



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

KEMUEL JASSON DE ANDRADE LIMA

**INDICADORES DE ATIVIDADE: ESTUDO MULTI-CASOS EM
RESTAURANTES PESSOENSES**

**JOÃO PESSOA
2018**

KEMUEL JASSON DE ANDRADE LIMA

**INDICADORES DE ATIVIDADE: ESTUDO MULTI-CASOS EM
RESTAURANTES PESSOENSES**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Me. Valdério Freire de Moraes Júnior

**JOÃO PESSOA
2018**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

L732i Lima, Kemuel Jasson de Andrade.

INDICADORES DE ATIVIDADE: ESTUDO MULTI-CASOS EM
RESTAURANTES PESSOENSES / Kemuel Jasson de Andrade
Lima. - João Pessoa, 2018.

33 f. : il.

Orientação: Valdério Freire de Moraes Júnior.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Indicadores de Atividade. 2. Restaurantes. 3. Ciclo
Operacional. 4. Ciclo Financeiro. I. Moraes Júnior,
Valdério Freire de. II. Título.

UFPB/BC

KEMUEL JASSON DE ANDRADE LIMA

**INDICADORES DE ATIVIDADE: ESTUDO MULTI-CASOS EM
RESTAURANTES PESSOENSES**

Esta monografia foi julgada adequada para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

BANCA EXAMINADORA

Valdério Freire de Moraes Júnior

Presidente Professor: Me. Valdério Freire de Moraes Júnior (Orientador)

Instituição: UFPB

Moisés Araújo Almeida

Membro Professor: Dr. Moisés Araújo Almeida

Instituição: UFPB

Vic. Pun. Zun. de Melo

Membro Professora: Dra. Victoria Puntriano Zuniga de Melo

Instituição: UFPB

João Pessoa, 23 de Outubro de 2018.

Dedico este trabalho a todos vocês que estiveram ao meu lado nesta etapa, em especial o meu pai Everton, minha mãe Djanete e minha namorada Andreza, que em todos os momentos estavam me incentivando, para que eu conseguisse atingir os meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter sempre orientado e auxiliado minhas decisões, me dando força e coragem para permanecer.

Meus agradecimentos também aos meus pais, Everton e Djanete, que além de estarem sempre me motivando, sempre estiveram como meu alicerce, mantendo um caráter e moral exemplar para minha formação pessoal e acadêmica.

A minha namorada Andreza Karla, que sempre acreditou muito em mim, depositou todo amor, cumplicidade, apoio intelectual e paciência para a elaboração deste trabalho.

Gratidão aos professores que sempre estiveram à disposição para mostrar a realidade do que tange à profissão contábil, inclusive em destaque o meu orientador por ter auxiliado com seu conhecimento.

Enfim, agradeço a todas as pessoas que estiveram comigo durante esse percurso e a todos os amigos que conquistei nesse curso.

RESUMO

As ferramentas de gerenciamento auxiliam os gestores das entidades a tomar decisões relevantes para o aperfeiçoamento do desenvolvimento operacional. O objetivo geral deste trabalho foi apurar e demonstrar técnicas de análise das demonstrações os indicadores de atividade, por meio deles, expor o reflexo no ciclo operacional e financeiro de três restaurantes pessoenses. Utilizando-se um estudo de multi-casos com abordagem quali-quantitativa, foram usadas Demonstrações Contábeis do período de 2015 a 2017 de três restaurantes pessoenses. Os resultados foram obtidos por meio dos cálculos dos indicadores de atividade e dos ciclos operacional e financeiro, que foram apresentados por meio de gráficos para obter uma melhor interpretação e entendimento. As três empresas evidenciaram que os indicadores de atividade não se mantiveram constantes nos períodos analisados, refletindo diretamente nos ciclos operacional e financeiro, tornando os resultados dos mesmos um tanto discrepantes entre as empresas.

Palavras-Chave: Indicadores de Atividade. Restaurantes. Ciclo Operacional. Ciclo Financeiro.

ABSTRACT

Management tools help entity managers to make relevant decisions for the perfecting of operational development. The general objective of this work was to verify and demonstrate techniques of analysis of the activity indicators, and through them, to expose the reflex in the operational and financial cycle of three restaurants in this city. Using a multi-case study with a qualitative-quantitative approach, Accounting Statements were used from the period of 2015 to 2017 of three restaurants in this city. The results were obtained through calculations of the activity indicators and the operational and financial cycles, that were presented through graphs to obtain a better interpretation and understanding. The three companies showed that the activity indicators did not maintained constant in the analyzed periods, reflecting directly in the operational and financial cycles, making the results somewhat divergent between companies.

Key-Words: Activity Indicators. Restaurants. Operational Cycle. Financial Cycle.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fórmula do Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)	18
Quadro 2 - Fórmula do Prazo Médio Pagamento das Compras (PMPC)	18
Quadro 3 - Fórmula do Prazo Médio de Renovação de Estoques (PMRE).....	19
Quadro 4 - Fórmula do Ciclo Operacional (CO)	20
Quadro 5 - Fórmula do Ciclo Financeiro (CF)	20

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Prazo Médio de Renovação de Estoque	23
Gráfico 2 -Prazo Médio de Recebimento de Vendas	25
Gráfico 3 - Prazo Médio de Pagamento das Compras	26
Gráfico 4 - Ciclo Operacional	27
Gráfico 5 - Ciclo Financeiro	28

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivo Geral.....	11
1.2.2 Objetivos Específicos.....	11
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	13
2.2 ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS.....	14
2.3 INDICADORES DE ATIVIDADE.....	17
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	21
3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA	21
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	21
3.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	22
4 ANÁLISE DE RESULTADOS	23
4.1 PRAZO MÉDIO DE RENOVAÇÃO DE ESTOQUES (PMRE)	23
4.2 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS (PMRV)	24
4.3 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DAS COMPRAS (PMPC)	25
4.4 ANÁLISE DOS CICLOS OPERACIONAL E FINANCEIRO	27
REFERÊNCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

De acordo com definições que podem ser encontradas no dicionário Aurélio (2010), restaurantes são conceituados como estabelecimentos comerciais onde se preparam e servem refeições a um certo público e número de pessoas. Sendo observado na ótica de entidade, este irá possuir um conceito, uma definição de público alvo, o ambiente que irá atuar, e outras demais decisões a respeito da sua gestão para que seja alcançada a missão determinada por este.

Segundo Fonseca Traldi (2014), o cenário gastronômico brasileiro tem passado por muitas mudanças no seu próprio ambiente. Junto com suas próprias mudanças, estão as mudanças econômicas e sociais, como, por exemplo, o aumento do poder aquisitivo da população e mudanças comportamentais, levando assim a uma maior procura desses tipos de serviços.

