

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANÁLISE ECONÔMICA – FINANCEIRA DE DUAS
CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS DO RIO
GRANDE DO SUL**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira**

**Santa Maria, RS, Brasil
2009.**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANÁLISE ECONÔMICA – FINANCEIRA DE DUAS
CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS DO RIO
GRANDE DO SUL**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira**

**Santa Maria, RS, Brasil
2009.**

**ANÁLISE ECONÔMICA – FINANCEIRA DE DUAS
CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS DO RIO GRANDE
DO SUL**

por

**Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira**

Trabalho de Conclusão apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, do Centro de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de

Bacharel em Ciências Contábeis

Orientador: Prof^a.Selia Gräbner

Santa Maria, RS, Brasil

2009.

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Contabilidade
Curso de Ciências Contábeis**

A Orientadora, abaixo assinada, aprova o Trabalho de Conclusão de Curso.

**ANÁLISE ECONÔMICA – FINANCEIRA DE DUAS CONCESSIONÁRIAS
DE AUTOMÓVEIS DO RIO GRANDE DO SUL**

Elaborado por:
**Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira**

Como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis

Prof^a.Selia Grabner

Santa Maria, junho 2009.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos a Deus, que é nosso pai maior e que sempre está ao nosso lado nos dando força para vencermos todas as etapas de nossas vidas.

Aos nossos pais, por nos apoiar nas horas necessárias, acima de tudo pelo incentivo para alcançarmos nossos objetivos e por serem responsáveis por estarmos aqui hoje.

Também aos nossos amigos e colegas de trabalho, pela motivação, paciência e pela força que nos passaram.

Em especial, à nossa orientadora, professora Selia Grabner, pela imensurável qualidade, disposição, competência e amizade que nos prestou no decorrer deste período, estando sempre disposta a nos orientar, passando segurança e assim colaborando ao máximo na elaboração deste trabalho.

Aos demais mestres do Curso de Ciências Contábeis que souberam nos transmitir o conhecimento com dedicação e competência no decorrer das nossas vidas acadêmicas, fazendo com que possamos desempenhar nossas profissões com maior sabedoria.

Não poderíamos deixar de agradecer ao Sr. Etevaldo Vargas Porto – Chefe do Departamento de Contabilidade da empresa Pampeiro S/A – pelo grande apoio e colaboração com o presente trabalho, que incansavelmente colaborou esclarecendo todas as nossas dúvidas e fornecendo as informações necessárias.

E, por fim, a todos aqueles que aqui não foram salientados, mas que com toda a certeza nos deram apoio e mostraram-se cada vez mais amigos.

Nossos sinceros agradecimentos!

RESUMO

Trabalho de Conclusão
Curso de Ciências Contábeis
Universidade Federal de Santa Maria

ANÁLISE ECONÔMICA – FINANCEIRA DE DUAS CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS DO RIO GRANDE DO SUL

Autores:

Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira

A analisar o mercado de hoje percebe-se que o planejamento financeiro de uma empresa é de suma importância para o seu desenvolvimento. A análise de balanço tem como essência demonstrar aos seus usuários se a empresa evoluiu com o passar dos anos e como evoluiu, possibilitando tal planejamento. O presente trabalho visou demonstrar a importância da contabilidade e da análise de balanços para a administração empresarial, através de uma revisão bibliográfica e de métodos quantitativos, que se concentraram em cálculos de índices e prazos, efetuou-se análise de duas concessionárias de veículos do Rio Grande do Sul, demonstrando seus pontos fortes e suas políticas de funcionamento. A partir destas análises, tem-se que as empresas evoluíram positivamente durante o período estudado, aumentando suas vendas e sua rentabilidade e evoluíram de forma diferenciada durante os anos. Comprova-se então a importância da realização da análise de balanços e da contabilidade na vida diária da empresa e a responsabilidade do trabalho do contador perante a rotina da entidade.

Palavras - Chave: Contabilidade. Análise de Balanços, Concessionárias.

ABSTRACT

WORK OF GRADUATION
COURSE OF ACCOUNTING SCIENCES
FEDERAL UNIVERSITY OF SANTA MARIA

ANALYZE ECONOMICAL - FINANCIAL OF TWO DEALERSHIPS OF AUTOMOBILES OF THE BIG RIVER OF THE SOUTH

AUTHORS:

Caroline Sampaio Santos
Lisiane de Oliveira Nogueira

Analyzing the market of today realizes that the financial planning of an enterprise is of great importance for its development. The analysis of balance is as essential to demonstrate to its users if the company has evolved over the years and evolved, enabling such planning. This study aimed to demonstrate the importance of accounting and analysis of corporate balance sheets for the administration, through a literature review and quantitative methods, which focused on calculations of rates and time, analysis was made of two vehicles of concession of the Rio Grande do Sul, demonstrating its strengths and its policies of operation. From this analysis, is that the companies had a positive trend during the study period, increasing its sales and profitability and have evolved so differently over the years. It then proves the importance of completing the analysis of balance sheets and accounts of the daily life of the company and the responsibility of the work of the counter before the routine of the entity.

Key-words: Accounting. Analysis of Swings. Concessionary.

LISTA DE GRÁFICOS

| | | |
|------------------|--|----|
| GRÁFICO 1 | Variação do ativo circulante da empresa Pampeiro no ano de 2006..... | 50 |
| GRÁFICO 2 | Variação do ativo circulante da empresa Pampeiro no ano de 2007..... | 50 |
| GRÁFICO 3 | Variação do ativo circulante da empresa Pampeiro no ano de 2008..... | 50 |
| GRÁFICO 4 | Análise vertical da empresa Pampeiro..... | 51 |
| GRÁFICO 5 | Rentabilidade geral da empresa Pampeiro..... | 53 |
| GRÁFICO 6 | Análise vertical da empresa Panambra..... | 56 |
| GRÁFICO 7 | Liquidez da empresa Panambra nos três anos analisados... | 57 |
| GRÁFICO 8 | Índices de Rentabilidade empresa Panambra..... | 58 |

LISTA DE QUADROS

| | | |
|-----------------|--|----|
| QUADRO 1 | Evolução da conta Investimentos - Empresa Pampeiro durante os anos analisados..... | 49 |
| QUADRO 2 | CCL da empresa Pampeiro em 2008..... | 53 |
| QUADRO 3 | Evolução da conta Investimentos empresa Panambra de 2006 a 2008..... | 55 |
| QUADRO 4 | CCL da empresa Panambra em 2008..... | 59 |
| QUADRO 5 | Paralelo entre as empresas analisadas..... | 60 |

LISTA DE ANEXOS

| | | |
|----------------|---|----|
| ANEXO A | Demonstrativos Contábeis da empresa Pampeiro S/A nos anos de 2006/2007..... | 65 |
| ANEXO B | Demonstrativos Contábeis da empresa Pampeiro S/A nos anos de 2007/2008..... | 66 |
| ANEXO C | Demonstrativos Contábeis da empresa Panambra S/A nos anos de 2006/2007..... | 67 |
| ANEXO D | Demonstrativos Contábeis da empresa Panambra S/A nos anos de 2007/2008..... | 68 |

LISTA DE APÊNDICES

| | | |
|-------------------|---|----|
| APÊNDICE A | Balanço Patrimonial reclassificado, e atualizado, com Análise Vertical e Horizontal 2006, 2007 e 2008 empresa Pampeiro..... | 69 |
| APÊNDICE B | Demonstração do Resultado, atualizada, 2006, 2007, 2008 empresa Pampeiro..... | 70 |
| APÊNDICE C | Cálculo dos índices financeiros e econômicos, da empresa Pampeiro, dos anos 2006, 2007 e 2008..... | 71 |
| APÊNDICE D | Cálculo dos prazos médios, da empresa Pampeiro, dos anos 2006, 2007 e 2008..... | 72 |
| APÊNDICE E | Balanço Patrimonial reclassificado, e atualizado, com Análise Vertical e Horizontal 2006, 2007 e 2008 empresa Panambra..... | 73 |
| APÊNDICE F | Demonstração do Resultado, atualizada, 2006, 2007, 2008 empresa Panambra..... | 74 |
| APÊNDICE G | Cálculo dos índices financeiros e econômicos, da empresa Panambra, dos anos 2006, 2007 e 2008..... | 75 |
| APÊNDICE H | Cálculo dos prazos médios, da empresa Panambra, dos anos 2006, 2007 e 2008..... | 76 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| LISTA DE GRÁFICOS..... | 7 |
| LISTA DE QUADROS..... | 8 |
| LISTA DE ANEXOS..... | 9 |
| LISTA DE APÊNDICES..... | 10 |
| 1 INTRODUÇÃO..... | 13 |
| 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA..... | 15 |
| 2.1 Contabilidade..... | 15 |
| 2.2 Análise de balanços..... | 16 |
| 2.2.1 Contexto Histórico..... | 16 |
| 2.2.2 Fontes de Informações..... | 17 |
| 2.2.3 Preparação para a realização da Análise de Balanços..... | 18 |
| 2.2.3.1 Atualização dos Demonstrativos..... | 20 |
| 2.3 Análise vertical e horizontal..... | 20 |
| 2.3.1. Análise Vertical..... | 21 |
| 2.3.2. Análise Horizontal..... | 21 |
| 2.3.3. Relação entre Análise Horizontal/Vertical..... | 22 |
| 2.4 Análise através de índices..... | 22 |
| 2.4.1 Índices Financeiros..... | 22 |
| 2.4.1.1 Índices de Estrutura de Capitais..... | 23 |
| 2.4.1.1.1 Participação de capitais de terceiros..... | 23 |
| 2.4.1.1.2 Composição do endividamento..... | 24 |
| 2.4.1.1.3 Imobilização do PL..... | 24 |
| 2.4.1.1.4 Imobilização dos recursos não correntes..... | 25 |
| 2.4.1.2 Índices de Liquidez..... | 25 |
| 2.4.1.2.1 Liquidez Geral..... | 26 |
| 2.4.1.2.2 Liquidez Corrente..... | 27 |
| 2.4.1.2.3 Liquidez Seca..... | 27 |
| 2.4.2 Índices Econômicos..... | 28 |
| 2.4.2.1 Giro do Ativo..... | 28 |
| 2.4.2.2 Margem Líquida..... | 29 |
| 2.4.2.3 Rentabilidade do Investimento (ROI)..... | 29 |
| 2.4.2.4 Rentabilidade do ativo (ROA)..... | 30 |
| 2.4.2.5 Rentabilidade do PL (ROE)..... | 31 |
| 2.5 Análise do CCL (Capital Circulante Líquido)..... | 31 |
| 2.6 Análise da Alavancagem Financeira..... | 32 |
| 2.7 Análise dos Prazos Médios..... | 33 |
| 2.7.1 Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)..... | 33 |
| 2.7.2 Prazo Médio de pagamento de compras (PMPC)..... | 34 |
| 2.7.3 Prazo Médio de renovação de estoques (PMRE)..... | 34 |
| 2.7.4 Ciclo Operacional e Financeiro..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| 2.7.4.1 Ciclo Operacional..... | 35 |
| 2.7.4.2 Ciclo Financeiro..... | 35 |
| 2.8 Análise da DFC (Demonstração do Fluxo Líquido de Caixa)..... | 36 |
| 2.9 Usos e usuários da Análise de Balanços..... | 36 |
| 2.9.1 Fornecedores..... | 37 |
| 2.9.2 Clientes..... | 37 |
| 2.9.3 Bancos Comerciais..... | 37 |
| 2.9.4 Bancos de Investimento..... | 38 |
| 2.9.5 Sociedades de Crédito Imobiliário..... | 38 |
| 2.9.6 Corretoras de Valores e Público Investidor..... | 38 |
| 2.9.7 Concorrentes..... | 38 |
| 2.9.8 Governo..... | 39 |
| 2.9.9 Dirigentes..... | 39 |
| 2.10 O Setor – Concessionárias..... | 40 |
| 3 METODOLOGIA..... | 42 |
| 4. ESTUDO DE CASO..... | 44 |
| 4.1 As cidades escolhidas..... | 44 |
| 4.1.1 Santa Maria – Pampeiro S/A..... | 44 |
| 4.1.2. Porto Alegre – Panambra S/A..... | 45 |
| 4.2 História da Volkswagen..... | 45 |
| 4.3 As empresas..... | 47 |
| 4.3.1 Pampeiro..... | 47 |
| 4.3.2 Panambra..... | 48 |
| 4.4 Coleta de dados..... | 49 |
| 4.5 Análise de Balanço da empresa Pampeiro S/A | 49 |
| 4.6 Análise de Balanço da empresa Panambra S/A | 54 |
| 4.7 Panambra x Pampeiro..... | 60 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 61 |
| 6 BIBLIOGRAFIA..... | 63 |
| ANEXOS..... | 65 |
| APÊNDICES..... | 69 |

1 INTRODUÇÃO

O planejamento financeiro de uma empresa é desenvolvido fundamentalmente através da projeção de suas demonstrações financeiras, como estimativa mais aproximada possível da posição econômico-financeira esperada.

A análise de balanço tem como essência demonstrar aos seus usuários se a empresa evoluiu com o passar dos anos e como evoluiu. Demonstra também qual a real situação econômica e financeira da empresa por meio de seus índices. Essa importante ferramenta que transforma dados em informações vem sendo muito utilizada em empresas de capital aberto, pois um investidor não tem como saber a situação da empresa partindo apenas de um demonstrativo. Surge então a análise de balanço, que transforma simples dados numéricos em informações valiosíssimas para os inúmeros usuários das informações contábeis.

