



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

DANIELA JAKSON

**ADMINISTRAÇÃO EFICAZ DOS RECURSOS FINANCEIROS E
FINANÇAS PESSOAIS**

ASSIS – SP
2012

DANIELA JAKSON

**ADMINISTRAÇÃO EFICAZ DOS RECURSOS FINANCEIROS
PARA FINANÇAS PESSOAIS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e à Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito parcial à obtenção do Certificado de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

Orientador: Prof. Jairo da Silva

Assis – SP
2012

FICHA CATALOGRÁFICA

JAKSON, Daniela.

Administração eficaz dos recursos financeiros para finanças pessoais / Daniela Jakson.
Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA - Assis, 2012.
24p.

Orientador: Prof. Jairo da Silva.

Trabalho de conclusão de curso – Instituto Municipal de Ensino de Assis – IMESA.

1. Finanças pessoais; 2. Recursos financeiros.

CDD: 658
Biblioteca da FEMA

ADMINISTRAÇÃO EFICAZ DOS RECURSOS FINANCEIROS PARA FINANÇAS PESSOAIS

DANIELA JAKSON

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA, como requisito do Curso de Graduação, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: Prof. Jairo da Silva

1 Examinador(a):

2 Examinador(a):

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, em especial, aos meus pais, Pedro Jakson e Elza Augusta de Jesus e ao meu esposo, Rogério Braga, pessoas que amo de paixão, que acreditaram em mim, que me apoiaram e muitas vezes se sacrificaram para me proporcionar tudo o que precisei, compartilhando comigo momentos de tristeza e alegria e que, juntos, com a graça de Deus, mais uma etapa está sendo vencida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus. A Ele que dirijo minha maior gratidão, por ter me dado a chance de ter realizado um sonho.

A toda minha família, por sua compreensão, confiança e incentivo. Muito obrigada. Nada será suficiente para demonstrar a grandeza do que recebi de vocês.

Ao meu professor e orientador Jairo, pela paciência, dedicação e empenho que demonstrou no desenvolvimento deste trabalho.

Aos meus amigos, pessoas que em todos os momentos que precisei estiveram à disposição para me ajudar. Obrigada pela amizade. E a todos aqueles que colaboraram, direta e indiretamente, para a realização deste trabalho.

“Ser competente é acertar um alvo que ninguém acertou, ser administrador é acertar um alvo que ninguém viu.”

Erlandson F. A. Andrade

RESUMO

Este trabalho faz algumas recomendações para o equilíbrio financeiro de pessoas físicas e também indica pequenos deslizes que podem acabar com o seu poder de compra. Os brasileiros gastam até 30% do que ganham com o pagamento de juros, ter conhecimento sobre a administração financeira é um dos passos mais importantes para tomada de decisões em relação ao dinheiro, o planejamento e mudança de atitude no consumo. O comportamento do consumidor deve estar voltado para o equilíbrio financeiro, o que pode proporcionar menos estresse e melhor qualidade de vida.

Palavras chaves: 1. Inadimplência; 2. Consumidor; 3. Finanças.

ABSTRACT

This paper makes some recommendations for the financial stability of individuals and small delizes also state that can break your purchasing power. Brazilians spend up to 30% of their income to the payment of interest, having knowledge of the financial management is one of the most important steps in making decisions about money, planning and attitude change in consumption. Consumer behavior must be directed to the financial stability, which may provide less stress and better quality of life.

Key Words: 1. Default 2. Consumer 3. Finance.

RESUMEN

Este artículo hace algunas recomendaciones para la estabilidad financiera de los individuos y las pequeñas delices también establecen que se puede romper su poder adquisitivo. Brasileños gastan hasta un 30% de sus ingresos al pago de intereses, teniendo conocimiento de la gestión financiera es uno de los pasos más importantes en la toma de decisiones sobre el dinero, la planificación y el cambio de actitud en el consumo. El comportamiento del consumidor debe dirigirse a la estabilidad financiera, que puede proporcionar menos estrés y mejor calidad de vida.