O mercado atual exige das empresas um eficaz controle de informações que possa auxiliar seu processo de gestão, por causa do ambiente corporativo de alto grau de competitividade. Nesse contexto, cada vez mais a Contabilidade apresenta-se como ferramenta que auxilia os líderes das entidades, não somente em seu aspecto financeiro, mas também em processos de gestão e sistemas de informações gerenciais.

Segundo Marion (2009), a contabilidade é a ferramenta que auxilia a administração a tomar decisões, coletando os dados econômicos, mensurando-os monetariamente e registrando-os em forma de relatórios ou de comunicados.

A Contabilidade tem como produto as demonstrações contábeis, e por meio da análise destas os dados apresenta-se de forma mais clara, objetivando uma maior extração de informações para a tomada de decisões.

Nesse sentido,

A análise de balanço constitui-se num processo de meditação sobre os demonstrativos contábeis objetivando uma avaliação da situação da empresa, em seus aspectos operacionais, econômicos, patrimoniais e financeiros. A avaliação sobre a empresa tem por finalidade detectar pontos fortes e os pontos fracos do processo operacional e financeiro da companhia, objetivando propor alternativas de curso futuro a serem tomadas e seguidas pelos gestores da empresa (PADOVEZE, 2010).

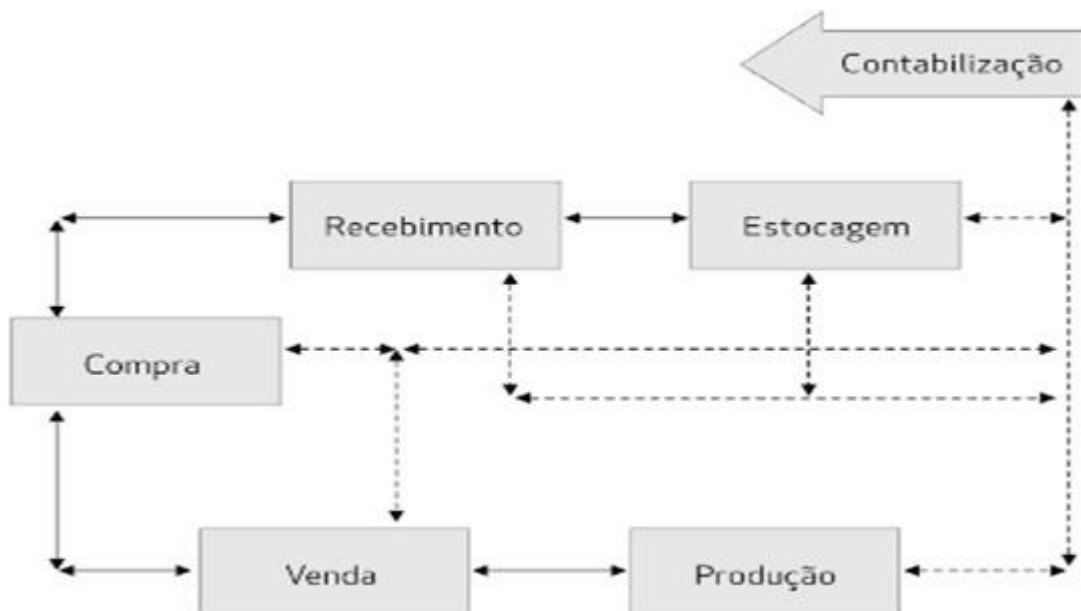
Ao utilizar os resultados dessas análises os gestores financeiros podem fazer uso de índices econômico-financeiros para avaliar as decisões tomadas ou guiar os

próximos passos a serem realizados pela empresa. Costa (2011) complementa que a análise visa retirar informações das demonstrações para interpretar o efeito das decisões de investimento, operações e financiamentos tomadas pela empresa.

Para isso, é importante que sejam identificadas todas as variáveis que possam ser passíveis de análise e gerenciamento, para que assim todos os processos da empresa sejam desempenhados da melhor maneira.

No caso das empresas alvo desse estudo, os restaurantes, apresentam processos que estão interligados, e caso não funcionem de uma maneira eficiente, podem acabar resultando em prejuízos para a empresa.

Figura 1 – Inter-relação de Departamentos em restaurantes



Fonte: FONSECA (2014).

A movimentação dos principais ativos da empresa, conforme visualizado na figura 1 acima, é composta por processos como estocagem, compras, produção. Esses sistemas recebem, mas também repassam informações para os demais. É necessário que haja um bom conhecimento do ciclo operacional da empresa para que todos os departamentos estejam funcionando na sua melhor forma.

A inter-relação dos departamentos exige que uma constante validação das informações que são geradas. Informações como a necessidade de compras são indicadas por informações obtidas no estoque, esse processo também é indicado pelo volume de vendas que a empresa apresenta (FONSECA, 2014).

Cada processo utiliza instrumentos para a documentação e implantação de possíveis melhorias das suas atividades. Desses instrumentos que saem as informações necessárias para a tomada de decisões e para a verificação do desempenho.

Ferramentas como os indicadores de atividade ajudam nesse processo, podendo avaliar de uma maneira mais completa todo o ciclo operacional, englobando todos os processos necessários para o eficiente funcionamento dos restaurantes.

1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

As empresas têm buscado auxílio nos resultados de análises de suas demonstrações financeiras e demais relatórios internos. Por meio destes, gestores responsáveis por planejamentos estratégicos e pelo processo de tomada de decisão, conseguem visualizar pontos positivos e negativos da empresa, como exemplo, restaurantes, setor alvo do estudo. Com a utilização das ferramentas corretas, é possível a avaliação e correção de problemas internos, caso estes se façam presentes.

Dentre as ferramentas de análise das demonstrações contábeis, os indicadores de atividade surgem como alternativa de auxílio na interpretação do desempenho operacional da empresa, direcionando-a para o melhor caminho.

Diante do exposto anteriormente, chega-se ao seguinte questionamento desse estudo: **De que forma os indicadores de atividade influenciam os restaurantes estudados?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Esse estudo possui como objetivo geral analisar os indicadores de atividade por meio de estudo multi-casos em restaurantes.

1.2.2 Objetivos Específicos

São os seguintes:

- a) Averiguar os prazos de recebimento, de pagamento e de estoque;
- b) Verificar o comportamento dos ciclos Operacional e Financeiro;
- c) Explorar os indicadores de atividade em três restaurantes pessoenses.

1.3 JUSTIFICATIVA

Por estar presente no dia-a-dia das empresas, os ciclos operacionais são caracterizados pelo tempo de duração de cada processo realizado pelas entidades. Assim sendo, sua duração interfere de forma direta na lucratividade, liquidez e estrutura da empresa. E é como ferramenta de verificação desses ciclos que surgem os indicadores de atividade.

