficiente, devemos amadurecê-la e traçar os caminhos. Todas as ações devem ser pensadas, e quando colocadas em prática deverem seguir o caminho de acordo com o que a empresa deseja atingir.

E por fim pode-se concluir que a elaboração de um planejamento estratégico é fundamental para uma empresa bem organizada e administrada. Uma análise financeira comparativa entre os períodos da mesma, através das demonstrações contábeis, pode apontar fatos detalhados aos gestores, permitindo compreender o ocorrido e reestruturá-lo para o futuro.

10. REFERÊNCIAS

CATELLI, Armando. **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica**. GECON. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Planejamento Orçamentário**. 2º edição. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade de Custos: teoria, prática, Integração com Sistema de informação (ERP)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PADOVEZE, Clóvis Luís; BENECKO, Gideo Carvalho de. **Análise das demonstrações financeiras**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MARION, José Carlos. **Análise das Demonstrações Contábeis: contabilidade empresarial** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIUS, Sérgio de Iudícus. **Análise de balanços**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.