

# A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE FINANCEIRA EM UMA MICROEMPRESA PARA MAIOR RENTABILIDADE.

Antonia Maria Gimenes<sup>1</sup>. Joubert Sabóia Marcondes<sup>2</sup>. Renato Nogueira Perez Ávila<sup>3</sup>. Michele da Silva Camargo<sup>4</sup>.

## RESUMO

Este trabalho teve como intuito mostrar algumas formas de análise financeira, de forma auxiliar nas tomadas de decisões. O principal objetivo do presente artigo foi demonstrar a importância que se faz o planejamento financeiro e estratégico da microempresa, a fim de melhorar a organização financeira da empresa de forma a obter maior rentabilidade, e como objetivos específicos: Apurar a importância de um planejamento para a saúde financeira em uma microempresa, definir o conceito e o objetivo do planejamento necessário para tomadas de decisões a curto prazo; e analisar os dados obtidos durante o estágio e propor sugestões de melhoria a empresa. Justifica-se a relevância deste trabalho pela necessidade conhecer as ferramentas de análises financeiras e métodos apontando um plano de melhorias. Utilizando de pesquisa bibliográfica e de dados coletados durante estágio através de uma entrevista feita com proprietária. Conclui-se que em qualquer ramo empresarial, é de extrema importância que se faça o planejamento financeiro de forma, organizar as finanças, separando contas pessoais e da empresa para que não haja conflitos nas tomadas de decisões e as tornem mais assertivas, foi sugerido à implantação de marketing estratégico, para explorar o crescimento do seu negócio, a separação de contas pessoais e da empresa para obter equilíbrio financeiro, e dentre está organização estipular um pró-labore para obter melhores resultados, e também rever os planejamentos estratégicos e financeiros para melhor organização de suas finanças.

**Palavras-chave:** Planejamento. Rentabilidade. Tomadas de Decisões.

## ABSTRACT

This work was intended to show some forms of financial analysis in order assist in decision making. The main objective of this paper was to demonstrate the importance that makes financial and strategic planning microenterprise, in order to improve the financial organization of the company in order to achieve profitability, and the following objectives: Investigate the importance of planning for health financial in a micro-enterprise, defining the concept and the purpose of the planning required for short-term decision making; and analyze the data obtained during the stage and propose suggestions for improvement the company. Justified the relevance of this work by the need to know the tools of financial analysis and methods aiming an improvement plan. Using bibliographic research and data collected during stage through an interview with the owner. We conclude that in any business sector, is of utmost importance to make financial planning in order, arrange finances, separating personal accounts and company so there are no conflicts in decision making and be more assertive, it was suggested to strategic marketing implementation, to explore the growth of your business, the separation of personal accounts and company for financial stability, and is among the organization set a management fees for best results, and also review the strategic and financial plans for the better organizing your finances.

**Keywords:** Planning. Profitability. Decisions taken.

---

<sup>1</sup> Especialista em Administração de Empresas, Consultora, Palestrante e Professora e Coordenadora dos Cursos Técnicos do Instituto de Ensino Superior de Londrina – INESUL.

<sup>2</sup> Formado em Administração. Especialista em finanças e Docente do Instituto de Ensino Superior de Londrina – INESUL.

<sup>3</sup> Tecnólogo em Proc. De dados; Licenciatura plena em informática; especialista em ciência da computação; mestre em sistemas de gerenciamento de telecomunicação; Doutor em ciência da educação e; Docente e Coordenador de pesquisa na faculdade – INESUL.

<sup>4</sup> Acadêmica do Curso Tecnólogo em Finanças do Instituto de Ensino Superior de Londrina – INESUL.

## INTRODUÇÃO

Hoje no contexto em que vivemos e a alta competitividade financeira, o tema proposto é de grande pertinência a todos os que interessam em obter maior rentabilidade em seus negócios.

Há uma grande preocupação com a gestão financeira de pequenas empresas, haja vista que são de grande importância no crescimento de uma economia saudável e responsáveis pela geração de oportunidade de empregos de uma parte considerável da população.

Este artigo se concentrou no problema de aspecto financeiro, o qual se acredita ser gerado a princípio, pela falta de planejamento financeiro. Através das projeções com ferramentas financeiras, o gestor poderá ter acesso às informações sobre a saúde financeira da sua empresa, tendo a oportunidade de planejar formas adequadas e assertivas o investimento adequado das atividades da empresa.

