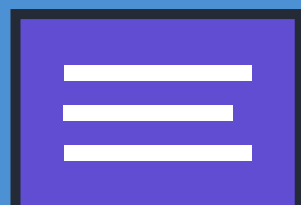




Noções básicas de finanças empresariais e pessoais

Harine Matos Maciel
Anny Kariny Feitosa
Maria Antunízia Gomes
Érica Carvalho de Lima Machado



Harine Matos Maciel
Anny Kariny Feitosa
Maria Antunízia Gomes
Érica Carvalho de Lima Machado

Noções básicas de finanças empresariais e pessoais

1ª Edição

IFCE
2021

Copyright © by Harine Matos Maciel, Anny Kariny Feitosa,
Maria Antunízia Gomes, Érica Carvalho de Lima Machado.
Todos os direitos reservados.

Capa e projeto gráfico das autoras.

Elementos gráficos utilizados a partir do banco de imagens
gratuitas do Canva.

É permitido o download, assim como o compartilhamento,
mas sem a possibilidade de promover alterações, de
nenhuma forma, ou, ainda, a utilização do conteúdo para
fins comerciais. Devem ser atribuídos créditos autorais.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

N758 Noções básicas de finanças empresariais e pessoais /
Harine Matos Maciel ... [et al.]. — Iguatu, CE : IFCE , 2021.

43 p. : il., color.

ISBN 978-65-87470-15-3

1. Educação financeira. 2. Finanças empresariais. 3. Finanças
pessoais. I. Maciel, Harine Matos. II. Título.

CDD 332

Elaborada por Rosana de Vasconcelos Sousa — CRB-3/1409

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO, 4

SEÇÃO I - FINANÇAS EMPRESARIAIS

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, 7

PRODUÇÃO, CUSTOS E VENDAS, 15

COMO INVESTIR?, 25

SEÇÃO II - FINANÇAS PESSOAIS

O ORÇAMENTO FAMILIAR, 32

REFERÊNCIAS, 41

SOBRE AS AUTORAS, 43



APRESENTAÇÃO

Vivemos em uma sociedade na qual é fundamental sabermos controlar as finanças, sejam elas no âmbito profissional ou pessoal. Mas, por que é tão importante termos esse conhecimento? O dinheiro está presente em todas as situações que vivenciamos, no dia a dia, sejam elas pequenas, como a compra diária do pão na padaria próxima a sua residência ou do salário que você recebe da empresa em que trabalha.

O objetivo deste livro é mostrar, de forma simples e objetiva, em 2 seções, as noções básicas acerca das finanças empresariais e pessoais. Nas finanças empresariais, foram abordados 3 pontos elementares: “Planejamento Estratégico”; “Produção, Custos e Vendas”; e, “Como Investir?”.

O Planejamento Estratégico é feito a partir do entendimento da importância do planejamento inicial, que requer identificar a situação atual da empresa, conhecer o público-alvo, concorrentes e fornecedores, auxiliando, assim, a gestão na tomada de decisões.

A Produção, os Custos e as Vendas compõem o processo da implantação do Orçamento Empresarial e, a partir destes dados, a empresa calcula quanto se deve produzir, vender e quanto se poderá diminuir os custos, na busca de obter o maior lucro possível.

O último tópico das finanças empresariais é o “Como Investir?”. Essa pergunta é feita por milhares de empresários e não há uma única resposta correta, porque cada caso é um caso. Todas as empresas almejam o máximo de lucro possível, o maior retorno possível dos seus investimentos.

No entanto, analisar investimentos não é simples, é necessário ter conhecimentos acerca de administração, contabilidade, economia, política, e do setor em que a empresa atua. Além de todos esses conhecimentos, o mundo dos negócios é dinâmico, está sempre mudando. Manter-se atualizado é fundamental.

Na seção II, trata-se de Finanças Pessoais – Orçamento Familiar. Hoje em dia, muitas famílias ainda ignoram a importância de se ter um Orçamento Familiar equilibrado, pensam erroneamente que somente empresas necessitam se preocupar com suas finanças.

A saúde financeira familiar é crucial para se administrar bem seus recursos e poder ter uma vida melhor para você e sua família, porque ao ajustar seu orçamento vocês poderão conquistar seus sonhos.

Esperamos que, através deste livro, os leitores possam planejar melhor suas finanças empresariais e pessoais, e, assim, alcançar mais rapidamente suas metas e objetivos.

As autoras.

SEÇÃO I

FINANÇAS EMPRESARIAIS



1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento é uma ferramenta muito importante para o sucesso dos negócios. Os empresários, gerentes, empreendedores devem utilizar-se dessa ferramenta no dia a dia da empresa. Diante disso, as empresas devem planejar de maneira contínua, com intuito de favorecer os seus resultados e se manter competitivas perante o mercado.



Os micros, pequenos e médios empresários devem, além de realizar planejamentos contínuos, verificar e controlar as ações que estão sendo planejadas e desenvolvidas por parte da empresa. E, em casos necessários, fazer replanejamento de determinadas ações, com intuito de sempre ter melhorias em ações, processos e resultados.

Que tal começar a fazer o planejamento do seu negócio?

Diversas ferramentas podem ser utilizadas para a realização do planejamento do negócio. Algumas ferramentas que poderão ajudar os empreendedores são: planilhas, softwares de gestão, elaboração do modelo de negócios (Canvas), plano de negócios.