De acordo com Brigham e Houston (1999, p. 81), “quocientes como estes podem medir a eficiência com que uma empresa gerencia seus ativos. Essa avaliação torna-se importante para qualquer entidade, pois por meio dela poderá ser traçado a melhor forma de gerenciamento de seus recursos”.

Tal assunto faz-se presente no meio acadêmico, e sua relevância parte em uma crescente devido ao ambiente corporativo competitivo que as entidades estão inseridas. É preciso mensurar tais indicadores e formas que estes podem melhorar o seu desempenho, pois de acordo com Kaplan e Norton (1997) o que não é medido, não é gerenciado.

Sendo assim, este trabalho visa verificar e analisar os indicadores de atividade como ferramentas que podem auxiliar aos restaurantes escolhidos para este estudo, trazendo uma maior abrangência para tomadas de decisões dentro do ambiente corporativo, e contribuindo para a literatura do setor de restaurantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, são apresentados os principais pontos que mostram a relevância dos indicadores de atividade para um melhor desempenho operacional das entidades.

2.1 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

As demonstrações contábeis refletem a situação patrimonial da entidade em um determinado espaço de tempo como resultado da escrituração de todos os atos e fatos contábeis que envolvem o patrimônio. Conforme descrito na NBC TG 26:

As demonstrações contábeis são uma representação estruturada da posição patrimonial e financeira e do desempenho da entidade. O objetivo das demonstrações financeiras é o de proporcionar informação acerca da posição patrimonial e financeira, do desempenho e dos fluxos de caixa da entidade que seja útil a um grande número de usuários em suas avaliações e tomada de decisões econômicas (Redação alterada pela Resolução CFC nº 1.376/11) (NBC TG 26).

A análise das demonstrações contábeis serve para que haja uma visão mais clara e objetiva, uma maior utilidade dessas informações. Segundo Assaf Neto (2010) por meio das demonstrações contábeis levantadas por uma empresa pode-se evidenciar informações a respeito de sua posição econômica e financeira.

Já Ferrari (2009) aponta que as demonstrações contábeis têm como objetivo simplificar e sistematizar a situação patrimonial, econômica e financeira de uma empresa. Por sua vez, Assaf Neto e Lima (2017) complementam que a análise das demonstrações estuda o desempenho de uma empresa em um momento do passado, assim como detectar a sua situação atual e planejar resultados futuros.

Para Matarazzo (2010, p. 5), o analista de balanços preocupa-se com as demonstrações financeiras que, por sua vez, precisam ser transformadas em informações que permitam concluir se a empresa merece ou não o crédito.

A análise das demonstrações contábeis revela fatos que ocorreram anteriormente na entidade, como também determinantes da situação atual. Além disso, serve de ponto de partida para delinear como a empresa se comportará no

futuro. Contudo, as empresas não devem tornar o resultado dessas demonstrações como uma informação completa.

De acordo com Oliveira, Silva e Zuccari (2010, p. 11), para que haja uma análise mais eficiente, é necessário um maior conhecimento das operações da empresa alvo da análise, conhecimento este que entende-se a política administrativa em todos os seus aspectos, internos e externos.

Para suprir as limitações dessas informações, a análise de balanço tem como objetivo discutir os aspectos mais relevantes e atuais da análise moderna das empresas.

O objetivo da análise das demonstrações contábeis como instrumento de gerência consiste em proporcionar aos administradores da empresa uma melhor visão das tendências dos negócios, com a finalidade de assegurar que os recursos sejam obtidos e aplicados, efetiva e eficientemente, na realização das metas da organização. A atividade administrativa deve ser desenvolvida em conexão com as informações contábeis, com vistas aos aspectos de planejamento, execução, apuração e análise de desempenho (BRAGA, 1999, p.166).

A análise das demonstrações pode produzir informações importantes para o processo de tomada de decisão. Assim, compreende-se a importância das demonstrações financeiras, que junto com análises corretas e a utilização de indicadores financeiros poderão auxiliar em decisões de curto, médio ou longo prazo, ajudando assim a empresa em um melhor posicionamento no mercado.

2.2 ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS

Os índices econômico-financeiros, obtidos através da interpretação das demonstrações contábeis divulgadas pelas empresas, auxiliam a gestão de forma mais específica, sendo imprescindível para uma boa fundamentação das tomadas de decisões. Estes, como reflete Padoveze (2008), são elementos que tradicionalmente representam o conceito de análise de balanço, buscando números que ajudem no processo de esclarecimento e entendimento da real situação da empresa, em seus aspectos patrimoniais, financeiros e de rentabilidade.

Segundo Marion (2009), os índices econômico-financeiros tornam mais fáceis à análise, uma vez que as relações entre os períodos verificados trazem resultados em percentuais, projetando uma melhor visualização daquela proporcionadas por grandes montantes.

Proporcionando uma maior transparência para as análises, os índices econômicos financeiros têm como objetivo transmitir um maior conhecimento do desempenho econômico financeiro da empresa. De acordo com Silva (2017), é essencial que seja feita a apuração de indicadores que forneçam uma visão mais ampla da situação da empresa, no que tange aos seus aspectos econômicos, financeiros e patrimoniais.

Devido à quantidade das informações que podem ser extraídas dos índices obtidos a partir das demonstrações contábeis, além de ter o conhecimento dos mesmos, a sua interpretação de maneira correta é vital. Para que seja alcançado um nível mais realista da análise da performance apresentada pela empresa, é importante que haja uma comparação temporal e setorial.

Conforme Assaf Neto (2017), a comparação temporal verifica o desenvolvimento dos indicadores entre os anos analisados, usualmente utilizados os três ou cinco últimos anos, averiguando o comportamento da empresa, servindo de base para os próximos passos que deverão ser feitos pela empresa. Já a comparação setorial compreende a comparação dos resultados da organização em relação aos seus principais concorrentes, comparando o seu produto com as médias apresentadas pelo mercado e segmento de atividade.

Abrangendo diversas áreas de interesse das empresas para o processo de gestão, os indicadores econômicos financeiros podem ser classificados da seguinte forma:

2.2.1 Indicadores de Liquidez, Endividamento e Rentabilidade

Os indicadores de liquidez retratam a capacidade de pagamento da empresa. Ele aponta se a empresa possui disponibilidades em moeda corrente suficientes para arcar com suas obrigações. Estes indicadores são extraídos a partir do balanço patrimonial, se comportando assim de maneira extática, podendo ser alterado em algum momento futuro da empresa.

Segundo Marion (2012), os indicadores de liquidez podem ser evidenciados por meio de quatro índices: liquidez corrente, liquidez seca, liquidez geral e liquidez imediata.

Ao contrário dos indicadores de liquidez que mostram a configuração dos ativos da empresa, Assaf Neto (2017) afirma que os indicadores de endividamento

apresentam a estrutura das fontes passivas de recursos de uma empresa, mensura o quanto de recursos próprios e de terceiros são usados para subvencionar os ativos totais da empresa.