No decorrer dos anos, podemos notar a quantidade de empresas que fecham por não buscar interpretar o que ocorre por trás das finanças da empresa. Muitas vezes o erro está logo na abertura do negócio.

É de extrema importância que as pequenas empresas entendam as principais ferramentas de gestão financeira de forma que saiba como funcionam os pontos fortes e fracos de sua empresa perante a concorrência, como fazer o planejamento estratégico em curto prazo para obtenção de poder nas tomadas de decisão.

O tema abordado no presente trabalho teve como objetivo principal demonstrar a importância dos controles internos e a separação do ambiente empresarial com finanças pessoais de uma empresa de pequeno porte situada na região de Ibioporã, visando maior rentabilidade da empresa. E os objetivos específicos foram analisar a importância de saber separar as finanças empresariais das pessoais de forma eficaz; verificar os controles internos da empresa; fazer um diagnóstico dos controles financeiros bancários; demonstrar a importância do planejamento estratégico e financeiro de uma empresa para maior rentabilidade e propor sugestões de melhorias para a empresa estudada.

Justifica-se a relevância deste presente artigo sobre como demonstrar as aplicações financeiras e seu planejamento estratégico empresarial de forma

saudável para a empresa tornando se fundamental para obter o retorno esperado e para se evitar o desequilíbrio tornando a competitiva.

A pesquisa buscou avaliar o funcionamento dos controles internos da referida empresa e realizar uma análise de como é feito o controle dessas atividades. O estudo de caso oportunizou também fazer uma comparação entre teoria e prática fazer uma análise e observar os resultados obtidos.

## **DESENVOLVIMENTO**

Planejamento estratégico é uma série de idéias que por si só não surte resultado algum, é na execução dessas idéias de forma integrada que podemos obter bons frutos. É imprescindível constante reavaliação da estratégia empregada, uma vez que é constituído por elementos complexos e variáveis.

Pequenas empresas geralmente não conseguem lidar com um planejamento mais complexo, preferem levar em conta seu conhecimento empírico, até mesmo nas finanças, deixando seu negócio em maus lençóis.

O plano estratégico deve ser seguido de forma que o empresário tenha uma melhora na tomada das suas decisões.

Uma das formas de conseguir bons resultados no planejamento é a Análise Swot (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças). Também é conhecido como análise FOFA, em português, onde é possível perceber os pontos fracos e fortes da empresa, bem como as ameaças e oportunidades ao ponto de vista externo e interno.

O gestor deve estabelecer em sua empresa uma análise constante de quais são suas forças e fraquezas, perante seus concorrentes, o que ela deve oferecer aos seus clientes como diferencial e deve perceber também quais as oportunidades e ameaças que o mercado oferece.

Por fim de fazer o feedback do seu plano estratégico, pois é preciso não tão somente decidir ou executar, é necessário saber o resultado que já foi alcançado.

Estabelecer foco é de extrema importância e para que isso aconteça o gestor deve estabelecer também pontos principais do planejamento estratégico que são: Missão, Visão e Valores. Isso ajuda o empresário a manter uma linha de qualidade na sua empresa. Desenvolver esses pontos principais ajuda que a

empresa tenha uma melhora significativa na sua rentabilidade.

**Figura 1** – Etapas do planejamento Estratégico.



**Fonte:** Portal Administração, 2015.

Em contrapartida os gestores são desafiados na aplicabilidade do planejamento e é na maioria das vezes a maior dificuldade encontrada. Para alcançar o objetivo esperado é preciso alinhar a organização, com a adaptabilidade de forma equilibrada.

Os planejamentos de longo prazo, juntamente com planos de marketing, dão direção a empresa, estipulando metas estratégicas. Podem estar incluídos nesse planejamento desde cancelamentos de projetos até extinção de dívidas a pagar. Tal planejamento, tendem ser apoiados por uma série de planos e resultados anuais.

Incluem dados básicos de previsão de vendas e diversos dados operacionais e financeiros. Com base nos dados, a empresa pode estimar as necessidades de planejar o tempo necessário para preparação de equipamentos e incluem matéria-prima exigida, gasto geral com produção e despesas.

De acordo com (Gtiman, 2001) “O planejamento financeiro é um aspecto importante das operações da empresa, porque ele mapeia os caminhos para guiar, coordenar e controlar as ações da empresa para atingir seus objetivos”.

