

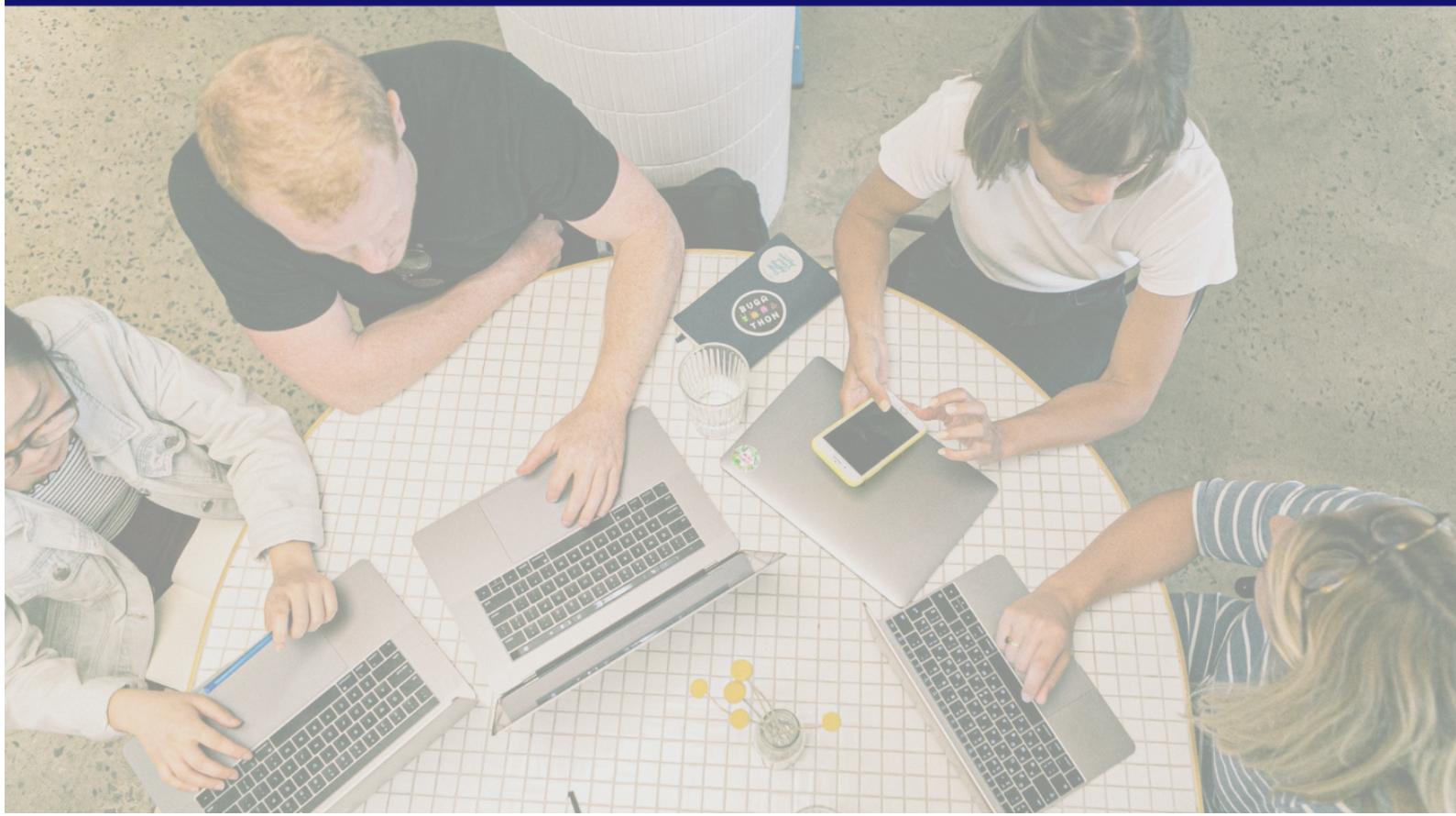


UNifeob
| ESCOLA DE NEGÓCIOS



2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
INDICADORES FINANCEIROS E ECONÔMICOS PARA
TOMADA DE DECISÃO
RIC MANIA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO 2022

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL
INDICADORES FINANCEIROS E ECONÔMICOS PARA
TOMADA DE DECISÃO

RIC MANIA

MÓDULO CONTROLADORIA

Análise das Demonstrações Contábeis – Prof. Antonio Donizeti Fortes

Contabilidade Gerencial – Prof. Max Streicher Vallim

Gestão Estratégica de Custos – Prof. Antonio Donizeti Fortes

Controladoria – Prof. Luiz Fernando Pancine

Projeto de Controladoria – Prof. Ana Carolina Maldonado Matos

Estudantes:

Brenda Venâncio Moreira, RA 20001323

José Rafael Ramos Cirino, RA 20000554

Larissa Vitória de Paula, RA 20000356

Luis Guilherme Cassiano, RA 20000969

Maria Eduarda Petreca, RA 20001834

Monitor:

Tatiane Serrano, RA 20000075

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
NOVEMBRO 2022

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3. PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL	7
3.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	7
3.1.1 ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL	8
3.1.2 BALANÇO PATRIMONIAL	9
3.1.3 INDICADORES DE LIQUIDEZ	10
3.1.4 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO	12
3.1.5 INDICADORES DE ATIVIDADE	14
3.2 CONTABILIDADE GERENCIAL	15
3.2.1 AUMENTAR A PRODUTIVIDADE	15
3.2.2 REDUZIR CUSTOS	16
3.2.3 TOMAR DECISÕES COM MAIS SEGURANÇA	16
3.2.4 PRECIFICAR PRODUTOS E SERVIÇOS DE FORMA ESTRATÉGICA	16
3.2.5 REALIZAR UMA GESTÃO FINANCEIRA EFICIENTE	16
3.2.6 DASHBOARD DE INDICADORES ECONÔMICOS E FINANCEIROS	17
3.3 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	19
3.3.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS	19
3.3.2 CUSTOS	19
3.3.3 GASTOS	20
3.3.4 INVESTIMENTO	20
3.3.5 DESPESAS	21
3.3.6 DESEMBOLSO E PERDA	21
3.3.7 GANHO	21
3.3.8 CUSTOS DIRETOS	21
3.3.9 CUSTOS INDIRETOS	21
3.3.10 GASTOS FIXOS	21
3.3.11 GASTOS VARIÁVEIS	22
3.3.12 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO	22
3.3.13 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	25
3.4 CONTROLADORIA	26
3.4.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES	26
3.4.2 MISSÃO	27
3.4.3 VISÃO	27
3.4.4 VALORES	27
3.4.5 CONSTRUÇÃO DO BALANCED SCORECARD	28
4. CONCLUSÃO	30

1. INTRODUÇÃO

Em uma visão geral, o objetivo deste projeto de controladoria é levar conhecimento contábil ao empresário, para que ele possa adotar a contabilidade em seu empreendimento e, com isso, aumentar seus resultados profissionais. Para isso, serão utilizados os conceitos e aplicações do Balanço patrimonial e da DRE (Demonstração do Resultado do Exercício). O balanço patrimonial é uma demonstração contábil que tem, por finalidade, apresentar a posição contábil, financeira e econômica de uma entidade em determinada data, representando uma posição estática e mostrando a situação dos seus bens, valor monetário em caixa e bancos, bem como suas obrigações com terceiros. Enquanto que, a DRE tem o objetivo de demonstrar para seus usuários a formação do resultado líquido de um determinado período através do confronto das receitas, custos e resultados, apurada segundo o princípio contábil do regime de competência.

Mediante os conteúdos aprendidos nas quatro matérias do semestre, iremos desenvolver os componentes principais deste trabalho, com a matéria de controladoria, o principal objetivo é obter informações e agrupá-las através de dados para que dessa maneira possa propiciar um suporte tempestivo, com a intenção de que a empresa atinja sua missão, sua visão e valores, e assegurando aos tomadores de decisão uma maior margem de confiabilidade e menor possibilidade de erros previsíveis, para não expor a organização a riscos de curto, médio e longo prazo.