Analisando as empresas concessionárias de automóveis do Rio Grande do Sul percebe-se que tais empresas, em sua maioria, possuem uma grande estrutura independente das marcas que elas representam, mas também se percebe que essa estrutura varia de uma empresa para outra mesmo quando a marca representada é a mesma.

Para um investidor que deseja aplicar seu capital em uma determinada empresa, ou mesmo para fornecedores que desejam vender suas mercadorias, ou qualquer outro usuário das demonstrações contábeis é muito difícil saber como se encontra esta empresa. Só a partir de um balanço é impossível saber se a empresa está trazendo retorno para seus acionistas, ou mesmo, se está conseguindo pagar suas dívidas, etc., pois nem sempre ter uma boa venda indica lucro e isto não é garantia de que se encontra muito bem no “mercado”.

A partir da análise de duas empresas em regiões diferentes do estado, que vendem a mesma marca de veículo, questiona-se:

Como evoluíram econômica/financeiramente, nos anos de 2006 a 2008, duas concessionárias de veículos do estado do Rio Grande do Sul, que fornecem produtos da mesma marca?

Este trabalho se justifica por trazer a comunidade interessada a análise do desenvolvimento de duas empresas Concessionárias de automóveis do Rio Grande do Sul nos anos de 2006 a 2008. Tais empresas foram escolhidas por serem empresas de capital aberto, localizadas em regiões diferentes no estado, porém essas duas revendem a mesma marca de produto. A partir deste estudo foi feita a análise dos demonstrativos dessas empresas que foram publicados no decorrer de 2006 a 2008, comparando-as e respondendo como essas duas empresas evoluíram econômica e financeiramente no decorrer desses anos.

Tendo em vista tal fenômeno, procurou-se, por meio de um estudo aprofundado com a utilização de métodos quantitativos, demonstrar que a apresentação do balanço em apreço é realmente de utilidade social para todos os usuários de tal informação para descobrir através da análise deste como a empresa encontra-se atualmente.

Diante disto, esta pesquisa teve como objetivo analisar demonstrações financeiras de duas empresas concessionárias de automóveis do estado do Rio Grande do Sul, que se localizam em diferentes regiões do estado, porém, trabalham com as mesmas marcas de veículos, avaliando o desenvolvimento das suas atividades, entre os anos 2006 a 2008. Além disso, comparou-se essas empresas, analisando suas principais diferenças em desenvolvimento, crescimento e rentabilidade por meio de métodos quantitativos, utilizando-se de técnicas da análise de balanços.

Após a verificação bibliográfica de várias correntes de pensamento dos assuntos ligados ao objetivo da pesquisa, partiu-se para um aprofundado estudo da análise dos demonstrativos de duas empresas, escolhidas por serem empresas S/A dentro do estado do Rio Grande do Sul.

De posse dos resultados alcançados, buscou-se dar uma resposta para tal problema através da análise dos demonstrativos, responder como essas empresas evoluíram econômico e financeiramente no decorrer dos três anos analisados.

O presente trabalho encontra-se dividido em Introdução, Revisão Bibliográfica, Metodologia, Estudo de Caso e Considerações Finais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Contabilidade

Com o surgimento das entidades empresariais surgiu também a necessidade de uma ciência capaz de controlar tal entidade, a fim de fornecer dados e informações que demonstrassem como esta empresa está se comportando, possibilitando assim o planejamento futuro. Surge a contabilidade.

Contabilidade é a ciência que estuda a empresa e através de suas técnicas, orienta os atos da administração. Sua função é controlar permanentemente o patrimônio da empresa, sendo que sua principal finalidade é fornecer informações, econômica e financeira, sobre o patrimônio a fim de ajudar na análise e nas decisões da empresa.

A contabilidade, na qualidade de ciência aplicada, com metodologia especialmente concebida para captar, registrar, acumular, resumir e interpretar os fenômenos que afetam as situações patrimoniais, financeiras e econômicas de qualquer ente (Equipe de professores da FEA/USP, 1998 p.21).

Acredita-se que a contabilidade é uma das ciências mais antigas que existem, com base em desenhos existentes em cavernas representando produtos e dinheiro, há vestígios que a prática da contabilidade vem sendo exercida por volta de mais de 7.000 anos antes de Cristo.

A contabilidade atua nas entidades com fins lucrativos (empresas) ou sem fins lucrativos (instituições) e deixou de ser um simples instrumento de registro e de controle, para desempenhar um papel muito mais importante na vida da administração.

As informações prestadas pela contabilidade facilitam as tomadas de decisões, não só dos administradores ou proprietários, mas também estão interessados nessas informações os donos das empresas, bancos, financeiras e sindicatos. Com o passar do tempo, o governo começou a utilizar-se dela para arrecadação de impostos e a tornou obrigatória para a maioria das empresas.

2.2 Análise de balanços

Partindo da contabilidade, que informa a posição patrimonial e financeira da empresa, surge a análise de balanços. “A análise de balanços começa onde termina a contabilidade” (MATARAZZO, 1994, p.19).

A análise de balanços visa transformar dados fornecidos pela contabilidade em informação sobre a empresa objeto da análise. A contabilidade tem como preocupação básica o registro das operações contábeis de acordo com as normas brasileiras de contabilidade, transformando elas em demonstrativos que expressem a situação real da empresa.

As duas principais características de análise de uma empresa são a comparação dos valores obtidos em determinado período com aqueles levantados em períodos anteriores e o relacionamento desses valores com outros afins. Dessa maneira, pode-se afirmar que o critério básico que norteia a análise de balanços é a comparação (ASSAF NETO, 2006, p.115).

O analista de balanço por sua vez, transforma os demonstrativos financeiros em informações que permitem tirar conclusões sobre sua lucratividade, administração, se esta merece crédito tendo condições ou não de pagar suas dívidas. A qualidade da análise de balanços se mede pela qualidade e extensão das informações fornecidas.

O produto dessa análise de balanços deve ser descomplicada e entendível, escrita em linguagem corrente, como se fosse dirigido a leigos.

2.2.1 Contexto Histórico

A análise de balanços surgiu e desenvolveu-se dentro do sistema bancário, no fim do século XIX, quando os bancos de Nova York começaram a exigir das empresas tomadoras de empréstimos seus balanços, sendo que tal medida tornou-se ampla quando o conselho executivo da associação dos bancos de Nova York recomendou o pedido de declarações assinadas de seus ativos e passivos.

No início do século XX a apresentação das demonstrações começa a se tornar corriqueira e os bancos começam a aprimorar as técnicas de análise, utilizando comparações entre ativo e passivo circulante, por exemplo, e por volta de 1913 já se

utilizava outros tipos de índices, fazendo a relação entre contas menores do balanço patrimonial.

Em 1915 o Banco Central dos Estados Unidos anunciou que seriam redescontados títulos negociados por empresas que apresentassem seus demonstrativos aos bancos, tornando assim o uso de tais demonstrativos quase que obrigatório para a concessão de crédito.

Em 1918 o mesmo Banco Central publicou um livro que visava à padronização das demonstrações, visando diminuir as discrepâncias e distorções provocadas pela falta dela. Alexander Wall, em 1919, apresentou um modelo de análise, através de índices, considerando várias relações dentro da estrutura das demonstrações. A partir daí Alexander e parceiros continuaram a estudar as técnicas de análise de balanços visando aprimorá-las, e em mais ou menos quarenta anos a análise de balanços se solidificou com a mesma base que ainda usamos hoje.

No Brasil, a análise de balanços foi muito pouco utilizada até a década de sessenta quando foi criada em 1968 a SERASA, empresa que centralizou os serviços bancários do país e passou a operar como central de análise de bancos comerciais, sendo de responsabilidade técnica de Dante Matarazzo, um dos principais autores sobre o assunto do país. Desde então a análise tornou-se tão utilizada como nos demais países (MATARAZZO, 1994).

2.2.2 Fontes de Informações

A análise de balanços vai transformar dados em informações, essas informações são retiradas das demonstrações financeiras da empresa.

A Lei das Sociedades por Ações (Lei nº 6.404) determina obrigatoriedade para as Sociedades Anônimas a publicação de quatro demonstrativos:

- a) Balanço Patrimonial
- b) Demonstração do Resultado do Exercício
- c) Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido
- d) Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

Em 28 de dezembro de 2007, foi sancionada a lei nº. 11.638 que modificou a Lei das Sociedades por Ações, de nº. 6.404/76 esta lei trouxe em uma de suas principais alterações a substituição da obrigatoriedade de publicação da Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos pela Demonstração de Fluxos de Caixa.

Atualmente os demonstrativos em que as Sociedades Anônimas têm obrigatoriedade de publicar são:

a) Balanço Patrimonial: é a demonstração que apresenta o Ativo - os bens e direitos da empresa, Passivo Exigível – as obrigações em determinada data. A diferença entre Ativo e Passivo é chamado Patrimônio Líquido (MATARAZZO, 2003, p.41).

b) Demonstração do Resultado do Exercício: É uma demonstração dos aumentos e reduções causados no Patrimônio Líquido pelas operações da empresa (MATARAZZO, 2003, p.45).

c) Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido: è a demonstração que apresenta as variações de todas as contas do Patrimônio Líquido ocorrida entre dois balanços (MATARAZZO, 2003, p.46).

d) Demonstração de Fluxos de Caixa: Demonstra as alterações ocorridas, durante o exercício, no saldo de caixa e equivalente de caixa, segregando-se essas alterações em no mínimo, 3 (três) Fluxos: das operações, dos financiamentos, e dos investimentos (lei nº 11.638/2007).

Após ter os demonstrativos em mãos, é necessário, antes de começar a análise, preparar padronizar e atualizar, os demonstrativos.

2.2.3 Preparação para a realização da Análise de Balanços

Segundo Matarazzo (2003) para a execução da análise de balanços é necessário que se faça a preparação das demonstrações escolhidas, sendo estas apresentadas de forma a elucidar melhor a situação da empresa, mas essa apresentação pode trazer distorções à análise de balanços, pois traz, por exemplo, as chamadas contas redutoras, que se mostram “negativas” diante da sua conta principal.

Ex: Conta Principal: Clientes.

Conta Redutora: (-) duplicatas descontadas.

Para evitar tais distorções e poder analisar as demonstrações da melhor forma é feita a reclassificação, onde contas são colocadas em novas posições no Balanço Patrimonial e na DRE, buscando implantá-las onde sua essência melhor as indica.

Na reclassificação as principais mudanças são:

- Duplicatas descontadas: a conta de duplicatas descontadas é uma conta redutora da conta “Clientes” e se encontra no ativo, logo abaixo desta conta, a fim de diminuir seu saldo. Essa conta é utilizada quando a empresa se utiliza da operação de desconto de duplicatas em agencias bancárias, sendo ela completamente solidária a liquidação de tal debito. Sendo assim, considera-se essa conta como uma obrigação da empresa e ao se fazer a reclassificação ela é enquadrada no passivo circulante.
- Ativo Diferido: é deduzido do Patrimônio Líquido. Esse grupo agrega gastos da empresa que trarão resultado para exercícios futuros que já ocorreram efetivamente, então para a análise, o mais correto é que esse valor seja retirado do resultado da empresa, trazendo assim o resultado mais verdadeiro possível.
- Despesas Antecipadas: funcionam como o ativo diferido, concentrando gastos que já ocorreram efetivamente. Também deve ser deduzido do Patrimônio Líquido.
- Resultado de exercícios Futuros: são incorporados ao Patrimônio Líquido, funcionando inversamente à conta de despesas antecipadas.
- As exigibilidades de longo prazo, sobre a qual na haja esclarecimentos satisfatórios quanto há época exata do pagamento, será reclassificada como exigibilidades de curto prazo.
- Contas do Ativo Circulante, cuja conversibilidade seja demorada ou duvidosa, tais como estoques invendáveis, créditos de difícil liquidação, material de escritório, etc. devem ser baixadas.

2.2.3.1 Atualização dos Demonstrativos

A atualização dos demonstrativos é feita através da correção monetária onde as demonstrações financeiras são reconvertidas em moeda nacional pela paridade existente na data de encerramento do exercício.

Com isso todo o número dessas demonstrações é apresentado em moeda da data de levantamento das demonstrações financeiras, expurgando os efeitos inflacionários sobre cada conta (MATARAZZO, 2003, P.106).

Após a preparação dos dados aplica-se uma seqüência de etapas para a sua realização:

- 1 Calculam-se os índices das demonstrações financeiras;
- 2 Comparam-se índices com os padrões pré-estabelecidos, ou com os demonstrativos da própria empresa de anos anteriores.
- 3 Ponderam-se as diferentes informações e chega-se a um diagnóstico ou conclusões;
- 4 Tomam-se as decisões.

Esta seqüência é muito importante para a realização da análise, podendo prejudicá-la se não for seguida.

Depois de efetuada a avaliação geral da empresa, aprofunda-se a análise com o uso de técnicas adicionais, a primeira delas é a análise vertical/ horizontal.

2.3 Análise vertical e horizontal

Este tipo de análise presta-se fundamentalmente ao estudo de tendências da entidade.

A elevada inflação que se tem vivido no Brasil, as alterações de procedimentos contábeis em função de legislação comercial, fiscal ou mercado de capitais e a própria dinâmica da economia brasileira não tem estimulado os analistas a usarem mais intensamente as possibilidades da Análise Vertical e Horizontal. (MATARAZZO, 2003, p.43).

Como a análise de balanços parte do geral para o específico, aplica-se primeiro uma análise genérica para após, aplicar-se a análise vertical /horizontal. Por meio

desse tipo de análise podem-se conhecer detalhes das demonstrações financeiras que escapam aos olhos da análise através dos índices.

