

**FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE  
INSTITUTO ENSINAR BRASIL – REDE DOCTUM DE ENSINO**

**CAPITAL DE GIRO COMO FERRAMENTA PARA ANÁLISE DA SITUAÇÃO  
FINANCEIRA EMPRESARIAL: Um estudo de caso no Posto de Combustível  
Piracicabense**

**Nelmar Mendes de Oliveira<sup>\*</sup>**

**Graziela Fátima Pereira<sup>\*\*</sup>**

**RESUMO**

Em busca de melhores resultados e lucros, as empresas devem buscar conhecimentos e técnicas de gestão financeira que proporcionem melhores resultados sobre seus negócios. Este artigo foi desenvolvido no Posto de Combustível Piracicabense e tem o objetivo de analisar seus dados financeiros para identificar como está sendo realizada a formação do capital de giro da referida empresa. Para isso foi feito o levantamento dos dados financeiros da empresa, sendo a maior parte dos dados coletados fornecidos pelo próprio posto, caracterizando a pesquisa como bibliográfica, descritiva e documental. Com base nesses dados, pôde-se realizar as análises em relação ao que foi proposto, mostrando que comprovaram uma posição privilegiada de mercado do Posto Piracicabense, cuja permanência nessa situação e até mesmo sua melhoria, será feita, essencialmente, por meio de um maior detalhamento e controle financeiro.

**PALAVRAS-CHAVE:** Finanças. Gestão. Capital.

---

<sup>\*</sup> Nelmar Mendes de Oliveira, Graduando em Administração na Faculdade Doctum de João Monlevade; e-mail: nelmarmendes@hotmail.com

<sup>\*\*</sup> Professora Orientadora Graziela Fátima Pereira na Faculdade Doctum de João Monlevade; Mestre em Administração; e-mail: grazielaferreira@yahoo.com.br

## 1 INTRODUÇÃO

Ao analisar as forças que impactam o mercado e verificar como este comporta em relação às variáveis econômicas, fica notável a grande influência de fatores voltados aos aspectos tecnológicos, globais, culturais e estruturais que abrangem o financeiro das organizações e países e, dessa forma, auxiliam-nas no crescimento ou mudança de atitudes para enfrentar a concorrência e as turbulências do mercado e dos fatores econômicos.

Nesse sentido, este estudo tem como foco a questão do Capital de Giro em uma pequena empresa do ramo de comercialização de combustíveis, produto que tem sofrido variações representativas de preço de mercado devido, principalmente, a fatores relacionados à situação econômica brasileira, responsável por dificultar a sua comercialização em virtude da alta de preços, já que, para um maior ganho, se faz necessário sua venda em grande volume.

Com este intuito, o Capital de Giro mostra-se como uma ferramenta relevante para verificar, por um determinado período, como o financeiro de uma organização se comporta com as variações e diretrizes do governo e com as questões mercadológicas, sendo possível avaliar e analisar as condições de crescimento e investimentos futuros que a empresa apresenta.

Sendo assim, como o próprio nome sugere, o Capital de Giro gira dentro da empresa e, a todo o momento, sofre transformações no ciclo operacional financeiro. O estudo dele é fundamental na administração financeira, pois as empresas precisam recuperar todos os custos e despesas incorridos durante o ciclo operacional e obter seu lucro desejado.

Este artigo tem como objetivo geral, Analisar a Gestão do Capital de Giro no Posto de Combustíveis Piracicabense e como objetivos específicos:

- a) Fazer um levantamento do fluxo de caixa dos últimos seis meses;
- b) Analisar os prazos de recebimentos e pagamentos;
- c) Verificar como a composição do Capital de Giro.

A análise que será realizada no Posto de Combustível Piracicabense será norteadada pela questão: Como está sendo realizada a gestão do Capital de Giro no Posto de Combustível Piracicabense?

Diante disso, este trabalho se justifica pelo fato de o pesquisador encontrar, na área financeira, um aporte para ampliar seus conhecimentos e, ao mesmo tempo, auxiliar a empresa em questão a conhecer melhor a capacidade financeira e, com isso, encontrar possibilidades e condições de melhor atuação no setor do qual faz parte.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Este marco teórico tem como objetivo desenvolver ideias com base em referências bibliográficas de autores renomados, buscando o embasamento teórico do estudo proposto.

### **2.1 Finanças**

A área de finanças é ampla e dinâmica e afeta diretamente a vida de todas as pessoas e, principalmente, a existência e a sobrevivência das organizações no mercado competitivo. De acordo com (GITMAN, 2004, p.4):

Podemos definir finanças como a arte e a ciência da gestão do dinheiro. Praticamente todos os indivíduos e organizações recebem e levantam, gastam ou investem dinheiro. A área de finanças preocupa-se com os processos, as instituições, os mercados e os instrumentos associados à transferência de dinheiro entre indivíduos, empresas e órgãos governamentais. Muitas pessoas poderão se beneficiar da compreensão do campo de finanças, pois lhe permitirá tomar melhores decisões financeiras pessoais.