Complementando os indicadores anteriormente explanados, a análise de rentabilidade, considera como parte mais importante da análise financeira, tem como finalidade medir o retorno do capital investido, ela confronta o lucro obtido com o investimento realizado.

De acordo com Padoveze e Benedicto (2011), a partir dos indicadores é possível averiguar se a empresa está obtendo resultados positivos. Pode-se verificar o desempenho de um negócio, se as estratégias utilizadas, são as mais adequadas, e se estão gerando o retorno esperado para o negócio.

2.2.2 Grau de Alavancagem Financeira (GAF) e Grau de Alavancagem Operacional (GAO)

O indicador de alavancagem financeira, demonstra a eficiência com que os proprietários aplicam os recursos obtidos de terceiros com a finalidade de melhorar a rentabilidade do capital próprio. Braga (2012) enfatiza que quanto maior o grau de alavancagem, maior será o risco inerente à operação, porém, também se espera que o retorno seja elevado.

Assaf Neto e Lima (2017) corroboram que alavancagem financeira é o efeito causado pelo uso de recursos de terceiros a certo custo, aplicando-se em ativo a uma taxa diferentemente do retorno, a diferença que será positiva ou negativa, vai para os proprietários e modifica o seu retorno sobre o patrimônio líquido.

Diferentemente do GAF, para uma melhor abordagem da capacidade que a empresa dispõe para utilizar os custos fixos, a alavancagem operacional mostra-se como a mais prudente forma. Ela objetiva a maximização dos efeitos das variações das vendas nos lucros, antes de minimizar os encargos financeiros e o imposto de renda. Assaf Neto e Lima (2017) reconhecem que a alavancagem modifica o volume da atividade, interferindo sobre o resultado operacional da empresa.

Tendo como ferramentas de análise todos os índices citados anteriormente, a organização e seus gestores irão optar pelos quais melhor demonstra a realidade da empresa, objetivando um melhor desenvolvimento econômico, financeiro e patrimonial para ela. Inseridos em ambientes corporativos de grande concorrência,

restaurantes têm adotado práticas que melhorem as suas atividades operacionais. Nesse cenário, os indicadores de atividade figuram como um instrumento chave para empresas do ramo.

2.3 INDICADORES DE ATIVIDADE

Os indicadores de atividade, índices econômicos-financeiros que correspondem às movimentações aplicadas na empresa, interpretam a parte mais ativa da organização e analisam o desempenho operacional da empresa, do seu início, até a última atividade que será desenvolvida pela entidade.

Muller e Antonik (2008), explicam que estes indicadores são usados para medir a velocidade de transformação das vendas em caixa (índice de prazo médio de recebimento de vendas), seus ciclos de pagamentos (índice de prazo médio de pagamento de compras), bem como a gestão de estoques da empresa (índice de prazo médio de renovação de estoques), sendo importantes ferramentas de controle gerencial.

De acordo com Iudicibus (2010), os resultados obtidos evidenciam a velocidade com que os elementos do patrimônio se renovam durante certo período, também conhecido como ciclo operacional.

Corroborando com os autores citados anteriormente, Matarazzo (2008) complementa que os indicadores não devem ser analisados individualmente, mas sempre em conjunto. A análise dos três índices de atividade leva a análise dos ciclos operacional e de caixa, sendo fundamental para a determinação das políticas que serão adotadas pela empresa.

Também conhecidos como índices operacionais, índice de rotação de valores, estes mede a velocidade com que as contas se convertem em caixa. Portanto, de suma importância para as empresas, estes fornecem uma visão de todas as atividades executadas, mostrando como se comportaram os ativos e passivos no período alvo da análise.

Por sua natureza, os indicadores de atividade tem seu resultado apresentados em dias, meses ou períodos que podem compreender mais de um ano, a depender do resultado da empresa.

Os indicadores de atividade apresentam-se da seguinte forma: prazos médios de recebimento, prazo médio de pagamento, prazo médio de giro de estoque, ciclo operacional e financeiro.

2.3.1 Prazos médios de Recebimento, Pagamento e Giro de Estoque

O prazo médio de recebimento trata-se de quanto tempo à empresa leva para receber suas vendas, como exemplo, qual periodicidade a empresa recebe suas contas a receber.

Segundo Ching, Marques e Prado (2007), as empresas devem sempre está diminuindo esse prazo para receber suas vendas. Assim, a empresa terá mais recursos para empregar em novas propostas, ou até mesmo para aumentar seu nível de produção.

A seguir no Quadro 1, está apresentado como calcula-se o Prazo Médio de Recebimento de Vendas, para se obter o resultado em dias visto que foi dividido por 360.

Quadro 1 - Fórmula do Prazo Médio de Recebimento de Vendas (PMRV)

$$\text{PMRV} = (\text{DUPLICATAS A RECEBER} \div \text{VENDAS BRUTAS}) \times 360$$

Já o prazo de pagamento calculado por meio da fórmula no Quadro 2, indica o tempo de financiamento do capital de giro da empresa pelos fornecedores, ou seja, o tempo que os fornecedores concedem para a empresa cumprirem tais obrigações relacionadas a compras de insumos ou mercadorias.

Nesse sentido, Silva (2010) relata que o prazo médio de pagamento deverá ser maior que o concedido aos clientes para se manter um nível adequado de liquidez.

Quadro 2 - Fórmula do Prazo Médio Pagamento das Compras (PMPC)

$$\text{PMPC} = (\text{FORNECEDORES} \div \text{COMPRAS}) \times 360$$

Complementando os dois indicadores anteriores, o giro de estoque exposto no Quadro 3, nada mais é que o tempo que a empresa leva para consumir o seu estoque, esse prazo para esse giro pode ser dado em dias ou meses. Para Assaf Neto (2010) nas empresas de comércio, o resultado obtido nesse indicador é o tempo em que a mercadoria fica em estoque até ser vendida.

Quadro 3 - Fórmula do Prazo Médio de Renovação de Estoques (PMRE)

$$\text{PMRE} = (\text{ESTOQUES} \div \text{CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS}) \times 360$$

Conforme afirmado por Marion (2006), é ideal que a empresa atinja uma posição, no qual a soma entre PMRE e PMRV seja igual ou inferior ao PMPC, pois assim significa que a empresa tem tempo hábil para vender e receber suas mercadorias, para que assim depois sejam quitadas suas obrigações junto a fornecedores.

Concluindo assim que, quanto maior for a velocidade do recebimento de vendas e de renovação de estoque, melhor será para empresa. Em relação ao pagamento das compras, o cenário ideal deve ser mais lento que os dois indicadores anteriores.

2.4 CICLOS OPERACIONAL E FINANCEIRO

Ciclo Operacional está correlacionado à operacionalização da empresa, como exemplo, a compra de insumos, produção, vendas e recebimentos.

