

ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA EM UMA MICROEMPRESA DO SEGMENTO DE ROUPAS E ACESSÓRIOS EM ASSU – RN

Maria da Conceição Avelino Cabral de Assis¹

André Luiz Sena da Rocha²

RESUMO

Este artigo tem como objetivo, apresentar um estudo sobre a importância do fluxo de caixa como ferramenta de gestão financeira em uma loja do segmento de vestuário e acessório, que atua no mercado varejista e que fica localizada no Estado do Rio Grande do Norte, na cidade de Assu. Devido à falta de conhecimento sobre gerenciamento financeiro da empreendedora, foi necessário a realização de uma pesquisa sobre a implementação de um fluxo de caixa operacional na empresa, para catalogar todas as entradas e saídas dos produtos, e assim, poder mensurar a lucratividade e a saúde financeira da loja. A empresa, objeto desse estudo, é uma microempresa administrada pela proprietária, com o auxílio de uma colaboradora, e a mesma possui registros escritos à mão que foram feitos diariamente em um caderno, onde nele constava apenas as saídas das vendas e as formas de pagamento. No entanto, a empresa em seus relatórios diários, não tinha o conhecimento sobre a sua lucratividade de (lucro bruto e líquido) ao término de cada período. Os dados que foram utilizados neste estudo, foram os registros que compreendia o período de outubro de 2020 a dezembro de 2022, período este que a Empresa passou a contabilizar essas informações. Diante disso, foi iniciado a digitação deste material impresso utilizando o Microsoft Excel 2019, sendo possível gerar como resultados, o lucro bruto e a receita anual, de acordo com o dia da semana, o lucro bruto anual de acordo com o mês, lucro bruto anual de acordo com o tamanho e gênero do produto vendido, o lucro bruto anual de acordo com a categoria do produto, o lucro bruto anual de acordo com a subclassificação do tipo de produto mais comercializado pela empresa, o lucro bruto de acordo com a margem de lucro utilizada por categoria de produto, o lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos com “promoção”, o lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos em kits e o lucro bruto anual de acordo com a forma de pagamento. Ou seja, ao fazer a aplicação do fluxo de caixa operacional para o controle financeiro da empresa, foi possível observar que a loja de roupas apresentou um prejuízo (perda) devido aos produtos vendidos a um valor inferior ao preço de compra, gerando um resultado operacional negativo. Além disso, foi possível observar que a empresa apresentou a maior parte das suas vendas na modalidade de uma venda sem garantia legal de pagamento (termo informalmente conhecido como “fiado”). Este fato ocasionou impacto negativo para a saúde financeira da empresa, influenciando também, na impossibilidade de a loja possuir um capital de giro. Todavia, foi observado um ponto positivo, que é o fato de a loja vender bastante o produto “roupa feminina” em determinados períodos do ano, como por exemplo, Natal e ano novo. Por fim, recomenda-se para estudos futuros, uma análise aprofundada do estoque da empresa, procurando estudar a série temporal para identificar a sazonalidade de maior saída das peças de roupa por época do ano. Essa análise irá proporcionar à empresa, comprar uma quantia maior de estoque no período certo, evitando assim, ter estoque parado. Com isso, diminuir consideravelmente a probabilidade da loja de roupas ter novo prejuízo.

Palavras-chave: Microempresa. Segmento de vestuário. Engenharia Econômica. Análise de fluxo de caixa operacional. Lucro Bruto.

1. INTRODUÇÃO

Tendo em vista que o comércio varejista de artigos de vestuário e acessório é um dos mercados de maior importância do Brasil, esse segmento conseguiu gerar na economia, um crescimento significativo nos últimos anos, por estar evoluindo constantemente devido a sua versatilidade de produtos, que podem atingir diversos públicos alvos, através do mundo digital que consegue auxiliar os empreendedores a

¹ Discente do curso de Ciência de Tecnologia da UFRSA – Campus de Angicos.

² Docente do Departamento de Engenharia da UFRSA – Campus de Angicos.

encontrar novos clientes e até mesmo agilizar a comprar de mercadorias com fornecedores, conforme o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2022 A). Vale ressaltar, que o Nordeste possui polos de vestuários e de referência em: Santa Cruz do Capibaribe (PE) e Fortaleza (CE).

Os principais responsáveis por essa evolução econômica expressiva no Brasil, foram as micro e pequenas empresas, estas que conseguem gerar anualmente um bom faturamento com o comércio e serviços de atividades formais. Segundo o SEBRAE (2023), a atividade empresarial que possui maior destaque, são os Microempreendedores Individuais (MEI), que conquistou em 2022 uma renda mensal de R\$ 11 bilhões em seu negócio. Devido a sua criatividade e dedicação ao seu negócio, o empreendedor consegue gerenciar a sua empresa, e fazer o planejamento adequado de uma boa gestão financeira.

A gestão financeira é de fundamental importância para as pequenas empresas, ela gerencia as informações financeiras e registra os processos com intuito de corrigir as adversidades financeiras e viabiliza as melhores soluções para o comércio. Ou seja, ela planeja todas as ações financeiras da organização, como os registros dos investimentos, custos e despesas, para saber com precisão, a quantidade de capital de giro que será necessária para manter o bem estar da empresa. Para dar início a uma gestão financeira, pode-se citar que um dos primeiros passos seria a implementação e análise de um fluxo de caixa.

A análise do fluxo de caixa operacional descreve as entradas (vendas no geral) e saídas (investimentos, custos, despesas e outros) da empresa. É uma ferramenta que tem por objetivo conferir o saldo disponível atual no caixa e projetar a longo prazo (dias, meses e anos), para identificar se o capital de giro seria suficiente para custear todas as despesas com os custos de operação da loja como: folha de pagamento, fornecedores, taxas de impostos e outros. O fluxo de caixa operacional além de gerenciar a área financeira da empresa, também relata os investimentos em avanços, como uma reforma interna e externa. Dessa forma, a estrutura do fluxo de caixa origina-se das necessidades do empreendedor com seu estabelecimento.

Portanto, este trabalho tem por objetivo responder o seguinte problema de pesquisa: Após uma análise de fluxo de caixa, qual é a lucratividade de uma empresa do setor de vestuário situada em Assú – RN?

O presente artigo é sistematizado em cinco seções: A primeira trata-se desta **Introdução**. A segunda, o **Referencial Teórico**, no qual é instituído os conceitos que foram estudados sobre o segmento de vestuário e acessórios de micro e pequenas

empresas brasileiras, descrevendo a dimensão significativa para a economia do País, bem como, a importância da aplicação de uma boa gestão financeira através da análise de fluxo de caixa operacional para uma empresa varejista de roupas e acessórios. Na terceira seção, é apresentada a **Metodologia**, reportando a estrutura metodológica que o artigo seguirá, a classificação da pesquisa, o prazo da coleta de dados e informações adicionais sobre a empresa analisada por meio de um estudo de caso. A quarta seção se trata da **Análise dos Resultados**, apresenta a análise do estudo de caso e os resultados descobertos. Por fim, a quinta e última seção, **Considerações Finais**, relata a finalização de todo o estudo deste artigo, contendo um desfecho para investigação, descrevendo quais foram as dificuldades encontradas, propondo possíveis melhorias para o presente tema e sugestões para estudos próximos e retomando os principais resultados observados no estudo.

2. REFERENCIAL TEORICO

2.1. Segmento de roupa e acessórios no Brasil

De acordo com o (SEBRAE, 2022 B), o setor de varejo de vestuário e acessórios está em avanço e vem ganhando mais espaço, sobretudo, com a ampliação do comércio digital. Isso tem provocado um aumento considerável no número de formalizações, resultado da combinação dessa tendência de crescimento com o interesse empreendedor. Através do marketing digital, o mercado virtual tem apoiado as micro e pequenas empresas em diversas frentes, incluindo a promoção de vendas, a divulgação de promoções, bem como, a interação com fornecedores e clientes com mais rapidez e agilidade.