2.3.1 Análise Vertical

A análise vertical evidencia a estrutura de composição dos itens e sua evolução com o passar dos anos.

O percentual de cada conta mostra sua real importância no conjunto (MATARAZZO, 2003, p.243).

Este tipo de análise é também um processo comparativo onde o seu principal objetivo é mostrar a importância de cada conta na demonstração financeira a que pertence e sua evolução no tempo para isso se calcula o percentual de cada conta em relação a um valor base.

2.3.2 Análise Horizontal

A análise horizontal é basicamente um processo de análise temporal, pois se baseia na evolução de cada conta ou grupo de contas, em diferentes exercícios sociais.

A evolução de cada conta mostra os caminhos trilhados pelas empresas e as possíveis tendências (MATARAZZO, 2003, p.243)

Através da análise horizontal será possível analisar a tendência passada e futura de cada valor contábil.

Enquanto a Análise Vertical é feita pela comparação de cada elemento do conjunto em relação ao total, em um mesmo período a Análise Horizontal compara a evolução dos valores de cada conta das demonstrações em análise ao longo de vários períodos (RIBEIRO, 1999, p.177).

Por este método é possível perceber o crescimento ou declínio de valores de uma conta ou grupo de contas entre períodos diferentes.

2.3.3 Relação entre Análise Horizontal/Vertical

Apesar de ser feita separada a análise vertical, da análise horizontal os resultados trazidos por elas, ou seja, as informações devem ser analisadas em conjunto no sentido de identificar as causas constatadas.

Matarazzo (2003) recomenda o estudo em conjunto das análises horizontal/vertical, ou seja, deveriam ser usadas como uma técnica de análise única. Por esta razão, menciona o aspecto de complementaridade, quer dizer, que as conclusões baseadas na análise vertical sejam complementadas pela análise horizontal, no sentido de identificar as causas constatadas.

Segundo Assaf Neto (2006) ao analisar demonstrações contábeis de uma empresa, quando se relacionam mais de um exercício, surge um grande problema ao analista: os diferentes níveis de poder aquisitivo da moeda. Portanto, existem casos em que se deve levar em conta a Inflação para que tanto a análise horizontal quanto a análise vertical não sejam afetadas. Ocorrem tais situações porque na análise horizontal são comparados os valores de uma mesma conta na evolução de um ano para outro, ou seja, em moeda de diferente poder aquisitivo. Na análise vertical são relacionados dois valores de uma mesma demonstração financeira (BP ou DRE), portanto, encontra-se em moeda de uma mesma data.

2.4 Análise através de índices

Para realizar uma boa análise utilizam-se muitas ferramentas, e uma das mais importantes delas são os índices de balanço que fornecem avaliações sobre diferentes aspectos da empresa em análise sem descer a um nível de profundidade.

2.4.1 Índices Financeiros

Índice é a relação entre contas ou grupos de contas das demonstrações financeiras, com o objetivo medirem diversos aspectos da situação econômica ou financeira da empresa, conforme apresentado por Matarazzo (2003).

A função dos índices financeiros é medir o desempenho da empresa no que se refere a sua liquidez, o seu ciclo operacional, ao seu grau de endividamento, sua rentabilidade e atividade. O seu cálculo é feito a partir das informações financeiras apresentadas no Balanço Patrimonial e no Demonstrativo de Resultado do Exercício da empresa em análise.

Recomenda-se analisar a situação financeira separadamente da situação econômica, e no momento seguinte, juntarem-se os resultados obtidos em cada uma dessas duas análises para se compor uma visão geral da situação patrimonial da entidade.

Enquanto os índices financeiros vão revelar a liquidez e a estrutura da empresa os Índices econômicos revelam a rentabilidade da entidade.

Segundo por Matarazzo (2003) e Osni Moura Ribeiro (1999), os índices financeiros subdividem-se em dois grupos:

- Índices de estrutura de capitais;
- Índices de liquidez.

2.4.1.1 Índices de Estrutura de Capitais

Os índices de estrutura de capitais servem para medir o grau de endividamento da entidade em termos de origens e aplicações de recursos.

Através desse índice é possível evidenciar a proporção existente entre os capitais próprios e os capitais de terceiros.

2.4.1.1.1 Participação de capitais de terceiros

Indica quanto à empresa tomou de capitais de terceiros para cada R\$100 de capital próprio investido.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{capital de terceiros}}{\text{patrimônio líquido}} \times 100$$

Neste índice, pode-se ver qual a proporção existente entre os capitais de terceiros e o patrimônio líquido utilizado pela empresa. Ou seja, quanto à empresa tomou de capitais de terceiros para cada 1(uma) Unidade monetária de capital próprio Investido, relaciona duas grandes fontes de recursos da empresa, capitais próprios e capitais de terceiros.

Do ponto de vista estritamente financeiro, quanto menor a relação capital de terceiros/patrimônio líquido menor será seu grau de endividamento e maior a liberdade de decisões financeiras da empresa ou maior a dependência a esses terceiros (MATARAZZO, 2003, p.154).

Consiste em um indicador de risco ou dependência a terceiros por parte da empresa. Também chamado de índice de grau de endividamento.

2.4.1.1.2 Composição do endividamento

Indica o grau de endividamento da empresa e sua capacidade de liquidar suas dívidas. Indica também qual o percentual de obrigações de curto prazo, em relação às obrigações totais.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{passivo circulante}}{\text{capital de terceiros}} \times 100$$

Segundo Matarazzo (2003) depois de conhecido o grau de participação de terceiros, deve-se saber qual a composição dessas dívidas. Pois uma coisa é ter dívidas de curto prazo que precisam ser pagas com recursos existentes hoje, mais aqueles gerados a curto prazo; outra coisa é ter dívidas á longo prazo, pois aí à situação da empresa muda ela dispõe de tempo para gerar recursos e pagar essas dívidas.

2.4.1.1.3 Imobilização do PL

Indica quanto à empresa aplicou no ativo permanente para cada R\$ 100 de patrimônio líquido.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{ativo permanente}}{\text{patrimônio líquido}} \times 100$$

Este índice também vai indicar o capital circulante próprio (CCP), ou seja, a parcela do patrimônio líquido investida no ativo circulante. Pois os recursos do patrimônio líquido são exclusivamente aplicados no ativo permanente e no ativo circulante. Quanto mais à empresa investir no ativo permanente, menos recursos próprios sobrarão para o ativo circulante e conseqüentemente, maior será a dependência de capitais de terceiros para financiar-lo.

“Em termos financeiros o ideal é os recursos do patrimônio líquido ser suficiente para cobrir o ativo permanente e ainda sobrar uma parcela para financiar o ativo circulante” (MATARAZZO, 2003, p.158).

2.4.1.1.4 Imobilização dos recursos não correntes

Indica que percentual de recursos não correntes a empresa aplicou no ativo permanente.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{ativo permanente}}{\text{patrimônio líquido} + \text{exigível a longo prazo}} \times 100$$

Estas relações indicam até que ponto os capitais próprios (Patrimônio Líquido) estão imobilizados. Sendo o Ativo Permanente um tipo de aplicação a longo prazo, de lenta recuperação (quotas de depreciação amortização, exaustão, dividendos etc.) é importante que seja financiado por fontes adequadas de recursos (ROCHA BRAGA, 1999, p. 137).

Sendo assim, não é necessário financiar todo o imobilizado com recursos próprios é possível utilizar recursos de longo prazo, desde que este seja suficiente para a empresa gerar recursos capazes de resgatar as dívidas de longo prazo.

2.4.1.2 Índices de Liquidez

De maneira geral são utilizados para avaliar a capacidade de uma empresa em transformar seus ativos em dinheiro rapidamente, de forma a conseguir arcar com o

pagamento de suas despesas, isto é, constituem uma apreciação sobre se a empresa tem capacidade para saldar seus compromissos.

A análise da liquidez tem o objetivo de avaliar a capacidade de financiamento da empresa em relação as suas exigibilidades, A análise interna de liquidez constitui-se num dos mais valiosos instrumentos de controle financeiro, especialmente quando realizada em períodos curtos - semanais, quinzenais, mensais (ROCHA BRAGA, 1999, p. 141).

Esta capacidade de pagamento pode ser avaliada no curto, longo e médio prazo. São índices que a partir do confronto dos ativos circulantes com as dívidas, procuram medir quão sólida é a base financeira da empresa.

2.4.1.2.1 Liquidez Geral

Este índice mostra a capacidade de pagamento da empresa a longo prazo, considerando tudo o que a empresa converterá em dinheiro (a curto e longo prazo), relacionando com tudo o que a empresa já assumiu como dívida (a curto e longo prazo). Indica quanto à empresa possui no ativo circulante e realizável a longo prazo para cada R\$1,00 de dívida total.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{ativo circulante+ realizável a longo prazo}}{\text{passivo circulante+ exigível a longo prazo}}$$

É o confronto dos bens e direitos de curto prazo, mais os direitos de longo prazo com o total das exigibilidades, ou seja, indicará se a empresa consegue pagar todas as suas dívidas e ainda dispõe de uma folga financeira. Este índice não deve ser visto isoladamente, deve-se analisar o indicador em uma série de anos, e comparar os índices encontrados com padrões.

Segundo Matarazzo (2003) a interpretação dos índices de liquidez deverá ser feita da seguinte forma: "Quanto Maior, Melhor", pois retratará a capacidade financeira da companhia junto a seus compromissos.

2.4.1.2.2 Liquidez Corrente

Indica quanto à empresa possui no ativo circulante para cada R\$ 1,00 de passivo circulante. Deve ser maior que R\$ 1,00.

$$\text{Fórmula:} \frac{\text{ativo circulante}}{\text{passivo circulante}}$$

“Este quociente relaciona quantos reais dispomos imediatamente disponíveis e conversíveis em curto prazo em dinheiro, com relação às dívidas de curto prazo.” (IUDÍCIBUS, 1998, p. 101).

Mostra a posição no caso de utilização total do seu ativo circulante para pagamento total do seu passivo circulante.

A diferença entre os valores do ativo circulante em relação ao passivo circulante tem o nome de CCL (capital circulante líquido), quando o ativo circulante for maior que o passivo circulante chama-se CCL próprio ou folga financeira. Caso contrário, o CCL poderá ser chamado de CCL de terceiros, uma vez que o ativo circulante não é suficiente para suprir as necessidades financeiras, sendo assim, a empresa estará buscando recursos externos.

2.4.1.2.3 Liquidez Seca

Este índice visa medir o grau de excelência da sua situação financeira, pois representa a capacidade de saldar as dívidas sem se desfazer dos estoques. Representa quanto à empresa possui de ativo circulante para cada R\$ 1,00 de passivo circulante.

$$\text{Fórmula:} \frac{\text{ativo circulante} - \text{estoque}}{\text{passivo circulante}}$$

Os estoques são deduzidos do ativo circulante, pois geralmente constituem o ativo circulante menos líquido e, portanto, devem ser ignorados, a liquidez dos estoques depende da empresa, do mercado e da conjuntura econômica Matarazzo (2003, p.174).

Eliminando-se os estoques do numerador, estamos eliminando uma fonte de incerteza. Por outro lado, estamos eliminando as influências e distorções que a adoção deste ou daquele critério de avaliação de estoques poderia acarretar, principalmente se os critérios foram mudados ao longo dos períodos (IUDÍCIBUS, 1998, p. 102).

O objetivo da liquidez seca é determinar a capacidade de curto prazo de pagamento da empresa mediante a utilização das contas do disponível e valores a receber.

2.4.2 Índices Econômicos

Também chamados de índices de rentabilidade, visam mensurar a lucratividade dos capitais investidos, qual o seu rendimento e retorno mostrando assim o grau de êxito econômico da empresa. Englobam os cálculos de giro no ativo, margem líquida, rentabilidade do investimento, rentabilidade do ativo e rentabilidade do PL, mostrando qual é o rendimento da entidade considerando desde o ativo até o capital próprio investido.

Quando se analisa balanços com foco na rentabilidade é imprescindível verificar a relação desses lucros dentro da “dimensão” da empresa. Comparar o balanço patrimonial de duas diferentes empresas e considerar apenas que uma gerou mais lucro que a outra é arriscado, já que não se sabe quanto significa esses valores para os valores investidos. “De maneira geral, portanto, devemos relacionar um lucro de um empreendimento com algum valor que expresse a dimensão relativa do mesmo.” (IUDÍCIBUS, 1998, p.110).

No caso dos índices de rentabilidade, assim como dos demais, dizer que um indicador encontrado é alto ou baixo vai depender das características do empreendimento, tais como segmento de mercado, porte, tempo de existência, etc.

2.4.2.1 Giro do Ativo

Indica quanto à empresa vendeu para cada R\$1,00 de investimento total.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{vendas líquidas}}{\text{ativo}}$$

Este índice mede a eficiência com que a empresa utiliza seus ativos para gerar vendas. Ou seja, expressa quantas vezes o ativo girou ou se renovou pelas vendas. Matarazo (1994) coloca que o volume de vendas tem relação direta com o montante de investimentos. Não se pode dizer se uma empresa está vendendo pouco ou muito olhando-se apenas para o valor absoluto das vendas. Um volume de vendas adequado determina o sucesso de uma empresa.

O resultado mostra o número de vezes que a empresa gira seus ativos por ano, porém, é significativo somente quando comparado ao de outras empresas pertencentes ao mesmo setor ou ao giro passado dos estoques da empresa. Quanto maior este giro mais eficientemente seus ativos foram utilizados.

