

ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA EM UMA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS NO RIO GRANDE DO NORTE: UM ESTUDO DE CASO

Sayonara Paiva da Silva¹
André Luiz Sena da Rocha²

RESUMO

Em síntese, este artigo apresenta um estudo sobre uma distribuidora de bebidas que atua no comércio varejista de bebidas alcoólicas que fica localizada no estado do Rio Grande do Norte, na cidade de Caicó. Devido a pandemia do novo Coronavírus, as compras via *delivery* aumentaram consideravelmente. Com isso, houve a necessidade de realização de um estudo sobre a implementação do fluxo de caixa da empresa para que pudesse registrar todas as entradas e saídas de produtos, averiguando assim, a lucratividade e a saúde financeira da distribuidora. A empresa, objeto do estudo, é uma empresa familiar e a mesma não tinha esse hábito de registrar as suas movimentações financeiras, nem tinha ciência do lucro líquido ao final de cada período. Foi contabilizado todo o fluxo de caixa durante dois meses consecutivos, ou seja, entre 01 de fevereiro a 31 de março 2022. A partir desses dados, foi possível gerar como resultados, o cálculo do lucro líquido mensal e lucro bruto mensal, como também, o número de vendas efetuadas de acordo com o dia da semana, a relação entre qual era o tamanho do *pack* de bebidas que a empresa conseguia vender mais, o cálculo do lucro bruto por tipo de produto e o dia da semana no qual a empresa vendia mais, o lucro bruto conforme a marca e o dia da semana, por fim, o lucro bruto analisado pelo percentual de vendas. Desse modo, com a implantação do fluxo de caixa para o controle financeiro da empresa alcançou resultados positivo logo o estudo demonstram que a empresa, juntamente com seus colaboradores, conseguiu obter um lucro líquido positivo, tanto no primeiro mês, quando no segundo. Observou-se que no mês de fevereiro, o lucro líquido foi maior, uma vez que compreendeu o período de festas carnavalescas, período este em que o consumo de bebidas aumenta exponencialmente. Por fim, sugere-se como trabalhos futuros, a elaboração de um orçamento empresarial, do tipo base zero, uma vez que, em casos que a empresa está atuando a um pequeno período no mercado, a mesma não tem dados históricos, informações necessárias para implementação de outros tipos de orçamentos empresariais.

Palavras-chave: Distribuidora de bebidas. Análise de fluxo de caixa. Lucro bruto. Lucro líquido.

1 INTRODUÇÃO

Muito tem se discutido a respeito, recentemente, acerca do comércio varejista de bebidas no Brasil, que vem crescendo constantemente e gerando empregos para a população brasileira em diferentes setores, como na indústria, distribuidoras, conveniências, bares entre outros. Com

¹ Discente do Curso de Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia, UFRSA - CMA.

² Docente do Departamento de Engenharias (DENG), UFRSA - CMA.

a expansão do comércio de bebidas no País, os refrigerantes, por exemplo, têm ganhado destaque em sua comercialização, sendo composta por empresas e marcas conceituadas. Já a comercialização das cervejas tradicionais, marcas como Skol, Brahma, Itaipava, Schin, dentre outras, tiveram que se adaptar com a concorrência de cervejas *Premium*, como a Heineken, Stella Artois e a Budweiser. Assim, as empresas detentoras das marcas das cervejas tradicionais tiveram que usar estratégias para que suas vendas não reduzissem.

Além da comercialização da cerveja, as distribuidoras de bebida também vendem outros produtos alcóolicos, como bebidas destiladas (cachaça, rum, tequila, vodka e uísque), que também tem uma boa lucratividade. Na região Nordeste, por exemplo, os empresários tem interesse de instalar empresas do gênero de bebidas, devido a maior abundância de mão-de-obra de baixo custo, além disso, a região tem destaque com a bebida destilada, a cachaça, que é exportada para serem vendidas para outras regiões do Brasil, devido a sua qualidade.

No entanto, com a pandemia do novo Coronavírus (covid-19), que surgiu no início de 2020 no Brasil, bares e restaurantes tiveram que se manter fechados por vários meses, ocasionando grandes impactos e redução nas vendas. Diante desse cenário, as pessoas mudaram seus hábitos de consumo de bebidas, deixando de ir a bares e começando a beber em casa com amigos e familiares; isso devido ao receio do contágio do vírus, como também, por causa do aumento do dólar e inflação, as bebidas e muitos outros produtos também ficaram mais caros. Com isso, micro e pequenas empresas passaram a fazer a aplicação do gerenciamento do fluxo de caixa em suas operações financeiras diárias, para poder ter mais controle das suas movimentações de entrada e saída de capital, que com o aumento do preço de compra, os lucros diminuiriam.

Nesse período de crise que afetou a população de forma mundial, foi primordial diminuir os custos e despesas, uma vez que a crise econômica afetou diretamente as vendas, as quais foram bastante afetadas de forma negativa. Com isso, as empresas de bebidas começaram a investir no marketing e na divulgação para poder conseguir manter suas vendas, evitando assim, aglomerações devido aos decretos emitidos pelos órgãos governamentais, afim de evitar que o vírus se propagasse.

Diante desse cenário de isolamento social, se intensificou as compras por *delivery*, uma vez que essa modalidade permitia que as pessoas pudessem comprar os produtos sem sair de casa. Além disso, muitas empresas tiveram que se reorganizar devido à diminuição de entrada de capital, obtendo mais gastos e despesas, sendo assim, necessário para algumas renegociar suas dívidas, além de diminuir a jornada de trabalho de parte dos seus colaboradores, bem como,

em alguns casos, reduzir seu quadro funcional com a demissão. De fato, para as empresas foi necessário mais do que o convencional, nesse período de pandemia, o planejamento das entradas e saídas de caixa, para haver menos custos para manter o equilíbrio, não gerando assim, prejuízo, e conseqüentemente, os pequenos e grandes negócios poderiam manter e honrar seus compromissos.

O fluxo de caixa vem executando um importante papel para as empresas que vendem bebidas no Brasil. Dessa forma, as empresas começaram a adotar para seus negócios o controle das entradas (vendas) e saídas (custos, despesas, investimentos e demais gastos). Com isso, para as empresa que ainda não o realiza, é notório a necessidade da implantação de um fluxo de caixa diante um momento atípico, que é o período da pandemia da Covid-19, pois nesse momento, é necessário obter cuidados para que a saúde financeira da empresa não seja atingida, efetuando o planejamento e controle de maneira eficiente e eficaz.

Ademais, para as empresas obterem uma boa gestão financeira, é primordial fazer o gerenciamento de um fluxo de caixa, o qual se trata da administração das entradas e saídas de capital. Essa ferramenta básica apura todas as movimentações de dinheiro da empresa ao longo do tempo, possibilitando assim, um bom capital de giro para que todas as despesas sejam pagas na data certa e tenha dinheiro para fazer aplicações de investimento quando for necessário e, sucessivamente, o negócio possa cada dia crescer. Portanto, o fluxo de caixa é uma ferramenta essencial para que a gestão da empresa possa realizar o gerenciamento do ciclo financeiro por meio do controle diário de caixa, e a partir disso, poderá ter uma visão mais ampla para que o empreendimento possa estar com uma boa saúde financeira.