### 2.1.1 Planejamento Financeiro

O sistema de um planejamento financeiro é fator fundamental para alcançar sucesso empresarial, pois as mudanças mercadológicas ocorrem cada vez mais e com maior frequência devido à grande competitividade entre as empresas. Por isso (ZDANOWICZ, 2001) afirma que hoje não existe mais lugar para a improvisação na empresa, é preciso ser um grande profissional. De acordo com Zdanowicz, (2001, p. 13):

O processo de planejamento financeiro decorre da necessidade da empresa em crescer, de formar ordenada, tendo em vista à implantação e à adequação de padrões, princípios, métodos através de processos racionais, práticos e competitivos no tempo. O sistema orçamentário global consiste em: planejar as atividades a serem desenvolvidas para que possam ser cumpridas; projetar a obtenção de recursos necessários, dentro de determinado prazo, para fazer o planejamento acontecer na empresa; controlar as etapas à medida que são executadas; e avaliar, periodicamente, os valores realizados com os valores projetados.

É através de um bom planejamento financeiro que será possível visualizar medidas a serem executadas no decorrer das suas atividades mercadológicas, bem como as expectativas do futuro da empresa e as decisões, quando embasadas no planejamento financeiro, terem grande possibilidade de ser eficazes.

### 2.1.2 Fluxo de caixa

Em economias inflacionárias, com altas taxas de juros, a sobrevivência da empresa, muitas vezes, depende cada vez mais do grau de eficiência da gestão financeira. É imperioso que todo e qualquer dinheiro a receber ou a pagar seja bem empregado, sem perda de tempo. Se os fluxos de caixa são otimizados, reduz-se automaticamente, a necessidade do capital de giro. Este, portanto, é um exercício vital para as empresas brasileiras, cujos custos financeiros são significativamente elevados. O fluxo de caixa é o instrumento que permite ao administrador financeiro planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros de sua empresa para um determinado período. De acordo com Frezatti (1997, p. 13), caixa é:

No sentido clássico, o caixa representa o objetivo final dos investidores ao optarem por uma alternativa de alocação de recursos. No meio empresarial, caixa é o ativo mais líquido disponível na empresa, encontrado em espécie na empresa, nos bancos e no mercado financeiro de curtíssimo prazo.

O fluxo de caixa tem como objetivo básico a projeção das entradas e saídas de recursos financeiros para determinado período, visando prognosticar a necessidade de captar empréstimos ou aplicar excedentes de caixa nas operações mais rentáveis para a empresa.

### 2.1.3 Capital de Giro

O capital de giro é base de qualquer empreendimento, por isso deve ser administrado com muita atenção, de modo a obter sucesso contra as variações mercadológicas. Ele possibilita a avaliação e a análise das condições que a empresa apresenta de crescimento e investimentos futuros. Para Hoji (2007, p. 107):

O capital de giro é conhecido também como capital circulante e corresponde aos recursos aplicados em ativos circulantes, que se transformam constantemente dentro do ciclo operacional. Como o próprio nome dá a entender, o capital de giro fica *girando* dentro da empresa e, cada vez que sofre transformação em seu estado patrimonial, produz reflexo na contabilidade. Até se transformar finalmente (novamente) em dinheiro, o valor inicial do capital de giro vai sofrendo acréscimo a cada transformação, de modo que, quando o capital retornar ao “estado de dinheiro”, ao completar o ciclo operacional, deverá estar maior do que o valor inicial.

O termo *giro*, segundo Assaf Neto e Silva, 1997 “[...] refere-se aos recursos correntes (curto prazo) da empresa, geralmente identificados como aqueles capazes de serem convertidos em caixa no prazo máximo de um ano.” Os elementos que giram dentro das empresas são identificados no ativo circulante e passivo circulante, ou seja, no curto prazo. O capital de giro ou capital circulante é representado pelo ativo circulante, isto é, aplicações correntes, identificadas geralmente pelas disponibilidades, valores a receber e estoques. De acordo com Hoji (2007, p. 107):

O estudo do capital de giro é fundamental para administração financeira, porque a empresa precisa recuperar todos os custos e despesas (inclusive financeiras) incorridos durante o ciclo operacional e obter o lucro desejado, por meio da venda do produto ou prestação de serviço.

O capital de giro líquido representa a parcela de recursos de longo prazo que está financiando os ativos de curto prazo. No entanto, a forma mais direta de obtenção do seu valor é pela diferença entre o Ativo Circulante e o Passivo Circulante. Segundo Hoji,( 2007, p. 109), o Capital Circulante Líquido ou Capital de Giro Líquido é:

A diferença entre o ativo corrente (ativo circulante) e o passivo corrente (passivo circulante) é o Capital Circulante Líquido (CCL). Quando a soma dos elementos do ativo corrente é maior do que a soma dos elementos do passivo corrente, o CCL é positivo. Em caso contrário, o CCL é negativo. Quando a soma dos elementos do ativo corrente é igual à soma dos elementos do passivo corrente, o CCL é nulo.

#### 2.1.4 Técnicas de Gestão do Capital de Giro

Os indicadores de prazos médios ou indicadores de atividade permitem conhecer a política de compra e venda utilizada pela empresa, de forma a medir a eficiência com que os recursos estão sendo administrados. Assaf Neto e Silva (1997, p. 19) afirma que:

Uma boa administração do capital de giro envolve imprimir alta rotação (giro) ao circulante, tornando mais dinâmico seu fluxo de operações. Este incremento de atividade no capital de giro proporciona, de forma favorável à empresa, menor necessidade de imobilização de capital no ativo circulante e consequente aumento da rentabilidade.