Palabra llave: 1. Default 2. Consumidor 3. Finanzas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I.....	14
1.1 DISTINÇÃO ENTRE PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA.....	14
1.1.1 Pessoa Física	14
1.1.2 Pessoa Jurídica	14
1.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	14
1.2.1 Consumo	14
1.2.2 Comportamento do Consumidor: Consumismo.....	15
1.2.3 Motivação	15
1.2.4 Personalidade	16
1.2.5 Consumo Privado	17
1.2.6 Consumo Público	17
1.2.7 Modelos de Consumo.....	17
1.3 A IMPORTÂNCIA DO CRÉDITO PARA AS EMPRESAS	19
CAPÍTULO II.....	21
2.1 FERRAMENTAS DE CONTROLE DAS FINANÇAS PARA PESSOA JURÍDICA	21
2.1.1 Orçamento Empresarial	21
2.1.2 Fluxo de Caixa Operacional e de Capital.....	22
2.1.3 Balanço Patrimonial – Demonstrativo de Resultado.....	23
2.1.4 Indicadores Financeiros.....	24
CAPÍTULO III.....	26

3.1 FERRAMENTAS DE CONTROLE DAS FINANÇAS PARA PESSOA FÍSICA	26
3.1.1 Orçamento Doméstico.....	26
3.1.2 Registro de Entradas e Saídas de Dinheiro.....	26
3.1.3 Técnicas de Negociação	27
3.2 RECOMENDAÇÕES PARA EQUILÍBRIO FINANCEIRO	27
3.2.1 Como organizar a vida financeira	27
CAPÍTULO IV	28
4.1 RECOMENDAÇÕES PARA EQUILÍBRIO FINANCEIRO	28
4.1.1 Como organizar a vida financeira	28
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
REFERÊNCIA.....	31

INTRODUÇÃO

A falta de pagamento dos compromissos assumidos pela pessoa física ou pessoa jurídica gera a inadimplência (termo utilizado pelos empresários). Esta conduta leva o consumidor ou a empresa a ter o nome cadastrado no Serasa – Serviço de proteção ao crédito – o que restringe as compras futuras. Além disso, são aplicadas despesas financeiras sobre a dívida e devem ser assumidas pelos compradores caso queiram regularizar sua situação.

Para iniciar um processo de regularização do nome é necessário que o consumidor tenha em mãos o seu CPF – Cadastro de Pessoa Física, com isso pode-se verificar quais são as restrições que constam em seu nome junto ao Serasa – Serviço de Proteção ao Crédito, Cartório de Protesto, CADIN – Cadastro Informativo de Créditos não Pagos –, e cheques devolvidos cadastrados no Banco Central.

Após esta consulta o mesmo deverá entrar em contato com as empresas e demonstrar seu interesse em saldar suas pendências. Surge então à negociação que possibilitará um acordo formal que seja compatível com a capacidade de pagamento do consumidor e ao mesmo tempo seja aceito pela empresa. Desta forma ambos terão controle sobre seu dinheiro, melhorando assim seu planejamento financeiro.

A Empresa antes de iniciar suas atividades comerciais precisa fazer o registro na junta comercial requerendo o seu CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), logo que começam a atuar essas empresas geram renda para comprar matéria prima e materiais de consumo produtivo. A organização das finanças e geração de receitas possibilita melhores negociações, pagamento de impostos, fornecedores, empregados e no final do primeiro período é necessário fazer a declaração de seu patrimônio para receita federal.

O empreendedor contrata alguns funcionários para desenvolver diferentes funções em determinadas áreas da empresa, o que gera a contribuição ao INSS. O registro na carteira profissional resguarda a empresa da fiscalização do ministério do

trabalho. Todos os seres humanos precisam de remuneração salarial para realização do consumo pessoal ou do consumo doméstico.

CAPITULO I

1 DISTINÇÃO ENTRE PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA

1.1.1 Pessoa Física

É a pessoa natural, cidadão, isto é, todo ser humano percebido através do sentido desde o nascimento até a morte. A personalidade civil da pessoa começa do nascimento, com a vida . Para exercer atividade econômica, a pessoa física pode atuar como autônomo, sócio de empresa ou sociedade simples. Para realizar qualquer movimentação econômica ou financeira é necessário obter através do Banco Central o CPF (Cadastro de Pessoas Físicas), sem esse certificado é impossível fazer qualquer uma das movimentações citadas acima.