Portanto, este trabalho objetiva responder o seguinte problema de pesquisa: *Qual é a lucratividade de uma empresa distribuidora de bebidas de Caicó – RN, após uma análise de fluxo de caixa?*

O artigo é sistematizado em cinco Seções. A primeira sendo a **Introdução**, a segunda é o **Referencial Teórico**, em que é elucidado os conceitos que serão analisados com relação do surgimento da pandemia e os fatores que ocasionou o agravamento, como também a atuação de empresas varejista de bebidas no Brasil. Na **Metodologia**, terceira Seção, é apresentada a estrutura metodológica que o estudo seguirá, a classificação da pesquisa, que foi coletada durante dois meses consecutivos fevereiro e março e como foram coletados os dados e os *softwares* utilizados. A quarta Seção, **Análise dos Resultados**, ocorre a análise do estudo de caso e os resultados encontrados são discutidos e evidenciados. Por último, na quinta Seção, **Considerações Finais**, é expressa a conclusão final da investigação, quais limitações foram

encontradas no decurso do estudo e sugestões para análises futuras, e possíveis resoluções para a problemática.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Pandemia do novo Coronavírus no mundo

A epidemia do novo Coronavírus iniciou na cidade de Wuhan, localizada na China, em dezembro de 2019 (INSTITUTO BUTATAN, 2020). Dessa maneira, as primeiras teorias abordadas foi o contato através de um ser humano e um animal por meio de uma irregularidade que ocorreu em um laboratório na China. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a contaminação de um ser humano com um morcego, agente portador do vírus foi estabelecida como hipótese plausível realizando a prevenção para não surgir a reinfeção com o passar do tempo.

Com o avanço da pandemia da COVID-19, que foi um surto ao qual se propagou de maneira rápida em diversas regiões do mundo, a SARS-COV demonstrou causar síndrome respiratória aguda grave. Devido à forma como o vírus se espalhava, a OMS não tinha plano hábil para confrontar a pandemia que estava causando inúmeras mortes. Este cenário é semelhante a epidemia da influenza, que ocorreu em 1918. Sendo assim, em consequência de ser um vírus atual, os profissionais de saúde não tinham proteção de equipamentos individuais necessários (EPIs), além disso, os números de casos avançavam a cada dia, tornando-se um desafio o combate ao vírus, sendo então, o isolamento social como combate imediato de contenção da doença (FREITAS; NAPIMOGA; DONALÍSIO, 2020).

Segundo Guedes (2021), no Brasil, a primeira pessoa a ser confirmada que estava infectada com o vírus foi no dia 26 de fevereiro de 2020, em São Paulo. Com esse problema proposto, foram adotadas medidas iniciais como o isolamento social, depois o *lockdown* e por último, quase um ano depois, em 17 de janeiro de 2021 foi aplicada em São Paulo a primeira vacina contra covid. Posto isto, os órgãos governamentais federais, estaduais e municipais respaldaram medidas preventivas a fim de conter a propagação do vírus enquanto a vacina ainda estava sendo criada. Destarte, ainda segundo Guedes (2021) o Brasil foi o quarto País mais infectado pela pandemia, causando milhares de mortes e incalculáveis intonações; consequentemente, foi feita a intensificação de medidas para controlar a circulação de pessoas,

permitindo o funcionamento somente dos serviços essenciais. No entanto, mesmo assim, no ano de 2021, o País teve seu sistema de saúde colapsado com os leitos com ocupação de 90%.

Pode-se afirmar que, em razão ao aumento de pessoas contaminadas pelo o vírus da Covid-19, foi fundamental a implantação de regras para que as regiões que tivessem o maior número de casos mantivessem o distanciamento social. De acordo com a Recomendação nº 036, de 11 de março de 2020 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), foram feitas as orientações para população em geral do Brasil para conseguir garantir as condições sanitárias e de proteção social. Desse modo, viabilizando o afastamento social, prevenindo as aglomerações de pessoas, tem-se a finalidade de diminuir a propagação do vírus, e, conseqüentemente, evitar o colapso no sistema de saúde. Como é afirmado na recomendação: “que sejam implementadas medidas que garantam pelo menos 60% da população em distanciamento social, ou superiores a este, em se agravando a ocupação de leitos, de maneira progressiva e efetiva, como medida sanitária excepcional necessária”.

De acordo com o Decreto nº 29.534, de 19 de março de 2020, emitido pela Governadora do estado do Rio Grande do Norte, há "grave crise de saúde pública em decorrência da pandemia da Covid-19 declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e que afeta todo o sistema Inter federativo de promoção e defesa da saúde pública”. Assim, com o aumento de casos do vírus causado pela covid-19, segundo o G1 RN (2020), o governo do estado decretou estado de calamidade, dessa forma, a pandemia afetou o setor financeiro do estado e o governo precisou efetuar gastos não esperados para conter a propagação do vírus, acelerando os gastos públicos e determinando medidas para enfrentar a pandemia a qual estava atingindo o mundo inteiro.

Segundo Lima (2020), por efeito do alastramento do vírus, grandes e pequenos empreendedores da cidade de Caicó, localizada do interior do Rio Grande do Norte, passaram por dificuldade para conseguir manter seu comércio funcionando. Devido ao aumento constante do número de pessoas infectadas, foram impostas medidas e alguns serviços, considerados não essenciais, tiveram que diminuir a carga horária de trabalho e o número de funcionários; gerando assim, desemprego em virtude da baixa demanda no número de vendas e a alta inflação, que é refletiva diretamente no preço dos produtos.

Ressalta-se que, o comércio foi considerado o segundo setor mais atingindo, provocando uma catástrofe financeira e social com a redução das atividades econômicas. Em relação ao comércio varejista de bebidas, as pessoas continuaram comprando bebidas para consumir e se reunir com familiares e amigos, no entanto, sem gerar aglomerações em razão aos decretos impostos. Com isso, as pessoas mudaram seus hábitos e passaram a consumir mais bebidas

alcoólicas em casa, visto que na época, a população passou a assistir shows ao vivo (*lives*) transmitidos pelo Youtube. Muitas dessas bandas de música realizavam ações sociais com objetivo de arrecadar dinheiro e cestas básicas para beneficiar as famílias carentes (LIMA, 2020).

De acordo com o Decreto nº 856, de 02 de março de 2021, proposto pela Prefeitura Municipal da cidade de Caicó - RN, ficaram implementadas as seguintes medidas para a comercialização de bebidas alcoólicas:

Art. 1º. Fica proibida a venda de bebida alcoólica para consumo no local em bares, restaurantes, quiosques, lanchonetes, lojas de conveniências e similares. Tais estabelecimentos poderão vender bebida alcoólica através do serviço de entrega domiciliar ou mediante retirada, impreterivelmente até 22h.

Art. 2º. Fica permitido o serviço de entrega domiciliar (delivery) de alimentos, mesmo após o horário de 22h.