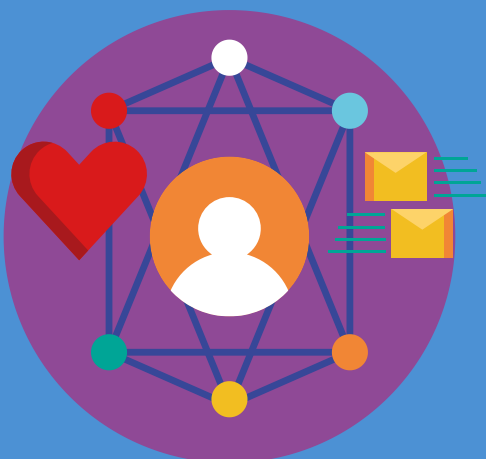


Benefícios do planejamento

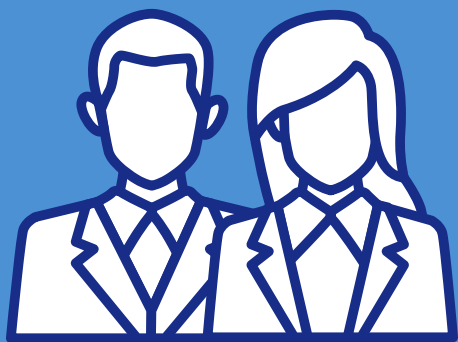
- Entender a situação atual da empresa
- Pensar sobre o futuro da organização
- Conhecer e analisar a mercado (público alvo, concorrentes, fornecedores, etc.)
- Ajudar na tomada de decisão
- Controlar os resultados, baseado no planejamento realizado



A partir do entendimento da importância do planejamento inicial, você, empreendedor, poderá realizar o planejamento estratégico.



Para Teixeira et. al (2015), o planejamento estratégico pode ser definido como ferramenta que visa auxiliar a gestão diante dos processos organizacionais. O planejamento estratégico propõe ações com intuito de contribuir no entendimento pleno dos fatores internos e externos nas empresas, possibilitando os gestores a compreensão sobre oportunidades e ameaças inerentes ao ambiente organizacional.



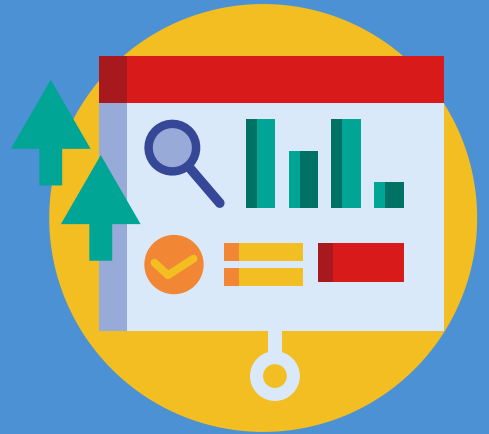
O SEBRAE (2006) afirma que os gestores devem considerar os seguintes aspectos na elaboração do Planejamento Estratégico:

- Decisões sobre o futuro da organização
- Objetivos organizacionais de longo prazo
- Atividade ou produto que será vendido e o mercado de atuação
- Os resultados financeiros esperados
- Interação com fornecedores
- Investimentos em recursos para inovação e/ou crescimento.



De acordo com o SEBRAE (2013), o processo do planejamento estratégico envolve sete etapas: declaração de visão e missão; ambiente externo: oportunidades e ameaças; ambiente interno: forças e fraquezas; situação atual; metas e objetivos; estratégia; feedback.

Para que a empresa defina a missão, primeiro, faz-se necessário o entendimento de algumas questões norteadoras, que poderão contribuir para o entendimento do propósito empresarial, assim como a causa do surgimento. Diante desse pressuposto, é importante que o empresário responda às seguintes questões:



- Qual o propósito da minha empresa?
- Quem é meu público alvo?



Para definir a visão, os gestores e empreendedores devem pensar sobre o futuro da empresa. O médio e longo prazo, traçando estratégias para alcançar as metas propostas. Para o entendimento da visão, faz-se necessário ter clareza de como a organização deseja ser reconhecida perante o seu mercado de atuação. Tente responder às questões norteadoras:

- Como a empresa pretende ser vista pelo mercado de atuação nos próximos anos?
- Qual direção devemos seguir?



Para definir a visão, deve-se analisar o planejamento e ações a serem desenvolvidas por todos que fazem parte da empresa, com intuito de que o planejado seja alcançado.

Outro aspecto inerente ao planejamento estratégico trata da análise do ambiente e da situação. Nesse tópico, os pequenos empresários devem analisar os fatores internos (forças e fraquezas), assim como os fatores externos (oportunidades e ameaças). Dessa forma, será possível analisar os pontos positivos e negativos do negócio.

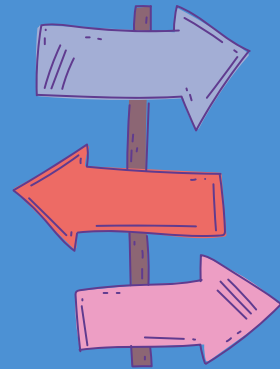


Exemplos de oportunidades:

Aumento do volume de vendas

Resultados positivos das ações de marketing

Baixa concorrência



Exemplos de ameaças:

Impostos elevados

Grande número de empresas concorrentes

Exemplos de forças:

Qualidade no atendimento

Boa localização

Treinamento dos profissionais



Exemplos de fraquezas:

Falta de qualificação

Falta de recursos financeiros



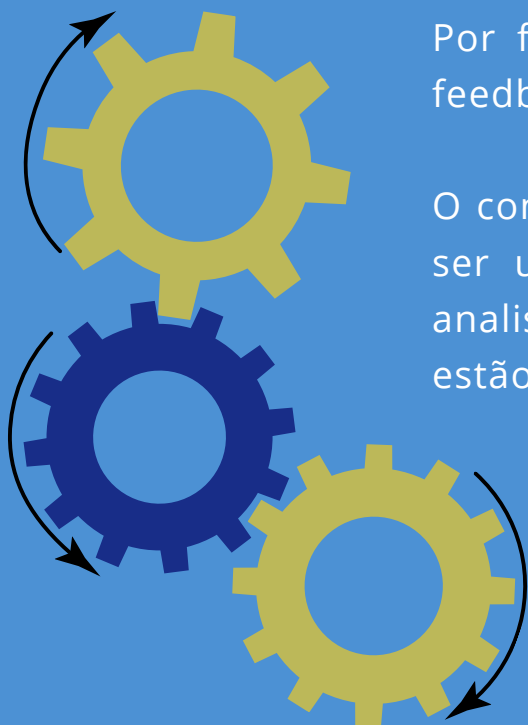
A partir do entendimento dos fatores internos e externos, será possível visualizar o contexto macro que envolve a gestão de um negócio. Dessa forma, o gestor estará ciente da situação atual da empresa perante o mercado e dos seus pontos fortes e fracos. Podendo, assim, buscar entender tais aspectos e se tornar mais competitivas perante o mercado no qual atua.