1.1.2 Pessoa Jurídica

É a entidade abstrata com existência ou a personalização de uma empresa e possui responsabilidade jurídica como, por exemplo, uma associação, empresa ou companhia legalmente autorizada. Podem ser de direito público (União, Unidades Federativas, Autarquias etc.), ou privado (empresas, sociedades simples, associações etc.). Vale dizer ainda que as empresas individuais para os efeitos do imposto de renda são equiparadas às pessoas jurídicas, que poderão fazer movimentações econômicas através do CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas).

1.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

1.2.1 Consumo

O consumo é a atividade que consiste na fruição de bens e serviços pelos indivíduos, pelas empresas ou pelo governo, e que implica a posse e destruição

material (no caso dos bens) ou imaterial (no caso dos serviços). Constitui-se na fase final do processo produtivo, precedido pelas etapas da produção, distribuição e comercialização.

O principal benefício da ferramenta é a possibilidade de agendar recebimentos e pagamentos futuros, incluindo o cadastramento de compras realizadas a prestações. Agendamentos que trazem para a ferramenta a capacidade de simular de forma detalhada a quantidade de recursos que teremos em uma data futura, podendo ser em meses, e até mesmo anos.

Consumimos bens e serviços a todo instante em nossas vidas e estamos cercados por milhares de alternativas para nos satisfazer. Para falarmos sobre comportamento do consumidor, devemos entender os reais motivos que levam as pessoas à consumir determinados produtos.

1.2.2 Comportamento do Consumidor: Consumismo

É o ato de consumir produtos e/ou serviços, indiscriminadamente, sem noção de que podem ser nocivos ou prejudiciais para a nossa saúde ou para o ambiente.

Há várias discussões a respeito do tema, entre elas o tipo de influência que as empresas por meio da propaganda e da publicidade, bem como a cultura industrial, por meio da TV e do cinema, exercem nas pessoas. Muitos alegam que elas induzem ao consumo desnecessário, sendo este um fruto do capitalismo e um fenômeno da sociedade de agora. O que leva os consumidores a consumir compulsivamente.

1.2.3 Motivação

É um conjunto de fatores que agem entre si e determina uma conduta. O modo que compramos é influenciado pela motivação que temos no momento da compra. O marketing utiliza sempre a estratégia à disposição os produtos no ponto de venda, tendo como base a divulgação ou experiência de usá-los. As empresas tentam encontrar diferenças de consumo baseadas nas personalidades dos clientes, desse modo procuram oferecer aquilo que eles precisam.

1.2.4 Personalidade

Personalização da estratégia.

Pessoas que possuam identificações em comum são agrupadas e a elas são lançadas abordagens com as quais as mesmas irão se identificar, criando assim um banco de dados por nichos, podendo ter divisões por sexo, idade, posição social, hábitos de compra, dentre outros.

Percepção dos consumidores.

Tendo as informações acima em mãos temos que definir como serão as estratégias. Com a facilidade de acesso aos meios de comunicação os consumidores passaram a ter seus primeiros contatos com os novos produtos e serviços oferecidos pelo mercado através da **mídia** ou **canais de comunicação**. Por este motivo os profissionais de marketing passaram a concentrar grande parte de seus esforços na busca de realizar as melhores campanhas de comunicação para atração destes consumidores. E para captar a atenção desses consumidores são utilizadas várias estratégias de comunicação e as mais comuns são:

- **Problema x Solução:** Baseia-se em apresentar um problema que possa atingir ao consumidor e logo depois mostrar o produto como sendo o meio para a solução do mesmo. Ex: logurtes que ajudam na digestão;
- **Cenas da vida real:** Este modelo é o mais utilizado, visa inserir o produto no cotidiano das pessoas e mostrar como ele pode perfeitamente se identificar com o produto. São apresentadas cenas do corriqueiras e pessoas utilizando o produto em questão. Ex: Os famosos comerciais de margarina;
- **Sex-appeal:** Esta estratégia foca o erotismo. Geralmente utilizada em comerciais de cerveja, apresenta um ambiente de muito sol, praia, mulheres e todos ingerindo a bebida exposta no comercial;
- **Ecologia:** Ser sustentável está na moda, então esta estratégia visa destacar a posição da empresa em relação à preservação do ambiente. Ex: Projetos ecológicos patrocinados por instituições financeiras;
- **Nostalgia:** Os pontos altos desta estratégia são a história e a tradição. Fatos acontecidos no passado que tenham relação com o produto apresentado podem emocionar os consumidores;

- **Testemunho:** O testemunho de algum formador de opinião pode ajudar os consumidores na hora da decisão da compra. A imagem do formador acaba ficando mais forte do que o produto em si. Ex: Atrizes que fazem comerciais de *shampoo*.