Na disciplina de custos serão aplicados os conceitos e diferenças entre custos de despesas, classificando os custos empresariais e diferenciando os princípios e métodos, além de basear os custos totais até as unidades produzidas para diversas finalidades, dentre elas custear seus produtos e tomar decisões.

Na matéria Análise das demonstrações contábeis mostrará os instrumentos de análise das demonstrações contábeis, como o balanço patrimonial e a DRE para subsequente aprofundamento na análise crítica da potencialidade e de limitações da empresa.

Por fim, a disciplina de contabilidade gerencial apresentará a gestão da empresa, considerando-se a coordenação das informações contábeis auxiliares dos gerentes na tomada de decisão.

Portanto, esse trabalho se justifica no fato de que a contabilidade é essencial para a manutenção de uma empresa no mercado para uma boa saúde financeira, sendo responsável por mostrar aos gestores todos os valores de seus custos, despesas, receitas, lucratividades, ativos e passivos. Além disso, por abranger uma boa quantidade de números importantes para

o funcionamento de sua organização, ela é essencial para auxiliar nas decisões, no planejamento da empresa e nos investimentos possíveis com mão de obra e outras iniciativas que contribuem para sua ascensão. Com tudo isso, sua importância para o empresário se torna um grande instrumento para o auxílio de sua administração, ajudando a sua empresa em seu crescimento sustentável.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Ricardo Perpétuo Prazeres, de razão social RIC Mania e inscrita sob o CNPJ nº 26.147.669/0001-02, é um food Truck de comida oriental instalado nas dependências da UNIFEOB (Avenida Doutor Octávio da Silva Bastos nº 2439, box 5 - Jardim Nova São João, São João da Boa Vista - SP).

A empresa RIC Mania desenvolve seu trabalho no segmento de Cantinas, que representa a exploração comercial de espaços em empresas, organizações, universidades, casernas, repartições e órgãos públicos para o fornecimento de serviço alimentício.

Fundada em 12/09/2016, a empresa está enquadrada como natureza jurídica Empresário individual, porte da empresa Micro e no regime tributário MEI (Microempreendedor individual) desde a data de abertura, e completou R\$50.000,00 de Capital Social no ato de abertura. Vale ressaltar que, embora tratar-se de uma MEI, o food truck conta com dois proprietários: Ricardo Perpétuo Prazeres e André Luiz Moreira Moraes.

Popularmente conhecido como “Japa”, o trailer que atua como cantina na UNIFEOB com o preparo de comida oriental tem como público alvo os estudantes da instituição. Por referir-se ao único quiosque que serve comida oriental, RIC Mania não conta com concorrentes diretos e considerando isso também não possui fornecedores diretos, mas podemos destacar como possíveis concorrentes os demais trailers instalados dentro da UNIFEOB.

3. PROJETO DE CONSULTORIA EMPRESARIAL

A Gestão Estratégica de Custos consiste na maneira correta de se gerir os custos para o melhor desempenho da empresa, gerando assim uma vantagem competitiva. Considerada como uma ferramenta indispensável para o sucesso de uma empresa, a gestão estratégica de custos tem como objetivo auxiliar na otimização de processos, reduzir desperdícios, realizar a formação de preço e também contribui para a elaboração e cumprimento das estratégias da empresa. Os termos Gasto, Despesas e Custos parecem bem semelhantes. Porém, na contabilidade, sabemos que tem significados bem diferentes.

3.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

É uma demonstração contábil elaborada juntamente com o Balanço Patrimonial, que descreve as operações financeiras realizadas pela empresa em determinado período.

Seu objetivo é demonstrar a formação do resultado líquido em um exercício através do confronto das receitas, despesas e resultados apurados, gerando informações significativas para tomada de decisão.

Segundo Marion (2003), a DRE é extremamente relevante para avaliar o desempenho da empresa e a eficiência dos gestores em obter resultados positivos. O lucro é o objetivo principal das empresas.

De acordo com Gonçalves (1996), a Demonstração do Resultado do Exercício apresenta, de forma resumida, as operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstrada de forma a destacar o resultado líquido do período.

De forma geral, a DRE é montada em uma sequência bem ordenada de cálculos, que se repete em qualquer demonstração contábil feita para qualquer tipo de empresa, independente do porte ou volume dos fatores ocorridos naquele exercício.

Dessa forma, podemos dizer que a Demonstração do Resultado do Exercício está classificada em três grupos principais, o grupo de custo, o grupo de despesas e o grupo do resultado líquido dos ganhos.

Figura 1: Demonstração do resultado do exercício

DRE 2022	
Receita operacional bruta	197.505,00
Venda de mercadoria	197.505,00
(=) Receita operacional líquida	197.505,00
(-) Custos Operacionais	102.807,90
CMV/ CSV	101.682,90
Gás	495,00
Óleo para fritura	630,00
(=)Resultado operacional bruto	94.697,10
(-)Despesa operacional	3.600,00
Despesa com aluguel	3.600,00
(-)Despesa tributária	799,20
MEI	799,20
(=)Resultado líquido do exercício	90.297,90

Fonte: criação própria

3.1.1 ANÁLISE VERTICAL E HORIZONTAL

A análise vertical e horizontal são duas ferramentas, que nos possibilitam gerar informações sobre o desempenho financeiro de uma empresa, e a partir de então serem utilizadas para análises comparativas dos demonstrativos.

A análise vertical acontece no mesmo período, porém são analisadas contas diferentes, e com ela é possível determinar o percentual de participação de cada conta em relação ao total do conjunto. Quando é analisada a Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), a conta base será a receita, e o cálculo utilizará o resultado das outras contas de acordo com a conta base (receita). No Balanço Patrimonial, a conta base poderá ser o ativo total e o passivo total, e o cálculo irá utilizar as contas de cada um desses grupos, sempre de acordo com a conta base do grupo específico, por exemplo, dentro do ativo total podemos identificar o percentual de participação do caixa e equivalentes de caixa nesse grupo, e do lado do passivo total, o mesmo para fornecedores.

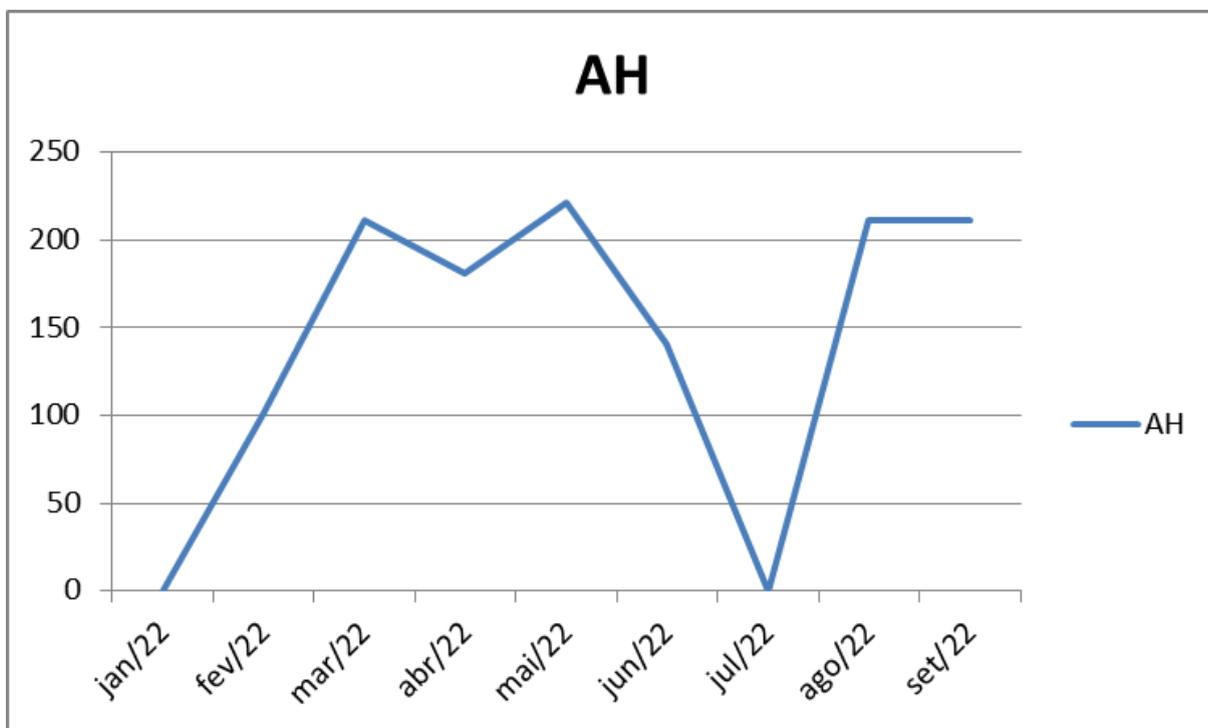
O cálculo da análise vertical consiste em: $AV\% = (\text{Valor do Item} / \text{Valor da Base de Cálculo}) \times 100$.