O ciclo operacional caracteriza todo esse processo, que se inicia na compra de matéria-prima ou de produtos para revenda, e finaliza no recebimento pela venda do produto. O ciclo operacional incorpora, sequencialmente, todas as fases operacionais presentes no processo empresarial.

Prazo Médio de Renovação de Estoque (PMRE).

Segundo Gropelli e Nikbakht ( 2006, p. 339):

O principal propósito da administração de estoques é determinar e manter um nível e estoque que assegure o atendimento pontual dos pedidos dos clientes em quantidade satisfatória. Entretanto, manter estoques é dispendioso porque imobiliza um dinheiro que não rende juros e nem gera renda.

Para a gestão do capital de giro, é necessário que o setor financeiro conheça o indicador do PMRE, que apresenta os números de dias em que os estoques são

renovados ou, ainda, o número de dias, em média, em que os estoques permanecem armazenados na empresa, antes de serem vendidos. Assim, quanto menor o prazo e maior o giro de estoques, melhor é o resultado. O índice é obtido pela seguinte fórmula:

$$\text{PMRE} = (\text{Estoques} / \text{CMV}) \times 360$$

Onde: CMV = Custo de Mercadoria Vendida

Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV): As vendas a prazo devem receber uma atenção especial, pois conceder crédito significa assumir riscos e, conseqüentemente, custos.

De acordo com Groppelli e Nikbakht (2006, p. 337):

As contas a receber são parecidas com empréstimos sem juros aos clientes, porque os vendedores devem pagar despesas de juros enquanto seu capital estiver empatado nas contas a receber. Antes da decisão de reduzir os padrões de crédito, devem-se comparar os custos de contas a receber adicionais e os benefícios pelo aumento de vendas. Se o resultado dessa análise de custo/benefício for um lucro líquido, a empresa deve relaxar os padrões de crédito.

A conta Duplicatas a Receber ou Clientes sempre apresenta um valor relevante no ativo circulante, no qual representa os custos de produção e vendas, impostos sobre as vendas e lucro bruto ainda não realizado. O indicador de PMRV indica o tempo decorrido, em média, entre a venda e o efetivo ingresso de recursos. O índice é obtido pela seguinte fórmula:

$$\text{PMRV} = (\text{Duplicatas a receber} / \text{Vendas}) \times 360$$

Prazo Médio de Pagamentos de Compras (PMPC): As duplicatas a serem pagas ou fornecedores representam uma fonte de recursos operacionais, ligadas diretamente aos negócios da empresa. Os prazos para compra e estocagem de materiais e de recebimento das vendas afetam as necessidades de recursos para financiamento dos giros operacionais. O índice é obtido pela seguinte fórmula:

$$\text{PMPC} = (\text{Fornecedores} / \text{CMV}) \times 360$$

De acordo com Groppelli e Nikbakht ( 2006, p. 341):

Contas a pagar podem ser vistas como empréstimos sem juros dos fornecedores. Na ausência de contas a pagar, a empresa precisa tomar emprestado ou usar seu próprio capital para pagar as faturas de seus fornecedores. Portanto, o benefício das contas a pagar está na economia de despesas de juros que precisariam ser pagas se não houvesse o crédito dado pelo fornecedor. Entretanto, a aceitação do crédito e a utilização das contas a pagar nem sempre são interessantes para empresa compradora. Os fornecedores geralmente oferecem generosos descontos em dinheiro se as faturas forem pagas na entrega ou poucos dias após o seu recebimento. Nesse caso, a opção crucial é aproveitar os descontos à vista e pagar imediatamente, ou comprar a prazo e usar as contas a pagar. Se o desconto à vista for utilizado, a vantagem é o desconto por si só e as desvantagens são os custos de tomar emprestado para pagar à vista e a perda de um empréstimo sem juros. A oferta do desconto à vista deve ser aceita se o benefício exceder o custo.

De acordo com Assaf Neto e Silva (1997) e Gitman ( 2004), o ciclo financeiro mede as movimentações de caixa, ou seja, o momento inicial de desembolso do caixa e recebimento da venda do produto. O ciclo econômico considera somente as ocorrências de natureza econômica, envolvendo a compra de materiais para produção até a respectiva venda. Os prazos para compra e estocagem de materiais e de recebimento das vendas afetam as necessidades de recursos para financiamento dos giros operacionais.

## **2.2 Caracterização da Empresa**

A empresa Posto Piracicabense foi constituída em outubro de 1998 e começou a operar suas atividades em janeiro de 1999. Possui como razão social Posto Piracicabense Ltda. e como “nome de fantasia” Posto Ale.

É administrada por três sócios, cada um com 33,33% das ações, ficando a responsabilidade destes limitada ao valor do capital social da empresa.



O ramo de atividade principal na qual ela atua é o comércio varejista de combustíveis e lubrificantes para veículos automotores, mas tem como atividade secundária o serviço de borracharia.

Surgiu a partir da percepção de três amigos. Ou seja, na época puderam verificar uma nova oportunidade no campo de distribuição de combustíveis, já que existia apenas um na cidade. Ocorreu também pelo fato de dois dos sócios já possuírem uma grande área disponível, de boa localização.

Sua missão é proporcionar satisfação aos clientes, através do atendimento e de serviços prestados, de forma rápida, segura, com custos competitivos, como também buscar ser o melhor posto de reabastecimento do Médio Piracicaba, oferecendo lucratividade aos proprietários e promovendo harmonia entre as atividades da empresa, empregados e a comunidade.