Dois pontos principais são: o planejamento de caixa e o planejamento de

lucro, onde possibilitam desenvolver demonstrações financeiras projetadas. Essas atividades não são tão somente úteis, mais também são exigidas por possíveis credores.

A melhor forma de implantar o planejamento financeiro, é entender que a ausência da educação financeira pode ser a principal responsável por boa parte dos problemas na gestão das finanças da empresa, e as principais mudanças devem acontecer nos hábitos de seu gestor, muitas vezes negativos.

É preciso também definir objetivos financeiros, para qualquer coisa que pensamos em fazer precisamos de metas e objetivos, e com nossas finanças não é diferente. Definir o objetivo financeiro significa determinar um valor e um prazo para alcançar qualquer objetivo, por exemplo, comprar um carro é um objetivo, no entanto comprar um carro no valor de R\$ 30.000 nos próximos dois anos é um objetivo financeiro.

A simples definição de prazo e valor para cada objetivo, nos permite o cálculo exato de quanto tempo falta pra atingirmos essa meta. A definição de objetivos financeiros é a principal motivação para persegui-los com disciplina, pois pensará duas vezes antes de comprar algo que não precisa, sob pena de se distanciar de um objetivo realmente relevante.

Educar financeiramente, também é poupar e algo de suma importância, por mais óbvio que isso possa parecer é assustador a quantidade de pessoas que não conseguem poupar dinheiro no final do mês, ou pior gastam mais do que ganham através de ferramentas de crédito.

Significado de riqueza não está relacionado ao quanto ganha, se recebe um ótimo salário mensal e o gasta completamente não está ficando mais rico, apenas tem um alto padrão de vida. A riqueza é um resultado de trabalho duro, dedicação, planejamento e acima de tudo auto disciplina e é sempre bom lembrar que o patrimônio líquido, é o valor de tudo o que a empresa ou pessoa física tem, subtraído por tudo o que ela deve.

Fluxo de caixa é a demonstração financeira na empresa de suma importância desde a atividade empresarial, até mesmo para pessoa física, que se dedicam a algum negócio. Na maioria das vezes o grande problema nas finanças da empresa, ocorrem por falta de adequada gestão do seu fluxo de caixa. Através desse demonstrativo é possível saber se a empresa foi auto-suficiente no seu giro ou se a sua independência financeira esta sendo posta em cheque.

Segundo (Matarazzo,2003), “muitas empresas vão á falência por não administrar seu fluxo de caixa”.

Analisar o fluxo de caixa, significa visualizar as influências no movimento do caixa dentro de curtos e longos prazos.

Segundo (Gitman, 1997), “o orçamento de caixa, ou projeção de caixa, é um demonstrativo dos fluxos das entradas e saídas projetadas de caixa da empresa, usado para estimar suas necessidades de caixa a curto prazo”.

A DFC (Demonstrativo de Fluxo de Caixa), é um importante instrumento de análise, ela permite avaliar se pode suprir suas atividades comerciais, pagamentos de dividas bancarias ou se vai sobrar recursos para investimentos.

A importância de se saber separar os gastos originados pelo negócio, entidade contábil, dos gastos pessoais, reitera ainda que toda vez que o sócio pegar dinheiro da empresa tem que contabilizar com empréstimo de pessoa física para pessoa jurídica, da mesma forma se a empresa subtrai dinheiro do sócio esse tem que ser contabilizado como empréstimo de pessoa física para pessoa jurídica, ressalta Marion, (2009).

Um dos maiores erros cometidos pelos gestores de suas empresas, é não prever um salário fixo. Independente da condição financeira como pessoa física ,é estritamente necessário que possua um rendimento salarial para que se mantenha um controle financeiro no ambito pessoal e empresarial.

O Pró Labore é uma média calculada, entre um valor onde o proprietário possa se manter durante o mês, com um valor que geralmente é pago para o seu cargo no mercado. Dessa forma será obtido um salário fixo para atuar na empresa.

Esse salário nunca deverá ser depositado em investimentos na empresa, assim como o dinheiro da empresa não deverá partir da sua conta pessoal, caso isso aconteça, irá acarretar perdas financeiras tanto na empresa quanto na economia pessoal.

Outra ferramenta importante é o fluxo de caixa, ele vai ajudar a garantir um controle maior das finanças da empresa e mostrará de acordo com o saldo do rendimento da empresa o quanto poderá ser retirado de salário para o proprietário.