A análise horizontal consiste na evolução das contas ao longo prazo, onde a comparação é feita com as mesmas contas, porém em exercícios diferentes. A partir desta análise conseguimos identificar o crescimento ou queda, das contas ou grupos de contas que

estão nas demonstrações contábeis, que possa ter ocorrido nos períodos consecutivos que foram considerados para realizar as análises.

O cálculo da análise horizontal consiste em: $AH\% = ((\text{Valor do Item Atual} / \text{Valor do Item do Exercício Anterior}) - 1) \times 100$.

Figura 2: Análise Horizontal DRE



Fonte: criação própria

Analisando o ano de 2022, é possível identificar que, nos meses de Janeiro e Julho, a empresa obteve uma drástica queda, isso por conta do período que não tem movimentação na instituição por causa das férias escolares.

Sabe-se que é uma ocorrência anual, a empresa precisa estar preparada para que o lucro dos demais períodos possam suprir com as obrigações dos meses em que não há receita com vendas.

3.1.2 BALANÇO PATRIMONIAL

O balanço patrimonial é a demonstração contábil que apresenta os bens, direitos e deveres pertencentes a uma entidade numa determinada data. Através da diferença entre o Ativo (bens e direitos), e do Passivo Exigível (deveres), o balanço patrimonial evidencia a situação líquida da entidade. Segundo Marion (1998), o balanço patrimonial reflete a posição financeira em determinado momento. São classificados como bens, itens ativos como dinheiro, contas bancárias, estoques, terrenos, veículos e instalações. São considerados

direitos itens como, contas a receber, empréstimos concedidos e adiantamentos. Enquanto que, os deveres, são itens passivos como fornecedores, salário de funcionários, empréstimos a pagar e tributos a recolher.

Figura 3: Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial			
Ativo		Passivo	
Circulante	2.894,00	Circulante	3.067,00
Caixa e equivalente de caixa	1.500,00	Fornecedor	3.000,00
Estoque	1.394,00	Imposto a pagar	67,00
Não circulante	973,00	Patrimônio Líquido	800,00
Imobilizado	973,00	Capital social	800,00
Total	3.867,00	Total	3.867,00

Fonte: criação própria

3.1.3 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Os indicadores de liquidez tem o intuito de medir e demonstrar a capacidade de pagamento de uma empresa, podendo ser tanto no curto, médio e até mesmo no longo prazo. Para que haja uma boa análise de liquidez, e para que ela seja relevante aos usuários das informações, é essencial dar atenção a alguns fatores, como a coleta de dados os cálculos dos indicadores, e a análise e interpretação, pois se houver erros em algum desses fatores, poderá acarretar em uma série de problemas.

- **Liquidez corrente**

A liquidez corrente nos mostra a capacidade que a empresa tem de arcar com suas obrigações no curto prazo, ou seja, correspondente ao período de 12 meses. Considerando seu ativo circulante, contendo o caixa e equivalentes de caixa, estoques, duplicatas e entre outros, comparando o mesmo período se são superiores ou não, ao passivo circulante.

Podendo ser calculado da seguinte forma:

Fórmula: Liquidez Corrente = Ativo Circulante / Passivo Circulante.

$$2.894/3.067 = 0,94$$

Isso quer dizer que o ativo circulante não é suficiente para suprir com as despesas de curto prazo.

- **Liquidez seca**

A liquidez seca também é utilizada para nos mostrar a capacidade que a empresa tem de cumprir com as suas obrigações no curto prazo, porém nesse cálculo são desconsiderados o valor dos estoques, proporcionando uma visão financeira mais realista da empresa. Este índice de liquidez se diferencia da liquidez corrente, justamente por desconsiderar os estoques, e utilizar apenas os ativos líquidos para cumprir suas obrigações.

Podendo ser calculado da seguinte forma:

Fórmula: Liquidez Seca: (Ativo Circulante - Estoques) / Passivo Circulante.

$$1.500/3.067 = 0,48$$

Ou seja, a cada 1 real de despesa, a empresa tem apenas 0,49 centavos disponíveis para arcar com as despesas a curto prazo.

- **Liquidez imediata**

A liquidez imediata considera somente os valores do balanço da empresa que já estão disponíveis, ou seja, o caixa e equivalentes de caixa e também as aplicações financeiras, confrontando com o passivo circulante para cumprir suas obrigações no curto prazo.

Podendo ser calculado da seguinte forma:

Fórmula: Liquidez Imediata: Disponibilidades / Passivo Circulante.

$$1.500/3.067 = 0,48$$

Assim como na liquidez seca, como a empresa não possui outro plano de conta no ativo circulante, a liquidez imediata resultaria em 0,48, ou seja, não arcaria imediatamente com suas despesas, caso fosse necessário.

Após o cálculo da liquidez imediata, se o resultado estiver acima de R\$1,00 significa que a empresa possui recursos suficientes para cumprir com suas obrigações de curto prazo, não havendo a necessidade de utilizar seus ativos totais, e com isso sobrando ainda muitos recursos. Se o resultado for equivalente a R\$1,00 significa que a empresa pode arcar com suas obrigações, porém não restando mais nenhum recurso em suas disponibilidades. Agora se o

resultado for inferior a R\$1,00 significa que a empresa não tem condições de cumprir com suas obrigações de curto prazo, contando apenas com os valores no seu disponível.

- **Liquidez geral.**

A liquidez geral mostra a capacidade que a empresa tem de cumprir com suas obrigações no curto, médio e longo prazo. Neste indicador, além dos seus bens e direitos, e obrigações de curto prazo, entra também o realizável a longo prazo, do lado do ativo, e o exigível a longo prazo do lado do passivo. Podendo ser calculado da seguinte forma:

Fórmula: $\text{Liquidez Geral} = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}).$

$$3.867/3.067 = 1,26$$

Resultado significativo, cumprindo assim com suas obrigações.

3.1.4 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

Os Indicadores de Endividamento tem o intuito de medir o quanto uma empresa possui de dívidas em relação ao patrimônio e ativos, e apresentar a proporção em que são utilizados os capitais próprios (Patrimônio Líquido), e os capitais de terceiros (Passivo Circulante somado ao Passivo não Circulante), em uma empresa. Para a realização dos cálculos desses indicadores, será necessário ter o Balanço Patrimonial da empresa como base. Onde poderemos analisar e mensurar três indicadores: Grau de Endividamento, Índice de Participação do Capital de Terceiros, e Composição do Endividamento.

- **Grau de endividamento**

O Grau de Endividamento, que também pode ser chamado de Índice de Endividamento Geral, tem o objetivo de medir e apresentar a proporção do ativo total que está sendo financiado com recursos provenientes de terceiros. Após os cálculos, quanto maior for o índice, significa que maior foi o montante de capital de terceiros utilizados para trazer lucros a empresa.