Padoveze e Benedicto (2011) afirmam que o ciclo operacional corresponde a todas as fases que existem na empresa, da aquisição de matéria-prima ao recebimento de vendas realizadas. Em síntese, este corresponde às ações necessárias para o efetivo desempenho da atividade.

Assim, o ciclo operacional pode ser obtido com o somatório do prazo médio de estoques e prazo médio do recebimento de vendas, englobando as etapas de curto e longo prazo, apresentado pelo Quadro 4.

Quadro 4 - Fórmula do Ciclo Operacional (CO)

$$CO = PMRE + PMRV$$

Já o ciclo financeiro trata do prazo que a empresa leva para efetuar os principais prazos médios, desde o prazo que leva para pagar suas compras, receber seus clientes e transformar seus estoques em venda.

De acordo com Assaf Neto (2010), o ciclo financeiro é a diferença entre o número de dias do ciclo operacional e o prazo concedido pelos fornecedores.

Padoveze e Benedicto (2011) dizem que o ciclo financeiro é o processo financeiro de cada evento econômico em fluxo de caixa.

Para obter-se o ciclo financeiro, basta subtrair o prazo médio de compras do resultado obtido do ciclo operacional, conforme Quadro 5 a seguir:

Quadro 5 - Fórmula do Ciclo Financeiro (CF)

$$CF = CO - PMPC$$

Desta forma, é possível visualizar que os indicadores de atividade citados acima compreendem de forma abrangente as etapas e contas de mais representatividade para o CF. Portanto, uma boa interpretação e utilização destes apontadores pode significar a vantagem estratégica necessária para empresas permanecerem competitivas no setor em que atuam.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nos procedimentos metodológicos foram abordados tópicos como tipologia de pesquisa, população e amostra e delimitação do estudo. Eles mostraram como a pesquisa foi desenvolvida para responder o questionamento principal assim como suprir seus objetivos específicos.

3.1 TIPOLOGIA DE PESQUISA

Para alcançar os objetivos propostos por essa pesquisa, esta foi desenvolvida da seguinte forma: quanto aos objetivos, quanto aos procedimentos e quanto à abordagem do problema.

Tratando-se de que a aplicação dos índices traz resultados que irão descrever a forma de como as empresas se comportam, quanto aos objetivos, esta pesquisa assume um caráter descritivo. Segundo Marion (2010), as pesquisas descritivas caracterizam-se por relatar um fenômeno ou uma população, e por buscarem caracterizar as dimensões, as variações, a importância ou o significado do fato.

Devido à análise feita em três restaurantes, o procedimento utilizado foi o método de estudo multi-casos, para assim obter-se um melhor resultado para pesquisa, tornando a pesquisa mais relevante por poder realizar comparativos entre entidades do mesmo setor.

Por se tratar de um estudo que averiguou aspectos qualitativos (análise comportamental) e quantitativos (análise dos indicadores), a abordagem do problema é quali-quantitativa.

Os cálculos presentes neste trabalho foram feitos em planilha *Microsoft Excel*, baseados nas informações retiradas das demonstrações contábeis dos períodos analisados, fazendo uso das fórmulas apresentadas no referencial teórico.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população da pesquisa em questão é composta por três restaurantes pessoenses. Para a escolha desta população, foi considerada, como critério, a relevância destas empresas no mercado e acessibilidade a informações. Para tanto,

as empresas alvo desta pesquisa atuam há certo tempo no mercado e já possuem sua marca e relevância reconhecidas e, não houve autorização para publicação dos nomes dos restaurantes. Foi utilizado o método de classificação por idade, tomando como base os números 1,2 e 3, sendo 1 o restaurante mais antigo e 3 o mais novo. Portanto, o estudo foi elaborado em três empresas, do ramo alimentício, devido a acessibilidade das informações, para assim poder ser elaborado de forma confiável.

O estabelecimento 1 atua no mercado de massas italianas e tem como seu principal objetivo proporcionar qualidade com uma boa variedade, adaptando os mais tradicionais pratos italianos ao sabor brasileiro. A empresa 2, também tem como seu foco o público de pessoas que tem apreço pela culinária italiana. A entidade 3, diferenciando-se da proposta que os dois outros restaurantes propõem, oferece para os seus clientes como principal produto variedade em carnes nobres.

3.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo dos indicadores de atividade das empresas em foco foi situada durante os três últimos anos das demonstrações contábeis apresentadas por estas, os exercícios financeiros de 2015, 2016 e 2017.

Dessa forma, a análise dos dados foi feita de maneira mais abrangente e completa, levando em consideração uma medida de tempo razoável para verificação do comportamento das empresas na área abordada pela pesquisa.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

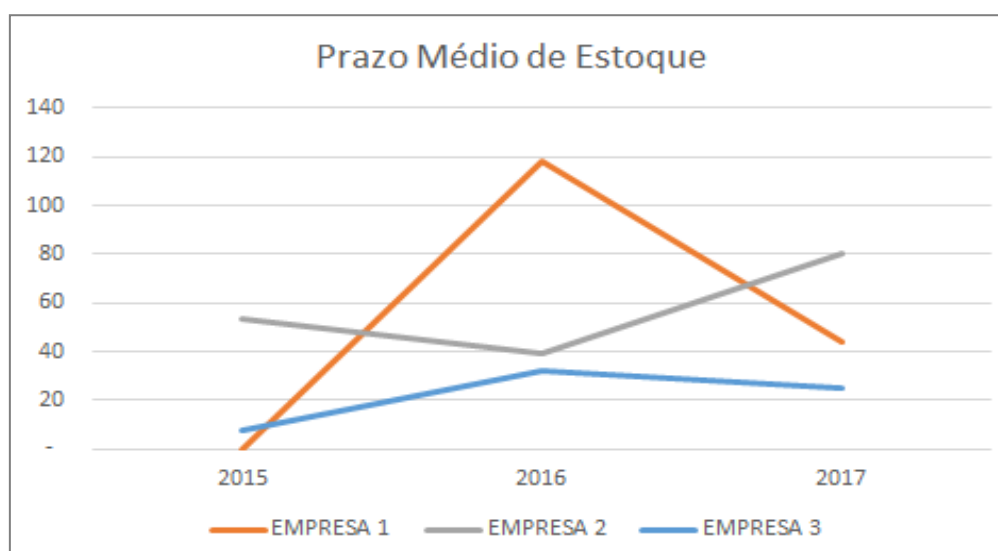
Foi realizada uma análise temporal, no estudo foram escolhidos os exercícios financeiros de 2015, 2016, e 2017 em restaurantes. Aplicando os indicadores de atividade que é o foco alvo do estudo, e sendo subdividido em: Prazo Médio de Renovação de Estoques, Prazo Médio de Recebimento de Vendas, Prazo Médio de Pagamento de Compras, Ciclo Operacional e Ciclo Financeiro, pode-se obter resultados que estão demonstrados neste capítulo.

