



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO
ANÁLISE DE INDICADORES CONTÁBEIS
BOMBRIL S.A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
GESTÃO FINANCEIRA

PROJETO INTEGRADO
ANÁLISE DE INDICADORES CONTÁBEIS
BOMBRIL S.A.

MÓDULO GESTÃO FINANCEIRA

ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS – PROF. DANILO
MORAIS DOVAL

GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS – PROF^a RENATA
ELIZABETH DE ALENCAR MARCONDES

ESTUDANTES:

Dayana Matias Barion, RA 18000994

Diego Alves Corrêa, RA 1012018200141

Estefani Borges RA 1012018200255

Júlio César Claudiano, RA 1012018200145

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

SETEMBRO, 2019

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	5
3.1.1 ANÁLISE HORIZONTAL E VERTICAL	12
3.1.2 LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO, RENTABILIDADE E LUCRATIVIDADE	17
3.1.3 ANÁLISE DA SITUAÇÃO FINANCEIRA	21
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS	24
3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS	26
3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS	28
4. CONCLUSÃO	31
REFERÊNCIAS	32
ANEXOS	33

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho é sobre análise de indicadores contábeis onde vamos abordar um projeto integrado realizando uma respectiva análise dos indicadores de uma empresa real e mostrando seus resultados, para esse conceito escolhemos a empresa Bombril, e concretamente mostrar os benefícios que a análise de indicadores contábeis pode trazer para as empresas.

DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Nome de pregão: Bombril

Códigos de Negociação: BOBR3, BOBR4

CNPJ: 50.564.053/0001-03

CEP: 09696-000

Endereço: Via Anchieta, Km 14, S/N - São Bernardo do Campo

Bairro: Rudge Ramos – Distrito Industrial

Município: São Paulo

Telefone/Fax: (11) 4366-1001

Área: 146.000 m²

Área construída: 69.220 m²

UF: SP

Atividade Principal: A lâ de aço, sinônimo de categoria e líder absoluta no mercado brasileiro

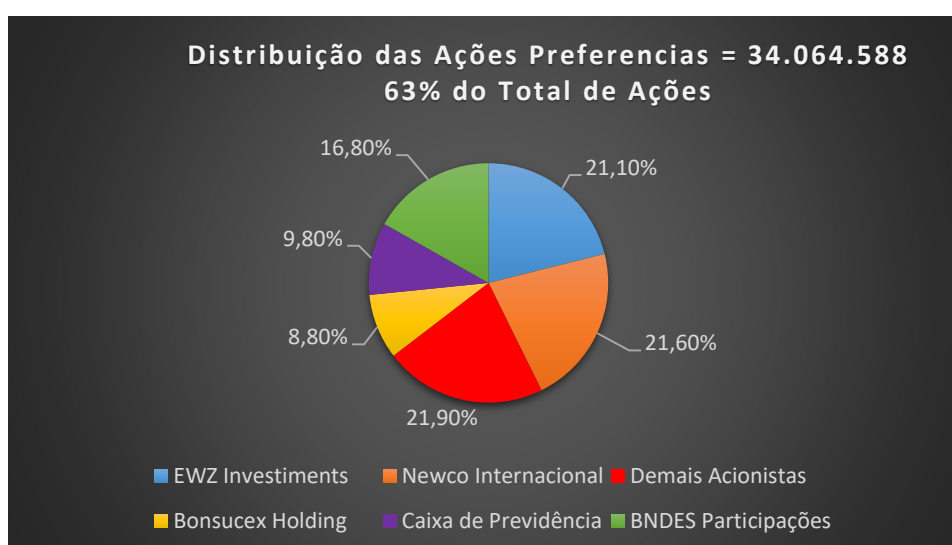
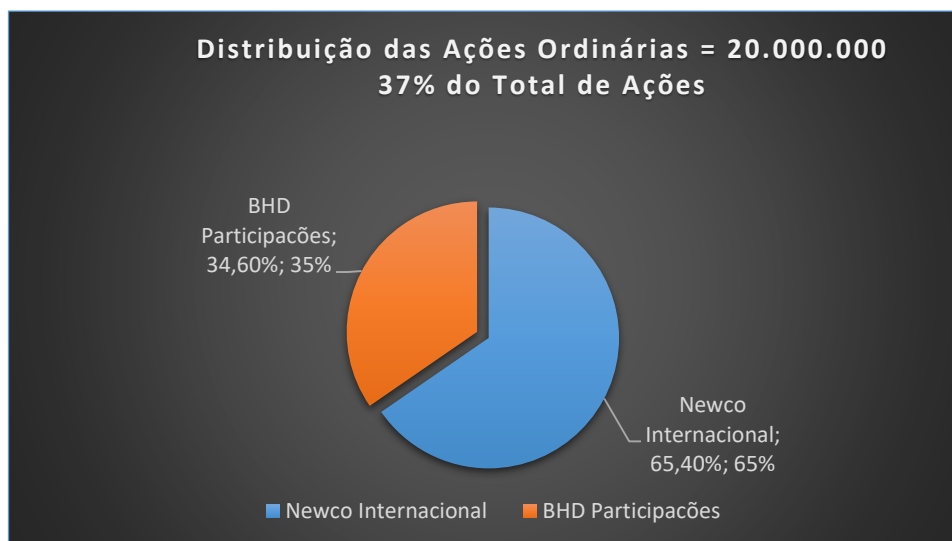
Classificação Setorial: Consumo não Cíclico / Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza /
Produtos de Limpeza

2. PROJETO INTEGRADO

3.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

O Mercado de Capitais a Bombril é uma sociedade anônima de capital aberto, registrada na Comissão de Valores Mobiliários e listada na B3 S/A - Brasil, Bolsa e Balcão sob o código BOBR4 (ações preferenciais).

Em 31 de março de 2019, o capital social subscrito e integralizado é de R\$ 795,1 milhões divididos em 20 milhões de ações ordinárias e 34,1 milhões de ações preferenciais, distribuídas a seguir:



Desempenho Econômico-Financeiro

A Bombril apresenta seus indicadores de performance do primeiro trimestre de 2019 (1T19). No âmbito dos esforços de crescimento nos mercados em que atua, a Bombril finaliza o primeiro trimestre de 2019 com importantes evoluções dos seus indicadores e resultados, o que mais uma vez reforça que a estratégia adotada pela diretoria executiva tem respondido de forma assertiva às necessidades dos negócios.

Durante os três primeiros meses de 2019, o país permanece sentindo os efeitos da estagnação econômica, que até o momento não retomou o vigor esperado e continua com as expectativas sobre o sucesso do novo governo nas aprovações dos projetos no Congresso Nacional e Senado.

Essa situação tem nos obrigado a continuar com os esforços de identificação de oportunidades de redução de custos e despesas, visando ajustar e manter a expectativa orçamentária para alcançar a rentabilidade esperada no exercício de 2019. Neste trimestre a Companhia concretizou iniciativas de sinergias e melhoria de produtividade que refletiram em redução de 10% dos custos de folha de pagamento.

Em janeiro de 2019, a Companhia promoveu uma atualização da tabela de preços, alcançando todos os canais e regiões do país, visando a adequação das margens do portfólio dos produtos.

As inovações vêm contribuindo para o crescimento da Companhia como um todo. A categoria dos Limpadores foi totalmente reformulada no terceiro trimestre de 2018 e, no mês de março de 2019, relançamos todos os produtos da categoria dos Amaciantes Concentrados Mon Bijou.