As redes sociais está sendo um fator muito positivo para esse nicho do mundo moderno, com ela, o empreendedor consegue fazer mais vendas através da divulgação; apresentando seus produtos, como fotos, *reels* (vídeos) e postagens criativas. Com essas ferramentas das plataformas digitais, os empreendedores e colaboradores conseguem fazer uma vitrine virtual chamativa de longo alcance a curto prazo, para atingir o público alvo que deseja adquirir o produto divulgado, quebrando assim, barreiras físicas que antes existiam na área de vendas, uma vez que no passado, os clientes precisavam estar fisicamente no local para poder ter acesso e conhecer os produtos (SEBRAE, 2021). Um estudo também realizado pelo SEBRAE (2016), por meio de uma amostra de 400 micro e pequenas empresas, observou que 74% dos respondentes vendem itens de vestuário.

Diante disso, é notório que o mercado varejista de vestuário e acessórios vem crescendo bruscamente como opção de escolha dos empreendedores de pequenos negócios, devido ao baixo custo e a sua versatilidade ser mais ampla, comparada aos demais segmentos do país. Para uma empresa se fazer presente e forte no mercado, além de apresentar produtos de qualidade e prestar um excelente atendimento ao cliente, também é necessário realizar uma gestão financeira das entradas e saídas de caixa, além do seu capital de giro.

2.2. Gestão financeira

De acordo com Silva (2022, p. 7), a gestão financeira busca administrar todos os processos financeiros, com intuito de atingir o lucro da organização e consequentemente, potencializar o capital de investimento dos acionistas. Gonçalves (2023) define gestão financeira como:

[...] “consiste na elaboração do planejamento financeiro da empresa, captação e investimentos de recursos, análise de créditos, manutenções de estoques, demonstrativos contábeis, fluxos de caixas e faturamentos. Como se vê, trata-se de um serviço que acumula muitas funções, exigindo muito comprometimento e dedicação” (GONÇALVES, 2023).

Com isso, a empresa conseguirá aplicar uma gestão financeira bem sucedida e eficiente em seu gerenciamento financeiro, para obter os melhores resultados possíveis. O SEBRAE (2017) descreve que a gestão financeira “é o coração do seu negócio. Você deve controlar bem suas atividades financeiras para que sua empresa se mantenha de pé, ou seja, para que permaneça no mercado”.

Chiavenato (2022) cita que os proprietários devem saber medir os resultados para um bom gerenciamento, reconhecer cada conta da empresa, a quantidade de capital de giro e o fluxo de caixa. Com isso, ele irá saber se a organização está com saldo positivo ou negativo ao final de cada período preestabelecido.

Silva (2022) descreve que as principais funções de uma tesouraria é a gestão diária do caixa, movimentações das entradas e saídas, as opções de crédito e cobrança, e o monitoramento dos vínculos bancários da empresa. O autor cita que “os principais campos de decisão financeira são investimentos, financiamentos e distribuição de lucros, porém, sempre analisando e correlacionando cada um deles com os objetivos estratégicos da empresa.”

O SEBRAE (2017) destaca algumas orientações para auxiliar na capacitação do empreendedor, para aplicação da gestão financeira em seu estabelecimento. A saber: (a) Controlar a movimentação do caixa diariamente; (b) Utilizar registro de movimentação para fazer o fluxo de caixa operacional; (c) Utilizar as informações do fluxo de caixa para projetar os gastos e os investimentos futuros; (d) Calcular o ciclo do caixa da empresa; (e) Saber a necessidade de capital de giro do seu negócio; (f) Tomar decisões sobre o estoque do seu negócio considerando os produtos e serviços com mais demanda; (g) Compreender a relação entre capital de giro e estoque; (h) Avaliar constantemente meios de reduzir a necessidade de capital de giro.

Portanto, é notório, que para um empreendimento possuir excelência em sua gestão financeira, é necessário que o empresário saiba identificar quais são os pontos fortes e os pontos fracos da sua organização e buscar solucionar da melhor forma possível todos os problemas identificados na administração financeira. Além disso, é notório que as quatro primeiras orientações para a aplicação de uma gestão financeira informadas pelo SEBRAE (2017), estão relacionadas com o fluxo de caixa. Por esta ser uma ferramenta de extrema importância, será apresentada mais detalhes no tópico 2.3.

2.3. Fluxo de caixa

Segundo Filho (2012), o fluxo de caixa é uma ferramenta que gerencia e auxilia o planejamento e o controle financeiro do empreendimento, registrando as suas entradas e saídas de um determinado período (dia, semana, mês, trimestre, semestre, ano, etc.). O autor ainda cita que o fluxo de caixa “facilita a gestão de uma empresa no sentido de saber exatamente qual o valor a pagar com as obrigações assumidas, quais os valores a receber e qual será o saldo disponível naquele momento”.

Essa ferramenta permite visualizar o futuro da empresa a partir das decisões e das ocorrências. A partir dos dados do passado (histórico) e do presente, é possível fazer uma previsão do que acontecerá no caixa da empresa, é possível antecipar como será o comportamento do fluxo no caixa. Com isso, você poderá adotar ações antecipadas para corrigir possíveis problemas financeiros, como a falta de caixa em determinado período (SEBRAE,2017).

Ou seja, o fluxo de Caixa também pode ser usado para projetar os recursos monetários que a empresa pretende atingir, relatando os erros e acertos que o empreendimento possui e auxiliar o administrador a executar as medidas necessárias.

Além disso, ele irá ressaltar os custos de todo o seu negócio, descrevendo se o resultado operacional é positivo (lucro) ou negativo (prejuízo).

Ao analisar o fluxo de caixa, se o saldo for negativo significa que a empresa tem gastos a mais. Nesse caso, o gestor terá que rever os gastos para conseguir aumentar a entrada de dinheiro. Por outro lado, se um saldo for positivo, ele indica que a empresa está conseguindo pagar as suas obrigações e ter disponibilidade financeira (SILVA, 2022).

O responsável pelo fluxo de caixa de uma determinada empresa deve ter uma visão geral sobre todas as funções deste fluxo, como recebimentos, pagamentos, compra de matéria-prima, salários, entre outros, pois é necessário prever o que poderá gastar no futuro, dependendo do que é consumido hoje (ERBANO et al., 2013).

Para Silva (2022), há fatores internos e externos que atingem o fluxo de caixa, que fazem gerar vários problemas financeiros, fatores diretos e indiretos que acabam prejudicando a capacidade sistemática do caixa, tal como o nível de liquidez. Tais fatores são apresentados no Quadro 01.

Quadro 01 – Fatores internos e externos que exercem influência no fluxo de caixa

FATORES	
INTERNOS	Não possuir um sistema de cobrança eficiente
	Falta de planejamento dos investimentos, causa consequências inesperadas
	Aumentar o prazo de vendas para aumentar a competitividade ou participação de no comercio
	Compras que não correspondem às previsões de vendas
	Os prazos médios de pagamento e pagamento levam a diferenças significativas no giro de contas a pagar e a receber
	Sub-capitalização levando ao uso de capital de terceiros
	Expansão descontrolada das vendas, significa um volume maior de compras e custos operacionais
	Lucros incompatíveis com a capacidade de geração de caixa
	Giros do estoque lento, significando o sobrecarga de produtos obsoletos ou de difícil saída, imobilizando os bens da empresa no estoque
	Investimentos desnecessários e/ou indevidos em relação aos prazos e estratégias mal definidas com retorno mensurado pelo VPL negativo
EXTERNOS	Inflação (elevação do nível de preços), recessão e taxas de juros
	Alteração na política cambial, fiscal e de crédito
	Alteração na política de importação e exportação
	Decrescimento das vendas em decorrência da redução do mercado
	Novos concorrentes
	Mudanças na legislação fiscal (aumento de alíquota de impostos e/ou novos impostos, ou seja, aumento da carga tributária)
	Crescimento do nível de inadimplência
	Fechamento de contratos
	Falta de interesse na investigação de novos clientes

Fonte: Silva (2022).

Para evitar que esses fatores afetem o fluxo de caixa, é necessário que o administrador fique atento a todas repartições que a empresa possui, para gerenciar com excelência os erros encontrados e buscar soluções imediatas. Diante disso, no sentido de facilitar a demonstração do fluxo de caixa para obter melhores resultados, Sá (2014) cita três tipos de fluxos de caixa:

- a) fluxo de caixa das atividades operacionais;
- b) fluxo de caixa das atividades de investimento;
- c) fluxo de caixa de atividades de financiamento.