Independente da abordagem utilizada sempre existirá mais possibilidades de atingir um maior número de pessoas. Elas representam as diferentes formas de sedução pelas quais os consumidores são atingidos.

As variáveis de suma importância no ato da compra: As Classes Sociais, as Variáveis Sociais, as Variáveis Econômicas e as Variáveis Culturais. Estas variáveis irão classificar o consumidor na sociedade.

1.2.5 Consumo Privado

É realizado pelas famílias e pelas empresas pertencentes à iniciativa privada, que como agentes econômicos utilizam o rendimento que obtêm na atividade produtiva para comprar bens e serviços necessários para satisfação de suas necessidades, tais como: alimentação, vestuário, habitação, divertimentos e outros.

1.2.6 Consumo Público

É o consumo que não se restringe às famílias, mas sim à Administração Pública. A Administração Pública consome bens e serviços necessários à sua atividade.

O consumidor influencia as flutuações econômicas através dos gastos ou poupanças que faz.

1.2.7 Modelos de Consumo

Consumo sustentável

Como o consumismo conspícuo tem crescido uma medida de proteção ao ambiente tem sido desenvolvida. O programa de educação de consumo sustentável realizado pela WWFBrazil chamado Pegada Ecológica, incentiva o consumo de produtos

biodegradáveis, racionamento de recursos e produtos de empresas ecologicamente corretas. Em cidades que não têm coleta seletiva ou onde ela é realizada com ineficiência é visível a marca que cada habitante deixa no planeta.

Consumo exagerado x Sustentabilidade do planeta

Muito se discute nos dias de hoje o possível impacto ambiental de um consumo exagerado por parte das classes mais ricas da sociedade.

Pesquisadores de várias partes do mundo apontam o consumo excessivo como o principal responsável pelo aumento da degradação do meio ambiente, uma vez que é necessário um aumento da produção para cobrir a demanda e este aumento está vinculado com a aceleração do uso de recursos naturais. Por outro lado, governantes, pesquisadores e economistas estudam a parcela que esta prática pode contribuir na sustentabilidade do planeta. Questões essas sempre discutidas por ambos os lados em conferências internacionais sobre o meio ambiente.

O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente definiu consumo sustentável como:

"o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e dêem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a idéia de não se ameaçar a necessidade das gerações futuras". (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Pnuma>)

A relação deste consumo ainda está em estudos e pretende mostrar que o planeta Terra não suporta o atual modelo de consumo praticado nos países ocidentais.

Para apontar uma alternativa ao consumo sustentável o Pnuma criou o Processo de Marrakech que atua sobre consumos e produção sustentável.

1.3 A IMPORTÂNCIA DO CRÉDITO PARA AS EMPRESAS

A palavra crédito quer dizer confiança. No mundo das finanças, o crédito representa uma quantia de dinheiro que alguém confia à outra pessoa. Quando um comerciante vende uma mercadoria a prazo ele está concedendo crédito, pois entrega a mercadoria e não recebe de imediato o pagamento. Na prática está concedendo um empréstimo a quem comprou a mercadoria. A forma mais tradicional de conseguir crédito é através dos bancos. Os bancos pegam dinheiro emprestado de quem não vai gastar por determinado período (aqueles que têm poupança positiva) e empresta a quem tem uma necessidade de consumo superior à sua renda (os que têm poupança negativa). Esse processo é chamado intermediação financeira.

O crédito é um elemento muito importante para financiar o consumo das pessoas e financiar as atividades de produção das empresas. Em razão disso, o governo tem uma preocupação muito grande com o normal funcionamento do crédito na economia. Para se ter uma idéia da relevância do crédito, o primeiro efeito da Crise Econômica Mundial nos Estados Unidos, país onde ela surgiu, foi a falta de crédito. O crédito por si só não garante o crescimento da economia, mas ele é o grande combustível para estimular o consumo das pessoas, o nível de produção das empresas e, por consequência, o aumento da produção.