O volume dos produtos vendidos no 1T19 alcançou 112,3 mil toneladas, um acréscimo de 15,9%, frente ao mesmo período de 2018. A receita operacional líquida de vendas, voltou a crescer no 1T19, apresentando um desempenho superior em 25,5%, quando comparado ao 1T18, propiciando o crescimento do resultado operacional bruto em 28,8%.

Destaque deve ser dado ao EBITDA, que apresentou resultado positivo de R\$ 23,6 milhões no 1T19, com crescimento de 181%, contra a marca de R\$ 8,4 milhões em igual período de 2018.

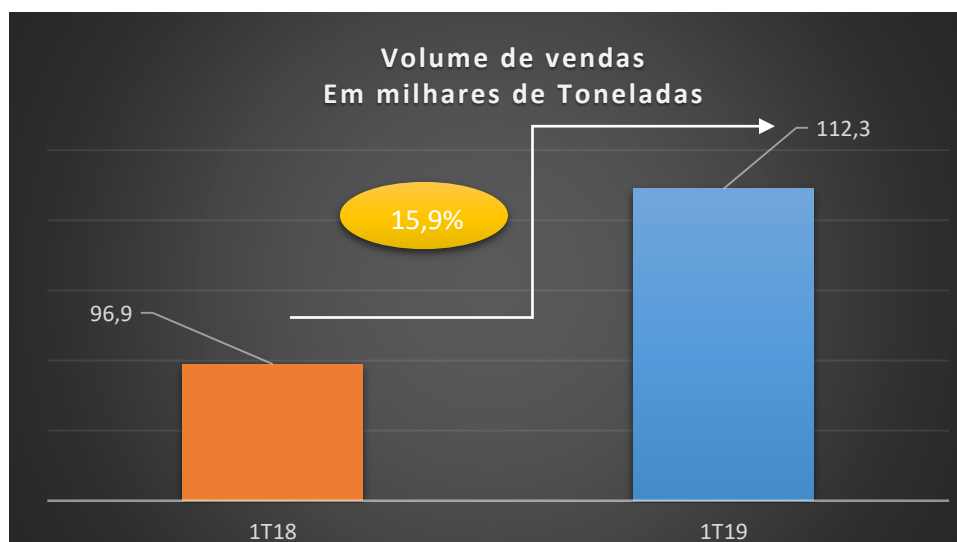
Com as ações planejadas pela Companhia estamos confiantes que, nesse exercício seremos capazes de retomar a rentabilidade em patamares adequados aos interesses dos acionistas e dos demais stakeholders.

Quadro resumo dos principais resultados

Ebitda	1T19	%	1T18	%
Receita Líquida	265,6		211,6	
(=) Lucro / Prejuízo do exercício	-5,5	-2,1%	-15,8	-7,4%
(-) IR / CS	-0,4	-0,1%	-0,7	-0,3%
(+/-) Resultado Financeiro	23,4	8,8%	18,8	8,9%
(+) Depreciação / Amortização	6	2,3%	6	2,8%
(=) Ebitda	23,6	8,9%	8,4	4,0%

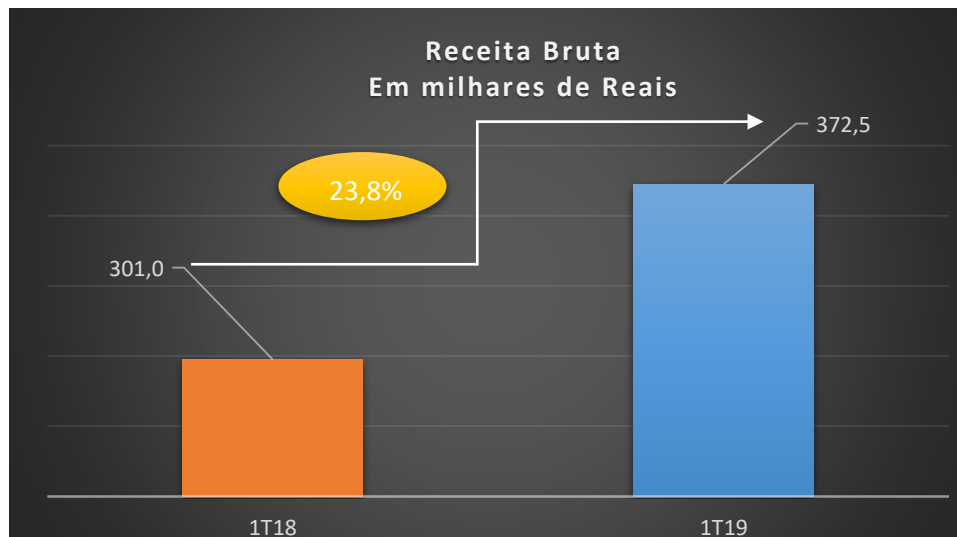
DRE (em R\$ milhões)	1T19	%	1T18	%
Receita Líquida	265,6		211,6	
(-) Custos dos Produtos Vendidos	-150,3	-56,6%	-122,1	-57,7%
(=) Resultado Bruto	115,3	43,4%	89,5	42,3%
(+/-) Despesas/Receitas Operacionais	-97,8	-36,8%	-87,1	-41,2%
(+/-) Resultado Financeiro	-23,4	-8,8%	-18,8	-8,9%
(-) IR / CS	0,4	0,2%	0,7	0,3%
(=) Lucro / Prejuizo do Exercício	-5,5	-2,1%	-15,8	-7,4%

Resultado Financeiro (em R\$ milhões)	1T19		1T18	
Despesas Financeiras	-24		-20,5	
Receitas Financeiras	0,5		1,7	
(=) Total	-23,4		-26	



O volume de produtos vendidos no 1T19 foi de 112,3 mil de toneladas, com incremento de 15,9% em comparação ao mesmo trimestre do ano de 2018.

O crescimento está suportado principalmente pelas inovações, como por exemplo, as que ocorreram nas categorias dos limpadores totalmente reformulada em 2018, e o relançamento dos amaciantes concentrados Mon Bijou.



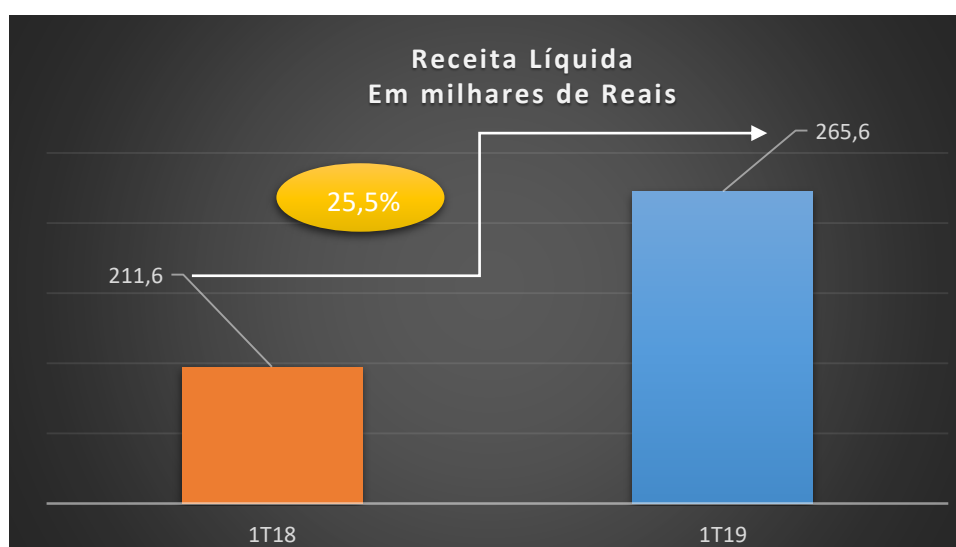
A receita bruta de vendas no trimestre atingiu a marca de R\$ 372,5 milhões, crescimento de 23,8% frente ao mesmo período de 2018, que foi de R\$ 301 milhões.