Segundo Oliveira et al. (2021), o fluxo de caixa de atividades operacionais “é composto por todas as ações relativas ao trabalho diário e da rotina da empresa, em benefício do seu negócio principal e relativas à produção e à entrega de produtos e serviços. As atividades operacionais reúnem dados da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) e do balanço patrimonial”. Alguns exemplos são: vendas de produtos ou serviços, compra de mercadorias aos fornecedores, pagamento de impostos, boletos e outras despesas da empresa. Vale salientar que esse foi o modelo de fluxo de caixa utilizado neste trabalho.

Sobre o fluxo de caixa de investimento, este é composto por “todas as operações que se referem ao uso dos recursos de uma empresa para aplicar em investimentos que possam gerar benefícios futuros. Além disso, servem ainda para manter a organização em pleno funcionamento” (OLIVEIRA et al., 2021). Ou seja, essa modalidade retrata os investimentos que a empresa faz a longo prazo, como por exemplo, os bens fixos que a empresa possui (móveis, equipamentos e entre outros).

O fluxo de caixa de atividades de financiamento, retrata “as entradas e as saídas de caixa decorrentes das variações dos saldos das contas do Passivo Financeiro (de curto ou de longo prazo) e do Patrimônio Líquido” (SÁ, 2014). Bem como, um empréstimo que a empresa faz, é contabilizado no fluxo de caixa como rendimento (entrada) e os pagamentos das parcelas como (saídas).

Conforme o SEBRAE (2022 C), o capital de giro é de fundamental importância para o desempenho da empresa, sendo constituído pelos estoques, dinheiro, crédito e entre outros. Ou seja, é o somatório dos investimentos que a empresa tem, que ao ser somados, mantém a funcionando em plena totalidade e ao mesmo tempo é a certificação da saúde financeira para efetuar os pagamentos dos custos e despesas operacionais.

O Capital de giro pode ser conhecido como o dinheiro que uma empresa tem disponível para financiar suas operações diárias, como o pagamento de salários, contas a pagar, compra de materiais, entre outros. Ele pode ser considerado como o montante de recursos financeiros que uma empresa precisa manter para garantir a continuidade de suas atividades. Manter um bom capital de giro é essencial para que a empresa consiga honrar seus compromissos e manter sua saúde financeira. Empresas com um baixo capital de giro podem ter dificuldades para pagar suas contas e, em casos extremos, podem até mesmo fechar as portas. Por outro lado, empresas com um capital de giro adequado têm mais flexibilidade para enfrentar períodos de baixa atividade ou adversidades financeiras.

3. METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

A classificação desta pesquisa tem como base a Figura 01, na qual evidencia um fluxograma da estrutura metodológica deste trabalho, descrevendo as suas quatro classes que são referentes a sua natureza, abordagem, objetivos e ao seu procedimento. Com isso, pode-se classificar a natureza do artigo como uma pesquisa aplicada, com uma abordagem de análise quantitativa, mediante o objetivo descritivo dos dados e procedimento da pesquisa expõe um estudo de caso. Para a realização deste estudo, foi utilizado fluxo de caixa operacional.

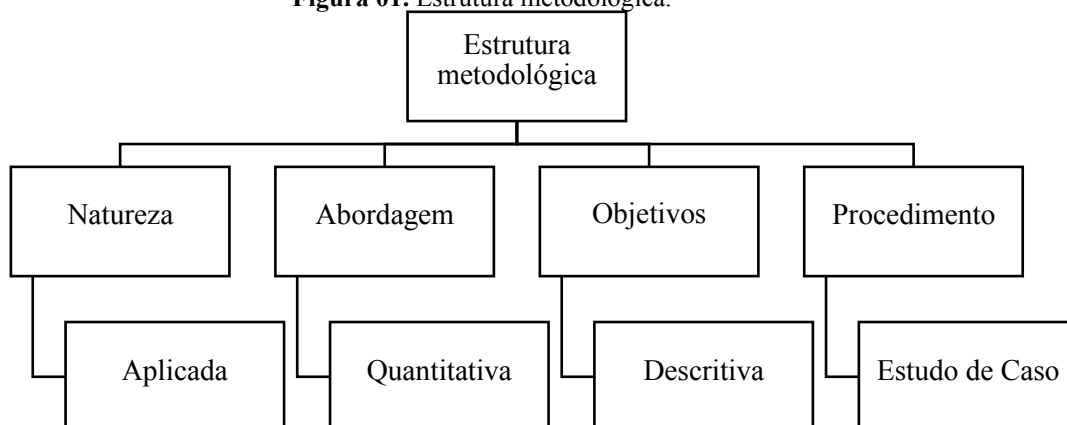
Segundo Prodanov e Freitas (2013), a natureza da pesquisa aplicada tem o propósito de promover a prática de novos conhecimentos e a solucionar problemas específicos do nosso cotidiano; como aplicação de um fluxo de caixa em uma empresa que não possui saúde financeira, ou seja, tem que possuir veracidade e interesses locais do mundo real.

A pesquisa pertence a uma abordagem quantitativa, para Matias-Pereira (2016), a mesma tem por objetivo mensurar numericamente os números, as teorias e conhecimentos que podem ser classificados e analisados numericamente e/ou estatisticamente. Com isso, pode-se medir ou mensurar os dados fornecidos pela empresa (relatórios manuais) e preencher corretamente cada célula de uma planilha para o gerenciamento do fluxo de caixa.

Em relação ao objetivo da pesquisa, este é definido como uma pesquisa descritiva. Para Coelho (2019), este objetivo apresenta uma análise de registros (coleta de dados) que não sofre nenhuma alteração ao ser observado por um pesquisador, tendo que ser descrita como a realidade dos fatos de certa população ou crença; identificando em geral, o formato de levantamento.

O Procedimento técnico aplicado é um estudo de caso, que consiste no estudo minucioso e específico que pode ser de um ou mais casos dentro de uma mesma pesquisa, que possa permitir a aplicação detalhada do estudo (MATIAS-PEREIRA, 2016). Os autores Prodanov e Freitas (2013) citaram que “são necessários alguns requisitos básicos para a realização do estudo de caso, entre os quais, severidade, objetivação, originalidade e coerência”.

Figura 01. Estrutura metodológica.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

3.2 Empresa analisada

O caso real abordado neste artigo, foi de uma Empresa de Vestuário e Acessórios, administrada pela própria proprietária (com o auxílio de uma colaboradora). A empresa está localizada na zona urbana do município de Assú/RN, é composta por dois prédios, sendo um a matriz, e o outro, uma filial. É importante salientar que neste estudo, foi analisada apenas a sede, como mostra a Figura 02, que possui uma área de 60 m² de área construída; composto por uma vitrine, um expositor de bijuterias, móveis planejados para expor as roupas e bolsas, dois provadores, balcão do caixa e o estoque que apenas o colaborador tem acesso, ou seja, é interno.

Figura 02. Foto da matriz.



Fonte: Disponibilizada pela empresa (maio 2023).

A Empresa está ativa desde 2018, com funcionamento de segunda à sábado, abrindo apenas aos domingos ou feriados em período sazonal. Tendo como formas de pagamento à vista, PIX, cartão de crédito (à vista e a prazo) e venda sem garantia legal de pagamento (“fiado”).

Sobre a venda sem garantia legal de pagamento, também conhecido informalmente como “fiado”, esta modalidade é aplicada apenas para clientes cujo a relação se estende por vários anos. No entanto, atualmente a Empresa não abre mais novas fichas para o cadastro de novos clientes para poder utilizar esse tipo de pagamento.

A empresa trabalha apenas com a compra de mercadorias a fornecedores. Com amplas opções de roupas feminina e masculina (infantil e adulto), roupas íntimas, perfumaria em geral, calçados e com acessórios femininos. Ambas as categorias de roupas possuem todos os tamanhos padrão do P ao GG. O único segmento que possui tamanho plus é a feminina. Os acessórios vendidos pela empresa são: bolsas, carteiras e bijuterias (brincos, colares, anéis, gargantilha). Já os calçados, possuem todos os tamanhos convencionais de uma grade (do adulto ao infantil).