Tem como visão ser uma empresa referência do ponto de vista regional, na prestação de serviços e atendimento aos clientes, no segmento de postos de combustíveis e demais serviços oferecidos.

A empresa possui no seu quadro de funcionários seis frentistas trabalhando em quatro bombas de combustíveis, um auxiliar administrativo, um motorista e um funcionário para as atividades de borracharia.

Para o serviço de logística dos produtos comercializados, a empresa conta com um caminhão com capacidade de carga de 15.000 litros.

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia utilizada neste trabalho será exposta a seguir.

### 3.1 Delineamento da pesquisa

O método de pesquisa mais adequado para este estudo é a exploratória, visto que a empresa não possui formalmente registros e controles que visualizam sua situação financeira atual, muito menos a médio e longo prazo. Segundo Marconi e Lakatos (1996, p.17):

[...] exploração técnica se dá através da análise cuidadosa do investigador quanto o método, a formulação de problemas e hipóteses, tudo isso, baseando-se em conhecimentos teóricos estudados ou vividos, e registrando sistematicamente os dados coletados, o investigador pode analisá-los com maior exatidão e coerência.

O método escolhido para a investigação é a pesquisa descritiva que delinea o que é o processo atual da empresa e aborda aspectos como descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando seu funcionamento no presente. Marconi e Lakatos (1996).

### 3.2 Coleta de dados

Afirmam Marconi e Lakatos (1996, p. 30) que “para efetuar a coleta de dados, utiliza-se instrumentos adequados, emprega-se todos os meios mecânicos possíveis, a fim de obter maior exatidão na observação humana, no registro e na comprovação de dados”.

Será implantado um controle de fluxo de caixa diário. A partir desse ponto, a coleta de dados será realizada através de relatórios financeiros, assim poderá ser acompanhado de forma mais correta e objetiva.

#### 3.2.1 Exploração de fontes bibliográficas

A pesquisa se embasará em um termo histórico, no qual Andrade e Lakatos (1996) enfatizam a importância de descrever como é e como eram os processos da

empresa. Segundo os autores, deve-se focar a investigação, o registro, a análise e a interpretação de fatos ocorridos no passado.

### 3.2.2 Pesquisa documental

De acordo com o enfoque deste estudo de caso, será utilizada uma pesquisa aplicada, pois é caracterizada por seu interesse prático com aplicação imediata, com a finalidade de resolução de problemas que ocorrem na realidade. Andrade e Lakatos (1996).

### 3.3 Plano de análise de dados

Todavia, os dados levantados são organizados segundo a natureza, com ajuda de tabelas e gráficos através dos recursos de informática, como o aplicativo *Microsoft Excel*. Os resultados serão analisados criteriosamente, procurando significado amplo das respostas encontradas à luz do marco teórico em estudo, que servirá de base para a elaboração e implementação de um modelo de gestão financeira aplicável à empresa.

Uma vez manipulados os dados e obtidos os resultados, o passo aplicado será a análise e interpretação destes, que constituem o núcleo central da pesquisa e destacam os aspectos de maior relevância, que merecem mais atenção por parte da organização. Andrade e Lakatos (1996).

## 4 ANÁLISE DE DADOS

Este estudo foi realizado no Posto Piracicabense com intuito de analisar qual o posicionamento financeiro da empresa, visto que as movimentações são elevadas e

o posto ganha ou tem lucro através do alto volume de vendas. Com isso, os dados levantados durante os seis meses em análise, contemplam as movimentações financeiras referentes à comercialização de combustíveis, ressaltando que a atividade principal é a venda de gasolina, etanol e diesel, mas também a venda de produtos adicionais ou agregados à sua atividade comercial, como lubrificantes, bebidas, etc.

A empresa apresenta significativos valores em seu fluxo de caixa, ou seja, valores altos que devem ser geridos com um maior controle. No primeiro momento, os dados foram coletados através de planilhas eletrônicas e, a partir disso, foram criados gráficos que, no segundo momento, foram analisados.

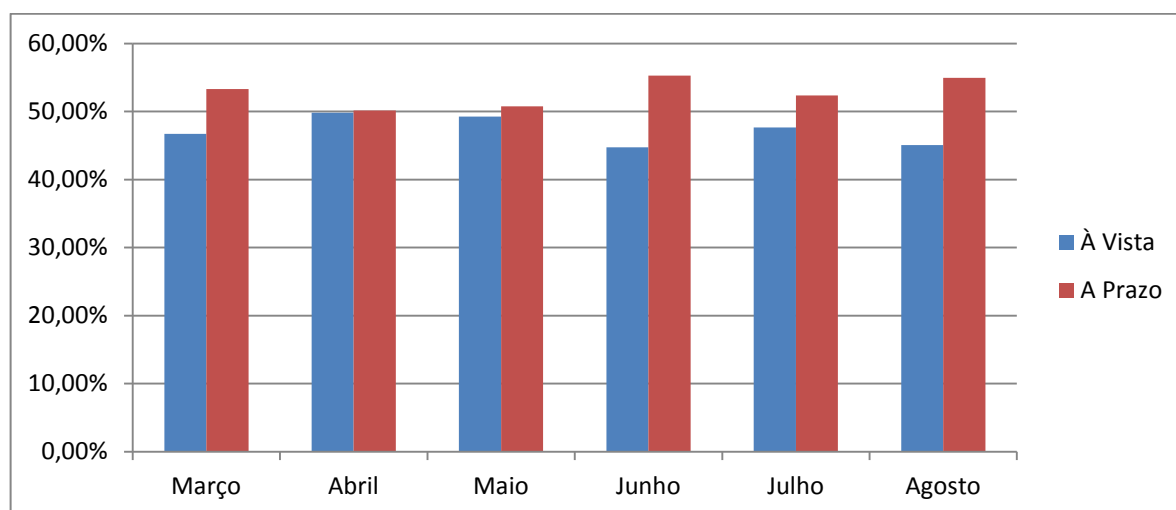
#### 4.1 Relação entre vendas a prazo e à vista de Março/2015 a Agosto/2015