Fórmula: $\text{Grau de Endividamento} = (\text{Exigível Total} / \text{Ativo Total}) * 100$

A empresa como não possui passivo não circulante, isso significa que toda a composição de dívida dela se baseia no curto prazo ou seja 100% de suas obrigações são pagas em curto prazo

- **Índice de Participação do capital de terceiros**

O Índice de Participação do Capital de Terceiros é um indicador que mostra o percentual referente a dependência que uma empresa pode ter em relação ao capital de terceiros, indicando quanto o capital de terceiros representa sobre o capital próprio investido no negócio. Para o cálculo deste indicador, será confrontado o que a empresa deve a terceiros (Passivo Circulante somado ao Passivo Não Circulante), e o seu capital próprio (Patrimônio Líquido).

Fórmula: Índice de Participação do Capital de Terceiros = (Exigível Total / Patrimônio Líquido) * 100

$$(3067/800)*100$$

$$=383\%$$

Caso o valor seja maior que 100% a empresa tem mais capital que de terceiros do que capital próprio, sendo um resultado de 383% significa que a empresa possui mais capital que bens próprios

- **Composição do endividamento.**

A Composição do Endividamento é um indicador percentual que possui o objetivo de verificar a composição do endividamento da empresa, demonstrando o percentual de capital de terceiros que se encontra no curto prazo (Passivo Circulante), em relação a dívida total da empresa, ou seja, seus exigível Total (Passivo Circulante somado ao Passivo não Circulante). Dessa forma, apresentando quanto das obrigações totais que deverão ser pagas a curto prazo.

Fórmula: Composição do Endividamento = (Passivo Circulante) / Exigível Total * 100

$$3067/3867*100$$

$$=79\%$$

3.1.5 INDICADORES DE ATIVIDADE

Os indicadores de atividade tem o intuito de estar mensurando as várias etapas do ciclo de uma empresa, onde existem alguns processos que são medidos pelos indicadores, que vão desde a gestão de estoques, e prazos que são concedidos aos clientes a partir das vendas de mercadorias. Para mensurar os diferentes resultados que a empresa Suzano possa apresentar, estaremos avaliando o seu prazo médio de recebimento de vendas, o prazo médio de compras, e o prazo médio de renovação de estoques. Os cálculos serão realizados com base nas informações contidas no Balanço Patrimonial, e na Demonstração do Resultado do Exercício da empresa.

- **Prazo médio de recebimento de vendas**

O prazo médio de recebimento de vendas, irá indicar o tempo médio que a empresa leva desde quando efetuou suas vendas a prazo, até o momento do recebimento dos valores decorrentes das mesmas. Este indicador apresenta o resultado em dias, portanto, quanto menor for o número de dias, mais rápido a empresa recebe os valores de suas vendas, e quanto maior for o número de dias, significará um possível impacto negativo no capital de giro da empresa.

Fórmula: $(\text{Contas a Receber (média)} * 360) / \text{Receita de Vendas}$.

No caso da empresa Ric Mania não tem prazo médio de recebimento, pois suas vendas são todas à vista.

- **Prazo médio de compras**

O prazo médio de pagamento de compras, irá indicar o tempo médio em que a empresa leva para cumprir com suas obrigações com os fornecedores. Este indicador apresenta o resultado do cálculo em dias, portanto, quanto maior for o número de dias mais tempo a empresa ganhará em relação ao pagamento de fornecedores, e com isso melhor será a sua situação financeira.

Fórmula: $(\text{Fornecedores (média)} / \text{Compras do Período}) * 360$.

$$= 3000 / (\text{CMV} + \text{ESTF} - \text{ESTI}) * 360$$

$$(3000 / (101.682,9 + 1133,2 - 2000)) * 360$$

$$(3000 / 101.682,9) * 360$$

$$= 11$$

Isso indica que em média a empresa leva 11 dias para cumprir com suas obrigações de pagamento com fornecedores

- **Prazo médio de renovação dos estoques.**

O prazo médio de renovação de estoques, irá indicar a quantidade de vezes no ano em que os estoques da empresa “giram”, ou seja, se renovam. Este indicador nos mostra o período entre o tempo em que o produto está armazenado, até o momento de sua respectiva venda. Deverá ser observado a quantidade de vezes que o estoque “gira” no ano, pois quanto mais vezes girar, melhor para empresa, agora quanto maior for o índice em dias, pior para a empresa.

Fórmula: $PMRE = (\text{Estoque Final} - \text{Estoque Inicial}) \times \text{Dias do Período} / \text{CMV}$

$= 866,8 \times 360 / 101.682,9$

4

Isso significa que a empresa leva em média 4 dias para fazer a completa renovação dos estoques durante o ano.

3.2 CONTABILIDADE GERENCIAL

A contabilidade gerencial é um campo da área contábil que busca fornecer aos administradores, os aspectos e as informações necessárias para eles poderem tomar as decisões corretas, relatórios e demais ferramentas que produzem dados para comparações, elaboração de planilhas para as suas empresas.

Assim, o contador obterá dados úteis na gestão do empreendedor, porque a contabilidade fornecerá ao cliente informações quanto ao que está dando resultado ou não no cumprimento do plano financeiro. Da mesma forma, indicará as medidas a serem tomadas para uma gestão saudável, afinal, os dados são transmitidos ao cliente pelos relatórios detalhados, demonstrando os pontos em que há desperdício de recursos e fontes de lucro.

Com isso, ela vem com vantagens, sendo elas:

3.2.1 AUMENTAR A PRODUTIVIDADE

Antes de tudo, é preciso entender se os investimentos realizados serão recompensados, para depois pensar em ampliar algo. Logo, usando a contabilidade gerencial, dá para fazer essa análise com o objetivo de saber se a conta finaliza com saldo positivo ou não. Dessa

forma, se precisar aumentar a produtividade, é bom considerar os insights proporcionados pela técnica.

Tendo os dados avaliados, servirá de embasamento ou de questionamento para as teorias da gestão perante as formas de ampliação da produtividade. Um exemplo é decidir o quanto é melhor investir na capacitação da equipe do que na contratação de novos profissionais ou na compra de novos equipamentos em detrimento da manutenção dos demais.

3.2.2 REDUZIR CUSTOS

Nesse quesito, ela também pode ser empregada como ferramenta para redução de custos, por meio de avaliações minuciosas das despesas e investimentos da organização para revelar o que realmente deve ser mantido ou o que é gasto desnecessário. Além disso, a contabilidade gerencial indica os locais em que se deve fazer cortes e investimentos.

3.2.3 TOMAR DECISÕES COM MAIS SEGURANÇA

O “achismo” e a intuição não têm espaço em uma empresa com gestão eficiente, porque ela tem dados relevantes que mostram o caminho a ser seguido para realizar suas escolhas. Com isso, a contabilidade entrega os números para que haja tomadas de decisões com poucos riscos e mais acertos. Claro que erros ocorrem, mas é algo mínimo em relação a uma gestão desinformada.

3.2.4 PRECIFICAR PRODUTOS E SERVIÇOS DE FORMA ESTRATÉGICA

São poucos empreendedores que realmente sabem precificar seus produtos ou serviços, pois muitos pensam que se deve considerar apenas o seu custo para a empresa. No entanto, a precificação estratégica dá importância à demanda, ao perfil do consumidor, à concorrência e à época do ano. Logo, tendo os comparativos, há possibilidade de projetar e experimentar preços atrativos, tanto para os clientes quanto para o negócio.

3.2.5 REALIZAR UMA GESTÃO FINANCEIRA EFICIENTE

Desse modo, a contabilidade gerencial está ligada à gestão financeira bem-feita de cada área da empresa, para que os números gerem resultados para aquele investimento, assim

como para vendas e lucros. Está certo que é uma atividade complexa e que evolui com o crescimento da organização, porém alivia as dificuldades do trabalho e traz mais resultados tanto para dentro das planilhas quanto para fora delas.