Este resultado é decorrente do aumento do volume de vendas de 15,9% e da adequação, no mês de janeiro de 2019, dos preços praticados pela Companhia além da melhoria do mix de produtos.

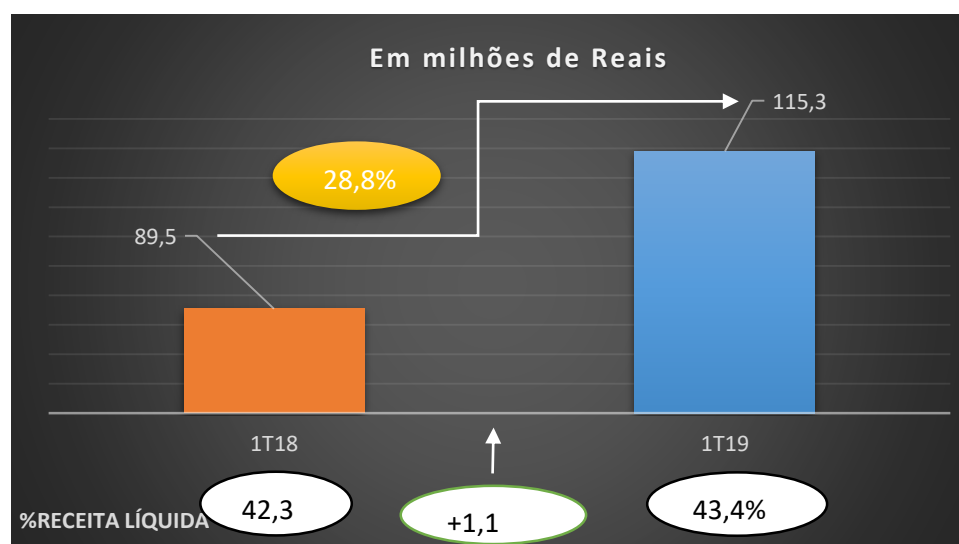
A receita líquida do 1T19 foi de R\$ 265,6 milhões, ante R\$ 211,6 milhões no 1T18.

Resultado Operacional Bruto

O resultado operacional bruto do 1T19 foi R\$ 115,3 milhões, que representa uma melhora de 28,8% em relação ao 1T18 (R\$ 89,5 milhões). Esse crescimento é reflexo dos repasses de preços em algumas categorias de produtos que somado ao realizado no mês de agosto de 2018, absorveu parcialmente os impactos nos custos, contribuindo para a melhoria das margens de contribuição do negócio.

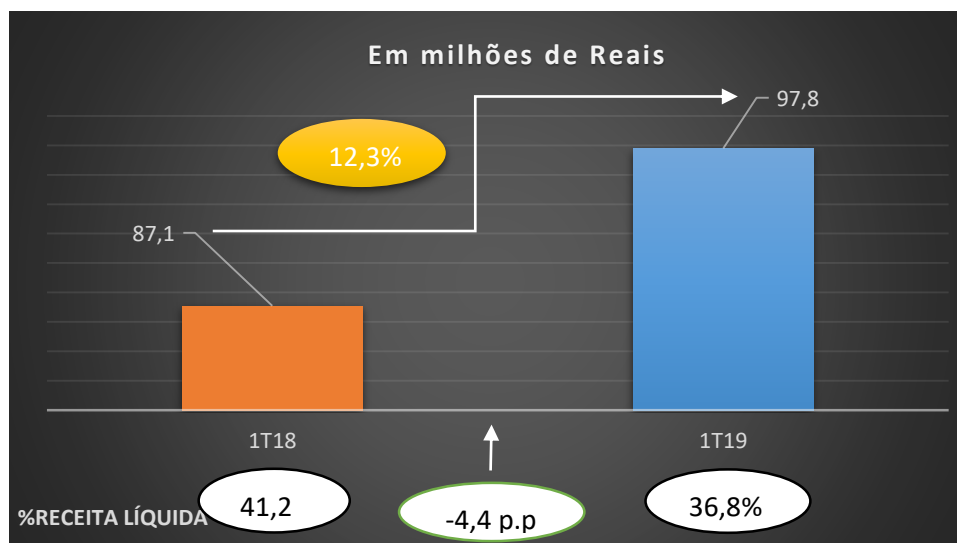


Nesta mesma visão, a rentabilidade bruta foi 43,4%, ficando 1,1 p.p. melhor em relação ao mesmo período do ano anterior que foi impactado pela implantação de nova política comercial no 1T18.



Despesas/Receitas Operacionais

O resultado de despesas operacionais do 1T19 foi de R\$ 97,8 milhões, apresentando um acréscimo de 12,3%, proveniente das despesas variáveis com vendas, como também a quantidade de contratação de fretes, que além do volume adicional das vendas embarcadas no período, tem o impacto do aumento da tabela de frete nacional (ANTT), vigente desde junho de 2018, onerando o custo para a Companhia em cerca de 20%.

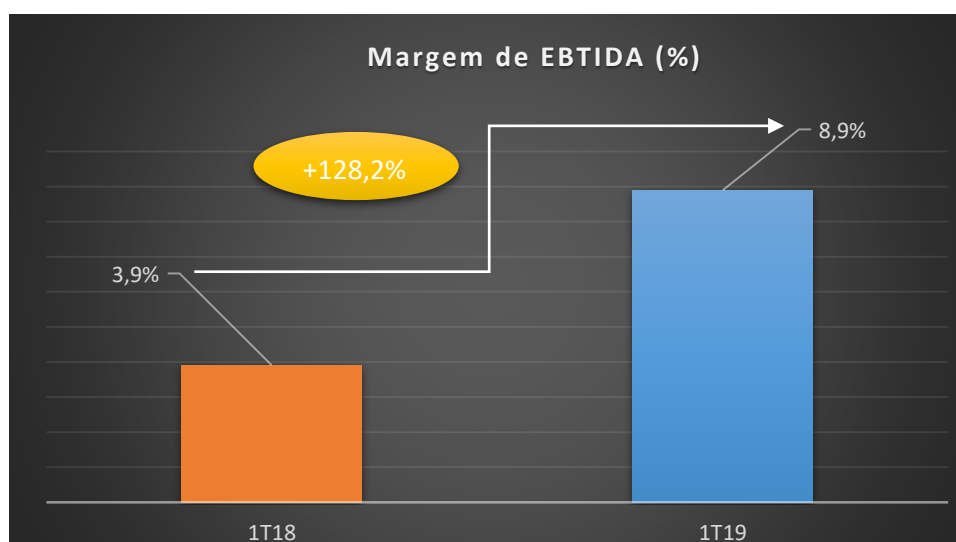
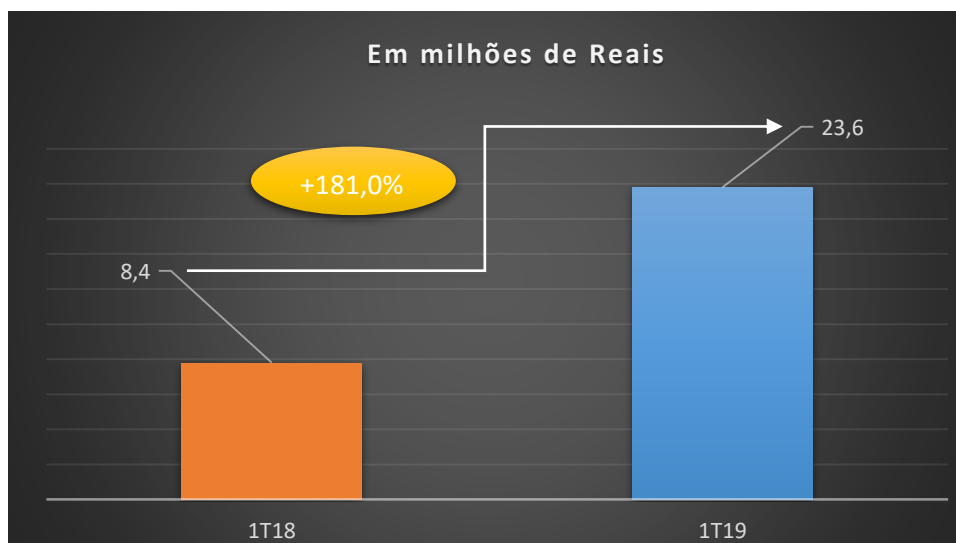