4.1 PRAZO MÉDIO DE RENOVAÇÃO DE ESTOQUES (PMRE)

Para realizar uma análise do desempenho operacional da empresa é necessário que sejam aplicados os índices de atividade. Por meio da aplicação dos mesmos nas demonstrações das três empresas, eles estão apresentados separadamente, obtendo os seguintes resultados nos três anos escolhidos.

No Prazo Médio de Renovação de Estoque (PMRE), foi apurado os resultados demonstrados pelo Gráfico 1 a seguir:

Gráfico 1 - Prazo Médio de Renovação de Estoque



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 1, o Prazo Médio de Estoque das Empresa 1 e 3 indicou que houve um alto nível de renovação dos seus estoques obtendo respectivamente 0 e 7,21 dias em 2015, fazendo com que os custos de manutenção

do estoque estejam num baixo nível. Porém a empresa 2, obteve um resultado diferente, 53 dias, assim demorando mais a renovar seus estoques neste período e mantendo custos maiores com os estoques no período em relação as empresas 1 e 2.

No ano de 2016, a empresa 1 apresentou um PMRE de 118,41 dias, assim tornando mais oneroso para mantê-lo armazenado. Os gastos necessários para o condicionamento desse estoque poderiam ser revertidos em investimentos como imobilizados, ou até mesmo quitar despesas que ela apresente. Já a empresas 2, com 39,44 dias e a 3, com 32,18 dias, obtendo assim, resultados com uma diferença menor quando comparado ao período anterior.

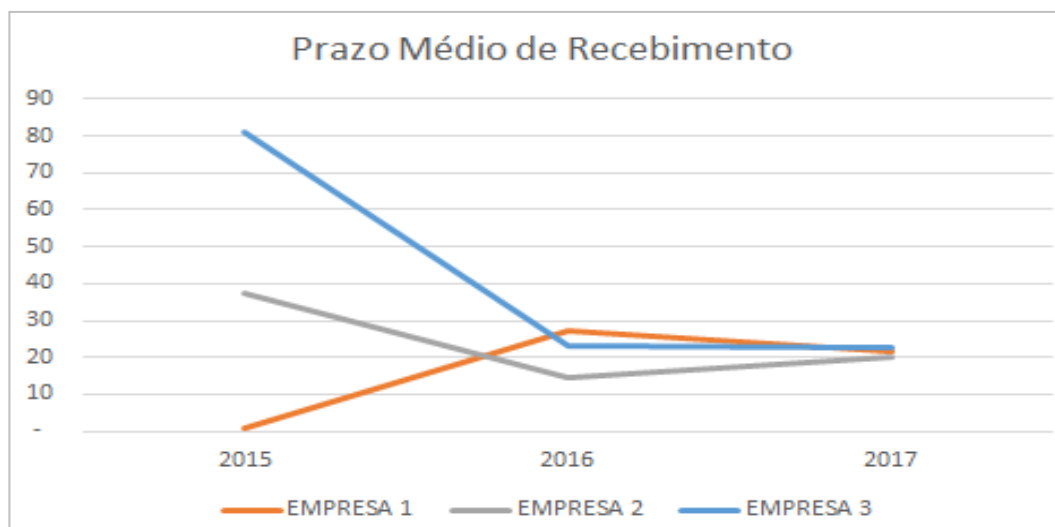
Já em 2017, as empresas 1 e 3 obtiveram uma diminuição de dias para renovação dos estoques em relação a 2016, diferentemente da empresa 2 que aumentou para 80,16 dias seu PMRE, ou seja duplicando o índice de 2016.

Com isso, pode-se obter a conclusão que a empresa que teve melhor desempenho foi a empresa 3, pois tiveram resultados mais constantes e a maior rotatividade de estoque, significando que houve um reinvestimento de seus recursos obtidos na atividade fim da empresa para adquirir novos estoques. É interessante que haja um alto nível de renovação, pois este irá acarretar no aumento da produção, e, conseqüentemente, um maior número de vendas.

4.2 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DE VENDAS (PMRV)

De acordo com o Gráfico 2, observa-se que as empresas analisadas obtiveram resultados bastante diferentes de Prazo de Recebimento de Vendas em 2015. A Empresa 1 mostrou como resultado apenas 0,72 dias para receber seus clientes, o que mostra que a organização praticamente trabalhou com vendas em espécie. Já a Empresa 2, apresentou o prazo de 37,4 dias e a Empresa 3 o de 81,0 dias, isso mostra que as mesmas trabalharam com recebimento de clientes a prazo no período.

Gráfico 2 -Prazo Médio de Recebimento de Vendas



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Diferentemente em 2016, as três empresas apresentaram um Prazo de Recebimento de Clientes com uma diferença menor que a apresentada no período anterior, com os seguintes resultados: Empresa 1 27,15 dias, Empresa 2 14,56 dias e Empresa 3 com 23,23 dias), mostrando que as empresas pelo que foi verificado, começaram a trabalhar com um maior volume do número de vendas em cartão de crédito, assim recebendo no mesmo prazo das operadoras de crédito.

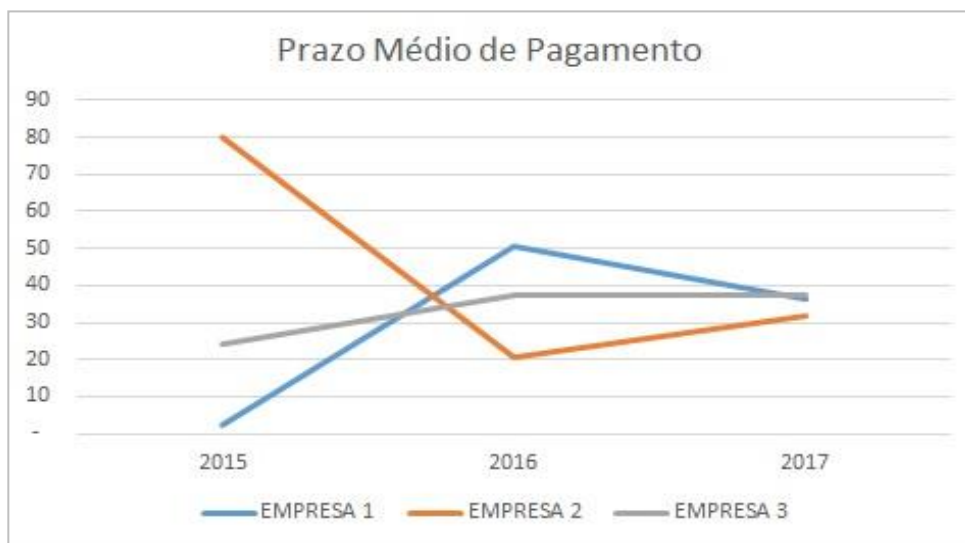
Em 2017, a tendência se repete, pois, os resultados continuaram comportando-se de forma semelhante entre as 3 empresas, respectivamente 21,85 dias, 20,26 dias e 22,82 dias, indicando como dito no parágrafo anterior, em relação ao método de trabalhar suas vendas.