Na construção do planejamento estratégico do negócio, os objetivos e metas são ferramentas extremamente necessárias para que a empresa tenha clareza das ações planejadas. A partir dos objetivos traçados pela organização, serão traçadas as metas. Posteriormente, deverá ser definida a estratégia que a empresa irá utilizar.

A estratégia envolve o plano e suas ações a serem executadas por todos os envolvidos na empresa. Para facilitar esse processo, a empresa deve definir, de forma clara, o papel dos departamentos, das pessoas e recursos necessários para a realização da estratégia. Essas ações podem ser apresentadas por meio de um check list.

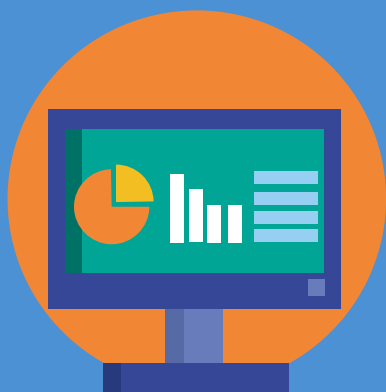


<i>Quem?</i>	<i>O quê?</i>	<i>Quais recursos?</i>	<i>Quando?</i>



Por fim, é necessários o controle e o feedback a todos os envolvidos.

O controle é uma ferramenta que deve ser utilizada de forma contínua para analisar se os resultados alcançados estão de acordo com o planejado.



O controle permite, também, entender e se adequar às mudanças exigidas pelo mercado de atuação e pelos consumidores.

Com isso, cabe aos empresários e gestores avaliar, cuidadosamente, os resultados e repassados o feedback aos envolvidos nas ações planejadas.

Vale ressaltar que o planejamento pode ser modificado sempre que necessário para que a empresa alcance melhores resultados.



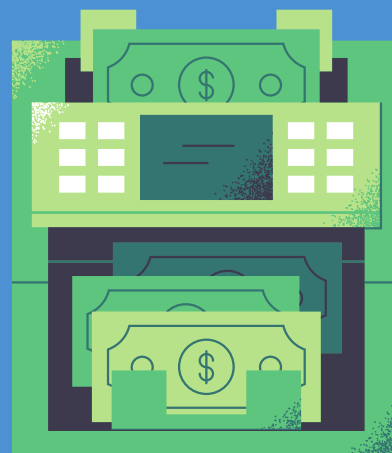
2 PRODUÇÃO, CUSTOS E VENDAS

A organização do Orçamento Empresarial compreende inúmeras atividades dentro de uma empresa, ou seja, quanto maior a empresa mais complexo serão os passos que cada setor deverá seguir para se alcançar as metas estabelecidas. O processo de implantação do Orçamento Empresarial é composto por diversas etapas. Nele, a produção, os custos e as vendas são partes importantes da composição.



De acordo com Lunkes (2009), o Orçamento Empresarial pode ser definido como um plano dos processos operacionais para um determinado período de tempo. Para se alcançar o sucesso no mundo empresarial é importante que a empresa busque a colaboração efetiva de todos os funcionários através de uma boa comunicação e incentivos financeiros e não financeiros, buscando, assim, promover a qualidade de vida.

O primeiro passo dos processos operacionais de uma empresa é o plano de produção. Neste plano, deve-se calcular quanto a empresa pretende produzir de determinado produto ou serviço para atender seus clientes.





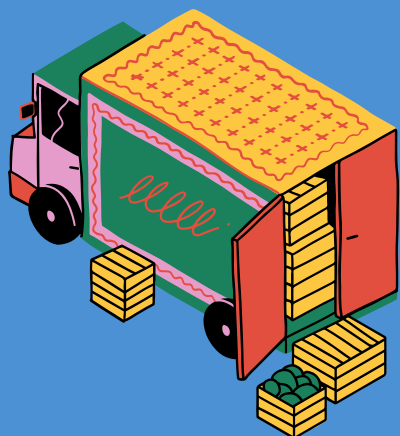
Para tanto, deve-se conhecer seu público alvo, que não é uma tarefa tão simples como parece. De início, muitas empresas não delimitam quais públicos pretendem atender e, com isso, prejudicam o foco de produção, o que pode acarretar quantidades de produção insuficientes ou acima do necessário, fazendo, assim, com que a empresa tenha perdas financeiras.

Além de conhecer bem os seus consumidores, as empresas também precisam delimitar a sua capacidade de produção. Não é possível calcular, precisamente, quanto se gastará com máquinas, equipamentos e quantidade de funcionários, no início das atividades de uma empresa. Mas, após um tempo de pleno funcionamento, é perfeitamente viável ter o conhecimento de quanto é necessário para produzir para se ter lucro na empresa.



Não é fácil organizar a quantidade a ser produzida. De acordo com Sanvicente e Santos (1983), é importante atender a 3 aspectos: orçamento de vendas, minimização dos custos de produção e minimização dos investimentos em estoques.

Ainda de acordo com os mesmos autores,
há 3 tipos de planos de produção:



- Produção constante: a produção possui sempre o mesmo nível porque sempre vende os produtos. Exemplo: alimentos essenciais como arroz, pão, ovo;
- Produção ao nível de vendas: a produção será maior se tiver mais vendas. Exemplo: álcool em gel e máscara na pandemia;
- Produção por ciclos: a produção é feita em determinadas épocas do ano. Exemplo: ovo de pascoa, panetone.

O ato de produzir é significativo para o Orçamento Empresarial, já que é a base do sucesso de uma empresa. Quanto mais rápido e eficiente a empresa conseguir produzir, mais resultados positivos a empresa terá.



Além disso, para a produção ser colocada em prática, é necessário que diversos setores se dediquem, desde o projeto inicial até a aprovação, para a fabricação de um produto ou serviço.