2.2 Distribuidoras de bebidas no Brasil

O comércio varejista de bebidas é de grande importância para a economia do país, nos quais os produtos são comercializados por meio de distribuidoras privadas ou terceirizadas. Dessa maneira, o marco desse setor é a variedade dos sabores e tipos de bebidas de diferentes marcas, e, um dos fatores que pode influenciar a compra é a embalagem, que é criada de forma criativa, fazendo com que chame a atenção dos consumidores, além de ter o devido de proteção do produto. Em vista disso, as vendas aumentam e as distribuidoras conseguem a fidelização das marcas. Em suma, as distribuidoras de bebidas no Brasil são importantes para fornecer os produtos aos empresários e proprietários, nos quais ficam localizados nos grandes e pequenos centros urbanos, pela competência da questão logística a fim de atender a demanda da população (ROSA et al., 2006).

Sobre a comercialização de bebidas, os dois tipos que ganham destaque de venda no Brasil são o refrigerante e a cerveja, sendo eles integrados por uma empresa que tem sede própria no Brasil, de nome Companhia de Bebidas das Américas (AMBEV). De acordo com Cervieri Júnior et al. (2014): “Juntos, esses dois segmentos representam aproximadamente 82% do volume produzido e 76% do valor total das vendas de bebidas no Brasil”. Logo, esse comércio tem o número de vendas positivas devido a ser composto por empresas que são conceituadas no país, na qual suas vendas são realizadas no mercado interno e, os consumidores

exigem produto de qualidade e moderno. De acordo com Viana (2020), no Brasil, entre as bebidas alcoólicas, a cerveja tem maior ênfase, tendo sido responsável por mais de 91,4% do consumo de bebidas alcoólicas (em volume) do País em 2019.

Em decorrência da pandemia da Covid-19, as empresas de bebidas sofreram devido ao isolamento social e aos decretos, no qual, foram refletidos na redução no número de vendas, consequentemente, bares, restaurantes e hotéis tiveram que se manter fechados. Devido à crise financeira ocasionada pela pandemia, as pessoas optaram em consumir bebidas mais baratas, com isso, foi importante se adaptar às novas tendências e linha de produção. Pela necessidade de se inovar e adaptar, é preciso investimento para que os produtos fiquem de acordo com o gosto do consumidor, e uma adequação no processo produtivo se faz necessário, visto que o mercado brasileiro sofreu dois anos consecutivos (2020 e 2021) em diversas partes da indústria de bebidas alcoólicas devido ao novo coronavírus (VIANA, 2022).

2.3 Análise do fluxo de caixa

Segundo Cavalheiro (2017), o fluxo de caixa refere-se ao gerenciamento de entrada e saída, a fim de analisar a saúde financeira da empresa, para que se possa facilitar a tomada de decisões dos gestores da empresa. Logo, os gestores averiguam a situação financeira da empresa para atuar conforme os problemas encontrados.

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. Denomina-se saldo a diferença entre os recebimentos e os pagamentos (SILVA, 2018).

“o fluxo de caixa é de fundamental importância para as empresas, constituindo-se numa indispensável sinalização dos rumos financeiros dos negócios. Para se manter em operação, as empresas devem liquidar corretamente seus vários compromissos, devendo como condição básica apresentar o respectivo saldo em seu caixa nos momentos dos vencimentos. A insuficiência de caixa pode determinar cortes nos créditos, suspensão de entregas de materiais e mercadorias, e ser causa de uma séria descontinuidade em suas operações” (ASSAF NETO, SILVA, 2002).

Para Gomes e Moraes (2013), o fluxo de caixa serve para que a administração financeira possa ter uma visibilidade para aplicar os recursos disponíveis para executar seu serviço. Dessa maneira, esse fluxo proporciona planejamento e controle da área financeira da empresa e

analisar como o dinheiro vem sendo administrado para que a empresa possa obter lucro em um determinado período contábil. Para que o empreendimento tenha um resultado positivo, é primordial uma gestão financeira de qualidade para que a decisão que venha a ser tomada seja eficiente e eficaz, e que tenha a finalidade de trazer bons resultados diariamente.

Com o controle eficaz do fluxo de caixa, uma empresa tem condições de avaliar quando seu caixa poderá custear operações ou financiar investimentos. De acordo com Gitman (1997), o planejamento financeiro orienta as empresas para selecionar o caminho a percorrer, e assim, almejar seus objetivos. Diante disso, ainda segundo Gitman (1997) o fluxo de caixa proporciona as seguintes vantagens:

- Informar a ocasião certa de fazer retiradas de caixa sem ocasionar problemas financeiros para a empresa;
- Autoriza o uso racional dos recursos disponíveis sem afetar a liquidez da empresa;
- Permite e prepara financiamentos futuros;
- Examina quando a empresa terá excessos de caixa;
- Pode impedir possíveis crises acarretadas pela inadimplência dos clientes da empresa;
- Permite o planejamento integrado das atividades da empresa;
- Auxilia no processo decisório.

O fluxo de caixa é composto por três conjuntos: o fluxo das atividades operacionais; fluxo das atividades de investimento e fluxo das atividades de financiamento.

Segundo Reis (2018), o fluxo de caixa das atividades operacionais “é uma medida muito importante que indica o caixa gerado pelas operações comerciais normais de uma empresa”. Esse fluxo é composto pelas entradas e saídas, analisando se o dinheiro que está entrando na empresa, está gerando caixa suficiente. Desse modo, o autor ainda define o fluxo de caixa como o “lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização” contida pelas atividades comerciais, vendas, pagamentos, entre outros, que acontece dentro das operações da empresa.

As atividades de investimento são aquelas referentes com as contas de ativos fixos (instalações, equipamentos, veículos etc.) e, a vista disso, com as estratégias seguidas em relação à competência instalada a ser conservada, à modernização da estrutura, à inovação, por fim, nas decisões que apresentem efeitos no médio e longo prazo (BONÍZIO, 2011). A divulgação em separado dos fluxos de caixa advindos das atividades de investimento é importante em função de tais fluxos de caixa representarem a extensão em que os dispêndios de recursos são feitos pela entidade com a finalidade de gerar lucros e fluxos de caixa no futuro.

Somente desembolsos que resultam em ativo reconhecido nas demonstrações contábeis são passíveis de classificação como atividades de investimento (CINTRA, 2021).

Os fluxos de financiamentos levam em conta à compreensão de recursos para o financiamento dos ativos correntes e não correntes. A divulgação separada dos fluxos de caixa advindos das atividades de financiamento é importante por ser útil na predição de exigências de fluxos futuros de caixa por parte de fornecedores de capital à entidade (CINTRA, 2021).

3 METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

A pesquisa é classificada com base na Figura 01, na qual apresenta um fluxograma da estrutura metodológica desse artigo, composto por quatro categorias: no que se refere a sua natureza, no que se refere a sua abordagem, no que se refere aos seus objetivos, no que se refere ao seu procedimento. Deste modo, a natureza do artigo é um estudo de pesquisa aplicada, no qual sua abordagem enfatiza uma análise quantitativa, por meio de um objetivo do estudo descritivo de dados e, o procedimento da pesquisa aborda um estudo de caso.