Tabela 1 – Vendas a Prazo / à Vista

Meses	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto
À Vista	46,72%	49,83%	49,26%	44,72%	47,66%	45,07%
A Prazo	53,28%	50,17%	50,74%	55,28%	52,34%	54,93%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

Gráfico 1- Vendas a Prazo / à Vista



Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

O gráfico 1 e a tabela 1 contemplam a movimentação de vendas referentes a seis meses, estratificadas em vendas a prazo e à vista. O gráfico mostra que na maioria dos meses as vendas a prazo ultrapassam os 50%. Como pode ser visto na tabela 1 e no gráfico 1; os meses de Março, Junho, Julho e Agosto foram os que representaram os maiores percentuais de vendas a prazo. Esses percentuais elevados são decorrentes do seu maior cliente, a Prefeitura Municipal de Rio Piracicaba, que é responsável, em média, por 35% do total de vendas.

A grande questão é que isso pode ocasionar um grande risco de perda com os incobráveis. Tal risco pode comprometer o cumprimento das obrigações da empresa, de modo que ela precise de capital de terceiros para cumprir seus compromissos.

Vale observar que os valores totais de vendas referem-se ao total de vendas dos combustíveis e, uma parte, ao total de vendas de outros produtos, tais como: óleo lubrificante, bebidas, serviços de borracharia, e outros consumíveis. De acordo com os valores coletados do fluxo de caixa da empresa, foi possível verificar uma diferença entre o total de vendas do posto com o total de vendas de combustíveis. Essa diferença representa em média 2,44% do total de vendas por mês e corresponde às vendas dos outros produtos citados acima, aumentando a margem de lucro e, na maioria das vezes, não apresentando um controle financeiro pelo fato do foco ser a venda dos combustíveis.

Outro detalhe é que a empresa pratica sua concessão de crédito com os seguintes prazos: 30 dias para pessoas físicas, e 45 para pessoas jurídicas, ou seja, todos os recebimentos acontecem no dia primeiro do mês seguinte à compra para pessoas físicas e no décimo quinto dia para pessoa jurídica. Interessante observar que os prazos concedidos superam o que seria ideal, financeiramente, para o posto, ou seja, o cálculo do prazo médio de recebimento de vendas (PMRV) indica um prazo de até 16 dias, e a empresa pratica prazos maiores, como exposto acima. Veja:

Usando a fórmula  $PMRV = (Duplicatas\ a\ receber / Vendas) \times 360$ , obtêm-se os seguintes prazos conforme tabela 2.

Tabela 2: Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)

Meses	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Média
PMRV	15,98	15,05	15,22	16,58	15,70	16,48	15,84

Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

#### 4.2 Receitas dos combustíveis comercializados de Março/2015 a Agosto/2015

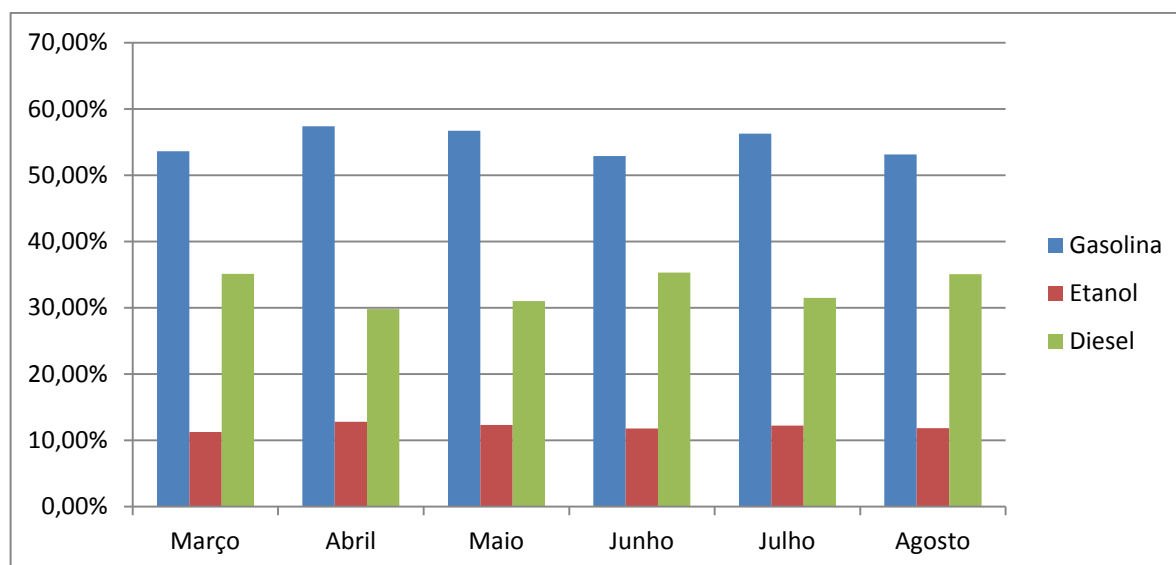
Nesse tópico serão apresentadas as receitas mensais de Março/2015 a Agosto/2015 de cada tipo de combustível comercializado pelo posto, lembrando que, como o posto não tem controle dos produtos adicionais vendidos, estes não estão incluídos nos valores de receitas.