3.3 Coleta de dados

O contato com a empresa estudada ocorreu em janeiro de 2023, por meio de uma visita. Nesta, foi constatado que a loja não possuía fluxo de caixa operacional digitalizado,

apenas relatórios manuais feitos diariamente em um caderno, contendo as formas de pagamento, a descrição do produto, quantidade, valor e as saídas do fluxo de caixa. Esse material compreendia o período de outubro de 2020 a dezembro de 2022, período este que a Empresa passou a contabilizar esses dados.

Diante disso, foi iniciado a digitação deste material impresso utilizando planilhas eletrônicas do Microsoft Excel 2019, compreendendo o fluxo de caixa operacional do período de 01/10/2020 a 31/12/2022, totalizando 26 meses de dados coletados, para a elaboração do presente artigo. Nesse período, não consta apenas o mês de fevereiro de 2021, visto que a empresa ficou fechada por passar por uma reforma.

Um exemplo dos primeiros dias de fluxo de caixa que foram digitados é ilustrado na Figura 03. Nesta, pode-se observar que foi analisado um fluxo de caixa do tipo operacional. Assim, observa-se na planilha que é contabilizada apenas as saídas contendo a descrição dos produtos vendidos e as formas de pagamento. A partir da Figura 03, pode-se observar que consta nas primeiras 26 linhas apenas os dois primeiros dias da coleta de dados, ou seja, 01 e 02 de outubro de 2020. É importante salientar que o banco de dados completo, totalizando os 26 meses de análise, apresentou 8.197 linhas. Cada linha é uma compra. Caso um cliente tenha feito uma compra de apenas um produto, este será apresentado em apenas uma linha. Caso ele tenha feito a compra de vários produtos distintos, cada linha irá retratar cada tipo de produto; ou seja, o número de linhas representa a quantidade de produtos vendidos, e não necessariamente o número de pedidos (visto que um pedido pode conter mais de um produto).

Ainda a respeito da Figura 03, pode-se analisar que a planilha descreve as datas, mês e ano das compras dos clientes (colunas A, B e C), os dias das semanas (coluna D), descrição da quantidade de produtos vendidos (coluna E), Gênero do produto vendido (coluna F), tamanho da roupa vendida (coluna G), categoria (classificação) dos produtos vendidos (coluna H), tipo do produto vendido, ou seja, se foi vendido avulso ou se fez parte de um conjunto ou kit (coluna I), descrição se foi comprado na promoção (coluna J), valor comprado ao fornecedor (coluna K), margem de lucro da empresa por valor unitário (coluna L), valor vendido ao cliente (coluna M), opções de pagamento que o cliente pode escolher para pagar o produto (colunas N, O, P e Q) e o lucro bruto da empresa (coluna R).

Vale salientar que o valor da coluna M não foi a quantia utilizada para o cálculo do lucro bruto, uma vez que se o cliente escolhesse a opção de compra à vista, pagaria um valor menor. Dessa forma, para o cálculo do lucro bruto, foi utilizado a soma por linha

da planilha eletrônica dos valores presentes nas colunas N, O, P, Q. Foi selecionado a soma, uma vez que o cliente poderia escolher mais de uma forma de pagamento (por exemplo, dar uma entrada à vista e pagar no cartão de crédito o restante).

Figura 03. Exemplo do banco de dados para as saídas de produtos.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	Dia	Mês	Ano	Dia da Semana	Quant	Gênero	Tamanho	Produto	Tipo de produto	Venda com promoção?	Valor comprado	Margem de lucro	Valor vendido	à vista	PIX	Cartão	Fiado	Lucro Bruto
2	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 12,50	100%	R\$ 25,00	R\$ 20,00	-----	-----	-----	R\$ 7,50
3	1	Outubro	2020	Quinta	2	F	Adulto	Roupa íntima	Kit	Não	R\$ 9,23	30%	R\$ 12,00	-----	-----	-----	R\$ 24,00	R\$ 14,77
4	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 24,50	100%	R\$ 49,00	R\$ 30,00	-----	-----	-----	R\$ 5,50
5	1	Outubro	2020	Quinta	3	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 10,00	100%	R\$ 20,00	-----	-----	-----	R\$ 60,00	R\$ 50,00
6	1	Outubro	2020	Quinta	1	M	Infantil	Roupa íntima	Fracionado	Não	R\$ 11,08	30%	R\$ 14,40	R\$ 13,00	-----	-----	-----	R\$ 1,92
7	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Kit	Não	R\$ 29,50	100%	R\$ 59,00	-----	-----	R\$ 59,00	-----	R\$ 29,50
8	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 24,50	100%	R\$ 49,00	-----	-----	R\$ 49,00	-----	R\$ 24,50
9	1	Outubro	2020	Quinta	2	M	Adulto	Perfumaria e cosméticos	Fracionado	Não	R\$ 2,31	30%	R\$ 3,00	-----	-----	R\$ 6,00	-----	R\$ 3,69
10	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 22,50	100%	R\$ 45,00	-----	-----	R\$ 45,00	-----	R\$ 22,50
11	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 12,50	100%	R\$ 25,00	-----	-----	R\$ 25,00	-----	R\$ 12,50
12	1	Outubro	2020	Quinta	1	F	Adulto	Perfumaria e cosméticos	Fracionado	Não	R\$ 53,85	30%	R\$ 70,00	-----	-----	R\$ 70,00	-----	R\$ 16,15
13	1	Outubro	2020	Quinta	1	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 22,50	100%	R\$ 45,00	-----	-----	R\$ 40,00	-----	R\$ 17,50
14	1	Outubro	2020	Quinta	1	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 22,50	100%	R\$ 45,00	-----	-----	R\$ 40,00	-----	R\$ 17,50
15	2	Outubro	2020	Sexta	1	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 25,00	100%	R\$ 50,00	-----	-----	-----	R\$ 50,00	R\$ 25,00
16	2	Outubro	2020	Sexta	2	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 27,50	100%	R\$ 55,00	-----	-----	-----	R\$ 110,00	R\$ 82,50
17	2	Outubro	2020	Sexta	1	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 19,00	100%	R\$ 38,00	-----	-----	-----	-----	R\$ 19,00
18	2	Outubro	2020	Sexta	1	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 32,50	100%	R\$ 65,00	-----	-----	-----	-----	R\$ 32,50
19	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 17,50	100%	R\$ 35,00	-----	-----	-----	-----	R\$ 17,50
20	2	Outubro	2020	Sexta	2	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 19,23	30%	R\$ 25,00	-----	-----	-----	R\$ 50,00	R\$ 30,77
21	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 21,54	30%	R\$ 28,00	-----	-----	-----	R\$ 28,00	R\$ 6,46
22	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 24,50	100%	R\$ 49,00	-----	-----	-----	R\$ 49,00	R\$ 24,50
23	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 37,50	100%	R\$ 75,00	R\$ 30,00	-----	R\$ 30,00	-----	R\$ 22,50
24	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 29,50	100%	R\$ 59,00	-----	-----	-----	R\$ 59,00	R\$ 29,50
25	2	Outubro	2020	Sexta	1	F	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 42,50	100%	R\$ 85,00	-----	-----	-----	R\$ 85,00	R\$ 42,50
26	2	Outubro	2020	Sexta	3	M	Adulto	Roupa	Fracionado	Não	R\$ 22,50	100%	R\$ 45,00	-----	-----	-----	R\$ 135,00	R\$ 112,50

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

De acordo com a Tabela 01, é possível observar os resultados iniciais dos dados analisados. Descrevendo a receita (soma do número de vendas multiplicada da soma do preço de vendas) e o lucro bruto (receita subtraído da soma dos custos de compra dos produtos). Deste modo, observa-se na tabela que a empresa, em 26 meses (outubro a dezembro de 2020, 2021 e 2022), apresentou como receita, R\$ 427.420,50 e como lucro bruto, R\$ 197.918,01.

Além disso, observa-se ainda na Tabela 01, o número de vendas dos produtos ofertados pela empresa no ano de 2022, foi maior, porque a empresa funcionou os 12 meses do ano e obteve 3.409 vendas. Já no ano de 2021, a empresa ficou fechada por um mês, devido a uma reforma interna, no entanto, nesses 11 meses de funcionamento, obteve 3.284 vendas. Para o ano de 2020, a mesma só tinha registros em relatórios diários, apenas dos últimos 3 meses do ano e obteve 1.503 vendas.