O crédito usado com cuidado pode ser um grande aliado das pessoas na aquisição dos bens e serviços para satisfação de suas necessidades. Por outro lado, quando mal usado, pode se tornar um grande inimigo.

Mesmo que a empresa tenha receitas suficientes para cobrir todas as despesas, se os clientes só efetuarem o pagamento algum dia após o vencimento dos salários, os empresários terão que recorrer a um empréstimo a menos que a empresa tenha excesso de caixa. Essa situação fica ainda mais grave se esses mesmos clientes atrasarem ou simplesmente não efetuarem seus pagamentos. Neste contexto não é difícil de entender a importância de estabelecer uma política de crédito que permitia identificar quais chances de um determinado cliente vir a se tornar inadimplente.

O estabelecimento de uma política de crédito é particularmente importante para empresas de pequeno porte, que com menos poder de barganha, muitas vezes não conseguem negociar prazos de pagamento mais favoráveis junto aos fornecedores. Por outro lado, buscando atender às necessidades de clientes cada vez mais exigentes, essas empresas vem sendo forçadas a oferecer condições mais favoráveis de pagamentos.

Ao aceitar que um cliente pague suas compras de forma parcelada ou em uma data distinta de quando efetuou a compra, o empresário esta, na verdade financiando a este cliente.

Apesar da parcela de vendas a prazo, ou financiadas, das empresas relativamente altas no Brasil, ainda são poucas aquelas que investem tempo e recursos necessários no estabelecimento de política de crédito própria.

O estabelecimento de uma política de crédito é sem dúvida, a iniciativa mais eficiente que uma empresa pode adotar no sentido de diminuir riscos de que seus clientes atrasem ou não efetuem o pagamento de suas compras. Em outras palavras, a política de crédito de uma empresa deve ajudar a determinar qual a chance de a empresa não vier a receber pelas vendas que efetuou. Isso ajuda no planejamento financeiro da empresa, pois é possível estabelecer qual parcela de vendas a prazo efetivamente pode ser recebida e, portanto pode ser considerada como entrada de caixa. (SOUSA NETO, J. A.; MARTINS, H. C., p. 104.)

Se os clientes não cumprirem suas obrigações em relação à data de vencimento, ao pagamento de suas despesas, de alguma forma a empresa estará sendo prejudicada. Os empresários terão que recorrer à empréstimos caso tenham excesso de caixa, por isso é importante estabelecer uma política de crédito.

CAPITULO II

2.1 FERRAMENTAS DE CONTROLE DAS FINANÇAS PARA PESSOA JURÍDICA

O planejamento financeiro é importante para sobrevivência das empresas. É ele que permite estabelecer a direção a ser seguida pela organização. Muitos empresário não estão preparados para administrar recursos financeiros de finanças pessoais.

As contas a pagar são em si mesmo simples, contas e obrigações. Do mesmo modo conta a receber tem significado inverso, ou seja, o dinheiro que outros devem a empresa. Estão inclusos dividas contraídas: fornecedores de matéria prima, insumos, obrigações com fiscalização e outras saídas previstas de dinheiro. Em contas a receber estão inclusos todos os valores que deverão ser recebidos pela empresa.

2.1.1 Orçamento empresarial

Orçamento é o plano financeiro estratégico de administração para um determinado exercício que se aplica tanto ao setor governamental quanto ao setor privado. Saber se controlar com as receitas e despesas é mais que um cuidado necessário é um caixa de surpresa para marinheiros de primeira viagem. Há uma diferença entre o estimado e orçado, assim sendo, ocorre que o gasto vai ser esperado. Na prática as receitas vão diminuir enquanto as despesas tendem a aumentar.

Orçamento empresarial tem como objetivo identificar os componentes do planejamento financeiro com a utilização de um sistema orçamentário, entendido como plano abrangente de todo o conjunto das operações anuais de uma empresa através da formalização do desempenho dessas funções administrativas gerais.

As empresas de grande porte e multinacionais estas empresas entre outras responsabilidades têm que desenvolver orçamentos para seus períodos de operação. Um orçamento empresarial tem que detalhar suas receitas e despesas, a análise dessa elaboração deve ser precisa com base nas previsões. Utilizando a estratégia desse tipo de elaboração de orçamento exclusivamente com base nos pressupostos passados constitui um erro estratégico, cujo resultado é invariavelmente o desperdício.