O prazo de recebimento de vendas é fundamental para a empresa. Este resulta em um melhor condicionamento dos negócios, pois quanto mais rápido ela recebe, mais recursos ela terá para investir, e, assim, optar pelas melhores decisões de investimentos para ela naquele momento.

4.3 PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO DAS COMPRAS (PMPC)

No Gráfico 3, são apresentados os resultados do Prazo Médio de Pagamento das Compras, mostrando o tempo que a empresa leva para pagar seus fornecedores, este deve ser superior aos prazos concedidos aos clientes.

Gráfico 3 - Prazo Médio de Pagamento das Compras



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com o Gráfico 3, as empresas 1 e 3, no ano de 2015, mostraram um pequeno número de dias para prazo de pagamento, respectivamente 2,14 dias e 24,18 dias, inviabilizando assim um maior poder de negociação ou obtenção de vantagens. Já a empresa 2 obteve um resultado de 80,22 dias, isso viabiliza possibilidades de reinvestimento do capital que a princípio seria utilizado a curto prazo para quitação dessa obrigação, o que pode resultar em rendimentos para a empresa.

Já no ano de 2016, a empresa 2 foi a que obteve menor prazo de pagamento com 20,87 dias, o que pode ser justificado por uma troca brusca de fornecedores, diferente das empresas 1 e 3, que aumentaram seu prazo para pagar seus fornecedores, tendo como resultado a Empresa 1 50,66 dias e a Empresa 3 37,52 dias.

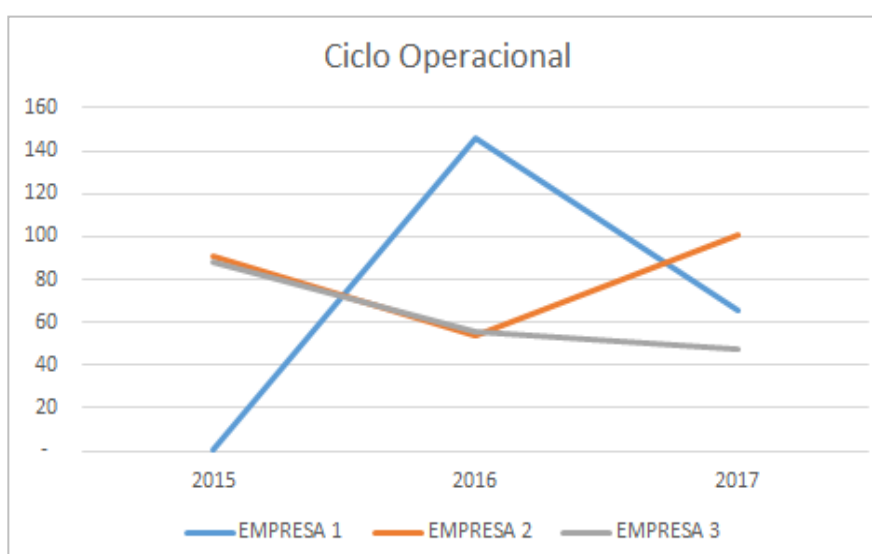
Em 2017, nos resultados obtidos, conseguiu-se enxergar que as empresas conseguiram prazo bem equivalentes: Empresa 1 (36,57 dias), Empresa 2 (31,93 dias) e Empresa 3 (37,24 dias), sendo relativamente bom, assim, pode-se enxergar que seu relacionamento com os seus fornecedores foram consolidados, na questão preço e prazo, conseguindo melhores preços com um prazo que fique acessível para as mesmas. É importante que o comportamento apresentado pelo prazo médio de pagamento de compras, seja maior que o apresentado pelo prazo médio de recebimento de vendas, configurando assim o cenário ideal.

4.4 ANÁLISE DOS CICLOS OPERACIONAL E FINANCEIRO

Por meio da verificabilidade dos ciclos das empresas, que é possível compreender os processos existentes. E por meio da análise destes, é possível um melhor desenvolvimento operacional das mesmas.

No gráfico 4 foi apresentado como o Ciclo Operacional (CO) se comportou ao decorrer dos anos analisados.

Gráfico 4 - Ciclo Operacional



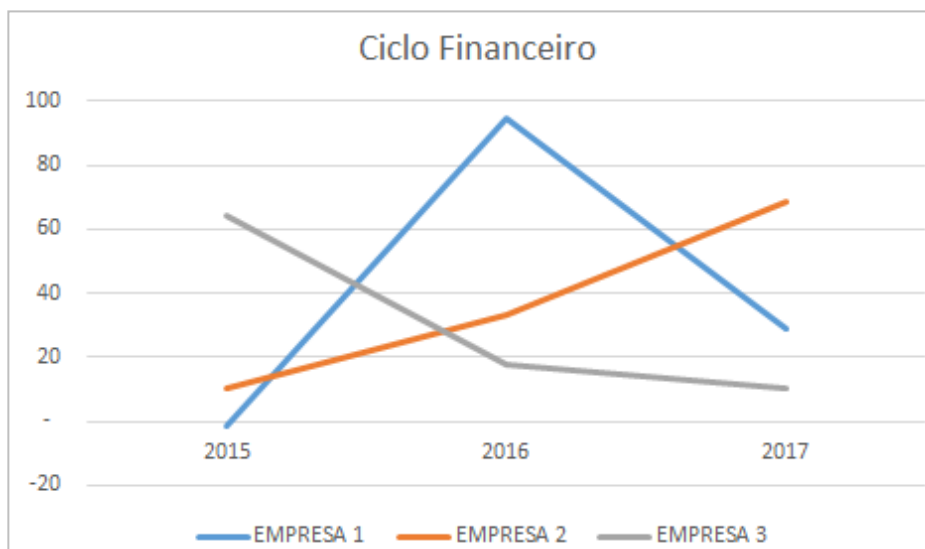
Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Referente ao ciclo operacional, de acordo com o Gráfico 4, a Empresa 1 em 2015 apresentou um resultado baixo (0,72 dias), porém um alto de nível de renovação, que foi ocasionado devido o resultado do Prazo Médio de Renovação de Estoque ter sido 0 no período, provavelmente por uma questão de ajuste no inventário da empresa, e pelo pequeno número de dias para receber seus clientes. Já as Empresas 2 e 3 respectivamente, tiveram resultados semelhantes, 90,60 dias e 88,21 dias, mostrando um desempenho mais lento, um giro de estoque mais baixo, e, conseqüentemente, uma menor movimentação de dinheiro.