Analisando 2021 e 2022, pode-se estimar um lucro médio mensal na empresa de aproximadamente 7 mil reais, sendo este estimado pela média entre R\$ 6.979,64 e R\$ 7.585,85. Não foi contabilizado o ano de 2020, visto que nele constam apenas os meses de maior faturamento, logo, seria natural apresentar um lucro médio mensal acima da média.

Tabela 01 – Estatísticas principais dos dados analisados

Mês	Lucro Bruto por ano			Total
	2020	2021	2022	
Número de vendas	1.503	3.284	3.409	8.196 vendas
Receita	R\$ 67.587,30	R\$ 164.813,00	R\$ 195.020,20	R\$ 427.420,50
Lucro Bruto (LB)	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01
Meses (n)	3	11	12	26 meses
Lucro bruto médio mensal	R\$ 10.037,26	R\$ 6.979,64	R\$ 7.585,85	R\$ 24.602,75

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Com relação à Tabela 2, é analisado o lucro bruto anual de acordo com o dia da semana. Por se tratar de uma loja de roupa e acessórios, o percentual de lucro da empresa está acumulado no final de semana dos seus três anos analisados, isto é, na sexta e no sábado, somando esses dois dias, dispõe-se um percentual de 45,9 % em seu lucro bruto.

Além do mais, é possível observar que o sábado é o dia que a empresa consegue obter maior lucratividade, no ano 2020 com uma soma de R\$ 6.676,58, e no ano de 2022 com uma soma de R\$ 24.613,47. Já no ano de 2021, o dia de maior lucratividade foi na sexta, obtendo-se R\$ 18.487,04 do seu lucro bruto; no entanto, apresentou um valor muito próximo do sábado.

Tabela 02 – Lucro bruto anual de acordo com o dia da semana

Dia da semana	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Segunda	R\$ 3.628,02	R\$ 10.156,72	R\$ 11.254,71	R\$ 25.039,46	12,7%
Terça	R\$ 3.505,97	R\$ 9.564,64	R\$ 10.648,04	R\$ 23.718,65	12,0%
Quarta	R\$ 5.871,83	R\$ 9.085,46	R\$ 12.145,76	R\$ 27.103,05	13,7%
Quinta	R\$ 5.565,58	R\$ 10.884,18	R\$ 12.371,71	R\$ 28.821,47	14,6%
Sexta	R\$ 4.682,27	R\$ 18.487,04	R\$ 18.528,54	R\$ 41.697,85	21,1%
Sábado	R\$ 6.676,58	R\$ 17.748,37	R\$ 24.613,47	R\$ 49.038,43	24,8%
Domingo	R\$ 181,53	R\$ 849,65	R\$ 1.467,92	R\$ 2.499,10	1,3%
Total	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

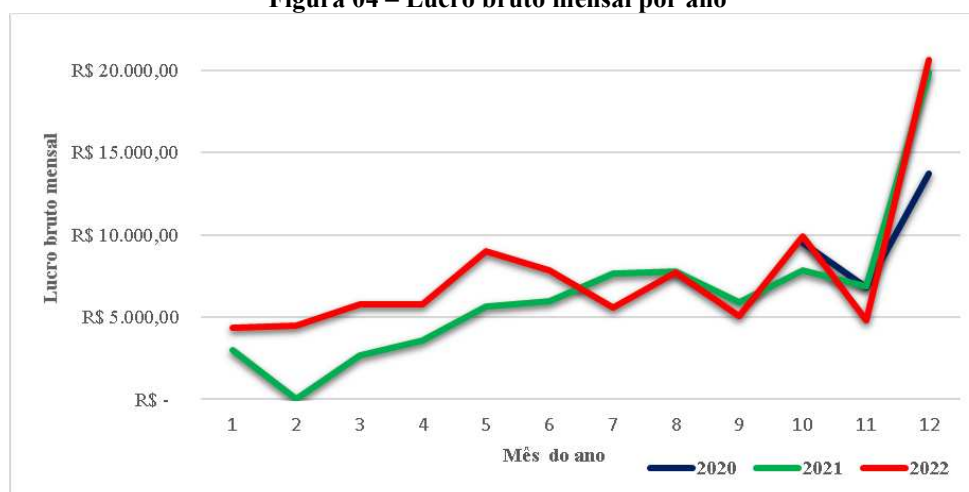
Conforme a Tabela 03 e a Figura 04, o lucro bruto mensal por ano, obteve maior lucratividades nos meses de outubro, novembro e dezembro, dos anos de 2020, 2021 e 2022. Somando esses meses, tem-se um percentual de 50,5 % de todo o lucro bruto das vendas que a empresa realizou; ou seja, isso retrata a importância desses três meses em relação aos doze meses do ano.

Devido a algumas festividades do final de ano, a empresa conseguiu totalizar um somatório de R\$ 27.294,35 durante o mês de outubro, possivelmente, por causa do dia das crianças, uma vez que a empresa vende roupas infantis e produtos escolares. Já o mês de novembro, obteve R\$ 18.497,26 de lucro bruto. Esse valor pode ter sido maior devido

ao início dos festejos de final de ano, motivo este que também pode ter influenciado maior lucro bruto no mês de dezembro, uma vez que atingiu R\$ 54.261,57 de lucro bruto, provavelmente, também devido ao período natalino e as festas de ano novo.

Também vale salientar, que o mês de maio obteve um percentual significativo de 7,4% de lucro bruto. Isso possivelmente é devido ao dia das mães. Da mesma forma, em agosto, a empresa possui 7,8% das vendas, provavelmente também, em virtude ao dia dos pais. Também é interessante observar que o mês de janeiro (3,7%) apresentou maior percentual de lucro bruto que fevereiro (2,3%), provavelmente devido à venda de material e roupa escolar para as crianças que estão iniciando as aulas.

Figura 04 – Lucro bruto mensal por ano



Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Tabela 03 – Lucro bruto anual de acordo com o mês

Mês	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Janeiro	-	R\$ 3.021,36	R\$ 4.327,52	R\$ 7.348,88	3,7%
Fevereiro	-	-	R\$ 4.472,43	R\$ 4.472,43	2,3%
Março	-	R\$ 2.683,79	R\$ 5.797,81	R\$ 8.481,60	4,3%
Abril	-	R\$ 3.568,78	R\$ 5.811,02	R\$ 9.379,80	4,7%
Maio	-	R\$ 5.638,47	R\$ 8.981,54	R\$ 14.620,02	7,4%
Junho	-	R\$ 5.949,62	R\$ 7.836,54	R\$ 13.786,16	7,0%
Julho	-	R\$ 7.646,58	R\$ 5.592,39	R\$ 13.238,98	6,7%
Agosto	-	R\$ 7.783,64	R\$ 7.747,16	R\$ 15.530,79	7,8%
Setembro	-	R\$ 5.937,87	R\$ 5.068,30	R\$ 11.006,17	5,6%
Outubro	R\$ 9.529,84	R\$ 7.822,45	R\$ 9.942,06	R\$ 27.294,35	13,8%
Novembro	R\$ 6.830,18	R\$ 6.849,13	R\$ 4.817,95	R\$ 18.497,26	9,3%
Dezembro	R\$ 13.751,77	R\$ 19.874,37	R\$ 20.635,43	R\$ 54.261,57	27,4%
Total	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Em respeito a Tabela 04, é produzido uma análise do lucro bruto anual de acordo com o tamanho e gênero do produto vendido. Diante disso, observa-se que o gênero feminino adulto e infantil é o que possui a maior lucratividade de vendas. O tamanho adulto representa R\$ 119.722,63 de lucro bruto nos 26 meses analisados, que é equivalente a 60,5 % do percentual total do lucro bruto da empresa no período de estudo.

Já se tratando do tamanho infantil, observa-se que consta um percentual de 6,4%, sendo este valor representando R\$ 12.732,33 de lucro bruto em toda a série monetária analisada.