2.1.2 Fluxo de Caixa Operacional e de Capital

Segundo Santi Filho (2009, p. 173):

toda a riqueza permitida pela análise da situação econômico-financeira da empresa através do “modelo de análise gerencial de balanços” constitui-se, em última instância, numa abordagem ao comportamento do fluxo de caixa.

O fluxo de caixa é indispensável para uma sinalização dos rumos financeiros dos negócios. Através de sua elaboração é possível prognosticar eventuais excedentes ou escassez de caixa, determinando quais as medidas saneadoras a serem tomadas para se manterem em operação. As empresas devem liquidar corretamente os seus compromissos tendo como condição básica apresentar em seu caixa as datas dos vencimentos desses compromissos. A falta de um caixa insuficiente pode provocar cortes de crédito, suspensão de entrega de mercadoria, e ser causa de complicações em outras operações. São as alterações e modificações que influenciam o caixa em qualquer momento.

Segundo Marion (1998, p. 380), “a demonstração de fluxo de caixa indica a origem de todo o dinheiro que entrou no caixa, bem como a aplicação de todo o dinheiro que saiu do caixa em determinado período, e, ainda o resultado do fluxo financeiro.” Essa demonstração tem a característica de evidenciar as transações que efetivamente movimentam o caixa.

As informações sobre os fluxos de caixa de uma empresa são úteis para proporcionar aos usuários das demonstrações financeiras uma base para avaliar a capacidade da empresa em gerar caixa e valores equivalentes ao caixa e as necessidades da empresa para utilizar esses fluxos.

A demonstração de fluxo de caixa propicia aos analistas financeiros uma fonte segura para melhor elaborar seus planejamentos financeiros. Também servem a outros usuários a forma com que a empresa gerou o caixa, ou até mesmo como utilizou recursos e valores equivalentes. Os termos mais utilizados na demonstração de fluxo de caixa são os seguintes:

- **Caixa:** compreende numérico em mão e depósito bancário disponível;
- **Equivalente a caixa:** são investimentos em curto prazo de alta liquidez que são prontamente conversíveis em valores conhecidos de caixa e que estão sujeito a um insignificante risco de mudança de valor;
- **Atividades operacionais:** são as principais atividades geradoras de receita da empresa e outras atividades diferentes das de investimento e financeiras;
- **Atividades de investimento:** são as aquisições e vendas de ativos de longo prazo e outros investimentos não inclusos nos equivalentes ao caixa;
- **Atividades de financiamento:** são atividades que resultam em mudança no tamanho e na composição do capital e empréstimo a pagar da empresa.

2.1.3 Balanço Patrimonial – Demonstrativo de Resultado

Considere os demonstrativos contábeis do grupo e prepare e analise o demonstrativo de fluxo de caixa de formas diretas e indiretas.

O balanço patrimonial é a demonstração contábil que evidencia resumidamente o patrimônio da empresa, quantitativa e qualitativamente. O artigo 178 da lei N. 6.404/1976, lei das sociedades por ações, alteradas pela lei N. 11.638/07 e MP449/08, estabelece o seguinte:

Art. 178 no balanço as contas serão classificadas segundo elementos do patrimônio que registrem e agrupadas de modo a facilitar o conhecimento e a análise da

situação financeira da companhia no ativo as contas serão dispostas em ordem decrescente de grau de liquidez dos elementos significa tudo que se transforma em dinheiro nos seguintes grupos: Ativo circulante; Ativo não circulante; Ativo realizável em longo prazo; Ativo permanente, dividido em Investimentos, Ativo imobilizado, o Ativo inatingível e Ativo diferido não são demonstrados.

O balanço patrimonial após reformulação dada pela lei 11.638/07 juntamente com MP449/08 a princípio introduziu um novo conceito globalizado para este demonstrativo ocorre que atualmente 2008 em diante neste demonstrativo deve ser evidenciado tanto para o ativo quanto para passivo a parcela que corresponde ao circulante da empresa e ao não circulante.

2.1.4 Indicadores Financeiros

O termo rentabilidade assumiu a característica de variável dependente sendo definida como a remuneração dos investimentos próprios e terceiros realizados dentro de uma empresa durante determinado período.