2.4.2.2 Margem Líquida

Indica o quanto à empresa obtém de lucro para cada 100 reais vendidos.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{lucro líquido}}{\text{vendas líquidas}}$$

Este índice vai demonstrar a porcentagem de cada valor monetário de venda, que restou após a dedução de todas as despesas, inclusive o imposto de renda. Ou seja, demonstram quanto à empresa ganha em seu negócio já tendo sido consideradas as despesas financeiras dos empréstimos que financiaram suas atividades ao longo do ano. Segundo Ludicibus (1999), este quociente pode variar, apresentando-se baixo ou alto de acordo com o empreendimento.

2.4.2.3 Rentabilidade do Investimento (ROI)

Ao se analisar a rentabilidade do investimento de uma empresa utiliza-se o ROI (retorno operacional do investimento), que indica qual a porcentagem de retorno para

cada real investido na empresa, tendo como base a aplicação de capitais nos ativos operacionais da empresa.

Partindo da idéia de que toda empresa utiliza recursos representados por capitais investidos e busca gerar lucro para remunerar esses capitais, visa-se apurar a eficiência da empresa em atingir esse objetivo Para isso calcula-se o retorno sobre o investimento.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro Operacional}}{\text{Investimento}}$$

Utiliza-se o lucro operacional, pois ele se origina das atividades operacionais da empresa e o montante dos investimentos é o equivalente ao ativo líquido, ou seja, o total do ativo diminuído dos passivos de funcionamento (fornecedores, impostos, salários, dividendos, contas a pagar, etc.).

Ao analisar o ROI podem-se avaliar as decisões de investimento, mostrando o quanto foi útil suas aplicações, demonstrando a evolução da empresa perante períodos anteriores e perante o mercado concorrente.

2.4.2.4 Rentabilidade do ativo (ROA)

Calcula-se o ROA (retorno operacional do ativo). Este índice indica quanto à empresa obteve de lucro para cada R\$100 de investimento total.

$$\text{Fórmula: } \frac{\text{lucro líquido}}{\text{ativo}} \times 100$$

O ROA mostra o quanto a empresa lucrou em relação a seu ativo, medindo o potencial que ela tem para gerar lucro.

Este índice mostra quanto a empresa obteve de Lucro Líquido em relação ao Ativo. É uma medida do potencial de geração de lucro da empresa. Não é exatamente uma medida de rentabilidade do capital, mas uma medida da capacidade da empresa em gerar lucro líquido e assim poder capitalizar-se (MATARAZZO, 1994, p.185).

Partindo do ROA sabe-se se a empresa foi capaz de usar seus ativos de forma a trazer lucros para a entidade.

2.4.2.5 Rentabilidade do PL (ROE)

Calcula-se o ROE (retorno operacional do patrimônio líquido). Este índice indica o quanto à empresa lucrou para cada R\$ 100 de capital próprio investido

$$\text{Formula: } \frac{\text{lucro líquido}}{\text{patrimônio líquido médio}} \times 100$$

Sendo patrimônio líquido médio =

$$\frac{\text{patrimônio líquido inicial} + \text{patrimônio líquido final}}{2}$$

O índice de rentabilidade do PL mostra a taxa de rendimento do capital próprio investido na empresa, podendo-se comparar esta taxa com outros investimentos disponíveis no mercado e avaliar se a rentabilidade da empresa é superior ou inferior a eles. Iudicibus (1999) diz que a principal tarefa da administração financeira ainda é a de maximizar o valor de mercado para o possuidor das ações e estabelecer um fluxo de dividendos compensador, portanto é importante avaliar essa rentabilidade.

Apenas a mensuração do lucro da empresa não é suficiente, é necessário compará-lo com o patrimônio líquido para saber se a lucratividade é compatível com os recursos investidos.

2.5 Análise do CCL (Capital Circulante Líquido):

O CCL (capital circulante líquido) é visto como a folga financeira da empresa e é obtido através da fórmula: (ativo circulante – passivo circulante).

Através da análise do CCL pode-se avaliar se a empresa tem capacidade para honrar suas dívidas, o quanto à empresa aplica do seu PL no ativo circulante, e também como é investido o passivo circulante.

O CCL é formado por dois tipos de capital, o próprio e o de terceiros. Quando o patrimônio líquido cobre todo o ativo permanente e tem uma parte investida no ativo circulante denomina-se capital circulante próprio, capital este que fica indeterminadamente na empresa diferente. O capital circulante de terceiros é a parte do ativo circulante que foi obtida de terceiros por meio de empréstimos e financiamentos.

Estes recursos devem ser pagos, então não se pode precisar até quando estarão a disposição da empresa, tornando necessária a distinção entre os dois capitais a fim de se obter tratamentos distintos.

2.6 Análise da Alavancagem Financeira

Segundo Braga Rocha (1999) a alavancagem financeira é uma análise que tem por objetivo avaliar utilização de recursos de terceiros para melhoria do retorno do capital aplicado.

O cálculo do grau de alavancagem financeira considera a rentabilidade da empresa lucro e do seu patrimônio partindo do endividamento causado pelo capital de terceiro utilizado, ou seja, visa demonstrar o quanto à utilização deste capital alavancou o rendimento da empresa. Sua formula é:

$$\text{GAF} = \frac{\text{ROE}}{\text{ROA}}$$

A alavancagem financeira é definida como a capacidade da empresa em usar encargos financeiros fixos para maximizar os efeitos de variações no lucro antes das despesas financeiras e do imposto de renda sobre o lucro líquido do exercício (Braga Rocha, 1999, p.158).

Basicamente, o princípio de alavancagem financeira é usar recursos a custos fixos, os de terceiros, para aumentar o lucro do acionista, portanto, a alavancagem financeira é a capacidade que os recursos de terceiros apresentam de aumentar a rentabilidade do capital próprio. Ao calcular o grau de alavancagem financeira (GAF) é possível saber em quantas vezes o uso desses recursos aumentou o retorno dos acionistas.

A alavancagem é positiva quando a taxa de retorno de investimentos é maior que o custo do capital e negativa quando se está pagando um custo de capital superior ao retorno gerado. Serve de parâmetro para analisar a relação que indica a relação entre a variação da rentabilidade do capital próprio e a variação da rentabilidade do investimento total, o próprio juntamente com o de terceiros.

2.7 Análise dos Prazos Médios

O cálculo dos prazos médios é utilizado para se obter um melhor conhecimento operacional da empresa.

Estes quocientes, importantíssimos, representam a velocidade com que elementos patrimoniais de relevo se renovam durante determinado período de tempo. Por sua natureza têm seus resultados normalmente em dias, meses ou períodos maiores, fracionários de um ano (IUDICIBUS, 1999, p.104).

São calculados basicamente três prazos médios:

2.7.1 Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)

Este índice indica o prazo médio do recebimento do valor das vendas.

$$\text{PMRV} = \frac{\text{duplicatas a Receber}}{\text{vendas (no ano)}} \times 360$$

A fórmula como apresentada trabalha com valores anuais, os mais usados na análise de balanços.

O fato de uma empresa demorar mais ou menos para receber suas vendas a prazo pode derivar de vários fatores, tais como: usos e costumes do ramo de negócios, política de maior ou menor abertura para crédito, eficiência do serviço de cobranças, situação financeira de liquidez dos clientes (do mercado) etc. (IUDICIBUS, 1999, p.107).

Quanto menor, menor o prazo de recebimento das duplicatas. Indica o volume que a empresa aplica em duplicatas a receber, como funcionam as vendas da empresa e quando a ela vai poder contar com esse recurso.

2.7.2 Prazo Médio de pagamento de compras (PMPC):

Este índice indica o prazo médio de pagamento das compras junto aos fornecedores.

$$\text{PMPC} = \frac{\text{fornecedores}}{\text{compras}} \times 360$$

Apresenta o número médio de dias entre a compra e o pagamento. Quanto maior esse prazo melhor, pois de acordo com Ludicibus (1999) se uma empresa demora muito mais para receber suas vendas a prazo do que para pagar suas compras a prazo, irá necessitar de mais capital de giro. Mas é importante ressaltar que esse índice também pode ser utilizado pelos fornecedores na análise de crédito de um provável cliente, para esses quanto menor esse prazo melhor.

2.7.3 Prazo Médio de renovação de estoques (PMRE)

Este índice indica o prazo médio que os produtos ficam no estoque ao longo do ano. Pode ser usado em vários âmbitos: Estoque de matéria-prima, de produtos acabados ou de mercadorias para revenda. Cada um deles aplicados a um setor da economia: na indústria o prazo de matéria-prima, no comércio o de mercadoria para revenda, por exemplo.

$$\text{PMRE} = \frac{\text{estoques}}{\text{CMV}} \times 360$$

Para este quociente quanto maior a rotatividade melhor, mas Ludicibus (1998), diz que isto é verdade desde que a margem de lucro sobre as vendas se mantenha constante ou, se diminuir, diminuir menos do que o aumento da rotação.

Ao analisar a rotatividade dos estoques a empresa pode saber como está funcionando as vendas, saber se está comprando certo e se a política de vendas está funcionando corretamente.

2.7.4 Ciclo Operacional e Financeiro

Depois de calcular os prazos médios já se podem obter informações mais completas sobre a empresa como seu ciclo operacional e ciclo financeiro. Para Matarazzo (1994) a análise dos prazos médios só é útil quando os três prazos são analisados conjuntamente, o que é feito a partir dos ciclos.

2.7.4.1 Ciclo Operacional

Define-se como o tempo entre o momento da compra da mercadoria e o momento do recebimento da sua venda.

$$CO = PMRE + PMRV$$

Assim tem-se a quantidade total de dias entre as operações citadas, podendo analisar em quanto tempo a empresa consegue completar o ciclo total de suas operações.

2.7.4.2 Ciclo Financeiro

Considerando o ciclo operacional e também o PMPC onde acontece o desembolso da empresa nós obtemos o ciclo financeiro.

$$CF = PMRE + PMRV - PMPC$$

Este índice demonstra quanto tempo a empresa consegue efetuar suas operações sem ter que efetuar um desembolso real, sendo financiada pelos fornecedores, e a partir de que ponto ela necessitará de capital de giro, sendo esse próprio ou não. Quanto menor melhor, já que a empresa necessitará de menos capital, principalmente de terceiros evitando esse custo.

A partir destas informações a empresa pode gerir melhor suas negociações com clientes e fornecedores a fim de diminuir sua necessidade de capital de giro, aumentar

suas vendas a partir de uma melhor política de vendas e até financiar melhor suas compras.

2.8 Análise da DFC (Demonstração do Fluxo Líquido de Caixa)

A DFC visa demonstrar o fluxo de caixa de uma empresa, as entradas e saídas de caixa e equivalência de caixa em um determinado período. Dividida em atividades operacionais, as ligadas diretamente a operação da empresa, atividades de investimentos, ligadas a compra e venda de ativos de longo prazo, e atividades de financiamento, referente a composição do capital próprio e do endividamento. A DFC explana toda a movimentação do caixa da empresa levando em conta essa divisão.

Há duas formas de apresentação do fluxo de caixa líquido das atividades operacionais. Essas formas são denominadas de método direto e indireto. O método indireto é o mais comumente utilizado. O método indireto deriva o fluxo de caixa das atividades operacionais, tomando-se o lucro operacional (Rocha Braga, 1999, p.114).

O método direto demonstra o fluxo de caixa das atividades operacionais em termos de fluxo de caixa bruto, sendo mais difícil sua elaboração.

Na análise de balanços também se considera DFC, podendo se conhecer qual dessas atividades traz maior entrada de dinheiro na empresa e qual provoca maior desembolso. Através disso pode perceber a aplicação indevida em certa atividade ou a possibilidade de ampliação da movimentação de outra. A análise da DFC é uma forma de estabelecer o melhor funcionamento do dia-a-dia da empresa.

2.9 Usos e usuários da Análise de Balanços

A análise das demonstrações financeiras é um dos elementos mais importantes para a tomada de decisão dentro de uma empresa, através dela pode avaliar os efeitos de certos eventos, como o aumento nas vendas ou a obtenção de um financiamento a longo prazo, na situação financeira da empresa. Tais eventos podem acontecer de variadas formas e análise pode avaliar seu significado.

Os eventos econômicos podem manifestar-se das mais variadas formas, desde a paralisação de uma fábrica até o aparecimento de um novo concorrente. Através da análise de balanços pode-se avaliar o significado desses eventos. (MATARAZZO, 1994, p..29).

Uma boa análise permite descobrir os pontos críticos da empresa e apresenta um esboço de soluções para o problema.

Avaliando-se uma demonstração de um concorrente, por exemplo, pode-se chegar a seus objetivos, seus pontos fracos, suas políticas e sua situação no mercado.

Existem vários usuários da análise de balanços, cada um deles busca uma informação diferente sobre a empresa que expôs a Análise de seus demonstrativos.

2.9.1 Fornecedores

Os fornecedores analisam seus clientes para obter segurança em suas vendas. Segundo Matarazzo (1994), o fornecedor de mercadoria precisa conhecer a capacidade de pagamento de seus clientes, ou seja, a liquidez. Além disso, também é interessante saber seu grau de endividamento e sua rentabilidade. A profundidade da análise depende do tamanho do crédito a oferecer ao comprador.

2.9.2 Clientes

Em geral ocorre análise por parte do comprador quando depende de fornecedores que não possuam o mesmo porte dele ou que possam de alguma forma oferecer riscos. O cliente “dependente” do seu fornecedor precisa saber se este está estável, não havendo a possibilidade da falta de sua matéria-prima ou mercadoria.

2.9.3 Bancos Comerciais

Como concedem crédito a curto prazo, os bancos comerciais devem observar a situação atual do cliente. Avalia principalmente o endividamento tentando selecionar os melhores clientes para o momento.