Tabela 04 – Lucro bruto anual de acordo com o tamanho e gênero do produto vendido

Tamanho	Gênero	Lucro Bruto por ano			Total	
		2020	2021	2022		
Infantil	Feminino	R\$ 2.522,86	R\$ 4.075,09	R\$ 6.134,38	R\$ 12.732,33	6,4%
	Masculino	R\$ 1.162,92	R\$ 1.570,27	R\$ 1.628,47	R\$ 4.361,65	2,2%
	Unisex	R\$ 44,81	R\$ 1.607,19	R\$ 362,38	R\$ 2.014,38	1,0%
Adulto	Feminino	R\$ 19.504,95	R\$ 41.112,88	R\$ 59.104,80	R\$ 119.722,63	60,5%
	Masculino	R\$ 5.988,96	R\$ 20.364,00	R\$ 19.120,06	R\$ 45.473,01	23,0%
	Unisex	R\$ 887,30	R\$ 8.046,64	R\$ 4.680,07	R\$ 13.614,00	6,9%
Total		R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Conforme a Tabela 05, que descreve o lucro bruto anual de acordo com a categoria do produto, é possível observar que as roupas possuem maior demanda aquisitiva na loja, representando R\$ 146.064,29 (73,8% de lucratividade total). Em seguida, tem-se as roupas íntimas com um valor significativo de R\$ 18.448,90 das vendas (9,3%). Logo após, há artigos de perfumaria e cosméticos, que representam R\$ 15.182,90 das vendas da empresa, compondo 7,7%.

A escolha por esses produtos, possivelmente deve-se ao maior público feminino, como informado na Tabela 05. Que constantemente busca inovar as suas roupas para sair aos finais de semana, para trabalhar e entre outros, e consequentemente, compram os perfumes, cosméticos e as roupas íntimas.

Também vale salientar, que foi informado na Tabela 05 uma categoria que representou expressivamente um prejuízo na empresa ao ser comercializado e vendido esses produtos, sendo estes os calçados. Essa categoria obteve -R\$ 1.929,15 de prejuízo, ou seja, uma perda. A proprietária da Empresa analisada afirmou que devido os calçados não terem saído na época em que foram comprados, foi preciso fazer uma “promoção”. Ela ainda relatou que os mesmos estavam ficando danificados e fora de moda, com o

passar do tempo; logo, optou por queimar o estoque, colocando um preço de venda abaixo do preço de aquisição do produto, logo, a compra foi concretizada tendo prejuízo para a Empresa em 2020 e 2021

Tabela 05 – Lucro bruto anual de acordo com a categoria do produto

Categoria	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Roupa	R\$ 24.390,40	R\$ 55.975,36	R\$ 65.698,54	R\$ 146.064,29	73,8%
Roupa íntima	R\$ 3.038,13	R\$ 6.657,18	R\$ 8.753,58	R\$ 18.448,90	9,3%
Perfumaria/cosméticos	R\$ 1.405,24	R\$ 6.451,49	R\$ 7.326,17	R\$ 15.182,90	7,7%
Acessórios	R\$ 389,24	R\$ 3.489,68	R\$ 5.690,52	R\$ 9.569,44	4,8%
Brinquedo	R\$ 1.262,00	R\$ 3.137,35	R\$ 1.583,52	R\$ 5.982,87	3,0%
Roupa de banho	R\$ 618,44	R\$ 1.631,27	R\$ 1.786,76	R\$ 4.036,46	2,0%
Outros	R\$ 219,33	R\$ 244,47	R\$ 98,50	R\$ 562,31	0,3%
Calçados	-R\$ 1.211,00	-R\$ 810,73	R\$ 92,58	-R\$ 1.929,15	-1,0%
Total	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Foi observado que na Tabela 05, que mais de 70% do lucro da empresa no período analisado, corresponde a uma única categoria de produto (roupa). Por este motivo, optou-se por analisar com mais detalhes os produtos desta categoria. Portanto, segundo a Tabela 06, que aborda o Lucro bruto anual de acordo com a subclassificação do produto “roupa”, a subdivisão dos produtos que apresenta maior número de saída são: short, camisa, vestido e blusa. Uma vez esses produtos somados, seu percentual é responsável por um total de 54,8% da rentabilidade bruta da empresa. A tabela também relata os produtos que possui menor lucro bruto, se destacando a saia com (1,6%), o body (1,5%) e o blaze / jaqueta / casaco, com (0,4%) de todo o percentual lucrativo bruto da loja.

Tabela 06 – Lucro bruto anual de acordo com a subclassificação do produto “roupa”

Tipo de roupa	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Short	R\$ 5.064,94	R\$ 8.686,50	R\$ 11.532,06	R\$ 25.283,50	17,3%
Camisa	R\$ 3.007,05	R\$ 7.592,20	R\$ 8.856,50	R\$ 19.455,75	13,3%
Vestido	R\$ 2.628,40	R\$ 6.575,33	R\$ 8.525,67	R\$ 17.729,40	12,1%
Blusa	R\$ 3.711,00	R\$ 6.600,50	R\$ 7.360,73	R\$ 17.672,23	12,1%
Bermuda / Calção	R\$ 1.862,00	R\$ 6.395,45	R\$ 6.704,50	R\$ 14.961,95	10,2%
Calça comprida / Legging	R\$ 1.383,67	R\$ 5.267,00	R\$ 8.033,83	R\$ 14.684,50	10,1%
Conjunto de roupa	R\$ 328,00	R\$ 7.044,25	R\$ 6.940,08	R\$ 14.312,32	9,8%
Macacão	R\$ 1.905,00	R\$ 3.144,00	R\$ 2.355,33	R\$ 7.404,33	5,1%
Roupa	R\$ 2.928,88	R\$ 1.453,05	R\$ 832,76	R\$ 5.214,70	3,6%
Croopped	R\$ 644,96	R\$ 1.452,08	R\$ 2.057,23	R\$ 4.154,27	2,8%
Saia	R\$ 515,00	R\$ 672,00	R\$ 1.214,50	R\$ 2.401,50	1,6%
Body	R\$ 411,50	R\$ 996,00	R\$ 833,83	R\$ 2.241,33	1,5%
Blaze / Jaqueta / Casaco	-	R\$ 97,00	R\$ 451,50	R\$ 548,50	0,4%
Total	R\$ 24.390,39	R\$ 55.975,36	R\$ 65.698,54	R\$ 146.064,29	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Conforme ilustrado na Tabela 7, que descreve a margem de lucro anual, levando em conta o preço de compra dos bens vendidos pela loja, com o intuito de conseguir maior retorno de lucro bruto, a empresa aplicou um percentual de 100% de margem de lucro no preço de compra dos fornecedores. Com isso, conseguiu um percentual de 80,0% de sua total lucratividade bruta, como é expressado pelo valor de R\$ 158.430,35.

Vale ressaltar que houve um prejuízo de -R\$ 2.176,67 nas promoções que foram feitas. A empresa relatou que os prejuízos são devido a queima de estoque, que é feita em alguns meses do ano, para obter um retorno mais rápido, com intuito de adquirir o apurado e pagar todas as contas, investindo em mais produtos para revender (vale salientar que essa estratégia não seria necessária se a empresa tivesse capital de giro, sendo a ausência desse capital, confirmado pela proprietária).

Pode observar também, que a queima de estoque pode estar relacionada com o fator interno apresentado por Silva (2022) quando o mesmo classifica dois fatores, sendo eles: “compras que não correspondem às previsões de vendas” e “giros do estoque lento, significando o sobrecarga de produtos obsoletos ou de difícil saída, imobilizando os bens da empresa no estoque”.

Ainda a respeito da Tabela 07, vale ressaltar que o produto de maior margem de lucro são as roupas. Devido à alta saída desses itens e pelo maior valor agregado em sua venda, se torna o produto mais importante da empresa.