Operacionalmente, rentabilidade foi mensurada através dos sete indicadores financeiros relacionados a seguir:

- **Rentabilidade de patrimônio:** entende-se por rentabilidade do patrimônio a taxa de lucro obtida sobre o capital próprio. É uma medida da eficiência gerencial na utilização dos recursos próprios e de terceiros, em benefício dos acionistas ou proprietários, pois trata da remuneração do capital próprio.
- **Rentabilidade do ativo total:** entende-se por rentabilidade do ativo total uma medida da eficiência das empresas utilização seus ativos. Este indicador é conhecido como retorno sobre investimento.
- **Rentabilidade do ativo fixo:** entende-se que é uma medida da eficiência da empresa na utilização de seu ativo imobilizado através deste índice. A empresa mede o nível de aproveitamento dos investimentos realizados no seu imobilizado.
- **Rentabilidade das vendas:** entende-se a rentabilidade alcançada por uma firma na obtenção de um preço de venda de seu produto acima de custo total

de produção e/ou venda. A rentabilidade das vendas é um indicador da eficiência operacional da empresa.

Algumas empresas tem utilizado este índice como indicador global de suas atividades operacionais, porém acontece que este índice isoladamente não seria suficiente, pois não inclui o fator de investimento que é decisivo no processo de geração do lucro final.

- **Rentabilidade operacional sobre patrimônio líquido:** entende-se por este índice a remuneração do capital próprio com relação ao resultado das operações normais da empresa. Esse também se trata de um dos índices mais importantes, isso do ponto de vista dos acionistas.
- **Rentabilidade e operacional sobre vendas:** entende-se por este índice a capacidade que a empresa possui de gerar um lucro operacional.
- **Margem bruta de vendas:** entende-se por este índice a capacidade que a empresa possui de gerar um lucro bruto suficiente para cobrir despesas e ainda deixar um lucro razoável no final de cada exercício.

CAPITULO III

3.1 FERRAMENTAS DE CONTROLE DAS FINANÇAS PARA PESSOA FÍSICA

Controlar gastos e se privar de determinadas aquisições nem sempre é bem aceito por pessoas que cultivam hábitos de consumo. Muitos não aceitam a ideia de que para conseguir equilibrar as receitas com as despesas se faz necessário abrir mão de algumas coisas, como por exemplo, jantar em restaurantes nos finais de semana compra de roupas e calçados novos, viagens de lazer, entre outros. Isso ocorre porque os benefícios dos controles de hoje só serão sentidos no futuro, o que faz com que pessoas não deem importância para isso no presente.

3.1.1 Orçamento Doméstico

É preciso fazer planejamento financeiro familiar e não será o suficiente se não tiver equilíbrio orçamentário. Com esse processo é possível que tenhamos a realização do que almejamos.

O ideal é ter conhecimento detalhado dos gastos mensais e agir com cautela sobre esta informação para dar qualidade a seu consumo e viabilizar pequenos luxos sendo que ninguém vive sem nenhum tipo de consumo (sendo que ninguém é de ferro). Uma forma simples é lançar seus gastos numa planilha de orçamento doméstico pessoais, programa desenvolvido exclusivamente para controle pessoal.

3.1.2 Registro de Entradas e Saídas de Dinheiro

Receita: conjunto de rendimentos de um estado, de uma empresa, de uma pessoa ou uma família, destinado a enfrentar os seus mais diversos gastos. São exemplos

de receita de uma família os rendimentos do trabalho, poupança, entrada de recurso financeiro.

Despesa: é a somatória de todos os gastos necessários e supérfluos, que são realizados para obter um bem ou serviço. Saída do recurso financeiro com gastos.

3.1.3 Técnicas de Negociação

Negociação é um processo por meio de uma ou mais pessoas com objetivos diferentes procuram acordos que os satisfaçam, podendo ser em relação à compra e venda ou acordos de prestações em atraso.

A melhor forma de se negociar é o interesse de uma das partes em buscar informações, como por exemplo, se é possível o pagamento com juro menor, melhor forma de pagamento negociado, de modo a beneficiar não somente a empresa, mas também o cliente. Para esse tipo de negociação é necessário ter em mãos os documentos dados pessoais, diminuindo assim o número de inadimplentes.