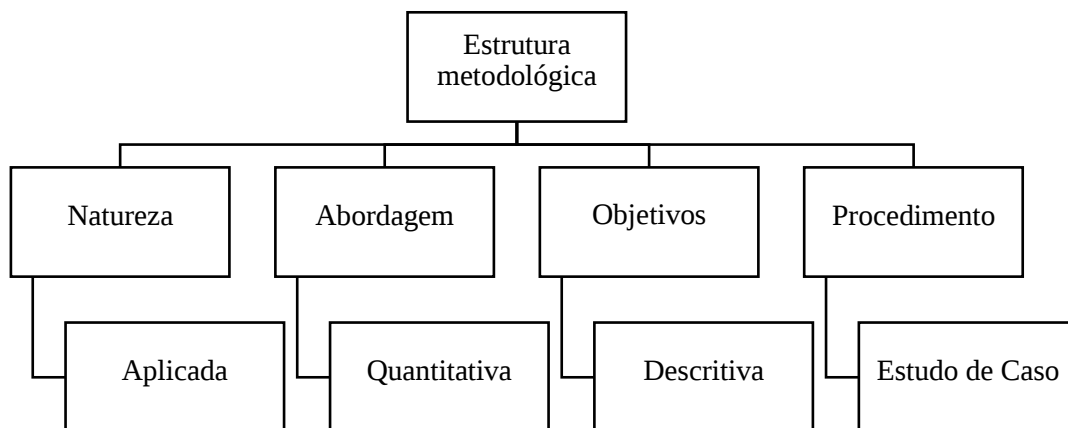
Conforme Prodanov e Freitas (2013), a natureza da pesquisa aplicada busca solucionar um problema concreto usado na prática no mundo real, trazendo novas ideias por meio de aplicações práticas, procurando solucionar problemas específicos incluindo os interesses locais.

A abordagem refere-se a uma pesquisa quantitativa, definida pela utilização de métodos matemáticos ou estratégias estatísticas admitindo que aconteça a medição numérica por meio dos dados coletados como a: porcentagem, média, moda, mediana, coeficiente de correlação entre outros. Deste modo, o *feedback* do problema é detectado mediante análise entre números, opiniões e informações para que sucessivamente seja classificado e analisado fazendo o uso de planilhas atingindo uma representatividade numérica mais favorável (SILVA; MENEZES, 2005).

Quanto ao objetivo da pesquisa descritiva descreve e menciona os acontecimentos de forma precisa, estabelecendo as relações entre variáveis implementando opiniões que podem ser de uma atitude, crença ou população. Sendo assim, contém técnicas padrão de coleta de dados por meio de questionário e sistematização. Apresenta de modo geral um formato de levantamento (SILVA; MENEZES, 2005).

O Procedimento técnico aplicado é um estudo de caso, que de acordo com Lakatos (2003), caracteriza-se pelo exame detalhado de um sujeito, uma empresa ou uma situação em particular. O intuito dessa estratégica, é ir a fundo na descrição dos assuntos estudados, sendo que ela é característica de pesquisas que pretende responder o como e por que.

Figura 01. Estrutura metodológica.



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

3.2 Empresa analisada

O caso real apresentado em questão foi de uma empresa Distribuidora de bebidas, que fica localizada na cidade de Caicó, no estado do Rio Grande do Norte. Sua loja física dispõe de diversos produtos de bebidas de diferentes tamanhos, sendo as mesmas comercializadas em lata e garrafas, variando de 330 ml a 600 ml e é composta por pack's entre 23 e 24 unidades. Sua matriz está ativa desde 30/09/2019. Posto isto, a empresa é composta por três colaboradores, cada um com uma função diferente, sendo um responsável por toda a parte financeira, outro pela limpeza e organização do prédio e, o último colaborador, por efetuar as entregas das bebidas via *delivery*.

Com o agravamento da Pandemia que a COVID-19 causou, essa empresa percebeu a necessidade de se reinventar, pois com a inserção de chafariz de água na cidade a empresa não estava tendo lucro com a venda de água devido a despesas com colabores ser alta e com isso foi necessário à implantação de uma gestão de fluxo de caixa, a fim de analisar todas as entradas e saídas. Assim, seria possível verificar a lucratividade que a mesma está tendo com o comércio varejista de bebidas, no qual tem bastante rotatividade.

Dessa forma, a distribuidora atua com as vendas de diferentes produtos, tais como: cerveja, água, refrigerante, cachaça, entre outros. Sendo assim, feito o pedido pelo cliente, o colaborador realiza a entrega do produto já gelado com preço de revenda.

3.3 Coleta de dados

Foi constatado que a empresa não tinha o hábito de registrar no fluxo de caixa, as entradas e saídas financeiras. Foi informado que o controle era apenas visual, ou seja, os colaboradores viam o estoque da distribuidora e observavam os produtos vendidos. Quando havia uma pequena quantidade no estoque, era feito a reposição dos produtos realizando um pedido de compra aos fornecedores.

Com isso, foi iniciado a coleta de dados no dia 01/02 e concluída em 31/03/2022. Posto isto, foi utilizada uma planilha virtual da google docs. no qual o colaborador responsável da área administrativa e financeira alimentada a planilha para a coleta. Esta era realizada sempre ao final do expediente diário, em que as vendas e os pedidos aos fornecedores eram registrados na plataforma.

A planilha apresenta uma sessão para a entrada (compra de mercadoria do fornecedor) e outra sessão para a saída (a venda de mercadorias para o público final ou para outros fornecedores). Além de uma terceira sessão, em que foram detalhados todos os custos e despesas, como: aluguel do prédio, internet, embalagens, produtos de limpeza e combustível utilizado nas entregas.

É ilustrada na Figura 02, a planilha com as entradas dos primeiros sete dias da coleta de dados, ou seja, é possível observar a compra dos produtos aos fornecedores. Assim, consta nessa planilha dados como a data da compra (Coluna A da planilha), o nome do fornecedor (Coluna B), o tamanho do pack de bebidas (C), o valor unitário do pack (D), o valor total da compra (Coluna E – este calculado pelo produto da quantidade de packs com o seu valor unitário), o tipo de produto (F), a marca (G) e o conteúdo em mililitros ml (H).

Vale salientar que ao final da coleta de dados, a planilha referente às entradas totalizou 135 linhas (86 pedidos em fevereiro e 49 pedidos em março), ou seja, 135 pedidos aos fornecedores durante os dois meses de análise.