2.9.4 Bancos de Investimento

Diferentemente dos bancos comerciais os bancos de investimentos concedem a um prazo mais longo. Nesse caso, o financiamento concedido depende da situação futura do cliente.

“O risco assumido pelo banco de investimento precisa ser rigorosamente calculado. Ele só receberá de seus clientes se a situação futura deles for boa”. (MATARAZZO, 1994, p.35). Como os financiamentos são a longo prazo a análise tem que se basear a longo prazo.

2.9.5 Sociedades de Crédito Imobiliário

Essas sociedades concedem financiamentos por prazos superiores a um ano. A análise delas, geralmente fica no meio termo entre a análise de um banco de investimento e a de um comercial, avaliando endividamento e a situação financeira da empresa.

2.9.6 Corretoras de Valores e Público Investidor

As corretoras e os agentes de investimento fazem análise para investimento em ações utilizam a análise financeira e também levam em conta outros fatores relacionados especificamente ao preço e à valorização de ações. Para esse público o principal fator é a rentabilidade.

2.9.7 Concorrentes

A análise dos concorrentes de uma empresa é de vital importância: o conhecimento profundo da situação de seus concorrentes pode ser fator de sucesso ou de fracasso da empresa no mercado. Matarazzo (1994) afirma que decisões como lançar novos produtos, construir uma fábrica ou conceder prazos de financiamento são

decisões muitas vezes tomadas em função da situação do balanço mostrado pelos concorrentes.

Além disso, sabendo como está seu concorrente a empresa pode auto - avaliar-se perante o setor.

2.9.8 Governo

O governo utiliza a análise de balanços em diversas situações, desde avaliar empresas em uma concorrência aberta até acompanhar o desempenho de empresas concessionárias de serviços públicos para saber como andam sua rentabilidade e suas políticas de desenvolvimento.

2.9.9 Dirigentes

A análise de balanços é uma ferramenta na administração da entidade.

A análise de balanços, para os administradores da empresa, é um instrumento complementar para a tomada de decisões. Ela será utilizada como auxiliar na formulação de estratégia da empresa, e tanto pode fornecer subsídios úteis como informações fundamentais sobre a rentabilidade e a liquidez da empresa hoje em comparação com as dos balanços orçados (MATARAZZO, 1994, p.37).

Os administradores da empresa avaliam a liquidez, que se muito baixa pode atrapalhar a obtenção de crédito bancário, a rentabilidade para saber como está rendendo a entidade e assim por diante. A análise de balanços é um guia para os dirigentes.

A empresa pode conhecer-se, auto avaliar-se e melhorar seus pontos fracos e investir em seus pontos fortes.

Partindo de todo o exposto trate-se a análise de balanços como uma ferramenta da administração, transformando dados em informação, auxiliando diversos usuários, elucidando a posição da empresa o mais verdadeiramente possível.

2.10 O Setor – Concessionárias

A idéia de se trazer um setor especializado (que não o fabricante), em revender, oferecer e procurar consumidores para automóveis foi o que tornou automóvel um sucesso no século XX, surgiram, então, as concessionárias.

De fato as revendedoras são a primeira e mais imediata ligação do consumidor com o veículo, responsável pela sua manutenção e também pela sua qualidade. Assim a concessionária é o centro de todas as negociações dentro do mercado de revenda de veículos, fazendo toda a transação entre o consumidor e o fabricante do veículo, tornando-as imprescindível para tal comércio.

De acordo com a FENABRAVE (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), o mercado de concessionárias se caracteriza de forma oligopolista, já que as empresas são em número reduzido para atender todo mercado nacional, facilitando o controle dos preços. Outro ponto importante é que, como as concessionárias só podem comprar à fábrica a qual representam, onde fica clara a dependência dos concessionários às montadoras, tendo que ceder a exigências como compras mínimas, padronização em seu atendimento e estrutura, entre outras.

O mercado das concessionárias está intimamente ligado ao das montadoras, com as quais mantêm relações íntimas e muitas vezes conflituosas, provocando profundas modificações nas relações entre fabricantes, revendedores e consumidores.

A indústria automotiva, que tem grande importância no sistema capitalista, consome mais de um trilhão de dólares anuais para produzir 50 milhões de veículos no mundo todo. São dimensões gigantescas, com a movimentação de um imenso fluxo de bens e serviços, movendo simultaneamente estruturas de produção e distribuição. Nos últimos anos tem havido uma pressão crescente sobre os padrões de preço, o que provoca um estreitamento contínuo nas margens de lucro, tanto na produção quanto na distribuição. Logicamente as montadoras, elo mais forte da cadeia, acabam levando vantagem na partilha dos resultados e as concessionárias assumem os maiores riscos por trabalharem diretamente com os consumidores. Fusões, aquisições e, principalmente, alianças, estão surgindo para modelar novos rumos para as indústrias e trazer maiores transformações.

No Brasil, o mercado é amplo e tende a crescer, mas a má distribuição de renda e o desemprego limitam seu crescimento. O sistema de distribuição vem sofrendo grandes mudanças nos últimos anos o que diminui a rentabilidade da revenda perante outros setores da economia. Essa instabilidade tomou conta do setor no início dos anos 90, mas diminui com o crescimento acelerado das indústrias no início dos anos 2000. Partindo deste panorama, tem-se que o setor continua sua evolução no país mesmo que retraída.

3 METODOLOGIA

Este trabalho foi desenvolvido na forma de pesquisa, que segundo Andrade (1993, p.95) “é um conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos”.

Para tornar possível o trabalho científico há a necessidade de emprego de métodos adequados, pois para Lakatos e Marconi (2001, p.83) "não há ciência sem o emprego de métodos científicos", visto que somente através deles é possível determinar com segurança os objetivos propostos vindo a responder as questões formuladas no problema. Estes métodos permitem isso porque traçam o caminho e ajudam a detectar erros e a tomar decisões mais acertadas.

Neste trabalho foi utilizada a pesquisa exploratória, visto que segundo Gil (1991, p. 45) este tipo de pesquisa “tem como objetivo principal o aprimoramento de idéias.” Segundo o mesmo autor, na maioria dos casos, este tipo de pesquisa assume a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso, sendo que estas foram utilizadas para a realização do presente estudo.

Para Gil (2002, p.42) “as pesquisas bibliográficas têm como objetivo primordial à descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” No presente trabalho foi realizada a pesquisa bibliográfica através de livros, artigos científicos e textos da internet que tratavam de assuntos com referência ao tema.

Após a revisão bibliográfica foi feito o estudo de caso de duas empresas no ramo de revenda de veículos, localizadas em regiões diferentes do mesmo estado. Segundo Gil (1991, p.58) “o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”.

Foram utilizados os demonstrativos contábeis das empresas escolhidas, demonstrativos estes publicados em jornais de ampla divulgação, mas infelizmente difícil acesso. Os demonstrativos encontram-se no Diário Oficial da União, já que as empresas são Sociedades Anônimas.

Para a análise foi feita a atualização dos demonstrativos com base no índice INPC até o dia 31/12/2008, data da demonstração mais recente utilizada.

Para fins de análise também foi feita a reclassificação das contas das demonstrações indicada pelos autores, e toda a análise foi dividida em tópicos para melhor elaboração e entendimento.

Os balanços patrimoniais publicados em 2009, referentes ao ano de 2008, já foram publicados na forma da Lei nº. 11.638/2007, mas ressalta-se que análise não sofreu distorções já que é possível identificar na nova forma os grupos utilizados para os cálculos dos índices, prazos e ciclos.

Com base nos demonstrativos e relatórios adicionais foram realizados os cálculos dos Índices financeiros e econômicos, a fim de realizar a análise das empresas e chegar a sua situação patrimonial e estabelecer como se desenvolveram durante o período escolhido.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 As cidades escolhidas

Para a realização do presente trabalho foram escolhidas duas cidades no estado do Rio Grande do Sul com economias diferenciadas e localizadas em diferentes regiões do estado. As empresas em questão são Concessionárias de automóveis representantes da marca Volkswagen, empresas de grande porte, mas que revendem o mesmo produto em mercados diferentes. As cidades e suas economias são da seguinte forma:

4.1.1 Santa Maria – Pampeiro S/A

Localizada na região central situa-se na metade Sul do estado. Por várias décadas se concentraram no município investimentos referentes à segurança nacional.

Com o passar dos anos formou-se uma vocação econômica do município voltada para a prestação de serviços, posteriormente acentuada com o estabelecimento dos serviços públicos estatais e federais e com o desenvolvimento do comércio.

As bases econômicas do município podem ser comprovadas pelos empregos ofertados. É de alta importância o setor terciário, destacando-se o comércio, os serviços públicos, incluindo os da Universidade Federal de Santa Maria, e os vários quartéis instalados na cidade.

Certamente a grande massa e fluxo monetário na cidade de Santa Maria dependem fundamentalmente do serviço público, bem como da prestação de serviços: Comercial, Educacional, Médico Hospitalar, no Rodoviário e Militar Policial.

Tais funções urbanas terciárias absorvem a maioria da população ativa da cidade, salientando se principalmente o setor comercial e educacional, aparece em segundo lugar o Setor Primário (Agropecuário) e em terceiro lugar, o Setor Secundário, que no geral são indústrias de pequeno e médio porte (Fonte: Site do município de Santa Maria).

4.1.2 Porto Alegre – Panambra S/A

Porto Alegre, localizada junto ao Guaíba, é a capital do estado. A cidade constituiu-se a partir da chegada de casais açorianos portugueses na primeira metade do século XVIII. No século seguinte contou com a grande imigração de alemães e italianos (também recebeu imigrantes árabes e poloneses).

Tem o índice de desenvolvimento humano mais elevado dentre as capitais estaduais no Brasil possuindo também a maior renda per capital entre as capitais da região Sul.

É a maior e mais rica região metropolitana do sul do país, e a quarta mais populosa do Brasil, com 3.959.807 habitantes, e a terceira mais rica segundo dados do IBGE, sendo que em 2004, Porto Alegre foi eleita pela consultoria inglesa Jones Lang LaSalle uma das 24 cidades com maior potencial para atrair investimentos no mundo, e a única representante brasileira. A cidade é também um importante pólo educacional que atrai estudantes de toda a região Sul do Brasil e até de outras regiões do país e também dos países do Mercosul, pois conta com ótimas universidades. Porto Alegre é umas das cidades brasileiras que mais sedia eventos internacionais na América Latina. Fonte: wikipédia, a enciclopedia livre.

Por ser uma região metropolitana Porto Alegre concentra todos os tipos de economia funcionando perfeitamente bem. Indústria, comércio, serviço e a construção civil, que se desenvolve graças a sua permanente expansão, se interligam em uma rede que percorre toda a região da “grande Porto Alegre” como é chamada.

4.2 História da Volkswagen

A Volkswagen iniciou sua trajetória na década de 1930, na Alemanha, com o projeto de construção do automóvel Käfer, que ficaria conhecido no Brasil como Fusca. Após 1948, a Volkswagen se tornou um importante elemento simbólico e econômico da recuperação da Alemanha Ocidental.

A história da Volkswagen no Brasil começou em 23 de março de 1953, em um pequeno armazém alugado no tradicional bairro do Ipiranga em São Paulo. Nascia ali a

Volkswagen do Brasil Ltda. De lá, saíram os primeiros Fuscas, a força de trabalho da época era formada por apenas 12 empregados. De 1953 a 1957, foram montados nesse galpão 2.820 veículos.

Em junho de 1956 o governo brasileiro proporcionou condições favoráveis para a instalação da indústria automobilística no país, imediatamente, a Volkswagen decidiu construir sua primeira fábrica. No ano seguinte, em 2 de setembro, saía da linha de montagem o primeiro modelo da marca fabricado inteiramente em território nacional e em julho de 1970, após atingir os primeiros recordes de produção e vendas, a marca chegava ao primeiro milhão de veículos.

Em 1980 o Gol foi criado para cumprir uma missão quase impossível: substituir o "lendário" Fusca, o Gol não só conseguiu como acabou superando o Fusca. Hoje em sua quarta geração, continua batendo todos os recordes da história automotiva nacional: É o carro mais vendido no País pelo 21º ano consecutivo e é o best-seller da marca, superando 5 milhões de unidades produzidas.

Hoje a Volkswagen do Brasil fabrica veículos e oferece serviços correlatos, gerando assim resultados positivos e preenchendo as expectativas de seus acionistas. Desde 2003, a linha de produtos da Volkswagen do Brasil foi completamente renovada.

Ao mesmo tempo em que lançou produtos, modernizou fábricas e desenvolveu novas tecnologias, na primeira década do século 21, a Volkswagen do Brasil deu outros passos importantes rumo à sustentabilidade. A empresa implantou um eficiente Sistema de Gestão Ambiental e conquistou a ISO 14001 em todas as suas fábricas. A Fundação Volkswagen intensificou e ampliou seu leque de atuação social, trabalhando por uma educação pública de qualidade e pelo bem-estar da comunidade.

Fonte: Site da Volkswagen do Brasil.

4.3 As empresas:

4.3.1 Pampeiro

A PAMPEIRO S/A iniciou suas atividades no dia 20 de agosto de 1960, tendo como sua primeira sede na Rua do Acampamento, esquina Astrogildo de Azevedo, como concessionária dos veículos da marca DKV VEMAG.

No ano de 1963 incorporou aos seus objetivos a concessão dos produtos MASSEY FERGUSON, atividade desenvolvida até 1967 por haver transferido a concessão Massey Ferguson à empresa Itaimbé - Máquinas Agrícolas Ltda.

