

PLANEJAMENTO E CONTROLE FINANCEIRO DE UMA EMPRESA DO RAMO DE MODA PRAIA DA CIDADE DE UBERLÂNDIA-MG

Autores:

Ana Júlia Recco Magro

Eduardo Alves Paulino

Kárem Cristina de Sousa Ribeiro

FAGEN/Universidade Federal de Uberlândia

1 Contexto

As empresas, sobretudo as de pequeno e médio porte, passam por muitos desafios e dificuldades relacionadas a gestão financeira. Independentemente do segmento e do porte, as empresas buscam a lucratividade. Por isso, os setores financeiros são, sem dúvida, a parte central do negócio. Compreender o funcionamento das organizações é uma das formas de garantir que todos os processos de gestão financeira sejam otimizados e que possam trazer lucros cada vez maiores.

Isto posto, este trabalho tem por objetivo analisar a situação financeira de uma empresa do ramo de moda praia, sediada na cidade de Uberlândia-MG. Vale ressaltar que este segmento está sempre aquecido no Brasil e, apesar da grande oferta já existente no mercado, aquelas empresas que conseguem se diferenciar e entender as necessidades do seu público-alvo tem grandes chances de obter sucesso. Sabe-se que o faturamento médio desse segmento pode variar entre R\$ 50.000 e R\$ 100.000 (FEBRATEX GROUP, 2019).

Nesse sentido, analisou-se os principais conceitos e ferramentas do planejamento e controle financeiro, bem como o funcionamento da empresa participante, para identificar quais os maiores desafios enfrentados e as estratégias que podem ser aplicadas para uma melhoria no cenário.

No caso da empresa analisada, verificamos que o principal problema é a não obtenção de lucros proporcionais aos gastos, sendo necessário a implementação de estratégias que visem a redução de custos (aluguel e produção) e o aumento de receita de vendas, sobretudo àquelas relacionadas ao *e-commerce*.

A prática financeira dentro das empresas permite um planejamento mais eficaz e coerente com o cenário. Isto posto, o trabalho se justifica pela ideia de que as inseguranças empresariais

podem ser resolvidas a partir da administração e gestão correta dos recursos, utilizando da inovação e do conhecimento prático sobre o assunto.

2 Solução Implementada ou Proposta

A partir do problema identificado e das análises feitas, foi possível compreender que os maiores desafios enfrentados pela empresa participante estão relacionados a altos custos e baixa comercialização dos produtos. Portanto, sugere-se uma revisão de todos os custos e despesas a fim de minimizar aqueles não essenciais.

Existe a possibilidade de crescimento nas operações via *e-commerce* pois, hoje, apenas 10% da receita de vendas é feita através deste canal, sendo a meta da empresa participante 20% a curto prazo. De acordo com um estudo realizado pela *Mobile Time e Opinion Box (2020)*, as vendas *online* no segmento de moda registrou um crescimento de 43% com relação ao período anterior, reforçando as oportunidades existentes.

Para a implementação das ações sugeridas, orienta-se a criação de um comitê de custos formado por colaboradores com pleno conhecimento da estrutura organizacional e operacional do negócio. O objetivo desse grupo é a análise dos custos que apresentem possibilidade de redução. Por isso, recomendou-se uma avaliação imediata dos seguintes gastos - aluguéis: 20% do total das despesas e produção: 42% do total dos custos – totalizando 62% do total dos custos/despesas.

Outro ponto seria a renegociação das entregas com a empresa responsável pela criação e manutenção do site, pois notou-se que alguns dos produtos principais da marca não estão ali listados (como por exemplo: biquínis e maiôs que representam, respectivamente, 49% e 21% das vendas no ano analisado).

Paralelamente às ações citadas, a empresa participante deve focar na consolidação de novos produtos através da criação da necessidade de consumo para a recém-lançada linha de *Beach Tennis*.

Todas as ações sugeridas deverão iniciar no curto prazo, evitando, assim, maiores prejuízos ao caixa da empresa. Elas terão como responsáveis a proprietária, o gerente de vendas, o administrador financeiro e a empresa desenvolvedora do site. Estima-se que o único custo adicional será relacionado às melhorias no site, que podem variar de acordo com a negociação a ser feita.