Figura 02 – Planilha contendo os dados coletados a cerca da compra de produtos aos fornecedores

	A	B	C	D	E	F	G	H
	Data	Fornecedor	Quant de pack/unid	R\$ (pack/unid)	R\$ (Total)	Produto	Marca	Conteúdo (ml)
7	01/02/2022	DISBECOL CAICÓ	2	R\$ 37,33	R\$ 74,66	REFRIGERANTE	PESPI	1.000
8	01/02/2022	DISBECOL CAICÓ	1	R\$ 37,33	R\$ 37,33	REFRIGERANTE	SUKITA	1.000
9	02/02/2022	SJM (DIST DE BEBIDAS) DEVISSA	60	R\$ 41,64	R\$ 2.498,40	CERVEJA	DEVISSA	300
10	03/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00	CERVEJA	HEINEKEN	330
11	03/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	6	R\$ 8,34	R\$ 50,04	CACHAÇA	PITÚ	965
12	03/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	6	R\$ 7,50	R\$ 45,00	CACHAÇA	CARANGUEJO OURO	965
13	03/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	6	R\$ 110,00	R\$ 660,00	CERVEJA	SKOL	600
14	03/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	1	R\$ 44,00	R\$ 44,00	CACHAÇA	PITÚ	350
15	04/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00	CERVEJA	HEINEKEN	330
16	05/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	1	R\$ 38,00	R\$ 38,00	PESPI	REFRIGERANTE	1.000
17	05/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	6	R\$ 8,34	R\$ 50,04	CACHAÇA	PITÚ	965
18	05/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	2	R\$ 42,00	R\$ 84,00	CACHAÇA	CARANGUEJO OURO	350
19	05/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	2	R\$ 44,00	R\$ 88,00	CACHAÇA	PITÚ	350
20	05/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	1	R\$ 42,00	R\$ 42,00	CACHAÇA	IPUEIRA UMBURANA	250
21	07/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	3	R\$ 44,00	R\$ 132,00	CERVEJA	SKOL	300
22	07/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	4	R\$ 110,00	R\$ 440,00	CERVEJA	SKOL	600
23	07/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	1	R\$ 42,00	R\$ 42,00	CACHAÇA	CARANGUEJO OURO LATA	350
24	07/02/2022	COMERCIAL VAREJISTA DE BEBIDAS	1	R\$ 44,00	R\$ 44,00	CACHAÇA	PITÚ	350

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Também é apresentado na Figura 03 a planilha com a saída de produtos dos três primeiros dias de vendas aos clientes. É possível observar que os dados alimentados são os mesmos da Figura 02, no entanto, enquanto que esta última retrata a compra de produtos aos fornecedores, a Figura 03 contabiliza a venda dos produtos aos clientes. Ao final da coleta de dados, a planilha de saída contabilizou 1.159 linhas (680 em fevereiro e 479 em março).

Figura 03 – Planilha contendo os dados coletados acerca da venda de produtos aos clientes

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
	Data	Tamanho do pack	Quant de pack/unid	R\$ (pack/unid)	R\$ (Total)	Produto	Marca	Conteúdo (ml)	
2	01/02/2022	24	1	R\$ 115,00	R\$ 115,00	CERVEJA	SKOL	600	
3	01/02/2022	-	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00	CACHAÇA	PITÚ	965	
4	01/02/2022	23	2	R\$ 46,00	R\$ 92,00	CERVEJA	SKOL	300	
5	01/02/2022	23	2	R\$ 47,00	R\$ 94,00	CERVEJA	BOHEMIA	300	
6	01/02/2022	23	2	R\$ 46,00	R\$ 92,00	CERVEJA	SKOL	300	
7	01/02/2022	23	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00	CERVEJA	BOHEMIA	300	
8	02/02/2022	12	1	R\$ 46,00	R\$ 46,00	CACHAÇA	CARANGUEJO OURO	350	
9	02/02/2022	12	1	R\$ 46,00	R\$ 46,00	CACHAÇA	PITÚ	350	
10	02/02/2022	24	1	R\$ 115,00	R\$ 115,00	CERVEJA	SKOL	600	
11	02/02/2022	23	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00	CERVEJA	BOHEMIA	300	
12	02/02/2022	23	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00	CERVEJA	SKOL	300	
13	02/02/2022	-	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00	CERVEJA	HEINEKEN	600	
14	02/02/2022	23	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00	CERVEJA	SKOL	300	
15	03/02/2022	-	18	R\$ 7,00	R\$ 126,00	CERVEJA	HEINEKEN	330	
16	03/02/2022	-	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00	CERVEJA	HEINEKEN	600	
17	03/02/2022	23	4	R\$ 50,00	R\$ 200,00	CERVEJA	BOHEMIA	330	
18	03/02/2022	23	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00	CERVEJA	SKOL	300	
19	03/02/2022	23	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00	CERVEJA	SKOL	300	

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da Tabela 01, é possível observar o Lucro Bruto (soma dos preços de venda subtraído da soma dos preços de compra) e o Lucro Líquido (Lucro bruto subtraído da soma dos custos, gastos, investimentos e impostos). Assim, analisa-se na tabela que a empresa apresentou como lucro bruto, R\$ 13.907,87 e como lucro líquido, R\$ 10.948,52. Além disso, o número de vendas de bebidas alcoólicas no mês de fevereiro foi maior que março, isso ocorre em virtude do mês de fevereiro ocorrer as festividades carnavalescas, festa típica que ocorre no início do ano no Brasil.

Como forma de conter a Covid-19, as autoridades governamentais de diferentes Cidades e Estados proibiram a realização de eventos públicos e privados durante o período de carnaval, logo, as pessoas comemoraram o evento em casa ao lado de amigos e familiares. Esse cenário refletiu de forma positiva no lucro da empresa, aumentando o faturamento para 60,2% sobre as 680 vendas realizadas durante o período carnavalesco. Já no mês de março, houve uma queda no lucro, uma vez que foram efetuadas 479 vendas, representando em percentual, 39,8%.

Tabela 01 – Lucro Bruto e Líquido				
Mês/Ano	Nº de vendas	Lucro Bruto	Lucro Líquido	
Fevereiro/2022	680	R\$ 8.087,31	R\$ 6.594,86	60,2%
Março/2022	479	R\$ 5.820,56	R\$ 4.353,66	39,8%
Total	1159	R\$ 13.907,87	R\$ 10.948,52	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

De acordo com Tabela 02, é analisado o lucro bruto entre os meses de fevereiro e de março de 2022. Devido a se tratar de uma distribuidora de bebidas, o percentual de lucro da empresa está concentrado no fim de semana, ou seja, nos dias de sexta-feira, sábado e domingo, somando esses dias, tem-se um percentual de 77,4% de seu lucro bruto.

Além disso, pode-se observar que o sábado é o dia que têm maior lucratividade, representando 41,2% de todo lucro bruto arrecadado das vendas de cervejas. Também vale salientar que a quinta-feira, apesar de ser um dia com menor percentual de vendas, por estar se aproximando do fim de semana, apresenta em média, duas vezes o lucro bruto dos três primeiros dias da semana (segunda a quarta-feira).

Tabela 02 – Número de vendas e lucro bruto entre fevereiro e março de 2022 por dia da semana

Dia	Nº de vendas	Lucro bruto	
Segunda	40	R\$ 611,17	4,4%
Terça	45	R\$ 663,81	4,8%
Quarta	52	R\$ 532,61	3,8%
Quinta	117	R\$ 1.332,22	9,6%
Sexta	207	R\$ 2.552,03	18,3%
Sábado	488	R\$ 5.727,94	41,2%
Domingo	210	R\$ 2.488,09	17,9%
Total	1159	R\$ 13.907,87	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em respeito à Tabela 03, é realizado uma análise comparativa dos lucros, conforme as vendas dos pacotes de cervejas (também denominados de *packs*). Desse modo, observa-se que o pack com maior percentual de saída na empresa é o que contém 23 unidades, onde estão incluídas as cervejas das marcas: Bohemia, Brahma Chopp, Antártica Original e Skol, representando assim, 63% das vendas que a distribuidora realizou durante o mês de fevereiro e março de 2022.