EBITDA

O EBITDA apresentou uma melhora de R\$ 15,2 milhões, com crescimento de 181% no 1T19, em relação ao mesmo período de 2018. Esse resultado demonstra de forma quantitativa, o impacto positivo das ações de eficiência e foco estratégico discutidos anteriormente neste material.

A rentabilidade do EBTIDA, percentual sobre a receita líquida de vendas, apresentou uma melhora significativa, atingindo + 8,9% e expansão de 5,0 p.p. sobre o mesmo período de 2018.

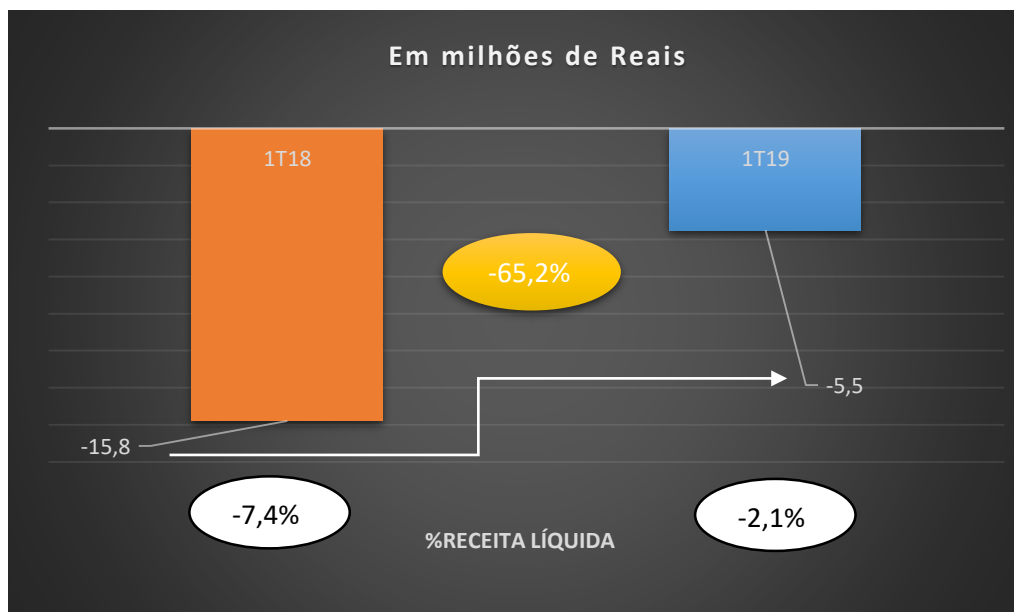
A Companhia segue na busca constante de melhores resultados, agregando valor para seus acionistas, e continuará ampliando suas iniciativas de eficiência interna e frente ao mercado.



Resultado Líquido

O resultado líquido da Companhia registrou prejuízo de R\$ 5,5 milhões no 1T19, apresentando uma redução de 65,2%, ficando 5,3 p.p. melhor em comparação ao prejuízo de R\$ 15,8 milhões do 1T18. Vale ressaltar que historicamente o primeiro trimestre apresenta resultados menores em relação aos trimestres seguintes, devido a sazonalidade das vendas.

Essa performance foi potencializada pelos mesmos fatores descritos nas análises comparativa dos trimestres.



3.1.1 ANÁLISE HORIZONTAL E VERTICAL

A Análise Horizontal (AH) verifica a evolução dos elementos do Balanço Patrimonial, do Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) e do Demonstrativo de Fluxo de Caixa durante um período. Seu objetivo é analisar se os valores das Demonstrações Financeiras cresceram ou diminuíram em comparação com as informações de períodos anteriores. Ou seja, a Análise Horizontal permite verificar tanto a situação patrimonial da empresa (analisada pelo Balanço) quanto seu desempenho (analisado pelo DRE ou DFC). Sendo assim, a AH, ao apresentar a evolução de cada conta das demonstrações financeiras, permite que seja realizada uma comparação para tirar conclusões sobre a evolução da empresa.

É chamada de horizontal porque o profissional financeiro baseia-se na evolução dos saldos das contas ao longo dos anos. Trocando em miúdos: são comparados os mesmos elementos, porém em exercícios diferentes.

Graças à Análise Horizontal, investidores e analistas conseguem avaliar e determinar como a empresa cresceu. A AH também é utilizada quando se faz necessário comparar as taxas de crescimento de uma empresa em relação aos seus concorrentes e indústria.

Portanto, com a Análise Horizontal o controller avalia como ocorreu a evolução dos mais variados itens das demonstrações financeiras em intervalos de tempo.

Ok, entendemos que na Análise Horizontal a quantidade de cada item na declaração mais recente é comparada com o item correspondente em uma ou mais declarações anteriores. O aumento ou diminuição da quantidade do item é listado, juntamente com o percentual de aumento ou diminuição.

O cálculo é bastante simples e, como trata-se de uma comparação, o ano mais antigo será considerado o ano base e todos os seus valores serão equivalentes a 100. Os valores dos anos subsequentes serão um percentual desse valor base. A fórmula da Análise Horizontal é a seguinte:

$$AH = [(Valor\ atual\ do\ item / Valor\ do\ item\ no\ período\ base) - 1] \times 100$$

Demonstração do Resultado - Consolidado	01/01/2019 30/06/2019	01/01/2018 30/06/2018
Receita de Venda	2.799.321	2.362.446
Resultado Bruto	2.799.321	2.362.446
Resultado de Equivalência Patrimonial	1.986	1.279
Resultado Financeiro	76.378	-79.659
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.260.667	1.039.943
Lucro (Prejuízo) do Período	1.260.667	1.039.943
Lucro (Prejuízo) do Período Atribuído à Controladora	1.260.967	1.039.158

Pela Análise Horizontal conseguimos identificar que, por exemplo em Receita, de Janeiro de 2018 para Janeiro de 2019 houve um crescimento de 436.875 e de Junho de 2018 a Junho de 2019, 436.875. Essa comparação pode ser aplicada a qualquer linha dentro do DRE ou de qualquer outra Demonstração Financeira, é só fazer a comparação entre resultados de um mesmo indicador em relação a períodos anteriores.

Como calcular a Análise Vertical?