Para todo esse processo funcionar, é necessário ter uma equipe qualificada e integrada, para que as informações sejam claras, transparentes e rápidas, facilitando, assim, a comunicação no ambiente de trabalho. Demonstra-se, desse modo, que a produção não é somente o ato em si de produzir, e sim um conjunto de ações realizadas antes, durante e até mesmo depois do processo concluído.

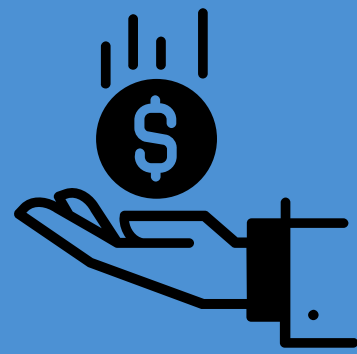
As empresas têm, em geral, o principal objetivo de lucrar e para isso elas buscam os menores custos possíveis e as maiores receitas. Por isso, um ponto importante a considerar dentro da produção são os custos de se produzir. Quanto menores os custos, melhor para a empresa.



Os custos são os gastos ligados, de forma direta ou indireta à geração de um produto ou serviço. Assim, os custos podem ser diretos e indiretos. Os custos diretos são aqueles que estão ligados diretamente à produção do produto ou serviço, como as máquinas, equipamentos e a mão de obra. Já os custos indiretos são os demais serviços utilizados como os gastos para manter as máquinas e os equipamentos funcionando.



Existem, também, os custos fixos e os custos variáveis. Custos Fixos são todos os custos que não variam conforme a quantidade produzida. Por exemplo, a conta da internet e a conta da assinatura do telefone fixo não se alteram se a produção for maior ou menor, por isso se classificam em uma empresa como custos fixos de produção. Já os Custos Variáveis são os custos que variam conforme a produção, como a energia elétrica, pois, se a produção for maior, a conta de energia da empresa será mais cara, pois houve mais uso de energia.



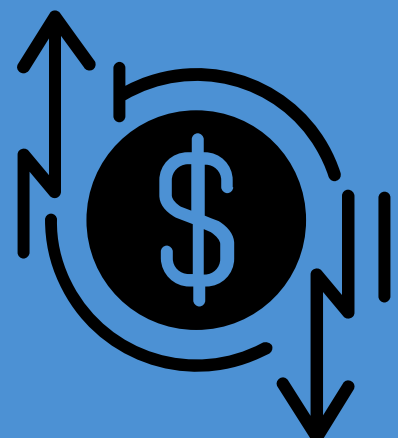
A Gestão de Custos é essencial para a tomada de decisão por parte dos dirigentes das empresas, pois apresenta informações do ambiente interno e externo, mostrando, assim, a real situação em que a empresa se encontra. Entretanto, controlar os custos de uma empresa, competir por preços mais acessíveis, buscar lucros maiores, tem sido uma tarefa acirrada no mercado atual.

Segundo Wernke (2004), a gestão estratégica de custos trabalha com três conceitos:

Cadeia de Valores;

Posicionamento Estratégico;

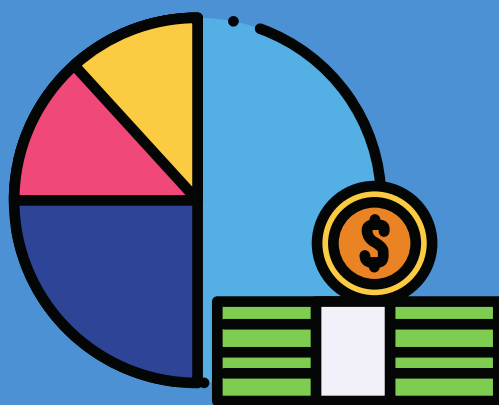
e, Análise dos Direccionamentos de Custos.





Cadeia de Valores: que analisa passo a passo, o caminho percorrido desde a matéria prima até o consumidor final. Para a empresa ter sucesso ela deve ter uma visão total e ampla, não preocupando-se somente com fatores internos, mas também com os externos.

Posicionamento Estratégico: analisa o enfoque que empresa quer dar a sua atuação, como tipo de cliente, produtos diferenciados e medidas de redução de custos para ter uma vantagem competitiva. Para se manter competitiva, a empresa deve saber o que quer, onde quer chegar e ter um plano para tal pretensão, uma missão ou meta.



Análise dos Direccionamentos de Custos: levantar quais são os fatores que efetivamente provocam os custos, refletindo de forma precisa a realidade. Os direccionamentos estruturais estão ligados às escolhas realizadas pela empresa que direcionam o custo do produto: o tamanho do investimento a ser feito, qual será a linha de produtos ou serviços a serem oferecidos aos clientes.

O Orçamento de Vendas é o primeiro que deve ser organizado na empresa. É a partir dele que todos os outros planejamentos devem ser feitos. Segundo Lunkes (2009), o orçamento de vendas é formado pelas previsões de vendas de um período determinado de tempo. Ele estima as quantidades de cada produto e serviço que a empresa planeja vender, define o preço a ser praticado, condições básicas da venda, clientes a serem atendidos, entre outros.



O Orçamento de Vendas pode ser influenciado pela capacidade produtiva da empresa, qualificação dos funcionários, problemas financeiros, políticas governamentais, mercados fornecedores e concorrentes. O setor responsável deve estar diretamente ligado ao setor de marketing para saber as políticas de preços, produtos, promoções e distribuições, apurar tendências, opiniões, concorrências.



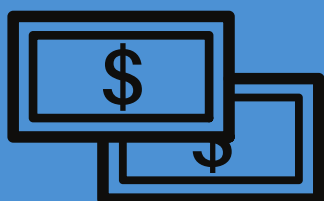
Sanvicente e Santos (1983) sugerem que, por meio um relatório gerencial, o orçamento de vendas possa fornecer as projeções de vendas expressas em quantidades e em valores. Além disso, as projeções devem estar detalhadas de acordo com três critérios: produto, tempo e área geográfica.