3.2.6 DASHBOARD DE INDICADORES ECONÔMICOS E FINANCEIROS

O dashboard é uma ferramenta que, em português, significa painel de controle, ou seja, a partir dela é possível realizar toda a gestão de dados de um projeto. Com isso, é possível ter um maior auxílio na exibição de métricas que indicam como um processo, campanha ou a saúde de um negócio está se desenvolvendo.

Um dashboard é composto de números, tabelas, textos e gráficos, que representam o detalhamento de todas essas informações complexas de maneira simplificada e organizada, auxiliando as empresas na tomada de decisões e acompanhamento de metas de forma rápida e fácil.

Além disso, ele pode ser utilizado por qualquer área, para as mais diversas finalidades, pois é customizável. Para que o dashboard funcione da melhor forma, precisa estar conectado aos servidores de dados da empresa.

É possível criar vários tipos de Dashboard, eles podem ter perfis diversos de um público, inclusive os mais técnicos, com foco no desempenho de uma parte de um processo organizacional ou de gestão, por meio de um resumo dos indicadores a serem acompanhados, para que a empresa cresça cada vez mais.

Aqui, vemos três exemplos de Dashboard:

- **Dashboard Operacional**

Esse dashboard contém os dados referentes às operações de uma empresa. Ele é utilizado por gestores e pessoas que desejam acompanhar e analisar o desempenho de processos organizacionais, um exemplo são os anúncios de marketing.

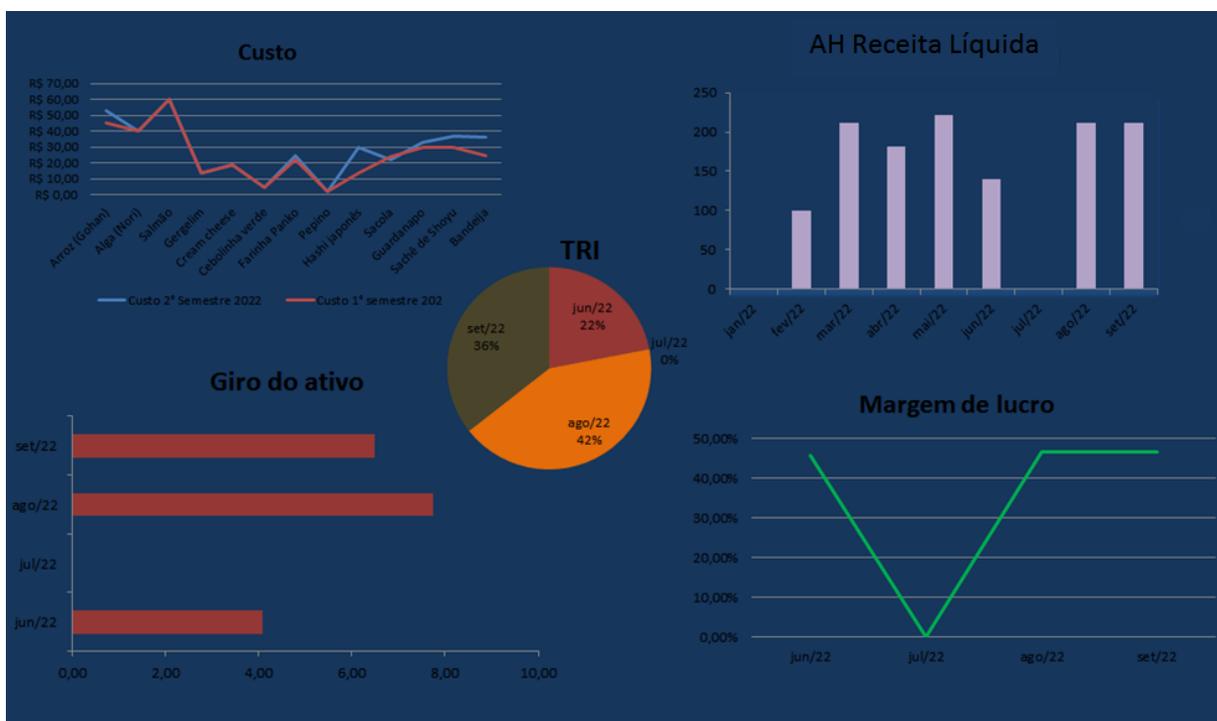
- **Dashboard Tático**

Esse tipo de dashboard apresenta indicadores para se tomar decisões em uma empresa, principalmente para objetivos de médio prazo, avaliando a eficácia ou erros de uma estratégia (por isso o nome "tático") aplicada pela organização.

● Dashboard Estratégico

Já neste tipo de dashboard, os indicadores são importantes para a validação de um planejamento de estratégias, visando o crescimento de uma empresa. O objetivo é que as informações sejam comparadas com o registro histórico, para entender o processo de evolução dos resultados da organização. As métricas de vendas e do financeiro são os dados mais essenciais nesse tipo de dashboard, possibilitando a identificação de erros ou melhorias para aplicação em um plano de ação.

Figura 4: Dashboard operacional



Fonte: Criação própria

Uma das características qualitativas da contabilidade, é a comparabilidade, e o dashboard mostra essa comparação entre meses e anos de movimentação da empresa.

Quanto maior o resultado do giro do ativo, melhor é para a empresa. No caso da Ric Mania, em média, seu giro é de 6,11, um resultado bom, pois é o quanto seu ativo é capaz de extrair capital.

Outra comparação positiva identificada, foi o custo das mercadorias. Nota-se que durante o ano de 2022, ainda em pandemia, crise econômica, a empresa Ric Mania conseguiu, através de pesquisa de melhores fornecedores, manter um padrão de custo pelas mercadorias utilizadas para a produção de seus produtos.

Nota-se inúmeras possíveis comparações e análises através do Dashboard. Uma ferramenta que facilita e agiliza a tomada de decisão.

3.3 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

A Gestão Estratégica de Custos consiste na maneira correta de se gerir os custos para o melhor desempenho da empresa, gerando assim uma vantagem competitiva. Considerada como uma ferramenta indispensável para o sucesso de uma empresa, a gestão estratégica de custos tem como objetivo auxiliar na otimização de processos, reduzir desperdícios, realizar a formação de preço e também contribui para a elaboração e cumprimento das estratégias da empresa. Os termos Gasto, Despesas e Custos parecem bem semelhantes. Porém na Contabilidade, sabemos que tem significados bem diferentes.