A Análise Vertical (AV) é também conhecida como Análise de Estrutura. Essa análise acontece de cima para baixo ou de baixo para cima, indicando resultados em efeito cascata, ele é utilizado para identificar a porcentagem de participação de determinado indicador no resultados. Recebe esse nome porque, ao contrário da Análise Horizontal, são analisadas as colunas das demonstrações. O objetivo da AV é medir

percentualmente cada componente em relação ao todo do qual faz parte, permitindo que sejam feitas comparações caso existam dois ou mais períodos.

Observe que a Análise Vertical apresenta o quanto cada conta é importante em relação à demonstração financeira a que pertence. Ao comparar percentuais da própria empresa em anos anteriores, o controller consegue inferir se há itens fora das proporções normais.

A principal vantagem da Análise Vertical é a fácil comparação de balanços, demonstrações de resultados e outros relatórios financeiros de empresas dos mais variados portes. É uma ferramenta utilizada também para visualizar as mudanças anuais relativas dentro de uma organização.

Na AV, cada item de linha de uma demonstração financeira é analisado como uma representação da porcentagem do foco principal da declaração:

- Na demonstração de resultados, cada item de linha pode ser representativo das vendas brutas, ou vendas líquidas, isso depende muito da empresa. Por exemplo no Treasly, é possível escolher qual visão deve ter:

- O balanço, cada item de linha pode ser representativo do total de ativos.
- Na demonstração de fluxo de caixa, cada item de linha pode ser expresso como uma porcentagem do total de caixa e equivalentes de caixa da empresa.

A Análise Vertical permite que a demonstração financeira de uma empresa seja representada dentro de um processo padrão em todas as indústrias. Além disso, permite uma comparação fácil com períodos anteriores para a análise da linha de tempo, incluindo o trimestre anual e a análise do trimestre sequencial, e a análise de períodos de tempo mais longos, como cinco ou três anos.

Dizemos ainda que a Análise Vertical facilita a avaliação da estrutura das demonstrações financeiras (Balanço Patrimonial e DRE) e a representatividade de cada conta em relação ao total do Ativo e Passivo, bem como a participação de cada conta do Demonstrativo de Resultado na formação do lucro ou prejuízo do período analisado.

A metodologia de cálculo da Análise Vertical é simples e consiste em calcular o percentual de cada conta em relação a um valor base. Na AV de um Balanço calcula-se o valor percentual de cada conta em relação ao total do Ativo. A fórmula da Análise Vertical é:

$$AV = \text{Conta (ou grupo de contas)} / \text{Ativo total (ou passivo total)} \times 100$$

Exemplo de Cálculo da Análise Vertical

Para melhor exemplificar, veja novamente o DRE com a Análise Vertical da empresa B3 S.A. - BRASIL. BOLSA. BALCÃO

Balço - Patrimonial Consolidado	30/06/2019	31/12/2018
Ativo Imobilizado, Investimentos e Injetáveis	27.545.348	27.807.920
Ativo Total	40.174.936	37.672.245
Patrimônio Líquido	25.346.178	25.044.196
Patrimônio Líquido Atribuído à Controladora	25.332.876	25.032.969

Demonstração do Resultado - Consolidado	01/01/2019 30/06/2019	01/01/2018 30/06/2018
Receita de Venda	2.799.321	2.362.446
Resultado Bruto	2.799.321	2.362.446
Resultado de Equivalência Patrimonial	1.986	1.279
Resultado Financeiro	76.378	-79.659
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.260.667	1.039.943
Lucro (Prejuízo) do Período	1.260.667	1.039.943
Lucro (Prejuízo) do Período Atribuído à Controladora	1.260.967	1.039.158

Demonstração do Fluxo de Caixa - Consolidado	01/01/2019 30/06/2019	01/01/2018 30/06/2018
Atividades Operacionais	-73.435	1.089.346
Atividades de Investimentos	-152.863	-132.092
Atividades Financiamento	247.277	-1.009.114
Varição Contábil sobre Caixa e Equivalentes	0	0
Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes	20.979	51.860

Ativo Total - $40.174.936 \times 100 = 40.017.493.600$

Nessa análise vertical, tudo começa com a receita de vendas, que fica no topo. A partir dela, ocorrem todas as deduções referentes a impostos, custos de produção e outras despesas. Na última linha – ou seja, no final da análise vertical – encontra-se o valor restante. Se for positivo, significa que a empresa ganhou mais do que gastou e, portanto, está dando lucro.

Nesse caso, a Receita de Vendas Bruta é o nosso total (100%), sendo assim, os de Gastos e Despesas do total das Receitas. Nesse tipo de análise fica mais fácil identificar quais são as contas que estão consumindo todas as receitas obtidas e assim, aplicar ações para melhorá-las.

É possível também realizar a AV do Fluxo de Caixa para comparar contas do período estipulado. Nesse caso, a análise será muito útil em verificar onde o volume de receitas ou despesas está mais concentrado.

Diferenças entre Análise Horizontal e Análise Vertical

Como você deve ter percebido observando as explicações e os exemplos acima, a principal diferença entre elas é que a AH faz uma análise em que os montantes nas demonstrações contábeis em um determinado período de tempo são comparados linha por linha, enquanto que a AV é o método no qual cada item de linha está listado como uma porcentagem de outro item.

Além disso, o principal objetivo da Análise Horizontal é o de comparar itens de linha para calcular as mudanças ao longo do tempo. Já a Análise Vertical tem como objetivo comparar as mudanças por colunas, em termos percentuais.

Por fim, a AH é extremamente útil para comparar os resultados da empresa com os exercícios anteriores, já se a comparação for com outras empresas, é indicado utilizar a AV. E não esqueça: ambos os métodos são conduzidos utilizando as mesmas demonstrações financeiras, sendo que tanto a Análise Horizontal quanto a Análise Vertical são igualmente importantes para tomadas de decisão.

Já deu para perceber como o DRE é um aliado importante na gestão, principalmente na hora de acompanhar os principais indicadores financeiros. Além dessas dicas de análises verticais e horizontais, existem dois importantes dados que você pode obter do seu relatório: o Lucro Líquido antes dos tributos e o Resultado Operacional depois dos tributos.

3.1.2 LIQUIDEZ, ENDIVIDAMENTO, RENTABILIDADE E LUCRATIVIDADE

Liquidez

Os índices de liquidez avaliam a capacidade de pagamento da empresa frente a suas obrigações. Sendo de grande importância para a administração da continuidade da empresa, as variações destes índices devem ser motivos de estudos para os gestores.

As informações para o cálculo destes índices são retiradas unicamente do Balanço patrimonial, demonstração contábil que evidência a posição patrimonial da entidade, devendo ser atualizadas constantemente para uma correta análise. Atualmente estuda-se 4 índices de liquidez:

Liquidez corrente

Calculada a partir da Razão entre os direitos a curto prazo da empresa (Caixas, bancos, estoques, clientes) e a as dívidas a curto prazo (Empréstimos, financiamentos, impostos, fornecedores). No Balanço estas informações são evidenciadas respectivamente como Ativo Circulante e Passivo Circulante.

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

A partir do resultado obtido podemos fazer a seguinte análise:

Resultado da Liquidez Corrente:

Maior que 1: Resultado que demonstra folga no disponível para uma possível liquidação das obrigações.

Se igual a 1: Os valores dos direitos e obrigações a curto prazo são equivalentes

Se menor que 1: Não haveria disponibilidade suficientes para quitar as obrigações a curto prazo, caso fosse preciso.