CAPITULO IV

4.1 RECOMENDAÇÕES PARA EQUILÍBRIO FINANCEIRO

4.1.1 Como organizar a vida financeira

Um planejamento financeiro bem estruturado, no qual o interessado avalia e leva em conta as melhores opções de compra, priorizando aquelas que são realmente necessárias e decidindo por elas nos momentos mais adequados, resultam numa economia sensível. Logo, o resultado financeiro desta economia poderá se constituir numa alavanca para viabilizar investimentos produtivos, os quais poderão produzir rendas duradouradas, como se pode ver nos exemplos concretos a seguir.

No programa Globo Repórter exibido no dia 09/03/2012, a matéria revelou casos de progressos financeiros de alguns, e causas financeiras de outros, alguns dos quais passamos a descrever aqui.

Vagner Menezes Pereira, mais conhecido como Fly, coreógrafo da Rede Globo levou quatro anos até pagar as dívidas e tirar o nome do registro de cadastro de inadimplentes SPC, mas aprendeu a lição lendo livros, pesquisando na internet e indo a palestras. Hoje ajuda outras pessoas a saírem das dificuldades financeiras.

Carlos Magno Bittencourt, diretor do Departamento de Economia da PUC do Paraná afirmou que o que mais dilapida o orçamento familiar é o cartão de crédito, por ter taxas de juros maiores. Os financiamentos possuem uma taxa média de 12% ao ano.

A aposentada Rita Graczyk costumava fazer 14 faxinas por semana. Ela conseguiu comprar um apartamento a duas quadras de uma das praias mais badaladas de Santa Catarina, com o dinheiro que economizou e a venda de três terrenos.

Renato de Sá, cearense que deixou o sítio dos pais para fazer fortuna em São Paulo. Do salário de R\$2,5mil, ele conseguiu economizar R\$1,5mil e investe o dinheiro comprando gado lá no Ceará.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi importante trabalhar este tema, pois cada vez mais devemos obter informações e conhecimento sobre este assunto.

Em relação à pessoa física, ela deve possuir CPF e RG, comprovante de residência, comprovante de renda atual (caso necessário extrato bancário dos últimos 3 ou 4 meses) que são documentos obrigatórios para fazer uma análise de crédito.

Análise de crédito nada mais é que a quantidade da renda a pessoa possui ou a capacidade de pagamento para realizar a compra de uma mercadoria.

O consumidor consumista realiza compras comprometendo parte de sua renda, esses consumidores comprometem torno de 30% daquilo que recebem.

A recomendação necessária é ter atitudes observadoras em relação ao nosso dinheiro para que possamos planejar e organizar melhor nossas despesas.

Esse conhecimento foi fundamental e utilizado nesse trabalho de monografia para entender melhor o tema escolhido é preciso saber a diferença de pessoa física ou jurídica. O comportamento do consumidor é sempre gastar mais do que ganha. Cada indivíduo se comporta de forma diferente em relação à compra de um produto ou serviço.

Administração eficaz dos recursos financeiros para finanças pessoais não tem como resposta uma receita para os problemas financeiros, mas é um meio de diagnosticá-los tanto para pessoa física quanto para pessoa jurídica, pois todos devem administrar seu orçamento financeiro familiar para tornar possível a realização de projetos futuros.

REFERÊNCIAS

BARRACHO, Carlos. **Lições de psicologia Econômica**. [S.l.]: Instituto Piaget, 2001.

CERBASI, Gustavo. **Inteligência Financeira Pessoal na Prática**. Campus-Elsevier, 1974.

Globo Repórter do dia 09/mar/2012.

MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 8 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SANTI FILHO, Armando de & OLINQUEVITCH, José L. Análise de Balanço para Controle Gerencial. São Paulo: Editora Atlas, 5. ed., 2009.

SOUSA NETO, José Antônio de; MARTINS, Henrique Cordeiro. **Finanças corporativas na prática**. Elsevier. p.104.

Veja como pequenos ajustes na rotina podem melhorar a qualidade de vida do planeta - Globo News, 27 de janeiro de 2010. Disponível em: <http://globonews.globo.com/Jornalismo/GN/0,MUL1466381-17665-304,00.html>. Acessado em: 26/02/2010.

Veja como pequenos ajustes na rotina podem melhorar a qualidade de vida do planeta. Disponível em: <http://www.pnuma.org.br/>.

Você S.A. Edição 164, fevereiro/2012.