Ainda em 1967 assumiu com exclusividade a representação da marca Volkswagen para Santa Maria e Região na categoria de Concessionária da Volkswagen do Brasil.

Dada à evolução dos negócios e o conseqüente crescimento da empresa, a sede onde a PAMPEIRO nasceu tornou-se pequena e obrigou seus fundadores a tomarem medidas no sentido de buscarem nova localização em área ampla visando oferecer melhores condições de atendimento e conforto a seus clientes.

Com a mentalidade, já moderna para a época, de que o cliente é o expoente máximo de qualquer atividade empresarial, a Pampeiro, transferiu-se para a Rua Serafim Valandro, ocupando uma área de terreno de 3.000m² e com uma área construída de 1.500m², local onde se firmou como uma das maiores concessionária do ramo automobilístico do interior do estado, posição que até hoje ocupa.

Com o crescimento vertiginoso a empresa teve necessidade de ampliar substancialmente sua área de terrenos e prédios, ocupando atualmente 8000m² de área construída em terrenos com 18.000m², no local existindo modernos espaços para: *Show-Room*, para veículos novos e usados, oficina para Assistência Técnica composta de mecânica, funilaria e pintura, estoque de peças e acessórios, serviços administrativos, restaurante e salas de lazer para os funcionários.

O capital inicial foi de Cr\$ 5.100.000,00, moeda da época da fundação. Seu patrimônio atual é de aproximadamente R\$ 20.000.000,00 (vinte milhões de reais). Ao

iniciar suas atividades contava com 4 (quatro) funcionários e hoje desenvolve suas atividades contando com um quadro de cerca de 100 (cem) funcionários.

No decorrer de sua existência a Pampeiro S/A, conquistou vários troféus como Concessionária Volkswagen do Brasil, virabrequim de ouro, chaves de prata e ouro e outros prêmios, pelos excelentes desempenhos obtidos nas áreas de venda e assistência técnica.

Desta forma a Pampeiro S/A, conquistou a liderança entre as revendas Volkswagen do interior do Rio Grande do Sul. Pelo seu desempenho, crescimento e atuação figuraram nas edições da revista QUEM É QUEM na Economia Brasileira, entre as maiores revendas do ramo automobilístico do País, por várias vezes.

Dotada da filosofia de crescimento voltada ao cliente, a Pampeiro lançou-se em 1998 em busca de algo mais, ou seja, a certificação da ISO 9002, e embora a tenha conquistado tem a consciência de que a qualidade total não é bálsamo de efeito rápido, mas sim uma filosofia empresarial em que as melhorias devem ser continuadas como se duas paralelas fossem.

A atual Diretoria da Pampeiro é constituída pelos Senhores ILÍDIO ANTONIO BIACCHI - Diretor Presidente - CLAUDIO EMANUELLI e LEA ROSA BIACCHI - Diretores.

O Senhor ILÍDIO ANTONIO BIACCHI é um dos fundadores da empresa e exerce o Cargo de Diretor Presidente desde a fundação até a presente data, portanto, faz 48 anos consecutivos que traz sob seu comando e entusiasmo o crescimento e a harmonia desta Empresa (Fonte: Dados fornecidos pela direção da empresa).

4.3.2 Panambra

A história da Panambra Começa em 1955, quando a Volkswagen do Brasil nomeou como concessionária a Panambra Motoviaturas para atuar como revenda no Rio Grande do Sul. Os carros vinham da Alemanha, eram montados em São Paulo e transportados para Porto Alegre, por via aérea ou rodoviária.

Seis anos depois, já como Panambra Sul Riograndense, comercializa toda linha Volkswagen fabricada, ao longo de mais de cinco décadas, a Panambra vendeu mais de 150.000 veículos, incluindo todos os modelos Volkswagen.

Em 1965 atenta às necessidades do mercado consumidor, implantando o primeiro consórcio para automóveis do Rio Grande do Sul, com sistema fechado e regulamento interno que inspirou a atual legislação para este tipo de atividade. Atualmente, a empresa possui mais de 100 mil contemplados em todo Brasil.

4.4 Coleta de dados

Pretendendo atender aos objetivos do trabalho, buscou-se coletar junto ao Diário Oficial do Rio Grande do Sul e ao Diário de Santa Maria os demonstrativos referentes as empresa estudadas.

Foi utilizada pesquisa na internet através do site da Companhia Riograndense de Artes Gráficas, na qual é responsável pela publicação via Internet do Diário Oficial e no site do Diário de Santa Maria.

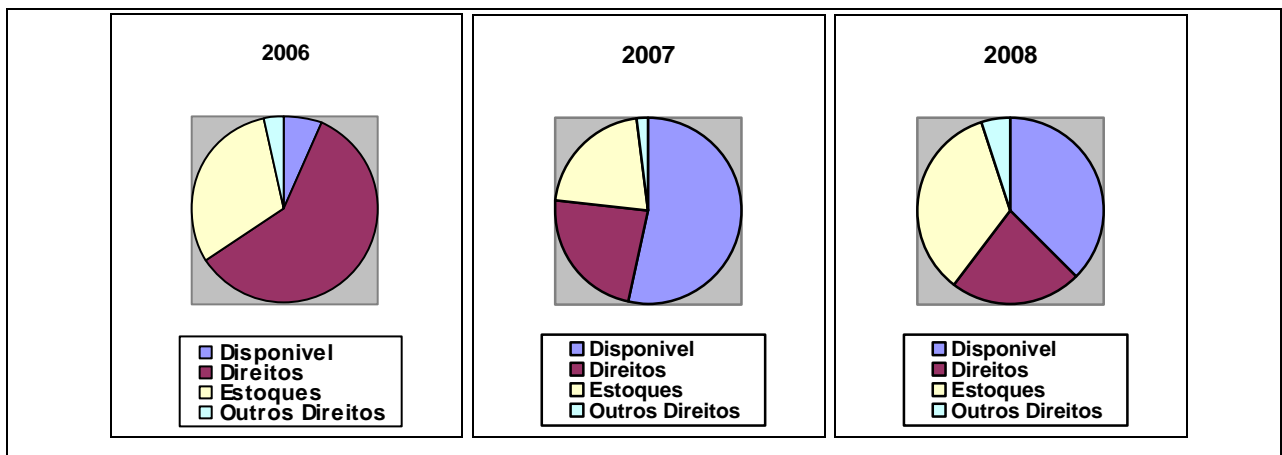
4.5 Análise de Balanço da empresa Pampeiro S/A

Analisando a empresa Pampeiro S/A, tem-se que ela se manteve praticamente estável em relação ao seu patrimônio, variando entre pequenas retrações e alguns avanços em diferentes contas de seu ativo e de seu passivo. A maior evolução foi vista em aplicações de liquidez imediata que aumentaram mais de 1.000% de 2006 a 2008. Como é possível visualizar no quadro 1.

| | 2006 | 2007 | AH | 2008 | AH |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|
| CIRCULANTE | 121.225,69 | 122.147,37 | 100,76% | 122.534,85 | 101,08% |
| Disponibilidades | 8300,50 | 65.007,35 | 783,17% | 46.068,38 | 555,01% |
| Aplicações de liquidez imediata | 3.784,43 | 61.128,41 | 1615,26% | 42.063,82 | 1111,50% |
| Direitos | 70.284,35 | 2.810.9,66 | 39,99% | 76.204,49 | 108,42% |
| Aplicações a prazo fixo | 3.950.100,44 | 0,00 | 0,00% | - | - |

Quadro1 – Evolução da conta Aplicações durante os anos analisados.

Ao analisar o ativo circulante percebe-se que este é grande parte do ativo total, sendo 77,04% em 2006 e mais de 78% em 2007 e em 2008. O que varia muito dentre os anos é disposição do ativo circulante. Em 2006 se concentra em clientes e aplicações a prazo fixo, em 2007 a maior parte se encontra nas aplicações de liquidez imediata, conta muito movimentada durante o período, e, em 2008 existe uma paridade entre as aplicações e estoques, que pela primeira vez representa mais de 25% do ativo. Nos Gráficos 1, 2 e 3 apresenta-se como o ativo circulante variou nos três anos.



Gráficos 1, 2, 3 – Variação do ativo circulante da empresa Pampeiro.

A parte não circulante do ativo se concentra principalmente em ativo permanente e em investimentos que se mantêm estáveis nos três anos analisados, ficando entre 9% e 10% do ativo total.

No passivo, os valores mais expressivos se notam no patrimônio Líquido, nos três anos de estudo ocupou mais de 70% do total do passivo, isso demonstra que a empresa se financia basicamente com capital próprio, já que o passivo circulante, ao contrario do AC, ocupa apenas em um ano (2006) mais de 15% do passivo, valor que fica em torno de 14% em 2007 e 2008. Com isso tem-se que a empresa tem capacidade de pagar suas dívidas, já que seu ativo circulante cobre sem problemas as dívidas de curto prazo.

A seguir, o gráfico 4 demonstra a evolução das principais contas do balanço durante os anos analisados.

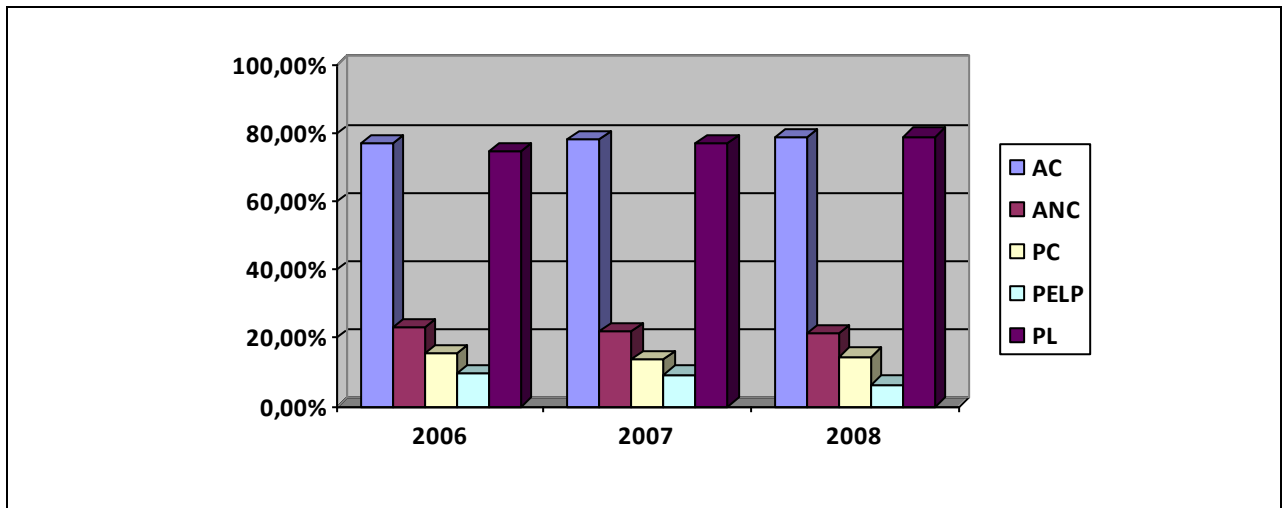


Gráfico 4 – Análise vertical da empresa

Analisando a demonstração do resultado percebe-se que a Pampeiro acompanhou o crescimento do setor em 2007, porém não conseguiu converter o aumento das vendas em aumento de lucro, que em 2007 representou um pouco mais de 3% das vendas, enquanto em 2006 representava 4,3% delas. Mesmo que as vendas tenham aumentado em mais de 19% entre os dois anos, as despesas operacionais aumentaram 47%, consumindo o aumento das vendas e diminuindo o lucro. A evolução nas vendas continuou em 2008, mas em uma intensidade bem menor, bem como as despesas, fazendo o lucro se manter em 3,2% em relação às vendas totais.

A partir dos índices calculados, pode-se verificar o já foi notado no passivo quanto da importância do capital próprio, pois este financia todo o não-circulante e parte do ativo circulante. Isso demonstra que a empresa tem uma pequena participação de capital de terceiros e esta vem diminuindo durante os 3 anos. Enquanto em 2006 para cada R\$ 100,00 de capital próprio investido a empresa tomava R\$ 34,16 de terceiros, em 2008 tomou apenas R\$ 26,64. Com isso ela consegue diminuir a dependência com terceiros, utilizando mais o seu capital próprio.

Do total do endividamento que possui, as dívidas de curto prazo chegam, em 2006 e 2007, a 60% e em 2008 há 70%. Porém, este fato não é relevante, pois a empresa possui uma elevada capacidade de pagamento de curto prazo, o que deixa claro um quadro financeiro excelente. Tal quadro continua a se analisar a liquidez, que

se apresenta maior que 1 em todos os anos, o que significa que a empresa apresenta uma ótima capacidade para sanar suas dívidas, de curto e longo prazo.

Ao se analisar a situação econômica, considerando o giro do ativo, percebe-se que a empresa consegue vender o dobro do valor investido em ativo em 2006, números estes que aumentam nos anos posteriores, chegando 2,65 vezes em 2008, ou seja, para cada R\$ 1,00 investido em ativo a empresa vende R\$ 2,65.

A partir da margem líquida, que representa quanto das vendas se transformou em lucro, conclui-se que a empresa tem um ganho Líquido de 5% em 2006, caindo, em 2007 e 2008 ficando em 3%, mostrando que a empresa está ganhando menos em suas vendas. Isso ocorreu por que, mesmo que as vendas tenham aumentado em 30% de 2006 para 2008 o custo dos produtos aumentou em 35% no mesmo período fazendo com que o lucro diminuísse.