Em 2016, a Empresa 1 obteve um (CO) elevado 145,46 dias, devido ao Prazo Médio de Renovação ser elevado também, o que pode ter ocasionado uma queda na funcionalidade monetária da entidade, como foi tratado no (PMRE). As empresas 2 e 3 obtiveram uma diminuição nos dias do CO, pois equilibraram sua forma de recebimento de clientes.

Já em 2017, resultaram nos seguintes Prazos: a Empresa 1 65,43 dias, Empresa 2 100,42 dias e a Empresa 3 47,66 dias. Com esses valores pode-se concluir que a Empresa 3 mostrou melhor evolução diminuindo seu ciclo aproximadamente pela metade no decorrer dos 3 anos.

Gráfico 5 - Ciclo Financeiro



Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Em relação ao Ciclo Financeiro (CF), no Gráfico 5, mostra que a Empresa 1 em 2015, apresentou um resultado negativo (-1,42 dias), podendo ser justificado pelo resultado obtido no Ciclo Operacional e também do pequeno prazo obtido com os seus fornecedores no período, ocasionando esse resultado fora de série. Já as empresas 2 e 3, trouxeram resultados respetivamente (10,38 dias e 64,03 dias), tendo assim a Empresa 2 o melhor resultado do período, pois passa menos dias para receber suas vendas após pagar seus fornecedores.

Em 2016, a Empresa 1 obteve um maior ciclo financeiro com 94,90 dias, quanto a Empresa 2 com 33,13 dias e a Empresa 3 com 17,88 dias, tornando a Empresa 1 com o pior resultado, pois demora mais tempo após o pagamento dos seus fornecedores para o recebimento de suas vendas.

Diferentemente em 2017, as empresas apresentaram resultados próximos, Empresa 1 (40,78), Empresa 2 (37,33 dias) e a Empresa 3 (30,78 dias), tornando assim a Empresa 3 o melhor Ciclo Financeiro comparando os três anos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O resultado dos restaurantes foi um tanto diversificado, baseado na análise dos resultados entre os anos estudados. Porém, visto que foram necessários alguns ajustes em relação ao estoque no período de 2015, conforme as demonstrações; assim, em 2017 pode-se extrair um resultado bem equivalente entre as entidades estudadas.

Durante o decorrer deste trabalho foi possível perceber que o mesmo pode ser aplicado em vários âmbitos, pois trata-se de uma maneira bastante eficiente para avaliação quanto a posição das entidades. É sabido que, por ter uma abordagem mais objetiva, tem atendido de forma melhor aos gestores, facilitando o entendimento dos resultados, necessidade cada vez mais presente nos dias atuais. O mesmo teve como objetivo analisar os indicadores de atividade por meio de estudo multi-casos em restaurantes, o mesmo foi atingido.

É notável que as demonstrações contábeis vão oferecer informações importantes que auxiliam nos processos operacionais e gerenciais da empresa. Não dispensando a contribuição que o profissional contábil também agrega aos dados disponíveis aos gestores. Os indicadores de atividade, interpretados da maneira adequada, poderá ser o diferencial para a empresa destacar-se no mercado em meio às demais.

Os indicadores de atividade devem ser encarados como importantes ferramentas para essa fatia de mercado, pois as contas de principais análises, são as contas patrimoniais que mais terão movimento em seu exercício financeiro. Por meio do correto controle, perdas são evitadas, estratégias para aumento das vendas são apontadas, melhorando em suma o faturamento da empresa perante seus concorrentes.

Com a evolução dos resultados mostrados no transcorrer dessa pesquisa é perceptível que estes restaurantes aumentaram os seus controles e adotaram medidas gerenciais que refletiram diretamente no resultado das empresas. Porém com a crise econômica que vem afetando diretamente o mercado como um todo nos últimos anos, aconselha-se que cada vez mais os gestores extraiam desses tipos de análise, para que assim continuem mantendo suas empresas ativas e bem estruturadas no universo mercantil.

Como limitação, o estudo realizado apresentou o tamanho da amostra, optando-se por três restaurantes pessoenses, por não ser possível ampliar tal análise para todos os restaurantes dessa cidade, devido a não acessibilidade das informações.

Por fim, efetuou-se a análise dos indicadores de atividade assim como os ciclos operacional e financeiro, e, como sugestão de pesquisas futuras que poderiam acrescentar ainda mais ao tema, a aplicação de índices para analisar seu nível de insolvência, e prever alguma situação de risco a longo prazo para as entidades alvo do estudo.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**. Um enfoque econômico financeiro. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRIGHAM, E. F.; HOUSTON, J. F. **Fundamentos da moderna administração financeira**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHING, Y. H; MARQUES, F.; PRADO, L. **Contabilidade e finanças para não especialistas**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COSTA, L. G. T; LIMEIRA, A. F. F; GONÇALVES, H. M; CARVALHO, U. T. **Análise econômico-financeira de empresas**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Fgv, 2011.

FERRARI, E. L. **Análise de balanços: análise de demonstrações financeiras**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FONSECA, M. T. **Tecnologias gerenciais de restaurantes**. 7 ed. São Paulo: Senac, 2014.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. Tradução: Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MEDEIROS, F. S. B; NORA, L. D. D; BOLIGON, J. A. R; DENARDIN, E. S; MURINI, L. T. **Gestão econômica e financeira: a Aplicação de Indicadores**. Rio de Janeiro, 2012.

MULLER, A. N; ANTONICK, L. R. **Análise financeira: uma visão gerencial: guia prático com sugestões e indicações da análise financeira das organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, A. A. O; SILVA, A. R; ZUCCARI, S. M. P; RIOS, R. P. A análise das demonstrações contábeis e sua importância para evidenciar a situação econômica e financeira das organizações. **Revista Gestão e Negócios**, São Roque, p. 1-13, 2010.

PADOVEZE, C. L.; DE BENEDICTO, G. C. **Análise das Demonstrações Financeiras**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

PORTO, L. R. **Análise das demonstrações contábeis: Estudo das Demonstrações e indicadores contábeis das Lojas Renner S.A.** Barreiras, 2017.

QUEVEDO, J. S. **Análise das demonstrações contábeis da Sulmaq Industrial e Comercial AS**. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Centro Universitário Univates, Lajeado, 2016.

RODRIGUES, M. C. **Análise das demonstrações contábeis: Comparativo entre empresas de utilidades domésticas do estado do Rio Grande do Sul**. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2018.

SILVA, A. A. **Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2010.

SILVEIRA, J.; BAY, C. A. **Indicadores baseados na análise das demonstrações contábeis como fonte de informação para processo de gestão**. Santa Cruz do Sul, 2011.