Tabela 03 – Tamanho do pack de bebidas vendidas

Tamanho do Pack	Nº de vendas	Lucro Bruto	
06	4	R\$ 48,00	0,3%
12	39	R\$ 124,72	0,9%
23	697	R\$ 8.766,57	63,0%
24	129	R\$ 2.321,88	16,7%
Venda fracionada	290	R\$ 2.646,70	19,0%
Total	1159	R\$ 13.907,87	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

É ilustrado na Tabela 04, o lucro bruto adquirido através da venda dos produtos que são comercializados na empresa. Dessa maneira, pode-se constatar que o estabelecimento vende uma quantidade de cervejas que equivale a 94,5% de seu lucro bruto.

O dia de maior demanda para todos os produtos comercializados na empresa, é o sábado, com 41,2% de todo o lucro obtido nos dois meses analisados. Com isso, as vendas na sexta-feira é menor que no sábado devido as pessoas trabalhar no sábado logo a demanda é menor, isso ocorre devido às pessoas terem a preferência de consumir álcool neste dia da semana, visto que podem utilizar o domingo para descansar.

Ainda é possível observar na Tabela 04 que os produtos com menor saída para a empresa são a água mineral e o refrigerante, sendo responsáveis por apenas 0,3% e 1,0% do lucro bruto da empresa, respectivamente.

Tabela 04 – Lucro bruto por tipo de produto e dia da semana em que foi vendido

Produto	Lucro Bruto					Total
	Água	Cachaça	Cerveja	Refrigerante		
Segunda	R\$ 5,00	R\$ 10,13	R\$ 587,56	R\$ 8,48	R\$ 611,17	4,4%
Terça	-	R\$ 21,45	R\$ 642,36	-	R\$ 663,81	4,8%
Quarta	-	R\$ 46,13	R\$ 476,64	R\$ 9,84	R\$ 532,61	3,8%
Quinta	R\$ 8,00	R\$ 97,22	R\$ 1.201,26	R\$ 25,74	R\$ 1.332,22	9,6%
Sexta	R\$ 1,00	R\$ 115,54	R\$ 2.400,37	R\$ 35,12	R\$ 2.552,03	18,3%
Sábado	R\$ 17,00	R\$ 217,33	R\$ 5.452,88	R\$ 40,73	R\$ 5.727,94	41,2%
Domingo	R\$ 16,00	R\$ 67,23	R\$ 2.388,12	R\$ 16,74	R\$ 2.488,09	17,9%
Total	R\$ 47,00 0,3%	R\$ 575,03 4,1%	R\$ 13.149,19 94,5%	R\$ 136,65 1,0%	R\$ 13.907,87 100,0%	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Como observado na Tabela 04, a cerveja é o produto de maior saída na empresa, desta forma, a partir das informações da Tabela 05, é possível identificar o lucro bruto deste produto, realizando uma análise mais aprofundada por marca e por dia da semana. Desse modo, observa-se que o pack com maior percentual de saída na empresa é o que contém 23 unidades onde estão incluídas as cervejas das marcas: Skol, Bohemia, Brahma Chopp, e Antártica Original representando assim, 63 % das vendas que a distribuidora realizou durante os meses de março e fevereiro do ano de 2022.

A escolha por bebidas dessas marcas se deve ao preço e a alta rotatividade que esses produtos têm no comércio varejista de bebidas, além da qualidade oferecida pelas mesmas. Ademais, pode-se afirmar que a cerveja Skol é responsável por compor 52% das vendas que foram efetuadas entre os meses de fevereiro e março na distribuidora. Além disso, consta em 2º e 3º marca de maior saída, a Bohemia (12%) e a Devassa (11,8%), respectivamente.

Sobre o dia da semana, a Skol, Bohemia e Devassa apresentam como os dias de maior saída o fim de semana, sendo o sábado o melhor dia, em seguida da sexta e do domingo. Segunda-feira é o dia de menor saída.

Tabela 05 – Lucro bruto de acordo com marca de cerveja e dia da semana em que foi vendido

Dia de venda	Lucro Bruto							
	Brahma	Bohemia	Budweiser	Devassa	Heineken	Original	Skol	Stella
Segunda	R\$ 21,99	R\$ 121,15	R\$ 51,00	R\$ 138,30	R\$ 167,60	-	R\$ 87,52	-
Terça	R\$ 13,33	R\$ 51,52	R\$ 174,65	R\$ 8,70	R\$ 58,80	R\$ 3,15	R\$ 308,99	R\$ 23,22
Quarta	R\$ 37,45	R\$ 90,63	-	R\$ 34,80	R\$ 15,00		R\$ 285,86	R\$ 12,90
Quinta	R\$ 16,66	R\$ 215,12	R\$ 120,70	R\$ 94,40	R\$ 155,82	R\$ 29,10	R\$ 553,98	R\$ 15,48
Sexta	R\$ 92,75	R\$ 354,63	R\$ 91,80	R\$ 241,07	R\$ 93,54	R\$ 56,30	R\$ 1.470,28	-
Sábado	R\$ 313,66	R\$ 405,26	R\$ 153,00	R\$ 754,30	R\$ 349,76	R\$ 430,69	R\$ 3.020,41	R\$ 25,80
Domingo	R\$ 307,62	R\$ 333,78	R\$ 60,30	R\$ 279,40	R\$ 58,12	R\$ 147,42	R\$ 1.105,90	R\$ 95,58
Total	R\$ 803,46 6,1%	R\$ 1.572,09 12,0%	R\$ 651,45 5,0%	R\$ 1.550,97 11,8%	R\$ 898,64 6,8%	R\$ 666,66 5,1%	R\$ 6.832,94 52,0%	R\$ 172,98 1,3%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

É apresentado na tabela 06, o tamanho do conteúdo em ml das cervejas que são comercializadas na distribuidora. Estas são armazenadas em garrafas de vidro, onde o recipiente suporta entre 300 ml a 600 ml. Sendo as cervejas de 300 ml as de maior número de vendas, destacando-se em termo de faturamento, as bebidas alcoólicas dos fabricantes: Skol, Bohemia e Devassa.

Em consequência da qualidade e do custo benefício das receitas, vêm aumentando cada vez mais, refletindo na porcentagem das vendas de 75,8% quando se soma as três marcas, possibilitando assim, resultados positivos para o empreendimento.

Além disso, é possível observar ainda na Tabela 06, que o maior número de vendas está nos recipientes que apresentam menor conteúdo de líquido, que são os que apresentam conteúdo entre 300 a 350 ml, sendo essa categoria responsável por 91,7% do lucro bruto da empresa obtido com a venda de cerveja.