Liquidez Seca

Similar a liquidez corrente a liquidez Seca exclui do cálculo acima os estoques, por não apresentarem liquidez compatível com o grupo patrimonial onde estão inseridos. O resultado deste índice será invariavelmente menor ao de liquidez corrente, sendo cauteloso com relação ao estoque para a liquidação de obrigações.

$$\text{Liquidez Seca} = (\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}) / \text{Passivo Circulante}$$

Liquidez Imediata

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

$$\text{Liquidez Imediata} = \text{Disponível} / \text{Passivo Circulante}$$

Liquidez Geral

Este índice leva em consideração a situação a longo prazo da empresa, incluindo no cálculo os direitos e obrigações a longo prazo. Estes valores também são obtidos no balanço patrimonial.

Observação: A partir de 31.12.2008, em função da nova estrutura dos balanços patrimoniais promovida pela MP 449/2008, a fórmula da liquidez geral será:

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

Análise dos índices

Para uma ampla e correta análise de liquidez da empresa é aconselhável o estudo dos 4 índices de forma simultânea e comparativa, sempre observando quais são as

necessidades da empresa, qual o ramo do mercado em que ela está inserida e quais as respostas que os gestores procuram ao calcular estes índices.

Um balanço patrimonial bem estruturado com a correta classificação das contas pela contabilidade irá gerar índices de qualidade para uma melhor tomada de decisão dos gestores.

Todo negócio precisa ter capital para se manter vivo e prosperar. O sucesso de uma empresa é quase sempre medido pelo retorno financeiro. Porém quanto maior o número de produtos, clientes e entradas e saídas do caixa, essa matemática se torna mais delicada. O departamento financeiro precisa estar preparado para registrar, controlar e planejar as finanças da organização.

Todo esse trabalho envolve contas que são vitais para a saúde financeira da empresa. A formação do preço de venda, por exemplo, deve ser baseada na lucratividade que o produto atrairá. Da mesma forma, a abertura de um novo negócio deve incluir um planejamento financeiro que indique que o investimento a ser feito trará rentabilidade. Já conhece esses conceitos?

Afinal, o que é lucratividade e o que é rentabilidade?

Se eu gerencio um Mercado Organizado de Títulos E Valores Mobiliários; Prestar Serviços de Registro. Compensação E Liquidação E de Suporte à Operações de Financiamento de quem quer vender mais no mercado, preciso calcular quanto custará, os impostos etc. Tirando os custos, o valor que ficar com a empresa é o lucro líquido. A lucratividade será a porcentagem do lucro líquido obtido.

Como calcular a lucratividade?

Para se calcular a lucratividade é necessário saber o valor do lucro líquido e da receita total. O lucro nós já vimos como obter, a receita total, nada mais é do que o valor total que entra no caixa. Veja como é simples:

Retomaremos ao exemplo Mercados Organizados de Títulos E Valores Mobiliários; Prestar Serviços de Registro. Compensação E Liquidação E de Suporte à Operações de Financiamento. é vendido por R\$ 150,00 (receita total do produto) e o lucro líquido é de R\$ 15,00, basta fazer a conta abaixo:

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro líquido} \times 100 / \text{Receita total}$$

Lucratividade camisas da seleção = $15 \times 100 / 150$

No nosso exemplo a lucratividade do produto é de 10%.

Supomos que eu estou querendo impulsionar as vendas, abrindo uma loja virtual. Vou precisar de um planejamento financeiro que sustente o meu objetivo (impulsionar as vendas). O primeiro passo é analisar se o meu investimento terá um retorno satisfatório. O prazo desse retorno também será de grande relevância.

Como calcular a rentabilidade?

A rentabilidade é justamente uma análise do retorno sobre o investimento.

Voltando ao exemplo Mobiliários; Prestar Serviços de Registro, vamos imaginar que foi investido R\$ 30.000,00 para viabilizar toda a estrutura da Mobiliários. Isso incluiu o novo espaço para estoque, aquisição de novos produtos, campanhas de publicidade online, criação do site e criação de um departamento de e-commerce. Ao fazer a análise das vendas do primeiro mês de atividade, descontamos os custos envolvidos e chegamos ao valor de R\$ 2.400,00 de lucro líquido para a empresa.

Para calcular a rentabilidade usaremos os valores do investimento e do lucro líquido obtido.

$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro líquido} \times 100 / \text{Investimento}$

$\text{Rentabilidade} = 2.400 \times 100 / 30.000$

No nosso exemplo a rentabilidade de 8%.

A lucratividade e a rentabilidade muitas vezes são interpretadas como sinônimos. Mas já vimos que não é bem assim. Apesar de as duas fórmulas envolverem o valor do lucro líquido, a lucratividade é a porcentagem do ganho obtido pela empresa. A rentabilidade é a porcentagem do retorno sobre o investimento.

Iniciamos ressaltando que o ganho de capital é fundamental para um negócio.

A análise da lucratividade e da rentabilidade são peças-chave nesse processo. Quando se tem o controle desses valores, a empresa pode planejar o seu crescimento com maior convicção.

3.1.3 ANÁLISE DA SITUAÇÃO FINANCEIRA

Hoje, apesar de muitas pessoas estarem desinformadas e não usarem os métodos para fazerem análise financeira, temos uma gama de estudos e técnicas que encontramos facilmente em livros, revistas e internet.

Segundo o historiador Marion (2002), a história da evolução da análise financeira iniciou-se, mais ou menos por volta de 4000 a.C. Em sua forma primitiva encontram-se os primeiros inventários de rebanhos e a preocupação com sua eventual perda. Nesta época as pessoas não tinham uma noção de cálculo tão avançada como a que temos hoje, nem mesmo moeda para avaliar suas mercadorias. Existia a troca e os negócios eram feitos através da avaliação dos próprios negociantes.

Sendo assim esta seria um tipo de análise horizontal, pouco semelhante a que hoje chamamos de balanço, onde acompanhamos a variação de período a período de um item. Mas no final do século XIX, surgiu o termo análise de balanço, onde os banqueiros solicitavam as demonstrações às empresas que desejam pedir empréstimos.

Com o tempo, começaram a existir outras demonstrações para análise e concessão de crédito, com a demonstração do resultado do exercício, desenvolvendo-se nos Estados.

Unidos em 1915, se tornando obrigatória dentro dos sistemas bancários.

Depois de certo tempo as empresas fizeram uma abertura de capital, possibilitando a participação de pequenos e grandes investidores como acionistas, havendo assim necessidade de gestores fazerem a avaliação da eficiência administrativa e o desempenho de seus concorrentes. Desta forma, foi possível entender assim a situação financeira das empresas, consolidando a necessidade da análise das demonstrações contábeis.

Estudar a capacidade de geração lucro de uma empresa e através dela encontrar métodos que nos permitem avaliar a situação financeira do negócio.

Podemos mensurar a capacidade da empresa na geração de lucro através de indicadores.

Os mesmos que nos ajudarão a ver o seu real desempenho. Só assim saberemos se as finanças da empresa estarão positivas ou negativas, nos auxiliando na tomada de decisão de curto, médio e longos prazos.

Segue alguns indicadores:**Custo fixo**

Conhecido também como custos de estrutura, são aqueles que não alteram seu valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Neste caso, é essencial para a manutenção e a continuidade da empresa. O seu acompanhamento deve ser regular, ou seja, deve ser estudado sempre, minimizando o seu impacto. Exemplos de custos fixos: Segurança, Aluguéis de Equipamentos, Limpeza, entre outros.

Custo variável

Aqueles que variam de acordo com a produção, o volume produzido ou o volume de vendas, em um determinado período de tempo, influenciando diretamente os valores dos produtos. Exemplos de custos variáveis: matérias-primas, comissões de vendas, insumos, etc.