Tabela 3: Receitas por tipo de combustível

Meses	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto
Gasolina	53,63%	57,39%	56,69%	52,88%	56,26%	53,12%
Etanol	11,26%	12,79%	12,32%	11,80%	12,24%	11,82%
Diesel	35,11%	29,82%	30,99%	35,33%	31,49%	35,05%

Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

Gráfico 2 : Receitas por tipo de combustível



Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

Os dados acima demonstram que, dentre os combustíveis comercializados, a gasolina é o que representa a maior porcentagem da receita, uma vez que esta corresponde a mais de 50% das receitas nos meses em análise.

O diesel ocupa a segunda maior receita, porém possui a menor margem de lucro entre os combustíveis comercializados por cada litro vendido.

O etanol é o combustível com menor participação nas receitas das vendas de combustíveis, por apresentar menor volume na quantidade de litros vendidos, porém o etanol representa a maior margem de lucro entre os demais.

No que se refere ao fato de aumentar seus lucros, observa-se que o posto não faz nenhum tipo de promoção ou marketing para aumentar a quantidade de vendas do etanol, visto que possui uma significativa margem de lucro, possibilitando aumentar seu capital de giro decorrente das vendas deste produto.

#### 4.3 Despesas Fixas de Março/2015 a Agosto/2015

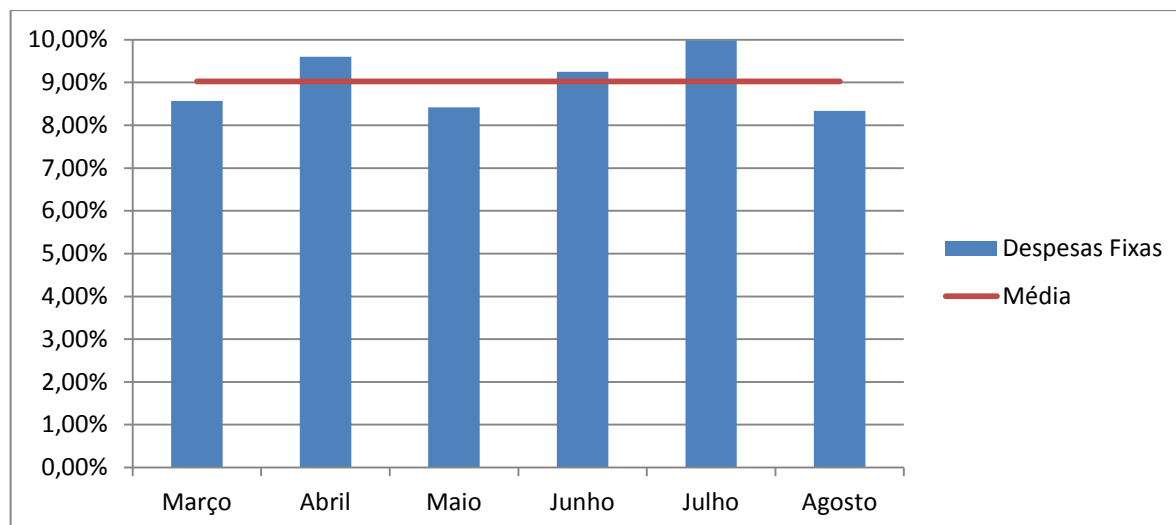
Aqui serão apresentados os percentuais de despesas fixas em relação aos totais de vendas/mês. A forma que o posto utiliza para determinar suas despesas fixas é relacionando-as às vendas totais do mês, como exposto abaixo:

Tabela 4: Despesas Fixas

Meses	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto
Despesas Fixas	8,57%	9,60%	8,41%	9,25%	9,98%	8,33%

Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

Gráfico 3: Despesas Fixas



Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

As despesas fixas apresentam algumas oscilações que não impactam significativamente no resultado da empresa, de modo que não prejudicam as suas obrigações. O gráfico 3 e a tabela 4 mostram que os meses de Março, Maio e Agosto foram os que apresentaram os menores valores de despesas fixas. Tais valores foram menores devido a pagamentos de GPS (Guia de Previdência Social) no mês de Março, menores que nos outros meses. Os meses de Maio e Agosto foram decorrentes da redução de funcionários e um valor significativo referente a contas de energia, que evidenciaram um menor consumo. Os outros meses, Abril, Junho e Julho, apresentaram valores maiores, decorrentes de contratação de novos funcionários e reajuste do preço de energia elétrica. As despesas fixas são rateadas no valor de custo dos produtos, correspondendo a 8,67% (R\$0,30) do valor de custo dos produtos, ou seja, é acrescida essa porcentagem no valor de custo para formação de preço de venda. Essa porcentagem é baseada no total de vendas no mês, ou seja, o total das despesas fixas corresponde a 8,67% do total de vendas, equivalente a um acréscimo de (R\$0,30) no preço de custo de cada litro comercializado.