O ato de vender é fazer com que o cliente desenvolva interesse pelo produto oferecido. Muitos vendedores utilizam-se do marketing para tornar o seu produto um objeto de consumo muito desejado, influenciando, assim, o gosto e a preferência do seu público alvo. Porém, para utilizar estas ferramentas é necessário ter conhecimento acerca dos consumidores a quem o produto será destinado.

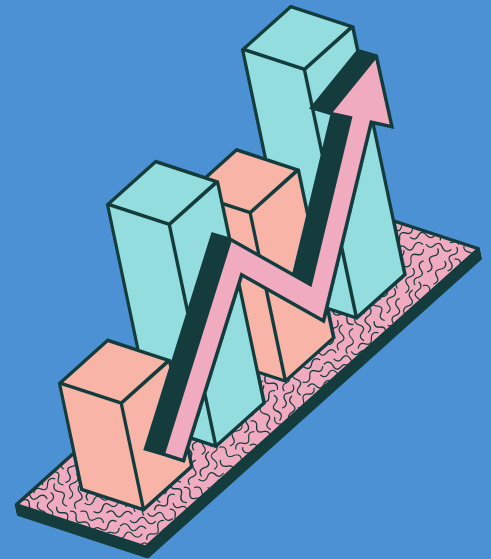


Segundo Zdanowicz (2001), o orçamento de vendas é uma das etapas mais importantes da organização, pois está relacionado com a capacidade do mercado em adquirir os produtos e /ou serviços. O autor destaca como principais características do orçamento de vendas:

- a) a elaboração deverá ser em unidades físicas e monetárias, mas, se for impraticável, a estimativa das quantidades se restringirá ao aspecto monetário;
- b) mercado em que o produto e/ou serviço deverá ser comercializado;
- c) preço de venda unitário, que será praticado em cada mercado;
- d) receita estimada por produto e/ou serviço, por linha de produtos ou por filial de vendas.



Elaborar o Orçamento de Vendas é uma tarefa fundamental, já que, a partir dele, serão traçadas as ações utilizadas para as vendas dos produtos ou serviços da empresa, e os lucros ou prejuízos futuros serão consequências de como esse orçamento foi colocado em prática. Além disso, contribui com informações para outros departamentos da empresa.



Sanvicente e Santos (1983) abordam que na elaboração do orçamento de vendas são consideradas variáveis de mercado consumidor, variáveis de produção, variáveis de mercado fornecedor e de trabalho e variáveis de recursos financeiros.

De acordo com Passarelli (2003), as principais dificuldades de elaboração do orçamento de vendas relacionam-se diretamente com os seguintes fatores: falta de estatísticas adequadas; flutuações de mercado; sazonalidade; falta de informações detalhadas sobre planos de competição; diversidade de produtos; e a reação do consumidor.



O fator mais importante é estudar bem as tendências do mercado, entender os clientes, saber o que o seu público alvo necessita. A empresa precisa estar preparada para atender às expectativas dos clientes, pois a concorrência é acirrada, na maioria dos setores, sendo fundamental o constante desenvolvimento intelectual e tecnológico para acompanhar as transformações no mercado.



O mercado exige que as empresas procurem ser o mais eficiente possível, através de uma melhoria contínua em sua produtividade, qualidade dos produtos, redução de custos, aumento dos lucros e qualificação dos profissionais. Por isso, é necessário que se busque obter o máximo de informações do mercado em que se pretende inserir uma empresa. Estar atualizado sempre será um ótimo começo.

3 COMO INVESTIR?



Você já deve ter percebido a importância do orçamento empresarial como uma ferramenta de planejamento e, como tal, entendido seu papel na manutenção do negócio no mercado em que atua. Desta forma, ao buscar a projeção das receitas e despesas de determinada empresa, vai ser crucial um planejamento financeiro para identificar quais os investimentos serão necessários e definir quais decisões que deverão ser tomadas.



Um bom exemplo é o caso de uma empresa que busca adquirir novas máquinas para aumentar sua capacidade produtiva. Ao ter em mãos o orçamento empresarial, a empresa é capaz de diagnosticar sua situação financeira e compreender se o momento é adequado para aquisição de novos equipamentos, tendo em vista que incorrerá em custos.

Além disso, o uso desse instrumento de planejamento indicará, também, se os recursos serão provenientes do capital próprio da empresa ou se será preciso captar recursos externos, a exemplo de crédito junto a instituições bancárias.

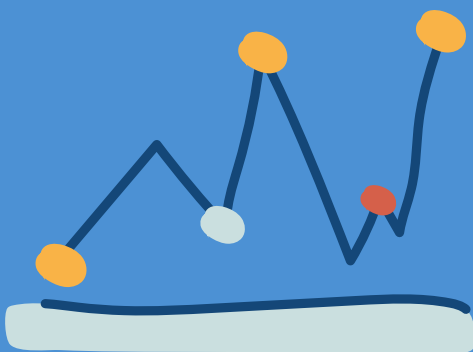


Nesse sentido, Minardi e Saito (2007) ressaltam que a sustentabilidade de uma empresa no mercado depende da alocação eficiente dos seus recursos na busca da maximização do valor futuro.



Denomina-se de orçamento de capital, ou de investimentos, essa fase do processo orçamentário que elabora uma relação de saídas de capital que representam as decisões de investimento futuro e a previsão da capacidade produtiva.

A empresa deve buscar, constantemente, conhecer as especificidades do seu negócio e, assim, entender a prioridade do momento em questão. Esse detalhamento definirá os investimentos necessários, bem como as ações a serem executadas. Consequentemente, a empresa poderá propor ações voltadas para a sua manutenção, ou para redução de despesas, ou expansão da sua atividade, por meio de novos mercados e/ou novos produtos, ou estímulo à pesquisa e desenvolvimento (P&D), entre outros objetivos.



Se, por exemplo, a decisão for por expandir para novos mercados, a empresa poderá abrir novas filiais e incorrerá em gastos voltados para gerar uma estratégia competitiva frente aos concorrentes, mediante investimento em máquinas e equipamentos, que garantam um diferencial no mercado.