Lucro Operacional

A apuração dos lucros após deduzirmos todos os custos fixos e variáveis.

Margem de contribuição

Essa é a quantia em dinheiro que sobra da Receita que se obteve através das vendas após a retirada dos custos e despesas variáveis. Isso possibilita uma análise do ponto de equilíbrio e da lucratividade. Quanto maior a positividade deste índice, melhor será a saúde de sua empresa.

Preço de Vendas

Essa deve ser uma das primeiras avaliações que você deve ter. Os preços de seus produtos e serviços devem conter um segmento de ação estratégica, fazendo as considerações sobre os fatores de competitividade, visão do consumidor, posições frente aos concorrentes, lucratividade e a procura pelo produto ou serviço.

Faturamento

Saber o seu volume de vendas, conhecendo a procura por seus serviços e produtos, quanto e por quanto são vendidos.

Crescimento

Este equivale ao crescimento patrimonial de sua empresa, representado pela análise do patrimônio líquido, o crescimento dos volumes de faturamento e até mesmo o aumento da estrutura empresarial.

Indicadores Econômicos

Os indicadores econômicos servem para que nós possamos ver como anda a saúde financeira da entidade. Através deles, são conhecidas comparações do desempenho durante certo período de tempo, avaliando a positividade das escolhas tomadas. Até mesmo mostrando erros eventuais, que ainda possam ser corrigidos e diminuindo seu impacto nas economias da instituição.

Segue alguns indicadores que devemos sempre estar atento para melhorar o desempenho financeiro e econômico da empresa:

Índice de Rentabilidade e Lucratividade

Serve para demonstrar a relação do lucro operacional com as vendas. São medidas quantitativas, de cálculo simples. Relacionam as variáveis das demonstrações contábeis das empresas, principalmente do Balanço Patrimonial. Através deste índice, é possível conhecer a capacidade de analisar o lucro líquido de uma companhia.

Índice de Liquidez

Faz a avaliação de até quanto a empresa pode assumir com suas obrigações. É de extrema importância para que a administração possa dar a continuidade na instituição. As informações para o cálculo são retiradas do Balanço Patrimonial, que deve ser atualizado constantemente para que ocorra uma análise correta dos dados contábeis.

Índice de endividamento

Avalia o volume das dívidas com o capital da companhia. Através dele é possível acompanhar o quanto das movimentações da empresa utilizam de capital de terceiros ou são financiadas pelo próprio capital da companhia.

Índice de prazo médio de pagamento

Essa métrica tem por base o número médio de dias que a empresa demora até que possa pagar as suas dívidas ou obrigações com os fornecedores.

Índice de prazo médio de recebimento

Este é o número médio de dias que a instituição necessita aguardar até que receba o valor de suas vendas.

Para o efeito, é necessário aplicar técnicas que permitam recolher informações relevantes, avaliar uma série de coisas e tirar conclusões.

Graças à análise financeira, é possível estimar o rendimento de um investimento, estudar o seu risco e saber se o fluxo de fundos de uma empresa é suficiente para fazer face aos pagamentos, entre outras questões.

Os gerentes podem ter acesso à informação sobre o efeito esperado das decisões estratégicas.

Os investidores também recorrem à análise financeira para analisar o grau de risco das suas decisões e para fixar os objetivos a cumprir. Os emprestadores e os credores, por fim, usam a análise financeira para determinar os riscos existentes para cobrar um crédito ou um empréstimo.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS

A gestão estratégica de custos, também conhecida como GEC, é uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de empresas. Uma estratégia inteligente que surge com o desenvolvimento tecnológico.

Inicialmente focada na redução de custos, de forma a reduzir o preço dos produtos e consequentemente destacar a empresa no âmbito da competitividade; em seguida, ela passa a avaliar com precisão qual o valor de custo de produtos e serviços. A prática da gestão estratégica de custos visa, portanto, administrar a gestão de despesas e a gestão financeira de uma empresa, estando focada em todas as etapas do consumo, desde a melhoria interna da empresa até a satisfação do consumidor final.

Ela está diretamente relacionada a vantagem competitiva no âmbito de empresas que competem entre si, além de englobar a organização das empresas.

Analisar os custos e suas variáveis é uma das preocupações da gestão estratégica de custos, de forma a tomar decisões para gerar a melhor conclusão possível para o cliente, além disso, preocupa-se com objetos externos à empresa, indo além dos limites internos do estabelecimento, analisando o contexto de maneira ampla. Dessa forma, essa estratégia visa analisar os custos da produção desde o início da cadeia de produção, sendo essencial na tomada de decisões e na escolha do rumo em que a empresa irá seguir dadas situações específicas.

A Gestão inicia-se com o departamento contábil da empresa. Levanta-se os dados dos custos da empresa e aplica-se esse conhecimento no planejamento estratégico, identificando onde essa empresa se situa no contexto mercadológico.

Cita-se os conceitos de custeio por absorção e de custeio variável, presentes nas variáveis da GEC. O custeio por absorção consiste em considerar todos os gastos na fabricação de um produto. Os produtos absorvem todos os custos que foram gastos durante a sua fabricação, desde a matéria-prima até os custos de aluguel e de mão de obra.

No custeio variável, como o nome já diz, considera-se apenas os custos variáveis, variando de acordo com o volume e a quantidade produzidos; ou seja, os valores dependem diretamente do volume produzido.

Dentro da gestão estratégica de custos, o custeio por absorção oferece os subsídios para a tomada de decisões gerenciais, enquanto o custeio variável permite verificar-se a margem de lucro com maior precisão.

Para uma empresa atingir os seus objetivos, precisa de uma estratégia consistente, pois a estratégia pura e simples não tem valor nenhum para a empresa. Formular a estratégia deve se basear com maior número de informações possíveis do mercado alvo, para que com isto possibilite a empresa na formação do preço de venda que seja capaz de ser captado pelo seu público alvo.

Para que a empresa possa formular suas estratégias adequadamente, ela deve colher informações de seus ambientes internos e externos para que a partir daí possa escolher qual o modelo estratégico irá adequar melhor a situação mercadológica vivida no momento.

Promover uma reengenharia dentro dos departamentos é de vital importância, pois a eficiência e eficácia só poderão ser alcançadas se a empresa ao invés de trabalhar

com a estrutura hierárquica clássica der lugar à integração das diversas áreas da empresa.

Segundo Oliveira (1996, p. 46) "O planejamento estratégico pode ser conceituado como um processo gerencial que possibilita aos administradores estabelecerem o rumo a ser seguido pela empresa, com vistas a obter um nível de melhoria contínua na relação da empresa com seu ambiente".

3.2.1 FIXOS OU VARIÁVEIS

O gerenciamento financeiro de uma empresa envolve contabilizar e administrar bem os gastos, a fim de garantir melhores resultados de caixa. Uma das ferramentas utilizadas na gestão, para ajudar na hora de conhecer melhor as despesas e fazer um planejamento financeiro eficiente, é separar o que é custo fixo e custo variável.

Conheça os custos fixos

Os custos fixos são aqueles que como o nome indica, mantêm-se fixos independentemente do volume de produção. Dessa forma, por mais que o ritmo de produção e vendas oscile, esses valores são mais estáticos.

Enquadram-se nos custos fixos despesas como aluguel, serviços de segurança, limpeza, planos de telefonia, manutenção de equipamentos, etc.

É claro que existe uma margem de variação nesses custos, como, por exemplo, um reajuste no aluguel. No entanto, a variação dessas despesas é mínima ou só ocorre de tempos em tempos.