Sob o ponto de vista financeiro, essa não seria a melhor forma de determinar as despesas fixas, pois limita a empresa na análise de viabilidade na relação despesa fixa e lucro, impedindo-a de visualizar o posicionamento correto da sua formação de capital de giro.



#### 4.4 Relação entre Vendas e os Custo/Lucro de Março/2015 a Agosto/2015

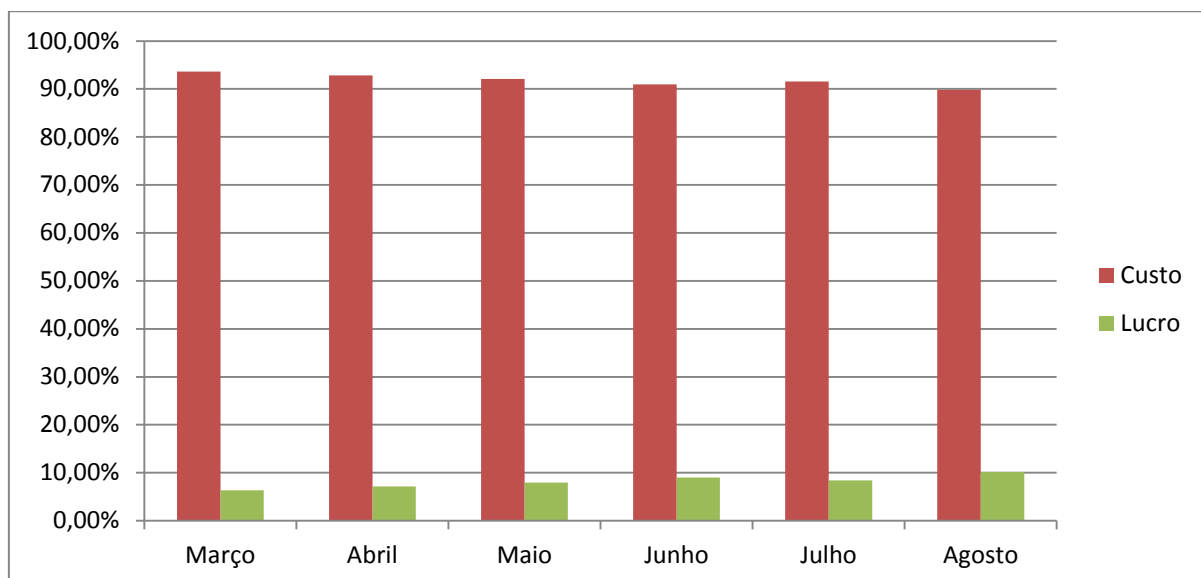
Os dados abaixo estão relacionados aos custos e lucros do Posto Piracicabense referente à comercialização de combustíveis.

Tabela 5: Custo/Lucro

Meses	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto
Custo	93,64%	92,81%	92,07%	90,95%	91,58%	89,84%
Lucro	6,36%	7,19%	7,93%	9,05%	8,42%	10,16%

Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

Gráfico 4: Venda/Custo/Lucro



Fonte: Pesquisa Aplicada (2015)

O gráfico 4 e a tabela 5 demonstram as vendas, o custo e o lucro referentes a seis meses, salientando que no valor do custo já está embutido o valor das despesas fixas, que corresponde a 8,67% (R\$0,30) de acréscimo a cada litro na comercialização. O mês de Março apresentou o menor resultado de lucro, decorrente do preço de custo do etanol elevado, isto é, foi o maior preço de custo de todos os meses em análise.

O mês de Abril apresentou um pequeno aumento no resultado do lucro devido à baixa no preço de custo do etanol em 6,83% (R\$0,14) por litro, referente ao preço de

custo do mês anterior.

O mês de Maio apresentou também um resultado maior que os meses anteriores, em consequência da baixa no preço de custo do etanol em 2,62% (R\$0,05), referente ao mês anterior, enquanto a gasolina sofreu um aumento na margem de lucro de 1,11% (R\$0,04) por litro vendido. O mês de Junho obteve novamente um resultado maior no lucro, em virtude da queda do preço de custo do diesel em 1,79% (R\$0,05) e um aumento no preço de venda de 1,30% (R\$0,04) por litro comercializado, totalizando um ganho de 3,09% (R\$0,09) por litro vendido. O diesel apresentou a maior quantidade de litros vendidos no mês de Junho, dentre os outros meses em análise.

O mês de Julho apresentou uma queda no resultado do lucro referente ao mês anterior, considerando o aumento do preço de custo do diesel em 1,82% (R\$0,05) por litro e a diminuição significativa da quantidade vendida de etanol de acordo com os meses anteriores, e o etanol representa a maior margem de lucro entre os produtos comercializados.

O mês de Agosto foi o que apresentou o maior resultado de lucro, decorrente dos aumentos de preços de venda dos produtos comercializados. A empresa usou como estratégia para aumentar a margem de lucro a compra e o estoque, antes do acréscimo, de produtos no tanque do caminhão que faz a logística. Assim, os produtos comercializados aumentaram sua margem de lucro, sem que aumentasse o seu preço de custo.