3.3.1 TERMINOLOGIA E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS

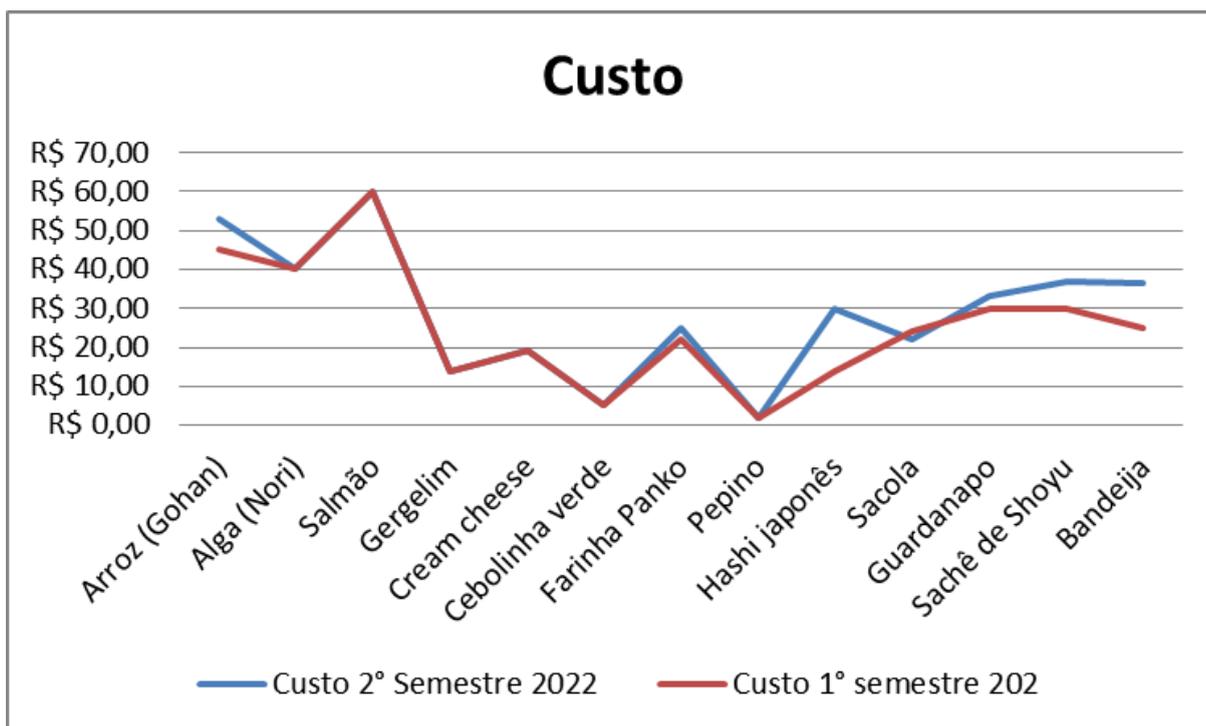
Terminologia de custos é uma forma de mensurar os custos, despesas, gastos, ou seja, tudo que envolve saída de recursos. A partir disso irá definir se é viável produzir um determinado produto ou se o modelo de negócio funcionará de maneira produtiva para que se torne eficiente.

Para a implantação desta ferramenta, é essencial que os conceitos de gasto, investimento, custo, despesa, desembolso, ganho e perda estejam bem claros entre os envolvidos no processo. Entender estes conceitos é algo indispensável, pois caso algum item seja classificado de maneira incorreta, irá impactar diretamente no resultado dos indicadores da empresa.

3.3.2 CUSTOS

É todo gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços. O custo é também um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo, no momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços), para a fabricação de um produto ou execução de um serviço.

Figura 5: Análise de custo



Fonte: Criação própria

Analisando o gráfico, é possível notar que a empresa continua buscando os melhores valores de mercadoria e com a mesma qualidade.

3.3.3 GASTOS

É o sacrifício financeiro com que a entidade arca para a obtenção de um produto ou serviço qualquer. É um conceito extremamente amplo. Só existem gastos no ato da passagem para a propriedade da empresa do bem ou serviço, ou seja, no momento em que existe o reconhecimento contábil da dívida assumida ou da redução do ativo dado em pagamento.

3.3.4 INVESTIMENTO

É o gasto ativado em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuros períodos. São os sacrifícios havidos pela aquisição de bens ou serviços (gastos) que são “estocados” nos ativos da empresa para baixa ou amortização futura.

3.3.5 DESPESAS

São bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção de receitas. As despesas são itens que reduzem o Patrimônio Líquido e que têm essa característica de representar sacrifícios no processo de obtenção de receitas.

3.3.6 DESEMBOLSO E PERDA

Desembolso é o pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço. Perda refere-se ao bem ou serviço consumidos de forma anormal e involuntária.

3.3.7 GANHO

O ganho é dado pela quantia em dinheiro gerada pela empresa com a venda de seus produtos. O que foi produzido e não foi vendido não é considerado ganho. De outro ângulo, representa o dinheiro gerado pela empresa, calculado pela receita menos os custos totalmente variáveis

3.3.8 CUSTOS DIRETOS

Segundo Dubois (2008), o custo direto representa o valor que foi gasto para produzir um bem ou serviço e apenas é custo direto quando se conhece onde foi utilizado esse gasto.

3.3.9 CUSTOS INDIRETOS

Os custos que necessitam de alguns cálculos para serem apropriados em um determinado produto ou serviço. Quando este tipo de custo for de difícil mensuração, sempre será custo indireto. Ex: a depreciação dos equipamentos quando são utilizados na fabricação de mais de um produto.

3.3.10 GASTOS FIXOS

Gasto fixo é um gasto que se mantém igual independentemente da quantidade de produtos ou serviços vendidos – por isso recebe este nome. Quer a empresa venda mais, quer a empresa venda menos, os gastos fixos permanecem os mesmos.

Exemplos de Gastos fixos:

- Salário de funcionários;
- Aluguel de máquinas ou equipamentos envolvidos na confecção de produtos ou prestação de serviços;
- Manutenção de equipamentos

3.3.11 GASTOS VARIÁVEIS

Gasto variável é um gasto que varia de acordo com a quantidade de produtos ou serviços vendidos. Se a empresa vender mais, portanto, os gastos variáveis aumentam – e vice-versa.

Exemplos de custos variáveis:

- Matérias-primas;
- Embalagens;
- Combustível (caso a pessoa use o carro para trabalhar);
- Mão-de-obra temporária;

Entre outros custos envolvidos na fabricação de um produto ou prestação de serviço que variam de acordo com a quantidade vendida.

3.3.12 ANÁLISE DO PONTO DE EQUILÍBRIO

Este indicador é utilizado para que a empresa descubra qual a quantidade de produtos a serem vendidos para que ela consiga cobrir todos os seus custos e despesas fixos e variáveis, de forma que ao final seu lucro seja igual a zero. Este indicador é essencial para que a empresa possa analisar a viabilidade do estoque e descobrir a partir de qual ponto a venda de produtos irá gerar lucros para a empresa. Existem três variações deste indicador utilizado pelas empresas: Ponto de equilíbrio contábil, financeiro e econômico, e tem como função apresentar diversas perspectivas para as empresas. Para a realização dos cálculos dos indicadores de ponto de equilíbrio, é necessário ter obter os valores das seguintes contas: Receitas, custos fixos e variáveis, despesas fixas e variáveis e depreciação acumulada. Também é necessário encontrar o valor da margem de contribuição da empresa, para encontrar o valor da margem é necessário realizar o seguinte cálculo:

Ponto de Equilíbrio Contábil: Apura o número de vendas, seja em valores ou quantidades de mercadorias, para que o resultado seja igual a zero, sem lucros nem prejuízos.

Para a realização do cálculo do ponto de equilíbrio contábil, é utilizado a seguinte fórmula:

$$\text{PEC} = \text{Custos e despesas fixas} / \text{margem de contribuição unitária}$$

DADOS DA DRE RIC MANIA		2022	
RECEITA LÍQUIDA		197.505,00	100%
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA		102.807,90	74%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	48%
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	24%
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	2%
PEC		7.508,34	
PEC MENSAL		625,69	
RECEITA LÍQUIDA		91.097,00	
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	

Figura 6: Ponto de equilíbrio

Ponto de Equilíbrio	
VENDA DE 108,40 UNIDADES	7.508,34
(-) CUSTO	
(=) MARGEM	3.600,00
(-) DESPESAS FIXAS/MÊS	3.600,00
PEC	-

Ponto de equilíbrio financeiro

Nesse caso, a empresa Ric Mania precisa vender no mínimo 108,4 unidades mês para ficar empatado, ou seja, não ter lucro, nem prejuízo.

Ponto de equilíbrio financeiro

O ponto de equilíbrio financeiro é parecido com o contábil, mas a diferença é que esse tipo exclui da conta depreciação e despesas que a empresa não precisa desembolsar, mas que serão contabilizadas no Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE).

Isso significa que nesse cálculo o que importa são os custos para manter a empresa, como despesas operacionais e administrativas.

Nesse sentido, o ponto do equilíbrio financeiro é semelhante com o EBITDA, que representa os lucros antes de amortizações, juros, depreciações e impostos.