Ao se analisar o valor investido no ativo, tem-se que a empresa em 2006, para R\$ 100,00 investidos no ativo, consegue gerar R\$9,03 de retorno; em 2007 esse valor cai para R\$ 7,08, devido à diminuição do lucro obtido neste ano, mas; em 2008 o retorno volta a ser de R\$9,08. Quando se analisa a rentabilidade do capital próprio, ou seja, o retorno que os investidores auferem com a aplicação feita na empresa, encontra-se valores ainda maiores de retorno para seus acionistas. Em dois dos anos analisados o retorno, para cada R\$100,00 de investimento de capital próprio, chega a quase R\$ 12,00, com exceção de 2007, onde o retorno fica em R\$10,14, acompanhando a oscilação do resultado do ano.

Já o retorno sobre o investimento, que considera tanto o capital próprio como o capital de terceiros, foi o que apresentou o maior retorno em todos os anos, chegando a R\$ 18,53 para cada R\$ 100,00 de investimento. A rentabilidade, item importante na Análise para investimento, apresenta valores significativos e está representada de forma geral no Gráfico 5.

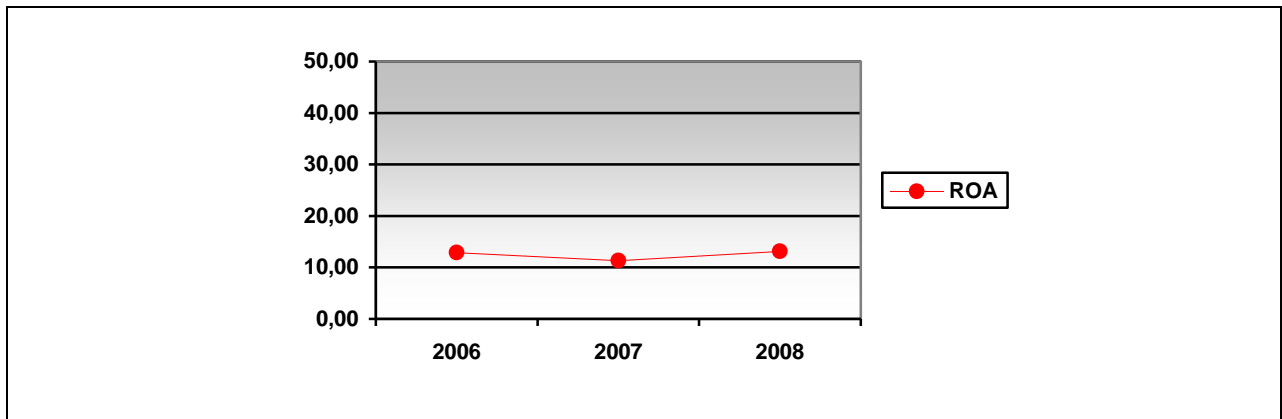


Gráfico 5 – Rentabilidade geral da empresa

A empresa opera com folga financeira, ou seja, com um Capital Circulante Líquido positivo, o que significa que a empresa consegue sanar suas dívidas com seu ativo circulante, pois esse é superior às dívidas de curto prazo. Tal folga financeira é possível graças ao grande capital próprio, que financia o ativo permanente e os direitos de longo prazo com sobra. Tal sobra é investida no ativo circulante proporcionando a positividade do CCL. No quadro 2, a seguir, pode-se verificar a estrutura do capital investido.

| | | | |
|--------------|----------------------|--------------|----------------------|
| | | PC | 2.272.675,09 |
| AC | 12.253.485,28 | PELP | 995.682,07 |
| | | PL | 8.985.128,12 |
| ARLP | 35.517,41 | PL | 35.517,41 |
| AP | 3.247.937,19 | PL | 3.247.937,19 |
| TOTAL | 15.536.939,88 | TOTAL | 15.536.939,88 |

Quadro 2 - CCL da empresa em 2008

Quanto à utilização de capitais de terceiros, tem-se que a empresa aumentou o retorno dos investidores 1,3 vezes, graças ao uso de capitais externos. Essa alavancagem poderia ser maior se a empresa utilizasse maior financiamento de

terceiros, mas como ela opta pelo uso maior de capitais próprios a alavancagem financeira se limita a tal valor.

No caso dos ciclos financeiros e operacionais a empresa trabalha com prazos que dificultam o funcionamento operacional, já que paga suas compras, em média, com 13 dias de prazo, mas recebe apenas 23 dias depois da venda.

A empresa, por 10 dias, financia suas atividades precisa buscar formas alternativas de capital de giro, que no momento se concentra no capital próprio. O estoque se renova em mais ou menos 40 dias, muito depois do pagamento das compras o que demonstra que a empresa precisa, ela própria financiar seu estoque. Para melhorar a situação da empresa, seria interessante que a mesma negociasse prazo com os fornecedores, recebesse e comprasse estoques em menos tempo, para que os estoques fossem financiados pelos próprios fornecedores. Sendo assim as políticas de compra e vendas não funcionam de forma a favorecer a operacionalidade da entidade.

Conclui-se que a empresa melhorou seu desempenho de 2006 para 2007, mas não conseguiu repassar isso até o lucro final, em função do aumento das despesas do mesmo ano, refletindo na queda da rentabilidade da empresa. Já em 2008, a empresa volta a ter praticamente o mesmo rendimento, mantendo o lucro estável.

4.6 Análise de Balanço da empresa Panambra S/A

Analisando a empresa Panambra S/A, percebe-se que a empresa tem grande parte de seu investimento concentrado no ativo circulante, a maior parte aplicada em estoque que chega a concentrar, dentre os três anos analisados, 30,86% de todo ativo.

Também, constatou-se que a conta que mais evolui nestes anos analisados foi a de Investimentos, que mesmo significando 6% do total do ativo total teve um aumento superior a 1.000% no ano de 2008 em relação a 2006. Esse aumento se deve a um novo investimento que a empresa efetuou na empresa Via Bentos Veículos e Peças Ltda. em 2007. A seguir o quadro 3 demonstra a evolução da conta Investimentos nos anos de 2006 á 2008.

| | 2006 | 2007 | AH | 2008 | AH |
|--|-----------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|
| INVESTIMENTOS | 3.275,55 | 3.115,35 | 95,11% | 39.036,49 | 1191,75% |
| Empresas Coligadas e Controladas (NOTA 07) | 2.587,48 | 2.460,90 | 95,11% | 21.316,43 | 823,83% |
| Outros Investimentos | 688,07 | 654,45 | 95,11% | 909,43 | 132,17% |
| Ágio na aquisição de investimentos (Nota 07) | - | - | - | 16.810,63 | - |

Quadro 3 – Evolução da conta Investimentos 2006 a 2008. (valores divididos por 100).

Considerando o passivo temos que as obrigações de curto prazo, em dois dos três anos analisados é o grupo mais significativo dentro de todo o passivo, pois a maior parte do capital de terceiros utilizado é de curto prazo, que ocupa, em dois dos anos analisados, mais de 50% do total das obrigações da empresa, com exceção de 2007, ano em que a empresa obteve maior lucro que chegou a quase 7% de todo passivo, fazendo com que o patrimônio líquido superasse o circulante.

Tem-se que a posição patrimonial da empresa, ou seja, a posição de seus bens, direitos e deveres dentro do balanço patrimonial, evoluem em 20% de 2006 para 2008, tal evolução pode ser percebida em diferentes grupos dentro do ativo e do passivo. No ativo, enquanto os grupos de estoques e investimentos evoluíram, o grupo de realizáveis a longo prazo sofreu uma queda de 80%. No passivo a evolução pode ser vista nas obrigações, tanto de curto quanto de longo prazo.

Analisando o patrimônio líquido nota-se que o capital próprio chega a 47,20% do seu passivo total em 2007, ano que chega a seu ápice, mas, mesmo diminuindo nos outros anos, concentra 35,17% em 2006 e 35,56% em 2008. Tais percentuais permitem que a empresa financie todo seu ativo permanente com capital próprio, tendo folga para investir em capital de giro.

Esses dados podem ser observados no Gráfico 6, que demonstra os principais grupos de ativo e passivo e seus percentuais dentro destes.

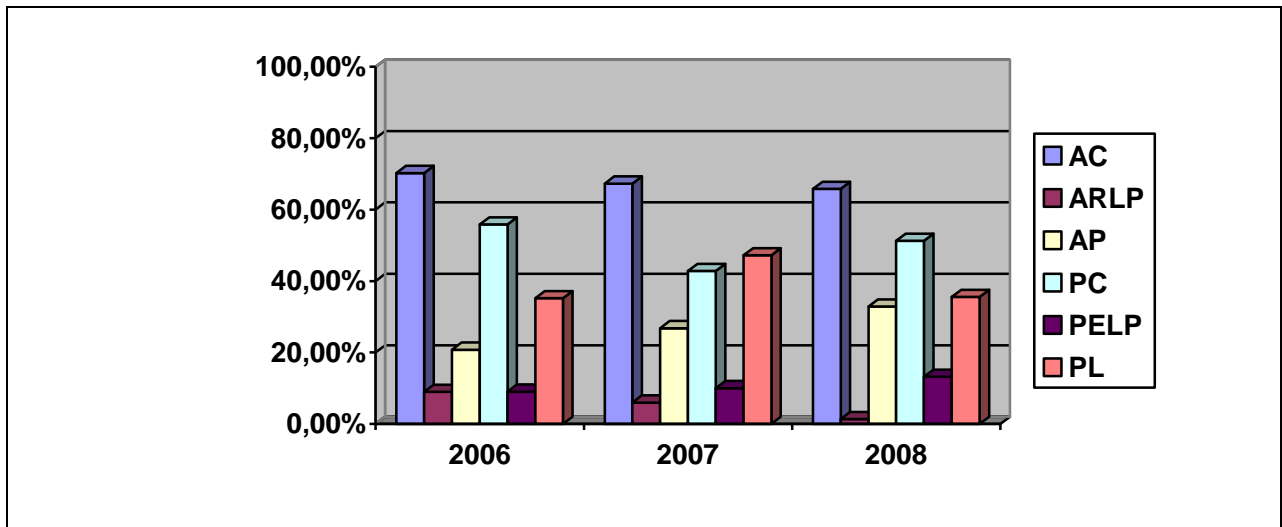


Gráfico 6 – Análise vertical da empresa

Considerando as contas de resultado da empresa, têm-se que houve uma evolução das vendas, que aumentaram 20% em 2007, demonstrando que a empresa acompanhou a evolução do setor que, segundo a FENABRAVE (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores), chegou a vender 30% a mais em relação ao ano anterior. Graças ao aumento das vendas e a diminuição dos impostos sobre vendas o lucro final dobrou de 2006 para 2007. Já de 2007 para 2008 as vendas da empresa se mantiveram praticamente estáveis, mesmo ocorrendo no último ano o início de uma crise em todos os setores. Houve variação em apenas alguns gastos e no custo das mercadorias, que teve um aumento superior ao das vendas, fazendo com que o lucro final fosse menor que em 2008.

Fazendo a análise a partir dos índices calculados têm-se que a empresa apresenta uma boa liquidez nos três anos analisados, ou seja, ela consegue sanar suas dívidas de curto e longo prazo com seus bens e direitos. Em 2007 sua liquidez seca, que considera apenas as disponibilidades e créditos a receber para seu cálculo, é superior a 1, ou seja, a empresa consegue sanar suas dívidas de curto prazo apenas com seus ativos de alta liquidez, que desconsidera os estoques.

Nos outros anos a liquidez seca não chega a 100%, mas nada que assuste considerando que com todos os recursos de curto prazo, a empresa consegue pagar suas dívidas e ainda sobram recursos para serem investidos.

Esse quadro continua na liquidez geral, que considera os bens e direitos de longo prazo, onde a empresa também possui sobra de recurso. Através dessa análise pode-se dizer que a base financeira da empresa é sólida. A seguir o gráfico 7 demonstra a situação da empresa nos três anos analisados.

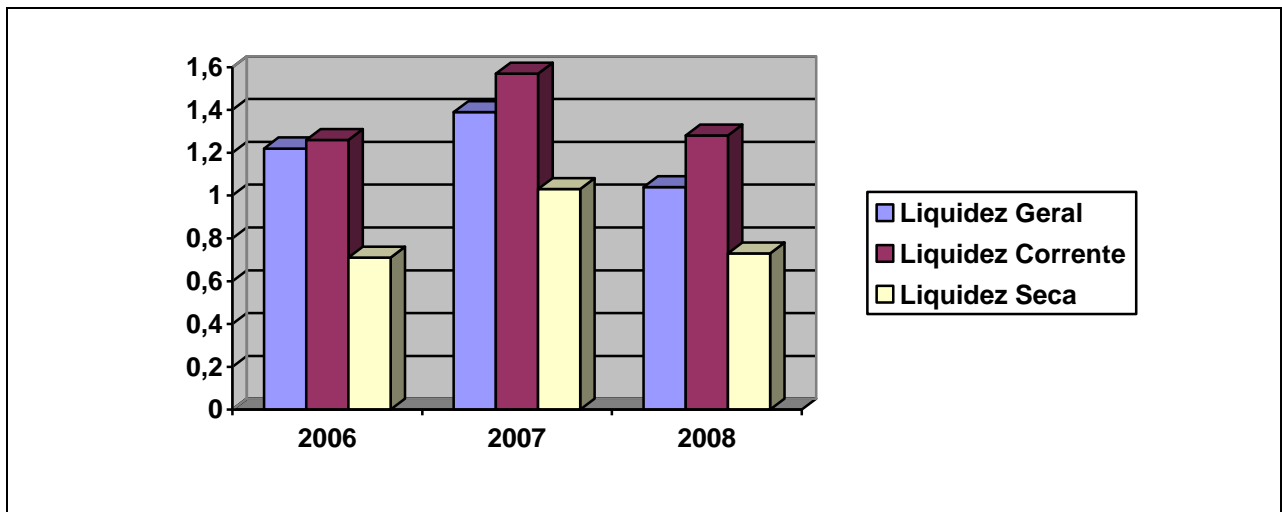


Gráfico 7 – Liquidez da empresa Panambra nos três anos analisados.