Posteriormente, cabe à empresa avaliar o retorno dos projetos de investimento e classificá-los para a tomada de decisão sobre a inclusão, ou não, no orçamento de capital. Essa etapa é de grande importância, tendo em vista que serão utilizados instrumentos para subsidiar o processo decisório e minimizar os riscos inerentes. Entre os principais indicadores para a análise de investimentos têm-se:



- Payback simples ou descontado
- Taxa interna de retorno (TIR)
- Valor presente líquido (VPL)



Por simplificação, aqui será analisado o payback, que se refere ao prazo de recuperação do investimento inicial. Podemos tomar o seguinte exemplo: Uma empresa está analisando a adoção de uma nova tecnologia que custa R\$ 500 mil e que vai diminuir em 20% o custo de fabricação de um produto da empresa. A capacidade produtiva mensal da empresa atualmente é de R\$ 8 mil e cada produto tem um custo de R\$ 200,00. Ao se analisar o investimento nessa nova tecnologia, os gestores buscam saber se a mesma é uma boa alternativa e quanto tempo demorará para o investimento retornar à empresa.

Esse questionamento pode ser respondido pela análise do payback, como veremos a seguir:

- Investimento (Adoção da tecnologia): R\$ 500.000,00
- Custo unitário do produto: R\$ 200,00
- Redução do custo pela adoção da tecnologia:
R\$ 200,00 - 20% = R\$ 160,00
- Economia: R\$ 40,00
- Capacidade produtiva mensal: 8 mil
- Capacidade produtiva anual: 96 mil



Ao calcular o valor do investimento pelo valor da economia obtida pela adoção da tecnologia, tem-se a quantidade de produtos que será necessária para o pagamento da tecnologia. Ou seja:

$$\frac{500.000,00}{40,00} = 12.500$$

A representação desse valor em período de tempo será:

$$\frac{12.500}{8.000} = 1,5625$$

Assim, demorará, aproximadamente, 1,56 meses para a empresa recuperar o valor investido na aquisição da tecnologia.



Desta forma, por meio do payback é possível analisar a viabilidade financeira do investimento e comparar os prazos de recuperação do capital dos distintos projetos. O uso dessa ferramenta, combinado com os demais indicadores, permite escolher o investimento mais vantajoso para a empresa, dados os objetivos e expectativas do negócio.



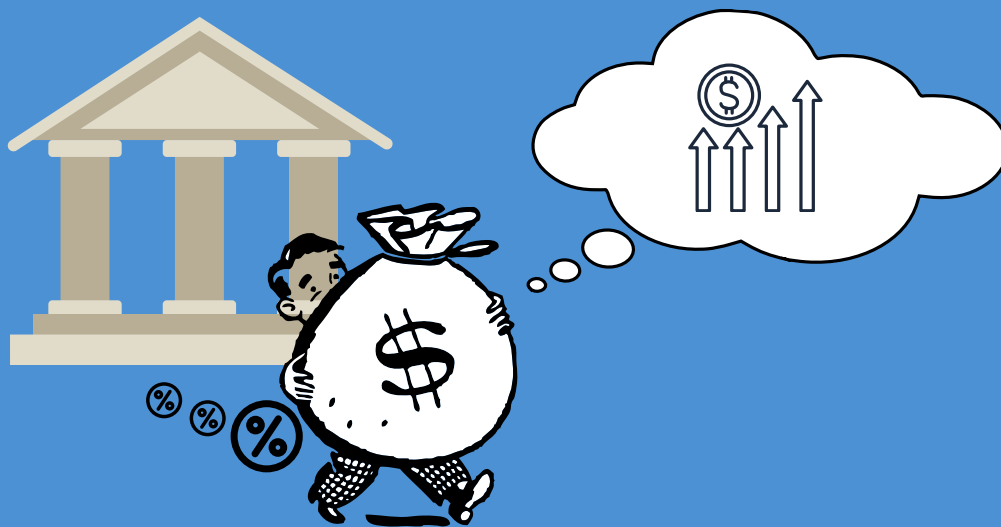
Logo após a mensuração da viabilidade financeira, elabora-se um relatório que auxiliará a tomada de decisão. A aceitação do projeto de investimento dependerá, entre outros fatores, da magnitude de recurso, da compatibilidade com o objetivo da empresa, e da relevância dos gastos. Diante desse cenário, alguns projetos são tidos como independentes ou mutuamente exclusivos.

Os projetos independentes são aqueles que seus fluxos de caixa não dependem um do outro, pois não concorrem entre si pela aceitação dentro da empresa. Esse caso seria, por exemplo, uma empresa que está analisando duas propostas de investimento: uma relacionada à implantação de um novo sistema informatizado e outra associada à aquisição de um novo equipamento. Assim, posteriormente à análise de viabilidade financeira, caso esses projetos sejam independentes, se aceitos, ambos poderão ser executados.



Os projetos mutuamente exclusivos, por outro lado, são aqueles que concorrem entre si para a decisão de investimento ser levada adiante. Desta forma, por exemplo, quando uma empresa busca expandir sua capacidade produtiva, ela pode se debruçar em três alternativas: expansão para uma nova área, expansão da fábrica, contratação de outra empresa. Ao escolher uma opção, automaticamente, a empresa abrirá mão das demais.

Ciente da potencialidade do investimento, a empresa fará o levantamento da necessidade de capital, tendo em vista que pode não dispor do total de recursos necessários para a implantação do projeto. Portanto, é nessa fase que a empresa irá comparar as distintas fontes de captação de recursos: financiamento bancário, investimento com sócio, investimento por aporte governamental, etc. Todavia, a seleção da fonte de investimento mais adequada deve atender a uma série de aspectos: particularidades da instituição credora e da linha de crédito, da taxa de juros vigente, dos prazos, da carência, entre outros.



Em síntese, defende-se que qualquer investimento realizado esteja inserido numa análise ampla de todo o funcionamento da empresa, ratificando a pertinência de se realizar uma projeção financeira, que englobe todas as fontes de receitas e despesas. A realização de um bom planejamento é condição necessária no processo de tomada de decisão empresarial e deve estar alinhada com ações que buscam o crescimento da empresa.