O empresário pode escolher também a data da retirada, pode ser mensal, semanal ou até por dia. Deverá procurar um equilíbrio entre o que a empresa pode pagar e suas necessidades pessoais, mas é preciso cuidado, pois nem sempre a empresa pode pagar o que é pretendido, é necessario garantir que o saldo não fique

zerado, pois haverá contas a pagar nos próximos meses. Em cima do lucro é que se vê o quanto poderá ser retirado.

Para (Kotler, 1999) “Marketing é a arte de descobrir oportunidades, desenvolvê-las e lucrar com elas”.

Todo gestor enfrenta dificuldades para promover mudanças, inovar em seu negócio é um desafio, porém não é impossível. Dentro de um mercado ativo, as microempresas sentem-se ameaçadas com as novidades, e tendem a se mobilizar para que mudanças comecem a ocorrer, para uma melhora efetiva nos seus negócios, expelindo os invazores, no caso concorrentes.

Segundo (GRACIOSO, 2005) “Inovar é colocar algo de novo ou diferente em vários objetivos, como estratégias, estruturas e até mesmo métodos de trabalho. Define-se em uma só palavra inovar é mudar”.

Pensando também em como conquistar, manter e fidelizar os clientes, sempre nos vem a cabeça os vendedores que passam a maior parte do tempo correndo atrás de novos clientes, em vez de criar um relacionamento com os já existentes, mas devemos pensar o inverso.

Um cliente que não foi bem trabalhado representa a perda da próxima venda, a empresa perde toda a lucratividade das possíveis compras futuras daquele cliente.

Engana-se o empresário que presume seus clientes estão garantidos, deve-se fazer algo especial para eles, é necessário uma atenção maior, isso fará com que o cliente fale bem do serviço, fidelizando-o e trazendo mais clientes para conhecer o que tanto agradou o primeiro.

Deve-se levar em conta que existe uma grande escassez de clientes, e grande quantidade de produtos e novidades no mercado. Quando uma empresa lança um determinado produto, que atraem os olhares dos cliente, eles se amontoam a espera dessa novidade.

Então sempre superar as expectativas dos clientes torna-se extremamente importante, no tocante ao atendimento num geral, desde uma atenção especial no momento da venda, até o pós venda, gerando um acompanhamento deste cliente até que ele retorne ou faça uma indicação aos seus amigos, sobre os serviços prestados em sua empresa.

Como exemplo de captação de clientes usando ferramentas como: anúncios, participação de feiras ou eventos. Outra forma de dar uma atenção

especial ao seu cliente é fazer o cadastro deles de forma que possa posteriormente, lhe mandar um feliz aniversário, convida-lo para um evento, acompanhar junto a ele a qualidade do serviço prestado, ou simplesmente mandar as novidades de produtos lançados pela empresa.

Antes de comprar, o consumidor cria uma expectativa baseada na opinião dos outros que já compraram, no que o vendedor disse e em experiências de compras já efetuadas de produtos similares. Se esse comprador se sentir insatisfeito ou indiferente, considere-o um cliente perdido.

Muitas empresas não fazem distinção de um cliente satisfeito para um verdadeiramente satisfeito. Empresas que desejam que o cliente volte deve medir periodicamente o nível de satisfação de seus clientes. E se o nível de insatisfação for superior ao nível de satisfação o gestor deve procurar saber qual o motivo da insatisfação desse consumidor.

Ironicamente os clientes que não se sentem satisfeitos e têm suas queixas atendidas tendem a se tornar mais fieis do que clientes que nunca se sentiram insatisfeitos. Para isso existem muitas maneiras de recuperar um cliente decepcionado, uma delas é dar um desconto na próxima compra ou um pequeno brinde para tirar a má impressão de sua empresa.

A Metodologia aplicada foi de caráter exploratório, descritivo, in loco e com levantamentos bibliográficos em livros e sites. Foi realizada uma entrevista com a proprietária da empresa, para maiores levantamento dos dados. A empresa pesquisada foi do ramo comercial de estética, de pequeno porte, situada na região central de Ibiporã. A empresa possui 01 funcionário mais a proprietária.

## **ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS LEVANTADOS**

Através de uma entrevista feita com a proprietária, foi detectado que não há um bom controle interno das finanças da empresa.

Existem grandes necessidades de um planejamento financeiro e explanando mais sobre o assunto, percebeu-se a necessidade de controles financeiro de forma mais correta.