Tabela 06 – Lucro bruto de acordo com a quantidade de armazenamento da cerveja

Lucro Bruto				
Cerveja	Conteúdo (ml)		Total	
	300 a 350	600		
Brahma	R\$ 803,46	-	R\$ 803,46	6,1%
Bohemia	R\$ 1.562,85	R\$ 9,24	R\$ 1.572,09	12,0%
Budweiser	R\$ 651,45	-	R\$ 651,45	5,0%
Devassa	R\$ 1.550,97	-	R\$ 1.550,97	11,8%
Heineken	R\$ 532,64	R\$ 366,00	R\$ 898,64	6,8%
Original	R\$ 666,66	-	R\$ 666,66	5,1%
Skol	R\$ 6.121,22	R\$ 711,72	R\$ 6.832,94	52,0%
Stella	R\$ 172,98	-	R\$ 172,98	1,3%
Total	R\$ 12.062,23	R\$ 1.086,96	R\$ 13.149,19	100,0%
	91,7%	8,3%	100,0%	

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

É ilustrada na Tabela 07, a margem de lucro a partir do preço de compra dos produtos comercializados pela distribuidora de bebidas. Assim, a empresa consegue adquirir um maior retorno em relação ao lucro bruto com a comercialização de cervejas, que apesar de não apresentar uma margem alta de lucro por unidade vendida, este produto é o mais importante para a empresa, visto que tem alta saída nas vendas.

Assim, é possível observa na Tabela 07 que a cerveja, apesar de ser o produto de maior saída da empresa e responsável pela maior parte do lucro bruto, não apresenta o maior percentual de lucro por unidade vendida. Esse produto apresenta uma margem de lucro que varia até 60% em cima do valor de compra ao fornecedor. O lucro desse produto depende da

marca da cerveja, havendo marcas de menor lucro (até 15%) e marcas de maior lucro na revenda (entre 45% a 60%).

Vale salientar que mesmo a cerveja não sendo o produto de maior margem de lucro, ainda é o que apresenta maior importância para a empresa, visto que é responsável por maior parte do seu lucro, devido à alta saída, é nesse tipo de análise que a empresa pode se basear para tomar decisões importantes.

É importante citar que o refrigerante é o produto que a empresa obtém maior margem de lucro na revenda, chegando até 90% de lucro em cima do preço de compra; no entanto, devido a pouca saída desse tipo de produto, acaba não sendo significativo financeiramente para a empresa. Todavia, é importante comercializar esse tipo de produto, uma vez que muitos clientes que chegam na empresa para comprar bebidas alcoólicas, também apresentam demanda para levar refrigerantes.

Tabela 07 – Margem de lucro em percentual por tipo de produto vendido

Lucro na venda do produto	Lucro bruto					
	Água	Cachaça	Cerveja	Refrigerante	Total	
Até 15%	R\$ 3,00	R\$ 110,68	R\$ 3.301,24	R\$ 42,40	R\$ 3.457,32	24,9%
+ 15% e até 30%	-	R\$ 148,56	R\$ 8.039,83	R\$ 58,50	R\$ 8.246,89	59,3%
+ 30% e até 45%	-	R\$ 254,24	R\$ 1.788,17	-	R\$ 2.042,41	14,7%
+ 45% e até 60%	R\$ 44,00	-	R\$ 19,95	-	R\$ 63,95	0,5%
+ 60% e até 75%	-	R\$ 61,55	-	-	R\$ 61,55	0,4%
+ 75% e até 90%	-	-	-	R\$ 35,75	R\$ 35,75	0,3%
Total	R\$ 47,00 0,3%	R\$ 575,03 4,1%	R\$ 13.149,19 94,5%	R\$ 136,65 1,0%	R\$ 13.907,87 100,0%	100,0%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em respeito à Tabela 08, é possível analisar a margem de lucro em percentual por marca de cerveja. A partir da Tabela 06, foi possível, observar que as marcas Skol, Bohemia e Devassa foram as que apresentaram maior lucro para a empresa durante o período analisado.

A Skol e a Devassa apresentaram maior margem de lucro entre 15% a 30%. Já a Bohemia, na margem de até 15%. É importante esclarecer que a cerveja apresenta mais de uma margem de lucro, mesmo para o mesmo produto, uma vez que a empresa diminui seu lucro quando o cliente não é uma pessoa física, mas sim, uma pessoa jurídica em que está comprando para revender, consequentemente, esse cliente compra em maior quantidade. Como pode ser observado a Skol apresentou um lucro considerável na margem de até 15% de lucro, visto que é o produto em que outras empresas comprem com maior frequência para revender ao cliente final.

Tabela 08 – Margem de lucro em percentual por marca de cerveja vendida

Marca da cerveja	Até 15%	Acima de 15% e até 30%	Acima de 30% e até 45%	Acima de 45% e até 60%	Total
Bhama	R\$ 46,63	R\$ 658,39	R\$ 98,44	-	R\$ 803,46
Bohemia	R\$ 659,87	R\$ 586,25	R\$ 325,97	-	R\$ 1.572,09
Budweiser	-	R\$ 14,40	R\$ 637,05	-	R\$ 651,45
Devassa	R\$ 47,00	R\$ 1.222,22	R\$ 261,80	R\$ 19,95	R\$ 1.550,97
Heineken	-	R\$ 538,00	R\$ 360,64	-	R\$ 898,64
Original	R\$ 18,91	R\$ 620,10	R\$ 27,65	-	R\$ 666,66
Skol	R\$ 2.528,83	R\$ 4.227,49	R\$ 76,62	-	R\$ 6.832,94
Stella	-	R\$ 172,98	-	-	R\$ 172,98
Total	R\$ 3.301,24 25,1%	R\$ 8.039,83 61,1%	R\$ 1.788,17 13,6%	R\$ 19,95 0,2%	R\$ 13.149,19 100%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo apresentou uma análise em uma empresa distribuidora de bebidas, atuante no comércio varejista de bebidas alcoólicas, localizada em Caicó - RN. Devido a pandemia da COVID-19, as compras via *delivery* aumentaram significativamente, havendo assim, a necessidade de realizar um estudo sobre a implementação do fluxo de caixa da empresa para que pudesse registrar todas as entradas e saídas de produtos. Vale salientar que a empresa, além de ser de origem familiar e estar atuando desde 2019, até então, não registrava suas movimentações financeiras, nem tinha ciência do lucro bruto e líquido ao final de cada período.

A partir da Tabela 01 (lucro bruto e líquido), foi possível observar que a empresa apresentou maior lucro no primeiro mês de coleta de dados, isso devido ao mês de fevereiro de 2022 ser composto por festividades carnavalescas, em que, vale salientar que esse período ainda estava em vigência decretos impostos pelos órgãos governamentais a fim de amenizar a propagação do vírus da COVID-19.

A partir da Tabela 02 (número de vendas e lucro bruto por dia da semana), foi possível observar que o número de vendas varia de acordo com os dias da semana, no entanto, os melhores dias para vender são no fim de semana (sexta à domingo), sendo o sábado, o dia de maior saída. Com base na Tabela 03 (tamanho do pack de bebidas vendidas), o pack que apresenta maior número de vendas é o que contém 23 unidades.

Em respeito às Tabela 04 (lucro bruto por tipo de produto e dia da semana) e Tabela 05 (lucro bruto de acordo com marca de cerveja e dia da semana), o produto de maior saída e maior lucratividade para a empresa (94,5% do lucro bruto) é a cerveja. Sendo a marca Skol com maior

saída (52%), precedida da Bohemia e da Devassa, 12% e 11,8%, respectivamente. Vale salientar que as três marcas juntas, representam mais de 70% do lucro bruto da empresa.