Conheça os custos variáveis

Ao contrário dos custos fixos, custos variáveis são aqueles que acompanham o ritmo de produção da empresa, sofrendo alterações conforme o tempo. O custo variável é aquele que vai mudar de acordo com o volume de vendas ou a prestação de serviços.

Quando sua empresa gasta com matéria-prima para produzir, as despesas com essa matéria-prima vão subir ou baixar conforme a demanda pelo produto.

Além do gasto com matéria-prima, as despesas com energia elétrica e água também se encaixam nesses gastos, caso sua produção esteja relacionada ao consumo de água e luz.

Os custos de mão de obra podem ser fixos, uma vez que você sabe o valor dos salários. Porém, esses custos também podem ser categorizados como variáveis, caso se tenha que gastar com horas extras, ou caso você precise de mais ou menos funcionários para realizar as atividades.

Assim, a categorização entre fixos e variáveis vai depender da natureza e do funcionamento do seu negócio. O que importa é conhecer quais são os custos que tendem a se repetir e aqueles que oscilam.

Entenda importância em diferenciar custo fixo e custo variável

Um dos motivos de separar os tipos de custos é para auxiliar no processo de precificação do seu produto ou serviço. O gestor ou empresário vai conseguir identificar quanto é gasto para produzir cada unidade do seu produto ou o valor para prestar determinado serviço.

Quanto maior a produção, menor o impacto dos custos fixos em cada produto ou serviço e maior a possibilidade de diminuição do preço final para o consumidor.

Além disso, a separação dos custos é a melhor forma de manter os gastos controlados, verificando como anda seu fluxo de caixa e observando para onde o dinheiro está indo. Esse é o primeiro passo para pensar estratégias de redução de gastos e aumentar o faturamento.

Outro ponto importante em separar os custos é a preparação da empresa para momentos importantes na venda. Em determinadas épocas, as vendas sobem e, por isso, os custos variáveis também. Nesse período, é importante ter mais capital disponível para investir na produção ou prestação de serviços.

Exemplos de custos fixos da empresa Bombril:

Salários

Serviços de segurança

Planos de telefonia

Impostos

Materiais de escritório

Exemplos de custos variáveis da empresa Bombril:

Matéria-prima

Energia

Água

Embalagens

Impostos diretos de venda

Fornecedores

3.2.2 DIRETOS OU INDIRETOS

O que é custo direto?

É aquele que pode ser identificado e diretamente apropriado a cada tipo de obra a ser custeado, no momento de sua ocorrência, isto é, está ligado diretamente a cada tipo de bem ou função de custo. É aquele que pode ser atribuído (ou identificado) direto a um produto, linha de produto, centro de custo ou departamento.

Não necessita de rateios para ser atribuído ao objeto custeado.

Ou ainda, são aqueles diretamente incluídos no cálculo dos produtos.

Exemplos de custos diretos:

-Matérias-primas usados na fabricação do produto

-Mão-de-obra direta

-Serviços subcontratados e aplicados diretamente nos produtos ou serviços.

Os custos diretos tem a propriedade de ser perfeitamente mensuráveis de maneira objetiva. Os custos são qualificados aos portadores finais (produtos), individualmente considerados.

Os CUSTOS DIRETOS constituem todos aqueles elementos de custo individualizáveis com respeito ao produto ou serviço, isto é, se identificam imediatamente com a produção dos mesmos, mantendo uma correspondência proporcional. Um mero ato de medição é necessário para determinar estes custos.

Apropriação dos custos diretos

Para conhecer o consumo de materiais, basta a empresa manter um sistema de requisições, de modo a saber sempre para qual produto foi utilizado o material retirado do Almoxarifado.

Para conhecer o consumo de mão-de-obra direta, é preciso, a empresa mantenha um sistema de apontamentos, por meio do qual se verifica quais os operários que trabalham em cada produto (ou serviço) no período (dia, semana, mês) e por quanto tempo (minutos, horas).

Nas empresas de serviços, normalmente se faz o acompanhamento da ordem de serviço, anotando os custos alocados diretamente (mão de obra, materiais aplicados e serviços subcontratados).

O que é custo indireto?

Indireto é o custo que não se pode apropriar diretamente a cada tipo de bem ou função de custo no momento de sua ocorrência. Os custos indiretos são apropriados aos portadores finais mediante o emprego de critérios pré-determinados e vinculados a causas correlatas, como mão-de-obra indireta, rateada por horas/homem da mão de obra direta, gastos com energia, com base em horas/máquinas utilizadas, etc.

Atribui-se parcelas de custos a cada tipo de bem ou função por meio de critérios de rateio.

É um custo comum a muitos tipos diferentes de bens, sem que se possa separar a parcela referente a cada um, no momento de sua ocorrência. Ou ainda, pode ser entendido, como aquele custo que não pode ser atribuído (ou identificado) diretamente a um produto, linha de produto, centro de custo ou departamento. Necessita de taxas/critérios de rateio ou parâmetros para atribuição ao objeto custeado.

São aqueles que apenas mediante aproximação podem ser atribuídos aos produtos por algum critério de rateio.

Exemplos:

1. Mão-de-obra indireta: é representada pelo trabalho nos departamentos auxiliares nas indústrias ou prestadores de serviços e que não são mensuráveis em

nenhum produto ou serviço executado, como a mão de obra de supervisores, controle de qualidade, etc.

2. Materiais indiretos: são materiais empregados nas atividades auxiliares de produção, ou cujo relacionamento com o produto é irrelevante. São eles: graxas e lubrificantes, lixas etc.

3. Outros custos indiretos: são os custos que dizem respeito à existência do setor fabril ou de prestação de serviços, como depreciação, seguros, manutenção de equipamentos, etc.

3. CONCLUSÃO

Este trabalho foi desenvolvido a partir de uma ideia análise de indicadores contábeis

Tivemos essa ideia de fazer um projeto sobre empresa Bombril, e fala sobre sua gestão ou ao mesmo usando exemplos por que grande parte dos seus dados são confidenciais. Fabricação de lã de aço, sinônimo de categoria e líder absoluta no mercado brasileiro.

Conforme vimos no decorrer do trabalho, suas demonstrações contábeis sobre sua empresa de sociedade anônima de capital aberto, o mesmo a empresa teve um volume de produto vendido no primeiro trimestre de 2019 que alcançou 112,3 mil toneladas com um crescimento de 15,9% se comparando ao mesmo período do ano de 2018.

Com suas análises horizontais e verticais que são igualmente importantes para tomadas de decisão, que sua DRE é um aliado importante na gestão, principalmente na hora de acompanhar os principais indicadores financeiros.

Destacando vários outros exemplos de análise da situação financeira, gestão estratégica de custos, fixo e variáveis e diretos e indiretos. Bombril empresa de mil e uma utilidades.

REFERÊNCIAS

Sites:

Site: B3. Disponível em:

< http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Blog olist. Disponível em:

< <https://blog.olist.com/aprenda-as-diferencas-entre-lucratividade-e-rentabilidade/> > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Treasy. Disponível em:

< <https://www.treasy.com.br/blog/analise-horizontal-e-analise-vertical/> > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Sebrae. Disponível em:

< <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Controlle. Disponível em:

< <https://blog.controlle.com/o-que-e-custo-fixo-e-custo-variavel/> > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Contábeis. Disponível em:

< <https://www.contabeis.com.br> > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

Site: Bombril. Disponível em:

< http://ri.bombril.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&tipo=56717&conta=28&id=257207 > Acesso em 09 de Setembro de 2019.

ANEXOS