SEÇÃO II

FINANÇAS PESSOAIS



4 O ORÇAMENTO FAMILIAR

O orçamento familiar é o planejamento de rendas e gastos. É uma ferramenta importante para organizar, disciplinar e avaliar nossa capacidade de pagamento e de economizar.



Por meio de um orçamento familiar, é possível administrar melhor o seu/nosso dinheiro. Ele nos ajuda a entender, por exemplo, que nem todo desembolso (saída de dinheiro do “caixa”) é gasto, pode se tratar de um investimento; também, permite compreender que nem sempre é necessário realizar determinadas aquisições.

O nosso orçamento familiar pode estar em equilíbrio ou desequilíbrio. Dizemos que a situação financeira está em equilíbrio, quando nossa renda é maior do que nossos gastos. O desequilíbrio é o inverso, você gasta mais do que ganha.





Por isso, é necessário entender que a saúde financeira do seu orçamento, seja individual ou familiar, depende da organização de seus ganhos (receitas) e gastos realizados, bem como da prioridade que você atribui a determinados bens e serviços.

Entretanto, para administrar bem seus recursos, a primeira coisa a se fazer é perguntar a si mesmo:



"em que eu gasto meu dinheiro?"

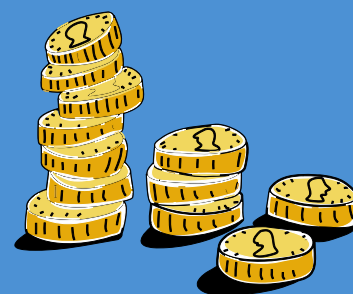
Se você não sabe a resposta, vou te ajudar a descobrir, por meio de exercícios fáceis e práticos.



Perceba que é fundamental manter seu orçamento equilibrado, controlado, de modo que suas receitas sejam maiores do que as despesas, ou seja, procurando não gastar mais do que ganha. E, se possível, reservando uma parte do que se ganha, para cobrir eventuais imprevistos ou para investir no futuro.



Poupar, para muitos, parece uma tarefa praticamente impossível, mas não é. Acredite! Você só precisa dar um passo de cada vez. E, aos poucos, conseguirá ajustar suas finanças.

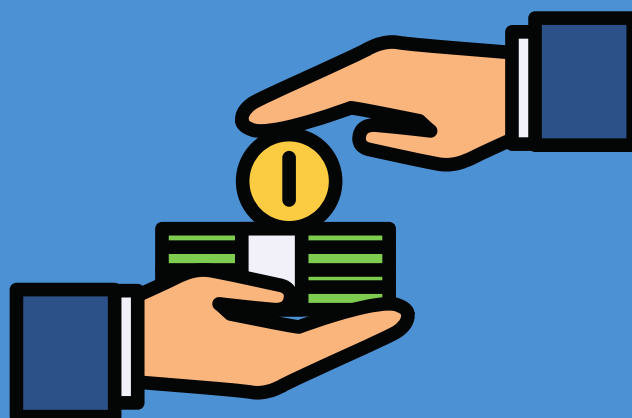


Para tanto, é imprescindível identificar, inicialmente, o total de rendimentos (quanto você ganha), seja semanal, quinzenal ou mensalmente. Neste caso, é interessante elaborar um quadro de rendas.

Caso alguém ajude a cobrir as despesas da casa, você deve incluir a renda dos membros da sua família (dos que vivem com você, e colaboram com a composição da renda familiar).

Quadro 1 – Renda familiar

Integrante da família	Montante
Eu	1.100,00
Esposo(a)	1.100,00
Total	2.200.00



Outro ponto importante é listar os desembolsos (gastos/investimentos) realizados no dia a dia.

Faça uma lista ou quadro de gastos. Nele, anote tudo o que for comprado (e pago), até completar uma semana, quinzena ou mês, para que você consiga identificar para onde vai o seu dinheiro.



Quadro 2 – Gastos familiares

Gasto/Item	Quantidade	Data	R\$	Necessário SIM ou NÃO
Aluguel				
Alimentação				
Energia elétrica				
Água				
Pizza				
Parcela de televisão				
Festa de aniversário				
...				
Total				

Observe que se você incluiu a renda de outros integrantes da família no Quadro 1, deve incluir, também, os gastos que são de responsabilidade de cada um, no Quadro 2. Por exemplo, na sua casa, você paga a energia elétrica, mas seu esposo(a) paga o gasto com supermercado. Porém, se você preferir realizar o planejamento orçamentário individual, deve listar apenas seus ganhos e as despesas de sua responsabilidade.

Após relacionar tudo com que você gasta, durante determinado período, será possível classificar se foi realizado um gasto ou um investimento. Você também terá condições de analisar se era algo necessário, ou seja, se havia necessidade real de comprar determinado produto, ou se tratava apenas de um desejo.



Vamos refletir? #Necessidade e Desejo

Leia e, se possível, também ouça a letra da música:

Comida (Titãs)

Bebida é água
Comida é pasto
Você tem sede de quê?
Você tem fome de quê?
A gente não quer só comida
A gente quer comida, diversão e arte
A gente não quer só comida
A gente quer saída para qualquer parte
A gente não quer só comida
Quer comida, diversão, balé
A gente não quer só comida
A gente quer a vida como a vida quer
A gente não quer só comer
Quer comer e quer fazer amor
A gente não quer só comer
A gente quer prazer pra aliviar a dor
A gente não quer só dinheiro
A gente quer dinheiro e felicidade
A gente não quer só dinheiro
A gente quer inteiro e não pela metade
Desejo, necessidade, vontade
Necessidade, desejo
Necessidade, vontade
Necessidade, desejo
Necessidade, vontade
Necessidade, desejo
Necessidade, vontade
Necessidade



A necessidade, de acordo com o dicionário Michaels (online), significa “1. Característica do que é necessário. 2. O que é absolutamente vital. 3. Aquilo que é inevitável. 4. O que é de grande utilidade”

Fonte: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/necessidade>



Por sua vez, o desejo é “1. Ato ou efeito de desejar; tendência da vontade a buscar o conhecimento, a posse ou o desfrute de alguma coisa. 2. Anseio ou carência consciente; querer, vontade. 3. Anseio veemente de alcançar determinado objetivo; ambição, cobiça, cupidez”.