Ao se analisar a rentabilidade e calcular o giro do ativo encontra-se que em 2007 a empresa tem um giro de 5,04, significando que para cada R\$ 1,00 de investimento total a empresa vende R\$ 5,04 ou seja o volume de vendas atingiu 5,04 vezes o volume de investimento. Já em 2008 há uma queda neste giro que cai para 4,29 vezes.

Ao analisar a relação do lucro líquido com a receita líquida da empresa, percebe-se que, em 2006, a mesma gerava 0,93% de lucro perante o total das receitas. Já em 2007, com o aumento nas vendas a empresa, essa relação chega quase a dobrar, passando o valor para 1,80%. Em 2008, houve uma considerável queda na margem de lucro da empresa, apesar das vendas ter aumentado, o lucro diminuiu, o que significa que a empresa ganhou menos por unidade vendida.

Analisando o retorno sobre o ativo, constata-se que a empresa tem capacidade de gerar lucros, sendo que no ano de 2006 esse retorno foi de 3,43%. Em 2007 este retorno quase triplica para 9,05%. Porém, em 2008 este valor teve uma considerável queda para 4,25%, fazendo com que a empresa demore mais para recuperar seu ativo.

Ainda falando de rentabilidade, percebe-se que a empresa chega a obter 21,18% de retorno em relação ao capital próprio investido em 2007, seu ápice. O mesmo não acontece em 2008 quando este lucro tem uma queda de quase 50%. Já o retorno sobre o investimento, que considera tanto o capital próprio como o capital de terceiros, como os outros índices de retorno analisados até aqui, em 2006 apresentou um retorno de 9,09%, teve uma considerável alta em 2007 passando para 28,28%, voltando a cair em 2008. O Gráfico 8 demonstra a evolução da rentabilidade da empresa durante os anos, de forma geral.

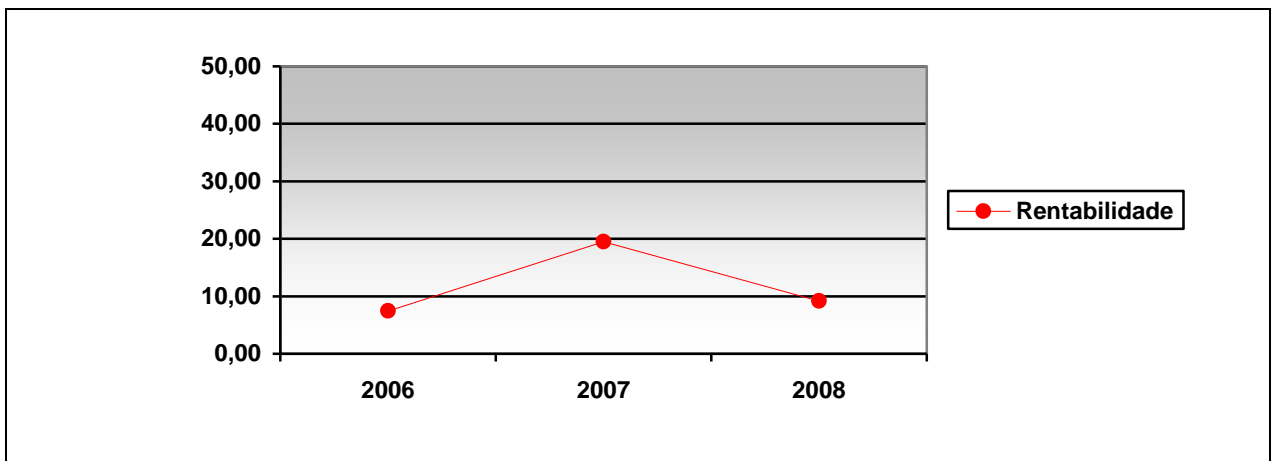


Gráfico 8 – Índices de Rentabilidade

Pode-se verificar, também, que durante os três anos analisados, o ativo circulante têm sido superior ao passivo circulante, o que significa que a empresa possui um CCL positivo, operando com folga financeira, ou seja, os investimentos no ativo circulante são suficientes para cobrir as dívidas de curto prazo e ainda permitem uma folga. Ao calcular a liquidez corrente, índice já analisado, encontrou-se em todos os anos um índice superior a 1, o que se deve a existência do CCL positivo. Através do quadro 4 pode-se verificar que, no ano de 2008, o Capital próprio financia o ativo permanente, todo o ativo realizável a longo prazo e parte do ativo circulante.

| | | | |
|--------------|----------------------|--------------|----------------------|
| | | PC | 29.528.739,00 |
| AC | 37.923.638,00 | PELP | 7.608.131,00 |
| | | PL | 786.768,00 |
| ARLP | 775.469,00 | PL | 775.469,00 |
| AP | 18.930.069,00 | PL | 18.930.069,00 |
| TOTAL | 57.629.176,00 | TOTAL | 57.629.176,00 |

Quadro 4 - CCL da empresa em 2008

A utilização do capital de terceiros alavancou o retorno dos investimentos dos acionistas em 1,69 vezes em 2006. Este indicador diminuiu em 2007, já que a empresa utilizou mais capital próprio, mas em 2008 volta a 1,67 vezes. A empresa se beneficia em utilizar tais recursos e os aplica de forma a aumentar o retorno de seus investidores.

A empresa trabalha com um ciclo operacional e financeiro favorável já que consegue receber de seus clientes antes de efetuar o pagamento das compras, ou seja, a empresa vende e recebe em média no 22º dia, porém, efetuará o pagamento aos fornecedores apenas no 43º dia, assim ela opera com pouca necessidade de buscar capital de giro de terceiros. E como o prazo de renovação dos estoques ocorre antes do pagamento, em média 27 dias, os próprios fornecedores financiam estes.

Conclui-se que a entidade evoluiu bastante de 2006 para 2007 e seu patrimônio se manteve estável nos últimos dois anos. O ano de 2007 foi, claramente, de grande importância e relevância na evolução da empresa, pois nele que houve um maior volume de vendas possibilitando o acúmulo de lucros, o aumento da rentabilidade e da liquidez e um melhor funcionamento das políticas de vendas e compras, que se mostra nas melhoras dos prazos. Foi graças ao bom desempenho em 2007 que a empresa conseguiu manter-se estável em 2008.

4.7. Panambra x Pampeiro

A partir das análises dos demonstrativos escolhidos tem-se que as empresas se comportam de maneira diferente durante o período analisado. Como pode ser visto no quadro 5, a seguir, que resume a evolução dos índices durante os anos estudados.

| Índices | Pampeiro S/A | Panambra S/A |
|------------------------|---|---|
| Estrutura de Capital | -A empresa se financia basicamente com capital próprio. - Opera com pouca participação de terceiros. - A maioria das dívidas são de curto prazo. | - Utiliza um valor elevado de capital de terceiros. - A maioria das dívidas são de curto prazo. |
| Liquidez | -Nos três anos a empresa apresenta folga financeira para sanar suas dívidas, de curto e longo prazo. | - A empresa apresenta uma boa liquidez, com exceção da seca, que em alguns anos não é positiva. |
| Rentabilidade | - A empresa apresenta retorno perante o investimento. Porém tal retorno sofreu uma queda nos anos 2007 e 2008 não acompanhando as vendas que aumentaram nos anos respectivos. | - Apresenta uma boa rentabilidade, que teve seu pico em 2007, acompanhando o aumento das vendas do setor. Já em 2008 essa rentabilidade sofreu uma queda. |
| CCL | - A empresa apresenta folga financeira nos três anos. | - Opera com folga financeira nos três anos. |
| Alavancagem Financeira | - Como a empresa se utiliza pouco capital de terceiros a situação financeira sofre pouca influência durante os anos. | - O capital de terceiros utilizado alavanca o retorno em quase 2 vezes nos anos analisados, sem que seus custos prejudiquem o rendimento final. |
| Prazos Médios | -Efetua o pagamento dos fornecedores antes de receber dos clientes necessitando de capital de giro. | - Recebe de seus clientes antes de efetuar os pagamentos, sendo que seus estoques são financiados pelos seus fornecedores. |

Quadro 5 – Paralelo entre as empresas analisadas.

Sendo assim, pode-se constatar que mesmo com comportamentos diferentes, as duas empresas apresentam evolução na situação patrimonial e nas vendas durante os anos analisados. As duas são rentáveis e líquidas, ou seja, capazes de sanar suas dívidas e trazer retorno aos seus investidores. Possuem políticas diferentes de compra e venda, e cada uma possui uma forma diferente de se utilizar capitais externos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se concluir este estudo, embasado nos princípios da contabilidade e nos principais autores do assunto proposto, pode-se afirmar a importância da realização da análise de balanços. Essa ferramenta, cada vez mais usada por terceiros e pela própria empresa a fim de avaliar o desenvolvimento da entidade, vem mostrar a importância da contabilidade na vida diária da empresa, evidenciando em seu decorrer a situação real desta. Comprova-se então a responsabilidade do trabalho do contador perante a rotina da entidade, que deve em seu trabalho escriturar as operações de forma correta, fazendo com que as demonstrações contábeis sejam verdadeiras, demonstrando o que realmente ocorreu no período exposto.

A partir do estudo da bibliografia e das análises das empresas escolhidas foi possível constatar que a análise de balanços decompõe as demonstrações contábeis, de modo que o seu usuário possa de utilizar das informações de seu interesse. Sendo assim as análises descrevem as empresas de forma possível de avaliar como ela se desenvolveu nos períodos da análise. A partir das análises feitas e dos índices calculados, conclui-se que as empresas apresentaram evoluções diferenciadas no decorrer dos anos em questão.

A Pampeiro apresentou uma evolução financeira no ano 2007, porém no mesmo ano apresentou uma retração no quadro econômico, devido ao aumento de seus gastos gerais em relação a sua receita, o que acarretou na diminuição do lucro. Já em 2008, a empresa manteve-se estável financeiramente e voltou a ter um avanço em sua rentabilidade graças ao aumento das vendas, que foram superiores em 30% com relação a 2006.

A Panambra evoluiu consideravelmente de 2006 para 2007, sendo que a empresa manteve-se praticamente estável nos últimos dois anos. No ano de 2007 houve um maior volume de vendas possibilitando o acúmulo de lucros e uma melhora na situação econômica e financeira da empresa. Já em 2008 as operações da entidade apresentaram estabilidade, fazendo com que está continuasse líquida e rentável.

Então, respondendo o problema proposto, tem-se que as empresas evoluíram positivamente durante o período estudado, aumentando suas vendas e sua rentabilidade.

Também, respondendo aos objetivos traçados, através da comparação entre as empresas, é possível perceber que mesmo oferecendo a mesma marca de produtos, as empresas tiveram uma evolução diferenciada durante os anos, sendo que a Pampeiro teve uma queda em seus índices em 2007, enquanto a Panambra teve no mesmo ano um pico de rentabilidade e liquidez.

Tem-se que as principais diferenças das empresas estudadas se encontram na captação de recursos para o financiamento das atividades e a divisão de tais recursos dentro do patrimônio. Enquanto a Pampeiro utiliza praticamente o capital próprio para financiar suas atividades, a Panambra opta pelos capitais de terceiros que chegam a formar aproximadamente 65% de todas as suas obrigações. Tal diferença é possível de ser percebida nos índices e prazos calculados, que sofrem influência direta desta variação.

Portanto, a partir das conclusões finais, certifica-se mais uma vez a importância de realizar uma análise de balanços para conhecer a real situação da empresa e através de seus cálculos ser capaz de demonstrar sua evolução e peculiaridades, assim como da contabilidade na vida diária da empresa.

Comprova-se então a responsabilidade do trabalho do contador perante a rotina da entidade, que deve em seu trabalho escriturar demonstrações contábeis verdadeiras.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, José Antônio Fialho. **Os desafios econômicos de Porto Alegre**. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br>, Acesso em: 16 abr.2009.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1993.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações contábeis: estrutura, análise e interpretação**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. **Contabilidade introdutória**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

FENABRAVE. **A evolução do setor**. Disponível em: <http://www.fenabrave.org.br>. Acesso em: 26 mar. 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

IUDÍCIBUS, Sergio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações (aplicável às demais sociedades) suplemento**, 1 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de balanços: análise de balanços e de endividamento**. Análise de giro, rentabilidade e alavancagem financeira. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da metodologia científica**. 4 ed. Ver. E ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. **Fundamentos da metodologia científica**. 6. ed. Ver. e Ampl. São Paulo: Atlas, 2005.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 3 ed., 4ª tiragem. São Paulo: Atlas, 2005.

MATARAZZO, Dante C. **Análise financeira de balanços**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1994.

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

NETO, Alexandre A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico financeira**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

PANAMBRA. **A História da Panambra**. Disponível em <http://www.panambranet.com.br>. Acesso em 05 mar. 2009.

PORTO ALEGRE. **Cidade de Porto Alegre**. Disponível em: <http://www.suapesquisa.com>. Acesso em: 15 abr.2009.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA, PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA. **Estrutura e apresentação de monografias, dissertações e teses**. 6 ed. Santa Maria: Editora UFSM, 2006.

VOLKSWAGEN. **A história da Volkswagen no Brasil**. Disponível em <http://www.volkswagen.com>. Acesso em 02 fev. 2009.