Fórmula: PEF = Custos e Despesas Fixas – Não Desembolsáveis/ Margem de Contribuição

DADOS DA DRE RIC MANIA		2022	
RECEITA LÍQUIDA		197.505,00	100%
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA		102.807,90	74%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	48%
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	24%
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	2%
DEPRECIAÇÃO		3.000,00	
PEF		1.251,39	
PEF MENSAL		104,28	
RECEITA LÍQUIDA		197.505,00	
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	

Ponto de equilíbrio econômico

Esse é um indicador um pouco mais complexo que os dois exemplos anteriores, pois nele é necessário adicionar o custo de oportunidade ao cálculo.

Esse custo considera qual seria a margem de lucro que alguém poderia ter na hipótese de ter investido em outro fundo de investimento ou negócio.

O negócio visado precisa gerar resultados iguais ou superiores ao preterido pelo investidor ou empresário.

Ou seja, o ponto econômico considera o custo de oportunidade, não focando apenas nos custos.

Fórmula : PEE = Custos e Despesas Fixas + Lucro / % Margem de Contribuição

DADOS DA DRE RIC MANIA		2022	
RECEITA LÍQUIDA		197.505,00	100%
CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA		102.807,90	74%
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	47,9%
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	24%
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	2%
LUCRO DESEJADO		20.000,00	
PEE		49.221,34	
PEE MENSAL		4.101,78	
RECEITA LÍQUIDA		197.505,00	
MARGEM CONTRIBUIÇÃO		94.697,10	
DESPEAS OPERACIONAIS		3.600,00	
RESULTADO OPERACIONAL		91.097,10	

3.3.13 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

O conceito de margem de contribuição, segundo Eliseu Martins (09), é o ganho bruto sobre o que é vendido. É o quanto uma determinada organização consegue obter de recursos para pagar despesas fixas e obter lucro. Margem de contribuição é o resultado da subtração das despesas e custos variáveis do preço de venda. É o ganho bruto sobre as vendas.

Obtendo-se conhecimento sobre a margem de contribuição pode-se analisar o quanto um determinado valor de venda, preço, contribui para o pagamento das despesas fixas e geração do lucro. Assim a margem de contribuição é utilizada na formação de preço, visando sempre os orçamentos, e auxilia nas tomadas de decisões.

A correta formação de preço propicia, à organização, uma vantagem competitiva sobre as demais. Supostamente preço abaixo do real, diminui os lucros da empresa e preço acima do real, dificulta as vendas.

Com o auxílio de um modelo que estratifique os custos fixos e os custos variáveis em uma organização, o uso do conceito de margem de contribuição como fator de análise, permite identificar se a receita que se propõe incrementar em seu faturamento é ou não interessante para sua empresa, tornando a afirmação acima de que, venda abaixo do preço real, diminui o lucro da empresa uma afirmação que pode estar equivocada.

Margem de contribuição : Vendas - (Custos variáveis + despesas variáveis)

Figura 7: Análise da margem de contribuição

RECEITA / MÊS	197.505,00	
CUSTO / MÊS	102.807,90	
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	94.697,10	47,9%
DESPESAS FIXAS / MÊS	3.600,00	
LUCRO OPERACIONAL	91.097,10	

Fonte: criação própria

3.4 CONTROLADORIA

Em uma empresa, o setor responsável pela gestão econômica e administrativa da empresa é chamado de controladoria. Ela é quem incentiva e monitora os demais setores, oferecendo também informações valiosas em momentos de decisões importantes que necessitam investimentos ou redução de gastos.

A área utiliza de conhecimentos científicos da contabilidade e administração para exercer suas funções, as quais objetivam, por exemplo, traçar e atingir metas que levem à melhora dos resultados e crescimento constante do negócio.

Ou seja, a controladoria é uma facilitadora da gestão financeira empresarial. Ela é quem gera as principais informações contábeis e financeiras para todos os outros setores poderem tomar decisões orçamentárias.

Na Controladoria, foi feito o estudo do que é missão, visão e valores e foi feito também o estudo da BSC. Com isso, desenvolvemos a missão,visão e valores da empresa, e de acordo com eles, criamos a BSC da empresa RIC Mania.

3.4.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES

A missão, a visão e os valores de uma empresa são mais que objetos de enfeite de uma organização. Os termos são ferramentas de estratégia e gestão, que devem ser bem definidos e revistos ao longo do tempo.

Missão, visão e valores são o tripé responsável por determinar a identidade e o propósito de um negócio.

Definir cada um deles de forma estratégica é importante para direcionar a tomada de decisão e estabelecer o caminho a ser seguido pelo empreendimento. Eles são a base necessária para atingir os objetivos e metas propostos no seu planejamento estratégico.

3.4.2 MISSÃO

A missão é a razão da existência da empresa e está muito relacionada à proposta de valor que seu produto oferece a seu público alvo. Ao definir uma meta, o negócio também está definindo sua identidade, pois é ela que entrega o diferencial da marca, em outras palavras, é a sua proposta de valor, e por isso não costuma mudar com o passar do tempo em uma missão, não há como definir uma estratégia de crescimento para um negócio, pois seus objetivos não são claros.

Para a empresa RIC Mania, a missão é produzir e comercializar os melhores produtos trazendo assim os melhores sabores da culinária asiática, através de um excelente atendimento, buscando ser acessível a todos; justo e que transmita alegria através da culinária.

3.4.3 VISÃO

Com a missão definida, o segundo passo para estabelecer a cultura da empresa é estabelecer até onde vai a sua visão. É o horizonte que se enxerga e a partir de ações concretas será incansavelmente buscado. Para ter uma visão séria e concreta é preciso estabelecer indicadores e metas de curto, médio e longo prazo. A visão é a responsável por definir os objetivos a serem alcançados no futuro, é fundamental que existam metas e indicadores para acompanhar o desempenho do negócio em relação aos objetivos estabelecidos.

Para a empresa, a visão é ser sempre o líder e referência no segmento em que atua, assim oferecendo os melhores molhos e condimentos, estando sempre com as tendências no ramo alimentícios e os hábitos do consumo contemporâneo. Ela demonstra o desejo real e possível do seu negócio.

3.4.4 VALORES

Os valores servem como guia para as atitudes, os comportamentos e a tomada de decisões de toda a equipe de trabalho. São eles que determinam como um negócio deseja ser reconhecido no mercado, definindo desde a conduta da equipe, até a qualidade dos produtos e serviços oferecidos.

Os valores da empresa Ric Mania se baseiam em oferecer sempre os melhores alimentos, sendo de qualidade e sabor. Trazendo sempre o melhor da culinária japonesa proporcionando uma miscigenação entre cultura e qualidade em sabor e inovação.

3.4.5 CONSTRUÇÃO DO BALANCED SCORECARD

E falando um pouco sobre a BSC, são medidas que auxiliam impulsionar a performance utilizando o equilíbrio de ações de curto prazo e de longo prazo. Ele também é uma ferramenta que materializa a visão e a estratégia da empresa por meio de um mapa coerente com objetivos e medidas de desempenho, organizados segundo quatro perspectivas, sendo elas a financeira, dos seus clientes, os processos internos e o aprendizado e o crescimento.

Perspectiva Financeira: Os indicadores de desempenho financeiros são importantes para avaliar se a execução das estratégias cumprem seus papéis e contribuem para os resultados. Porém, com a aplicação do BSC, essas medições não devem ser as únicas a orientar um negócio e sua estratégia.

Estes indicadores devem apenas mostrar o resultado das demais ações desenvolvidas.

Perspectivas dos Clientes: É muito comum que as empresas tenham como missão fazer ofertas de real valor para os clientes. Entretanto, posições como essa falam pouco sobre ações ou planejamento. Por isso, o método BSC exige que essa missão seja definida em ações que possam ser controladas. Em suma, tudo deve ser organizado com metas de tempo, qualidade e serviço.