Em conformidade com a Tabela 06 (lucro bruto de acordo com a quantidade de armazenamento da cerveja), o volume que fica dentro das garrafas das cervejas comercializadas varia entre 300 ml e 600 ml, no entanto, a partir da análise de fluxo de caixa, a maior parte das vendas são as que contêm 300 ml.

Para finalizar a análise, a Tabela 07 (margem de lucro em percentual por tipo de produto vendido) e Tabela 08 (margem de lucro em percentual por marca de cerveja vendida) ilustram os produtos que apresentam maior margem de lucro para a empresa. Apesar do refrigerante ser o produto de maior margem de lucro, por ter baixa saída, acaba não sendo significativa para a empresa. Já a cerveja foi o produto que apresentou maior margem de lucro entre 15% a 30%. Sendo as marcas Skol, Bohemia e Devassa as de maior lucratividade.

Este trabalho objetivou responder o seguinte problema de pesquisa: *Qual é a lucratividade de uma empresa distribuidora de bebidas de Caicó – RN, após uma análise de fluxo de caixa?*

Foi possível identificar a lucratividade da empresa a da Tabela 01. Além disso, ainda foi possível apresentar sugestões para maximizar as vendas. As estratégias sugeridas a fim de aumentar o número de vendas dos produtos disponibilizados pela empresa por meio do *delivery* ou retirada na distribuidora de bebidas, foram baseadas na análise de fluxo de caixa, em que foi realizado uma coleta de dados por dois meses, ou seja, fevereiro e março de 2022.

Portanto, sugere como estratégias para aumentar o número de vendas, dar maior ênfase nos dias de quinta a domingo, apresentando maior foco no sábado. De acordo com o Art. 7º da Constituição Federal de 1988, o trabalhador deve ter direito a um repouso semanal remunerado, portanto, recomenda-se que o dia de folga dos colaboradores seja dado toda segunda-feira, dia com menor número de vendas. Além disso, sugere como estratégia para a empresa, que seja dado uma atenção especial deixando a loja aberta por mais tempo como também ao estoque de *packs* de 23 unidades de cerveja, com conteúdo entre 300 e 350 ml, das marcas Skol, Bohemia e Devassa; uma vez que são os produtos responsáveis pelo maior lucro da distribuidora de bebidas.

Como limitações do estudo, pode-se citar o fato da empresa estudada não realizar o registro das entradas e saídas do fluxo de caixa, logo, não existiam dados históricos, sendo necessário então, o pesquisador contabilizar toda a planilha de coleta de dados do zero. No

entanto, vale salientar que a empresa cooperou durante todo o processo de coleta, exigindo apenas o anonimato de sua marca na publicação deste trabalho.

Em suma, para trabalhos futuros, pode-se sugerir a elaboração de um orçamento empresarial do tipo base zero, ou seja, o tipo de orçamento que não é necessário ter dados históricos para poder elaborar o orçamento. Sendo então nesse documento, descritos as estratégias e metas a serem atingidas na empresa para o próximo ano.

Também sugere-se para trabalhos futuros um estudo, análise, controle e gestão de estoques, para que os produtos sejam repostos no momento certo e que sejam comprados junto ao fornecedor a quantidade não mais do que suficiente para alimentar o período de vendas estimado, evitando assim, a falta do produto ou um estoque acima do necessário.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A.; SILVA, C.A.T. **Administração do capital de giro**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CAVALHEIRO, A.P.R.. **Fluxo de Caixa e Controle de Custos para uma Micro Empresa na Cidade de Cruz Alta –RS**. 2017. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, UNICRUZ, Cruz Alta, 2017.

CERVIERI JÚNIOR, O.; TEIXEIRA JUNIOR, J. R.; RAWET, E. L.; SILVEIRA, C. T. J. **O setor de bebidas no Brasil**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 40, p. 93-130, 2014.

CINTRA, Igor (ed.). **Aula 00 – CPC 03 – Demonstração dos Fluxos de Caixa**. São Paulo. 2021. color. Disponível em: <https://free-content.direcaoconcursos.com.br/demo/curso-11633.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2022.

CONSELHO NACIONAL DE SAÚDE. Recomendação Nº 036, de 11 de maio de 2020. Brasília, 2020.

FREITAS, A.R.R.; NAPIMOGA, M.; DONALISION, M. R. Análise da gravidade da pandemia de Covid-19. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, nº 29, 2020.

G1 RN. **Governo do RN decreta calamidade pública por causa do coronavírus**. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2020/03/20/governo-do-rn-decreta-calamidade-publica-por-causa-do-coronavirus.ghtml>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7. ed. São Paulo, 1997.

GOMES, M.J.O.; MORAES, L.S. **A IMPORTÂNCIA DO FLUXO DE CAIXA PARA A ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA DA EMPRESA X**. 2013. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Faculdade São Francisco de Barreiras-FASB, Barreiras, 2013.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. Decreto nº 29.534, de 19 de março de 2020. Rio Grande do Norte, 2020.

GUEDES, M. J. **Covid-19: o que aconteceu em um ano de pandemia no Brasil e no mundo?** 2021. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/covid-19-um-ano-de-pandemia>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

INSTITUTO BUTANTAN. **Como surgiu o novo coronavírus? Conheça as teorias mais aceitas sobre sua origem**. 2020. Disponível em: <<https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-noticias/como-surgiu-o-novo-coronavirus-conheca-as-teorias-mais-aceitas-sobre-sua-origem>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

LIMA, L. L. A. **A Suspensão do Contrato de Trabalho: uma adaptação ao momento de pandemia causado pelo coronavírus**. Monografia (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ensino Superior do Seridó. Departamento de Direito, Caicó - RN, 2022.

MUNICÍPIO DE CAICÓ - RN. **Decreto Nº 856 de 02 de março de 2021**. Rio Grande do Norte, 2021.

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. 277 p.

REIS, Tiago. SUNO. **Você sabe o que é o fluxo de caixa de investimentos?** Tiago Reis por Tiago Reis. [S.l.]. SUNO, 2018. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/fluxo-caixa-investimentos/>. Acesso em: 13 mai. 2022.

ROSA, S. E. S.; COSENZA, J. P.; LEÃO, L. T. S. **Panorama do setor de bebidas no Brasil**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 23, p. 101-150, 2006.

SILVA, E.C. **Como Administrar o Fluxo de Caixa das Empresas**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

SILVA, Edna Lúcia da. MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4. ed. rev. atual. – Florianópolis: UFSC, 2005. 138p.

TEIXEIRA, Jose Carlos. **A SISTEMÁTICA DO FLUXO DE CAIXA APLICADA EM UMA DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS**. 2005. TCC (Graduação) - Curso de Administração, UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, FLORIANÓPOLIS, 2005.

VIANA, F. L. E. Indústria de Bebidas Alcoólicas. **Caderno Setorial ETENE**. ano 7, nº 216, 2022.

VIANA, F. L. E. Indústria de Bebidas Alcoólicas. **Caderno Setorial ETENE**. ano 5, nº 117, 2020.

ZDANOWICZ, J. E. **Fluxo de caixa**. 7. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.