A empresa tinha um sistema de planilhas auxiliares muito eficaz, porém



não estava resolvendo, pois seus lançamentos eram feitos de forma errônea e que se fundiam os custos da empresa com as contas pessoais da proprietária.

A proprietária esclarece também ser bem esclarecida no âmbito administrativo, pois fez um curso profissional, onde obteve todas as informações sobre como gerir uma empresa até mesmo financeiramente, implantou em sua empresa um sistema moderno de planilhas, como fluxo de caixa, porém a maior dificuldade por ela descrito é a separação das contas da empresa das contas pessoais.

Dentro deste assunto a proprietária diz que para melhorar suas finanças, gostaria de ter maior planejamentos de seus gastos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A grande maioria das pequenas empresas têm uma grande dificuldade em gerir suas finanças. Percebendo a existência da problemática, foi sugerido a implantação de um planejamento estratégico e financeiro, ajudando a proprietária entender a forma como controlar suas finanças e controles internos de forma mais correto, visando a melhoria das finanças da empresa.

Apesar da empresária ter uma certa instrução quanto a administração de sua empresa, mesmo obtendo um aplicativo de planilhas moderno, esse programa não dá a ela uma segurança de forma que ela consiga fazer corretamente os lançamentos.

De acordo com os objetivos propostos, revela se a necessidade de estipular um pró labore para que facilite a separação das contas da empresa de contas pessoais, permite que a proprietária tenha um maior controle das finanças de seu negócio, fazendo retiradas de acordo com o lucro. Informações que poderão ser retiradas dos lançamentos de seu fluxo de caixa.

Conclui-se que com tudo isso implantado a empresa poderá até mesmo investir os recursos na própria empresa, como a própria gestora afirmou que há tempos não consegue investir em seu próprio negócio por estar gerindo os ativos da empresa de forma errada.

No trabalho pode se esclarecer também, formas de como ela poderá planejar melhor seus gastos, de forma que o controle de seu fluxo de caixa terá que ser corretamente lançado, poderá gerir melhor seus gastos de acordo com o saldo

do caixa.

Foi sugerido á empresa pesquisada, estabelecer uma análise financeira através do planejamento financeiro e estratégico visando as ferramentas como análise SWOT que pode auxiliar a proprietária entender quais os pontos fortes e fracos de sua empresa e ajudando a equilibrar os principais problemas que a empresa enfrenta.

O melhor controle das planilhas financeiras, como por exemplo, planilhas auxiliares de contas a pagar e a receber onde vai ajudar a proprietária a planejar suas atividades e o controle dos resultados, separando seus recursos da empresa e recursos pessoais, estabelecer um pró-labore para ajudar nessa separação também se faz necessário.

Por fim, é fundamental ressaltar que sem um planejamento e controle de suas finanças muitas vezes Microempresas chegam a declarar falência, é preciso juntamente com o marketing estratégico, auxiliando a entender melhor sobre como fidelizar os clientes.

Para confirmar a importância do citado acima (Kotler, 1999) ressalta, “Marketing é a ciência e a arte de conquistar e manter clientes e desenvolver relacionamentos lucrativos com eles”.

Ficar atualizado nas mudanças do mercado é preciso, assim como obter informações sobre as mudanças no mercado financeiro, isso faz com que o gestor pense em crise como uma oportunidade de crescer ainda mais.

Como também, (Gitman, 2001) enfatiza que, “o setor de finanças tem relação estreita com a economia. Administradores financeiros devem entender a economia e estar alertas para com a variação dos níveis da atividade econômica, assim como nas política econômica”.

## REFERÊNCIAS

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração Financeira**. 7ª edição, São Paulo, Editora Harbra, 1997.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração financeira**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

GRACIOSO, Francisco. **Marketing Estratégico**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

KOTLER, Philip. **Marketing para o Século XXI**. 16 ed. São Paulo: Futura, 1999.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 15.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ORGANIZZE. **Por que é fundamental separar as finanças pessoais e as da empresa (e como fazer isto)?**. 2015. Disponível em: <<http://gestaoempresarial.organizze.com.br/por-que-e-fundamental-separar-as-financas-pessoais-e-as-da-empresa-e-como-fazer-isto/>>. Acesso em :26 de Abril 2015.

PORTAL ADMINISTRAÇÃO. **O que é Planejamento e Gestão Esratégica?**. 2014. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/06/planejamento-gestao-estrategica-o-que-e.html>>. Acesso em: 23 de Fevereiro 2015.