Tabela 07 – Lucro bruto de acordo com a margem de lucro utilizada por categoria de produto

Categoria de produto	Margem de lucro na venda do produto			
	“Promoção”	30%	50%	100%
Acessórios	-	R\$ 1.118,54	R\$ 598,00	R\$ 7.852,90
Brinquedo	-	R\$ 7,62	-	R\$ 5.975,25
Calçados	-R\$ 2.357,00	R\$ 365,85	-	R\$ 62,00
Outros	-	R\$ 59,31	R\$ 100,00	R\$ 403,00
Perfumaria e cosméticos	-R\$ 171,83	R\$ 15.349,73	-	R\$ 5,00
Roupa	R\$ 364,83	R\$ 5.932,66	-	R\$ 139.766,80
Roupa de banho	-R\$ 12,67	R\$ 142,23	-	R\$ 3.906,90
Roupa íntima	-	R\$ 17.990,40	-	R\$ 458,50
Total	-R\$ 2.176,67	R\$ 40.966,33	R\$ 698,00	R\$ 158.430,35

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A Tabela 07 apresentou um alerta em relação ao lucro bruto obtido pela empresa nos 26 meses analisados. Por este motivo, foi analisado os produtos que apresentaram uma promoção. De acordo com a Tabela 08, é possível observar que a empresa ao aplicar “promoções”, não consegue obter lucro.

Possivelmente a proprietária não possui nenhum conhecimento sobre gerenciamento de estoque e estratégias de vendas, para fidelizar um público alvo e até mesmo buscar constantemente novos clientes. Sendo expresso um prejuízo total de -R\$ 2.108,67 (-1,1%) em suas vendas de promoção, como apresentado na Tabela 07.

Vale ressaltar que o termo “promoção” é usado equivocadamente pela proprietária da empresa, visto que esse termo normalmente é usado para produtos cuja venda apresentará menor lucro, no entanto, não se utiliza esse termo para sinalizar vendas em que se terá prejuízo.

Tabela 08 – Lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos com “promoção”

Produto vendido por “promoção”?	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Sim	-R\$ 1.356,00	-R\$ 1.225,67	R\$ 473,00	-R\$ 2.108,67	-1,1%
Não	R\$ 31.467,79	R\$ 78.001,73	R\$ 90.557,16	R\$ 200.026,68	101,1%
Total	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

É apresentado na Tabela ,9, os produtos que possuem maior parte do lucro bruto das vendas por unidade ou montados em kit’s. Pode-se inferir que 86,0% das vendas totais da loja são responsáveis por produtos vendidos individualmente. Pressupondo então, que os produtos que são vendidos fracionados, possui maior variedade e menor custo, deixando-os mais atraentes aos olhos do cliente, que conseguem comprar em maiores quantidades. Portanto, produtos vendidos em kit’s, provavelmente por ter maior valor agregado, apresentam menor saída para a empresa, sendo eles responsáveis por apenas 14% do lucro bruto.

Tabela 09 – Lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos em kits

Produto composto por kit ou conjunto?	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
Sim	R\$ 4.220,27	R\$ 11.555,74	R\$ 11.923,69	R\$ 27.699,70	14,0%
Não	R\$ 25.891,52	R\$ 65.220,32	R\$ 79.106,47	R\$ 170.218,31	86,0%
Total	R\$ 30.111,79	R\$ 76.776,07	R\$ 91.030,16	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Se tratando das vendas, a forma como o cliente realiza o pagamento é de grande importância tanto para ele, quanto para a empresa. A Tabela 10 ilustra uma análise apresentando a forma de pagamento que a empresa disponibiliza. Nela, é possível inferir que a forma de pagamento com maior lucro bruto é à prazo, sem garantia legal que o cliente irá pagar. Este tipo de pagamento é conhecido informalmente como (“fiado”),

sendo ele, correspondendo a R\$ 140.331,94, ou seja, responsável por 70,9% da margem total de lucro bruto da empresa.

De acordo com Silva (2020), esse tipo de pagamento (“fiado”) pode ser considerado um fator interno que exerce influência negativa no fluxo de caixa quando o autor classifica a empresa como “não possuir um sistema de cobrança eficiente”.

Este fato é de grande relevância e preocupação para a saúde financeira da Empresa, visto que essa modalidade não apresenta nenhuma garantia legal que ela receberá o pagamento pelos produtos vendidos. Sendo esta forma de pagamento muito comum em pequenas empresas e comércios locais. Todavia, não exclui o perigo do uso desta modalidade, visto que o seu uso impossibilita adquirir capital de giro (foi informado pela empresa que a mesma não tem capital de giro) e pode gerar prejuízo para a loja, problema este já relatado na análise da Tabela 07.

Ainda a respeito da Tabela 10, também pode-se constatar que os pagamentos à vista e usando o cartão de crédito, são os que apresentaram lucro bruto percentual acima de 10%.

Tabela 10 – Lucro bruto anual de acordo com a forma de pagamento

Forma de pagamento	Lucro Bruto por ano			Total	
	2020	2021	2022		
À vista	R\$ 5.171,68	R\$ 7.847,72	R\$ 11.216,08	R\$ 24.235,48	12,2%
PIX	-	R\$ 490,32	R\$ 2.490,77	R\$ 2.981,09	1,5%
Cartão de crédito	R\$ 4.381,65	R\$ 10.519,86	R\$ 14.064,42	R\$ 28.965,93	14,6%
À prazo (“fiado”)	R\$ 20.003,76	R\$ 57.810,17	R\$ 62.518,01	R\$ 140.331,94	70,9%
Mais de uma	R\$ 280,72	R\$ 421,07	R\$ 701,79	R\$ 701,79	0,4%
Total	R\$ 30.258,89	R\$ 77.089,14	R\$ 90.569,99	R\$ 197.918,01	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou uma análise em uma empresa varejista do segmento de moda e acessórios, localizada em Assú-RN. Sua motivação se deu devido a falta de conhecimento da proprietária da empresa, sobre a importância da aplicação de uma boa gestão financeira, através da análise do fluxo de caixa operacional. Com isso, torna-se necessário a aplicação e a coleta de dados, para registrar as entradas e saídas de produtos.

Vale salientar que a loja é administrada pela proprietária com o auxílio de uma colaboradora, atuando no mercado desde 2018. A empresa possui registros escritos à mão e que foram feitos diariamente em um caderno, onde possuía apenas as saídas das vendas

e as formas de pagamento. Sendo que a empresa em seus registros não tinha o conhecimento sobre o seu lucro bruto e líquido ao término de cada período.

Com base na Tabela 01 (lucro bruto e líquido), foi analisando que em 2021 e 2022, pode-se estimar um lucro médio mensal na empresa de aproximadamente 7 mil reais. Não foi contabilizado o ano de 2020, visto que nele constam apenas os meses de maior faturamento, logo, seria natural apresentar um lucro médio mensal acima da média. Já na Tabela 02 (lucro bruto anual de acordo com o dia da semana), foi possível observar que o melhor dia de venda é no final de semana. O sábado é o dia que a empresa consegue obter maior lucratividade, como pôde ser observado no ano de 2020 e 2022. Já no ano de 2021, o dia de maior lucratividade foi na sexta, no entanto, apresentou um valor muito próximo ao sábado (tomando R\$ 76.776,07 como valor total, a diferença foi de menos de 1%, ou seja, 0,96%).

Conforme a Tabela 03 e a Figura 03 (lucro bruto mensal por ano), os meses que obteve maior lucratividades foram outubro, novembro e dezembro, dos anos de 2020, 2021 e 2022. Somando esses meses, tem-se um percentual de 50,5 % de todo o lucro bruto das vendas que a empresa realizou. Em respeito à Tabela 04 (lucro bruto anual de acordo com o tamanho e gênero do produto vendido), o gênero que possui a maior lucratividade de vendas na loja, é o feminino, tanto no tamanho adulto (60,5 %), quanto no tamanho infantil (6,4 %).

De acordo, com a Tabela 05 (lucro bruto anual de acordo com a categoria do produto), foi possível observar que as roupas (73,8% de lucratividade total) tiveram maior demanda aquisitiva na loja. Na tabela, também foi descrito uma categoria que gerou um prejuízo (perda) de -R\$ 1.929,15, sendo esse retorno negativo responsável pelos sapatos que foram vendidos na “promoção”. Já na Tabela 06 (lucro bruto anual de acordo com a subclassificação do produto “roupa”), descreveu a única categoria que obteve maior saída, como observado na Tabela 05, que foram a subclassificação de “roupa” (short, camisa, vestido e blusa).