#### **4.5 Sugestões e Melhorias**

- a) Melhorar sua forma de levantamento e controle dos dados financeiros, uma vez que o posto estipula uma porcentagem de 8,67% (R\$0,30) para custear as despesas fixas. Essa porcentagem corresponde em média a 8,67% do total de vendas, representando um acréscimo de (R\$0,30) no custo de cada litro comprado. Tal porcentagem deve ser calculada de acordo com os valores

reais das despesas fixas e do total real das vendas, pois variam de um mês ao outro.

- b) Fazer um controle das vendas, recebimento e estoque dos produtos adicionais (óleos lubrificantes, bebidas, serviço de borracharia, etc.) para que o posto saiba, com exatidão, suas receitas provenientes das vendas desses produtos.
- c) Controlar melhor as vendas à vista e a prazo, pois a empresa, para fazer frente às suas obrigações de curto prazo, em alguns momentos, precisar colocar capital próprio para sustentar a movimentação do caixa, ou seja, seu ciclo financeiro não está adequado ao ciclo operacional. Isso pode ocorrer devido ao fato de seu maior cliente de vendas a prazo ser a Prefeitura Municipal. Por isso a empresa deva adotar preços maiores para vendas a prazo, os custos envolvidos com as vendas a prazo são superiores àqueles relacionados às vendas à vista, e os preços de vendas deveriam traduzir essa diferença, o que não ocorre.
- d) Rever os prazos concedidos, pois de acordo com o cálculo do prazo médio de recebimento de vendas, o posto concede um prazo maior que 16 dias, que é o ideal para recebimento de vendas.
- e) Estimular as vendas do etanol, pois é o produto com a maior margem de lucro entre os combustíveis comercializados. Fica claro que o posto não faz nenhum tipo de promoção e marketing para aumentar o volume de vendas do etanol.
- f) Utilizar meios mais sofisticados (programas integrados, software mais avançados) que permitam uma maior clareza das entradas e saídas de caixa, com o propósito de permitir uma maior percepção de como está sendo formado seu capital de giro, pois os levantamentos e dados, da forma como são encontrados no posto, não são capazes de demonstrar a proporção e a formação do capital de giro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar esse estudo, foi possível identificar a grande dificuldade das empresas em projetar e analisar seus dados financeiros, visto que existe uma grande diferença em levantar dados e analisá-los de maneira que eles sejam fontes de decisões gerenciais. Isso se pode notar com a elaboração deste artigo, já que o Posto Piracicabense é uma empresa com um potencial de mercado relevante, partindo do princípio de que a concorrência onde ele situa não é representativa, e muito menos preocupante, o que representa um dos seus pontos fortes. Entretanto, ocorre a necessidade de um maior controle dos seus resultados financeiros, já que, pelo que vem sendo realizado em seus levantamentos de dados, não é o suficiente para identificar seu capital de giro e a real saúde financeira da empresa.

Foi possível perceber também que finanças é algo complexo, que exige acompanhamento constante e dedicação dos profissionais envolvidos no processo de realização e análise de dados, o que na maioria dos casos não existe ou não acontece, levando assim a uma não obtenção de dados reais que não expressam condições favoráveis de ação em momento de emergência. Isto representa o maior risco quando o mercado não se apresenta favorável para o ramo de atividade.

Com isso, este estudo foi relevante em seu aspecto acadêmico, pois proporcionou um conhecimento prático da vivência teórica durante o curso de administração e aguçou no acadêmico o gosto e o julgamento em relação aos procedimentos da área de atuação e representou também um ganho para este como profissional.

Por fim, o estudo ajudou a empresa a enxergar as possíveis melhorias que devem ser implantadas em sua gestão financeira, e mesmo sendo muito complexo o tema abordado, fica em aberto para futuros estudos.

## **WORKING CURRENCY AS A TOOL FOR ANALYSIS OF CORPORATE FINANCIAL SITUATION: A Study of a Gas Fuel Case in Rio Piracicaba**

### **ABSTRACT**

To achieve better results and profits, companies should seek knowledge and techniques of financial managements that can provide better results for the business. This article was developed in Gas Station Piracicabense in order to analyze its financial data to identify how it is being carried out the formation of the company's working capital. For this work it was made a survey of the company's financial data, and most of the collected data were provided by the post itself, characterizing the research as literature, descriptive and documentary. According to these data, it's necessary to do the analysis based on what it was proposed, showing that the Piracicabense station is in a privileged market position, but to keep this situation and even improve it, it's necessary and essential a greater detailing and financial control. In this way, the analysis of working capital will show the financial situation of the company and will guide the same in decision-making.

**KEYWORDS:** Finance. Management. Currency.

### **REFERÊNCIAS**

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tiburcio. **Administração do Capital de Giro**.2.ed. São Paulo: Atlas,1997.

FREZATTI, Fábio. **Gestão do Fluxo de Caixa Diário**.1.ed. São Paulo: Atlas,1997.

GITMAN, Lawrence J.**Princípios de Administração Financeira**.10.ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley,2004.

GROPPELLI, A.; NIKBAKHT, Ensan. **Administração Financeira**.2.ed. São Paulo: Saraiva,2006.

HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária**.6.ed. São Paulo: Atlas,2007.

MARCONI, Maria de Andrade;LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas,1996.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Planejamento Financeiro e Orçamento**. 4.ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001