4 Resultados ou Metas

Abaixo, alguns resultados estimados a partir das metas estabelecidas:

- Redução de custos e/ou despesas, principalmente aqueles relacionados às atividades de produção própria e aos aluguéis. Estima-se que para ter um impacto significativo essa redução de custos deve ser de pelo menos 10% ao ano no curto prazo (próximos 12 meses).
- Aumento da receita de vendas a partir das operações feitas via site e a consolidação dos novos produtos. Estima-se que para ter um impacto significativo esse aumento de receita de vendas deve ser de pelo menos 10% no médio prazo (próximos 3 anos).
- Com relação ao Índice de Liquidez, ou seja, capacidade de pagamento, a empresa sairia de um cenário atual negativo (para cada R\$ 1 de endividamento total se tem R\$ 0,40 de capacidade de pagamento) e passaria a operar após 2 anos com um valor positivo (para cada R\$ 1 de endividamento total, passaria a ter R\$ 6,28 de capacidade de pagamento).
- No Índice de Liquidez Seca, entendido como a relação entre os ativos circulantes de maior liquidez com o total do passivo circulante, a empresa sairia de um cenário atual de R\$ 0,20 e passaria a ter R\$ 3,12 em 2 anos. Com isso, ter-se-ia a capacidade de arcar com suas obrigações de curto prazo com o capital disponível.

Desta maneira, reduzindo custos/despesas e aumentando a receita de vendas, a empresa sairá de um resultado negativo e passará a obter lucros 1 ano após a implantação das melhorias.

4 Fundamentação

Entende-se como Gestão Financeira, a administração dos fluxos monetários provenientes da atividade operacional da empresa, não sendo essa uma atribuição exclusiva dos gestores financeiros, mas de todos os que atuam ativamente nas diversas áreas de responsabilidade (CHENG; MENDES, 1989).

O mercado é bastante incerto e esse fator precisa ser considerado em qualquer processo de tomada de decisão. Nesse sentido, faz-se necessário a utilização de mecanismos que permitam quantificar e mensurar qual investimento será financeiramente mais lucrativo para o empreendedor. E todas as medidas devem se basear no lucro e nos riscos, que estão diretamente ligados (ASSAF NETO, 2014).

Para Gitman (2010), a administração deve entender o Planejamento Financeiro como uma das mais importantes entregas. Afinal, a organização financeira permite ao empreendedor

compreender todos os fatores relacionados a saúde do negócio e, conseqüentemente, tomar as decisões corretas para direcionar a empresa rumo a alta lucratividade.

A otimização dos processos de gestão colabora com o desenvolvimento empresarial, além das ferramentas e estratégias que auxiliam na resolução de conflitos futuros. Portanto, é essencial compreender a gestão financeira em termos teóricos para a coordenação de planos na organização (ROSS; LAMB, 2013).

Os conteúdos e disciplinas estudados no MBA em Finanças e Estratégias Empresariais forneceram uma base para a elaboração das soluções propostas à empresa. Podendo destacar:

- Dados Financeiros Estratégicos: embasamento teórico com foco em elaboração de DREs e Balanço Patrimonial, o que auxiliou na análise de dados para a empresa participante;
- Gestão Financeira e Gestão Estratégica de Custos: embasamento para análise dos dados financeiros em geral, com foco em fundamentos de custo e custeio gerencial para tomada de decisão, bem como formação de preços e tributos;
- Análise Econômica e Financeira: embasamento para análise e interpretação dos índices financeiros identificados, como por exemplo: Índice de Liquidez, que retrata a saúde financeira de longo prazo; e o Índice de Liquidez Seca, que considera a capacidade da empresa de pagar as suas obrigações a curto prazo com capital disponível.

5 Referências Utilizadas

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor**. 7a. Edição. São Paulo: Atlas, 2014.

CHENG, A.; MENDES, M. **A importância e a responsabilidade da gestão financeira na empresa**. In: CONFERÊNCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE, 18, 1989, Paraguai. Anais. Paraguai, 1989.

FEBRATEX GROUP. **Moda praia Brasil**: entenda como você pode ingressar neste mercado. Disponível em: <<https://fcem.com.br/noticias/moda-praia-brasil-entenda-como-voce-pode-ingressar-neste-mercado/>>. Acesso em: 1 jul. 2021.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 12a. Edição. São Paulo: Pearson Education, 2010

MOBILE TIME; OPINION BOX. **Comércio Móvel no Brasil**. Pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box, 2020.

ROSS, A.; LAMB, R. **Fundamentos de Administração Financeira**. 9a. Edição. Porto Alegre: AMGH, 2013.