De acordo com a Tabela 07 (lucro bruto de acordo com a margem de lucro utilizada por categoria de produto), a loja com o intuito de conseguir maior retorno de lucro bruto, aplicou um percentual de 100% em cima do preço de compra dos fornecedores. Com isso, conseguiu um percentual de 80,0% de sua total lucratividade. Além do mais, vale ressaltar que houve um prejuízo nas promoções que foram feitas. Como foi descrito na Tabela 08 (lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos com “promoção”), esta apresentou um alerta em relação ao lucro obtido pela empresa nos

26 meses analisados. Sendo expresso um prejuízo total de -R\$ 2.108,67 (-1,1%) em suas vendas de promoção, devido à falta de conhecimento da proprietária na área econômica.

Para finalizar a análise, a Tabela 09 (lucro bruto anual de acordo com os produtos vendidos em kits), foi inferido que 86,0% das vendas totais da loja, são responsáveis por produtos vendidos individualmente. Já os produtos vendidos em kits apresentaram menor saída para a empresa, sendo eles responsáveis por apenas 14% do lucro bruto. Já com a Tabela 10 (lucro bruto anual de acordo com a forma de pagamento), foi possível inferir que a forma de pagamento com maior lucro bruto foi à prazo, no entanto, sem garantia legal que o cliente irá pagar. Este pagamento é conhecimento informalmente como (“fiado”). Este fato é de grande relevância e preocupação para a saúde financeira da Empresa, visto que essa modalidade não apresenta nenhuma garantia legal do retorno financeiro do cliente pelo investimento feito na aquisição e venda dos produtos.

Este trabalho objetivou responder o seguinte problema de pesquisa: *Após uma análise de fluxo de caixa, qual é a lucratividade de uma empresa do setor de vestuário situada em Assú – RN?*

Foi possível constatar a lucratividade da loja na Tabela 1. Além do mais, foi apresentado ideias de como aumentar as vendas e sugestões para possuir o capital de giro. Os procedimentos sugeridos a fim de maximizar as vendas dos produtos ofertados pela empresa e a geração de um capital de giro. Com isso, foi necessário compreender a importância de uma boa gestão financeira, com o auxílio da análise do fluxo de caixa operacional, que foi desenvolvido a partir dos registros manuais que a empresa disponibilizou do período de outubro de 2020 a dezembro de 2022, período este que a loja passou a contabilizar os dados (das saídas de vendas e forma de pagamento).

Portanto, sugere-se como estratégias para obter capital de giro robusto, a empresa exercer um controle e registro de estoque, trabalhar apenas com as formas de pagamento seguras (PIX, à vista e cartão de crédito), para não vender mais sem garantia legal de pagamento (“fiado”), com o intuito de obter o retorno do dinheiro mais rápido e que de preferência a compra de mercadoria aos fornecedores no boleto parcelado. Com isso, a empresa seguirá um bom gerenciamento financeiro e terá maior probabilidade de obter um retorno do seu lucro direto para o caixa.

Em relação às vendas, sugere-se como estratégia empresarial, a proprietária realizar investimento em mercadorias que possua maior demanda, em cada período sazonal do ano, e que tenha conhecimento na mídia digital, para divulgar os seus produtos através de postagens e propagandas *on-line*, para atrair novos clientes.

Além disso, é importante que a dona da empresa tenha uma visão estratégica para o dia da semana (segunda) que possui menor saída de produtos, seria interessante que a loja funcionasse de terça a sábado, conforme os resultados da Tabela 02, que descreveu a segunda-feira como o dia que possui menor lucratividade. Além disso, seria interessante que a empresa cogita-se redirecionar o investimento do seu estoque de produtos para vestuário feminino, visto que essa categoria possui maior rentabilidade de lucro bruto, como analisado na Tabela 05.

Como limitações de estudo, é possível descrever o fato que a empresa só contabilizou os dados apresentados neste artigo, ou seja, ela não contabilizou os demais custos e despesas fixos e variáveis, como por exemplo, contas de água, luz, internet, salário do colaborador, pró-labore, aluguel do prédio, IPTU e etc. Portanto, as conclusões foram limitadas apenas a análise do fluxo de caixa operacional sem a possibilidade de realizar uma análise mais aprofundada da saúde financeira da empresa, ou seja, este estudo se limitou apenas a estudar o lucro bruto de suas vendas, não sendo possível calcular o lucro líquido por meio de uma DRE.

Recomenda-se para estudos futuros, uma análise aprofundada do estoque da empresa, procurando estudar a série temporal para identificar a sazonalidade de maior saída das peças de roupa por época do ano. Essa análise irá proporcionar à empresa, otimizar o período de comprar uma quantia maior de estoque, evitando assim, ter estoque parado. Com isso, diminuindo consideravelmente a probabilidade da loja de roupas ter que fazer “promoção”, reduzindo sua margem de lucro, podendo chegar, nos cenários piores, como o observado na Tabela 08, ter prejuízo.

REFERÊNCIAS

COELHO, Beatriz. **Os diferentes tipos de pesquisa científica. Qual se aplica melhor a você?** 2019. Disponível em: <<https://blog.mettzer.com/tipos-de-pesquisa/#:~:text=As%20pesquisas%20cient%C3%ADficas%20sempre%20podem,e%20dos%20objetivos%20da%20pesquisa>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão Financeira: Uma Abordagem Introdutória**. Grupo GEN, 2022. *E-book*. ISBN 9786559772902. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772902/>. Acesso em: 24 mai. 2023.

ERBANO, Bruno Luiz et al. **FLUXO DE CAIXA**. UNIASSELVI: Maiêutica - Cursos de Gestão, 2013.

FILHO, Pedro Salanek. **Administração financeira**. Curitiba-PR: Instituto Federal Paraná – Educação a Distância, 2012.

GONÇALVES, Vinicius. **O Que É Gestão Financeira: Conceito E Dicas De Como Fazer**. Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/financas/o-que-e-gestao-financeira/>>. Acesso em: 23 mar. 2023.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788597008821. Acesso em: 19 abr. 2023.

OLIVEIRA, Rodrigo *et al.* **DFC (Demonstrativo de Fluxo de Caixa): Saiba o que é, métodos e como fazer: gestão empresarial / por investidor avaliações. Gestão Empresarial / Por Investidor Avaliações**. 2021. Disponível em: <<https://investorcp.com/gestao-empresarial/o-que-e-o-dfc/>>. Acesso em: 10 fev. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SÁ, Carlos A. **Fluxo de Caixa: A Visão da Tesouraria e da Controladoria**. Grupo GEN, 2014.

Silva, Edson Cordeiro D. **Como Administrar o Fluxo de Caixa das Empresas: Guia de Sobrevivência Empresarial**. 11ª edição. Grupo GEN, 2022.

SEBRAE. **Pesquisa Setor/Segmento Comércio de Vestuário**. 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Come%CC%81rcio%20de%20Vestua%CC%81rio.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2023.

SEBRAE, Equipe de Ead do. **E-Book Gestão Financeira**. 2017. Disponível em: <https://eadlms.sebrae.com.br/courses/novo-sebrae/GF2018/ebook/ebook_gestao_financeira.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2023.

SEBRAE. **Importância do uso das redes sociais para impulsionar a venda de produtos e serviços**, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/importancia-do-uso-das-redes-sociais-para-impulsionar-a-venda-de-produtos-e-servicos>>. Acesso em 01 maio. 2023.

SEBRAE. **Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios**. 2022 A. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/comercio-varejista-de-artigos-do-vestuario-e-acessorios,6210207b1272f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 14 mar. 2023.

SEBRAE. **Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios**, 2022 B. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/comercio-varejista-de-artigos-do-vestuario-e-acessorios,6210207b1272f710VgnVCM100000d701210aRCRD>>. Acesso em: 06 de mai. de 2023.

SEBRAE. **Capital de giro: aprenda o que é e como fazer**. 2022 C. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro,a4c8e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 20 mar. 2023.

SEBRAE. **Atlas dos Pequenos Negócios é lançado nos 50 anos do Sebrae**, 2023. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebrae50mais50/noticias/atlas%20%93dos%20%93pequenos%20%93negocios%20%93e%20%93lancado%20%93nos%20%9350%20%93anos%20%93do%20%93sebrae>>. Acesso em: 05 de mai. de 2023.