Perspectivas dos Processos Internos: De nada adianta ter clara e definida a perspectiva do cliente se ela não for traduzida em ações e processos internos. Em síntese, o foco deve ser nos processos comerciais que geram maior satisfação dos clientes.

Identificar e medir as habilidades tecnológicas da empresa assegura uma liderança contínua no mercado.

Perspectiva do Aprendizado e Crescimento: Com as medições das últimas duas perspectivas citadas acima definidas, a organização consegue entender o que é importante para o sucesso competitivo. Contudo, o mercado e a concorrência exigem que a empresa se reinvente de tempos em tempos, com produtos novos e processos eficientes.

O foco em melhorias específicas de processos existentes deve entrar no planejamento da perspectiva do aprendizado e crescimento. Portanto, a pergunta a ser respondida é:

E de acordo com estas informações, criamos a BSC da empresa RIC Mania.

Figura 8:Balanced Scorecard -BSC

BALANCED SCORECARD BSC			
OBJETIVO	METAS	INDICADORES	INICIATIVAS
PERSPECTIVA FINANCEIRA : AUMENTAR RECEITA	CRIAR UMA DEMANDA PARA PRODUTOS COM BAIXA SAIDA USANDO ESTRATEGIAS COMO RELANÇAMENTOS POR TEMPO LIMITADO OU UMA PORCENTAGEM DE DESCONTO POR UM TEMPO LIMITADO	FLUXO DE CAIXA E AUMENTO DE PEDIDOS DO PRODUTO	DIMIUIR A MARGEM BUSCANDO UM AUTO VOLUME DE SAIDA DE FORMA A COMPENSAR NO QUANTIDADE ASSIM AUMENTANDO DE FORMA EFICIENTE A RECEITA FINANCEIRA
PERSPECTIVA DO CLIENTE : SE TORNAR REFERENCA NO RAMO DE CULINARIA ORIENTAL	SER CONSIDERO E USADO COMO BASE DE COMPARAÇÃO DE UMA BOA CULINARIA ORIENTAL E UM ATENDIMENTO DIFERENCIADO E DINAMICO	A PROCURA E O FEEDBACK DOS CLIENTES	TRAZER E CRIAR A CULTURA ORIENTAL DE MANEIRA MAIS IMERCIVA AOS CLIENTES ASSIM CRIANDO UMA EXPERIENCA NOVA
PERSPECTIVA DE PROCESSOS INTERNOS : REDUZIR O DESPERDICIO DE MATERIA PRIMA NA PRODUÇÃO	REDUZIR AS PERCAS E DESPERDICIOS DOS INGREDIENTES NA HORA DO PREPARO FAZENDO ASSIM UM MELHOR APROVEITAMENTO	AUMENTO NA PRODUÇÃO	MAIOR CUIDADO NO PREPARO E MANUSEIO DA PEPRARAÇÃO UTILIZANDO O MAXIMO POSSIVEL DA MELHOR MANEIRA OS INGREDIENTES
APRENDIZADO E CRESCIMENTO : CRIAR UM QRCODE ONDE OS CLIENTES POSSAM USAR PARA DAR FEEDBACKS SOBRE MELHORAS E DICAS DE PRATOS QUE GOSTARIAM	CONSEGUIR QUE 60% DOS CLIENTES RESPONDAM A PESQUISA DE SATISFAÇÃO PARA SABER QUAIS PONTOS MELHORAR	% DAS RESPOSTAS E ANALISE DOS FEDBACKS QUE MAIS SE REPETEM	CONVIDAR TODOS AO FINAL DA ENTREGA DO PEDIDO A RESPONDEREM A PESQUISA/ OU OFERECER DESCONTOS PARA AQUELES QUE RESPONDEREM

Fonte: criação própria

4. CONCLUSÃO

Esta pesquisa analisou o negócio da Ric Mania por meio das quatro áreas visualizadas no sexto semestre da carreira em ciências contábeis, apoiadas na colaboração e no trabalho em equipe, descrevendo principalmente o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício. Desde o início da realização deste trabalho, procuramos interpretar a situação financeira da empresa e analisar todos os fatores que a determinam.

A empresa Ricardo Perpétuo Prazeres food truck de comida oriental, após fornecer as informações para o início do nosso projeto através dos dados, elaboramos a DRE (Demonstração do Resultado do Exercício) do ano de 2022 onde por meio dela chegamos aos seguintes resultados R\$197.505,00 de receita operacional bruta, onde de acordo com Gonçalves (1996), a Demonstração do Resultado do Exercício apresenta, de forma resumida, as operações realizadas pela empresa, durante o exercício social, demonstrada de forma a destacar o resultado líquido do período, sendo ele, de R\$90.297,90 totalizando uma margem de lucro de um pouco mais de 40% uma margem muito atrativa.

Foi possível criar um balanço patrimonial para a empresa, onde temos detalhado quais são os bens e direitos representados no ativo, e seus deveres e obrigações destacados no passivo, juntamente com o seu patrimônio líquido no valor de R\$800,00.

Realizamos as análises de liquidez, onde é calculado qual o grau de cumprimento das dívidas a empresa é capaz de liquidar.

O grau de endividamento da empresa chega a 79%, o que a longo prazo compromete a saúde da empresa. Grau de endividamento acima de 40% significa que ela tem um montante maior com terceiros. Analisando o Índice de Participação do capital de terceiros vemos que a empresa tem mais capital que bens próprios.

Assim como os conteúdos citados acima, todas as matérias estudadas no semestre foram aplicadas no desenvolvimento do projeto.

A principal limitação encontrada, foi relatada nos meses de Janeiro e Julho, por conta do período que não tem movimentação na instituição por causa das férias escolares. E a empresa precisa estar preparada para as obrigações dos meses em que não tiver lucro nenhum.

Portanto, a análise de todos os fatores em conjunto, representam o alto potencial da Ric Mania como uma empresa caso haja uma reestruturação no seu planejamento. Observamos os altos valores obtidos pela empresa em vendas nos períodos de aula, podemos ver que a empresa tem um potencial de crescimento muito grande, junto com sua lucratividade.

REFERÊNCIAS

Anhanguera. Contabilidade gerencial, disponível em:

<https://blog.anhanguera.com/contabilidade-gerencial>> acessado em 09, 09, 2022.

Betterfly. Grau de endividamento, disponível em:

<<https://betterfly.com/pt-br/blog/grau-de-endividamento>> acessado em 22, 09, 2022.

CARVALHO, Alexandre Augusto Martins; COPPINI, Nivaldo Lemos. Proposta de Modelo de Formação de Preço Baseada no Conceito de Margem de Contribuição. In: Congresso Brasileiro de Engenharia de Fabricação. Anais... Belo Horizonte: UFMG. 2009.

DAEXE, construção e implementação do BSC, disponível em

<<https://www.daexe.com.br/2017/07/14/construcao-e-implementacao-do-bsc-em-7-passos/>> acessado em 04, 10, 2022.

DASHBOARD.Como criar, disponível em: <<https://eprconsultoria.com.br/dashboard/>> acessado em 30, 09, 2022

DIAS, Ivan Pinto. Algumas observações sobre a margem de contribuição. Revista de Administração de Empresas, v. 7, p. 79-101, 1967.

FIA, Funções da Controladoria, disponível em <https://fia.com.br/blog/controladoria/>> acessado em 06, 10, 2022.

MAIS RETORNO, Análise do ponto de equilíbrio, disponível em

<<https://maisretorno.com/portal/termos/a/analise-do-ponto-de-equilibrio>> acessado em 01, 10, 2022

PERRESSIM, William Sbrama; BATALHA, Mário Otávio. Desempenho dos indicadores de liquidez das maiores cooperativas agroindustriais brasileiras entre 2011 e 2015. Revista de Gestão e Organizações Cooperativas, v. 5, n. 10, p. 175-188, 2018.

PINTO, Alfredo Augusto Gonçalves et al. Gestão de custos. Editora FGV, 2018.