Fonte: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/desejo/>

Relacionando-se ambos conceitos ao orçamento familiar, podemos perceber que determinados gastos são realizados não para satisfazer a necessidades, mas para responder a anseios/desejos de consumo, que, algumas vezes, são motivados por modismo, influência da mídia, propagandas, dentre outros.



Não é errado desejar. Porém, cada um deve analisar, dentro da sua estrutura orçamentária, se esse desejo não está se tornando um fardo, se não está comprometendo a saúde financeira do grupo ou indivíduo.

Entenda que um desejo ou um gasto desnecessário (não necessário) é aquele que pode sempre ser evitado, principalmente, quando sua realização compromete a saúde financeira do seu orçamento. Por exemplo, quando para adquirir determinado bem você tenha que ultrapassar o valor do que ganha mensalmente, endividando-se, ou, se para pagar pelo bem, ou serviço, você tenha que sacrificar algo realmente necessário para sua família.



É muito comum as pessoas ignorarem sua capacidade de pagamento e até se acostumarem a conviver com o saldo negativo do limite de crédito bancário. Porém, esta não é a atitude mais acertada para quem procura equilíbrio financeiro/orçamentário.

Com o exercício de listar seus ganhos e gastos, e classificar suas despesas em “necessárias” e “não necessárias” ou em “necessidades” e “desejos”, você verá que poderá equilibrar seu orçamento, ajustar a capacidade de pagamento da família, realizando suas aquisições com responsabilidade, assumindo o pagamento de seus compromissos.



Além disso, ao ajustar seu orçamento, você terá condições de conquistar a possibilidade de iniciar uma poupança, ou seja, poderá reservar parte do que ganha, ou para cobrir imprevistos ou implementar projetos pessoais e familiares.

Estabeleça metas mensais para cumprir. Pode começar com pequenos valores. Por exemplo, determinar que todos os meses guardará R\$ 10, R\$ 50 ou R\$ 100, a depender do que as condições permitam. O importante é realizar o exercício de reservar algum valor. Mas, veja bem, antes de pensar em reservar (poupar), é necessário equilibrar as contas.

Quadro 3 – Exemplo de orçamento quinzenal



Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	TOTAL
RECEITAS (A)																
Salário 1																
Salário 2																
TOTAL																
GASTOS (B)																
Alimentação																
Aluguel																
Energia																
Água																
Colégio(s)																
Faculdade																
Refeição fora de casa																
Parcela de carro/moto																
TOTAL																
SALDO (A-B)																

Caso o resultado de A-B seja positivo, significa que você gasta menos do que o que ganha, assim tem uma reserva que pode ser guardada (poupança) ou tem capacidade de pagamento para assumir novos compromissos financeiros. Caso o resultado seja negativo, significa que você gasta mais do que o que ganha.



Em resumo, nesse tópico vimos que para manter o orçamento familiar equilibrado é importante:



Identificar seus ganhos totais;



Conhecer e analisar seus gastos (individuais ou familiares);



Priorizar os gastos necessários e, com o tempo, diminuir/eliminar os gastos desnecessários;



Gerenciar com responsabilidade seus gastos, para alcançar a poupança proposta em suas metas.



REFERÊNCIAS

CASTANHEIRA, D. R. F.; SAUAIA, A. C. A. A Prática do Orçamento empresarial: uma Ferramenta de Apoio à Decisão. 1º Encontro de Administração da Informação, Florianópolis. 2007.

LUNKES, Joao Rogerio. Manual de Orçamento. 2 edição. São Paulo: Atlas, 2009.

MINARDI, Andrea Maria Accioly Fonseca; SAITO, Richard. Orçamento de capital. Revista de Administração de Empresas (Rae), São Paulo, v. 47, p. 79-83, jul. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rae/v47n3/v47n3a07.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2021

PASSARELLI, J. Orçamento empresarial: como elaborar e analisar. São Paulo: IOBThomson, 2003.

SANVICENTE, Antonio Zoratto; SANTOS, Celso da Costa. Orçamento na Administração: planejamento e controle. 2 edição. São Paulo: Atlas, 1983.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Coleção de Manuais de Controles Básicos para micro e pequenas empresas. 2006.

SEBRAE/MG. Manuais Como Elaborar: 2013.

TEIXEIRA, C. A.C; DANTAS, G. G. T; BARRETO, C. A. A importância do planejamento estratégico para as pequenas empresas. Revista Eletrônica Científica da FAESB. Setembro 2015 V. 1 N. 2 p. 104-123. Disponível em:
<http://34.230.124.106/ojs/index.php/rmd1/article/view/43/79>.
Acesso em 27.mar.2021

WERNKE, R. Gestão de custos: uma abordagem prática. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Planejamento financeiro e orçamento. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2001.

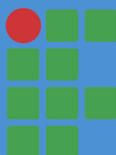
SOBRE AS AUTORAS

Anny Kariny Feitosa: Pós-doutora pela Universidade Federal do Cariri e pela Universidade de Aveiro. Doutora em Ambiente e Desenvolvimento pela Univates. Mestre em Economia pela Universidade Federal do Ceará. Docente no Instituto Federal do Ceará – IFCE, campus Iguatu.

Érica Priscilla Carvalho de Lima Machado: Doutora em Economia pela Universidade Federal de Uberlândia. Mestre em Estudos Urbanos e Regionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN. Docente na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Harine Matos Maciel: Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Docente no Instituto Federal do Ceará – IFCE, campus Baturité.

Maria Antunizia Gomes: Doutoranda e Mestre em Administração pela Universidade Potiguar - UnP. Bacharel em Administração de Empresa pela Universidade Estadual Vale do Acaraú - UVA. Docente no Instituto Federal do Ceará – IFCE, campus Iguatu.



**INSTITUTO
FEDERAL**
Ceará

