



INDICADORES FINANCEIROS: UMA ANÁLISE DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS UTILIZANDO ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS

Carlos Diogo de Almeida Martins (DEVRY FACI)

diogoalmeida_2011@hotmail.com

Álvaro Silva Galeno de Souza (DEVRY FACI)

engeproducao21@live.com

Heriberto Wagner Amanajás Pena (DEVRY FACI)

professorheriberto@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Carlos Diogo de Almeida Martins, Álvaro Silva Galeno de Souza y Heriberto Wagner Amanajás Pena (2017): "Indicadores financeiros: uma análise da empresa Natura Cosméticos utilizando índices econômico-financeiros", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Brasil, (enero 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/17/cosmeticos.html>

Resumo

A análise das demonstrações financeiras é uma ferramenta essencial para gerar informações sobre o desempenho organizacional e a situação econômico-financeira das empresas, e também projetar situações que ela pode vivenciar mais em frente. Além de tudo, o investidor terá uma ideia de solidez (ou não) que a empresa vivencia, se ela é bem administrada e se é atrativo ou não investir em ações emitidas por ela. O presente artigo tem como objetivo considerar a importância dos indicadores financeiros, na tomada de decisão dentro de uma grande organização no setor de cosméticos. O intuito é procurar identificar por meio de Índices de Liquidez e uma análise geral do balanço, a saúde financeira da empresa, assim comparando seus desempenhos, medindo a capacidade de pagamento a curto/longo prazo. Utiliza-se para este estudo, uma análise exploratória do Balanço Patrimonial da empresa Natura Cosméticos S/A, tendo como referência os exercícios 2013 a 2015.

Palavras-chave: Balanço Patrimonial, índices econômico-financeiros, desempenho organizacional.

Resumen

El análisis de los estados financieros es una herramienta esencial para generar información sobre los resultados de la organización y la posición financiera de las empresas, y también diseñar situaciones que ella puede experimentar más adelante. En general, el inversor tendrá una idea de solidez (o no) que las experiencias de la compañía si está bien administrado y es atractivo o no para invertir en acciones emitidas por ella. Este artículo tiene como objetivo examinar la importancia de los indicadores financieros, en la toma de decisiones dentro de una organización grande en el sector de los cosméticos. El objetivo es tratar de identificar a través de índice de liquidez y un análisis general del balance de situación, la salud financiera de la empresa, por lo que la comparación de su desempeño, midiendo la capacidad a corto / largo plazo para pagar. Se utiliza para este estudio, un análisis exploratorio de de la empresa Natura balance Cosméticos S / A, con referencia a los años 2013-2015.

Palabras clave: balance, ratios económicos y financieros, el desempeño organizacional.

Abstract

The analysis of the financial statements is an essential tool to generate information about the organizational performance and the economic-financial situation of the companies, and also to design situations that it can experience more ahead. Above all, the investor will have an idea of the firm's solidity (or not), whether it is well managed and whether it is attractive or not to invest in shares issued by it. This article aims to consider the importance of financial indicators in decision making within a large organization in the cosmetics sector. The intention is to seek to identify through Liquidity Ratios and a general analysis of the balance sheet, the financial health of the company, thus comparing their performance, measuring the ability to pay in the short / long term. An exploratory analysis of the Balance Sheet of the company Natura Cosméticos S / A is used for this study, with reference to the years 2013 to 2015.

Key words: Balance Sheet, economic-financial indices, organizational performance.

1. INTRODUÇÃO

A contabilidade é um instrumento da função administrativa que tem por finalidade controlar o patrimônio, apurar o resultado e prestar informações sobre o patrimônio das empresas, auxiliando seus usuários no processo de tomada de decisões (FERREIRA, 2007).

Segundo Assaf Neto (2002), a análise de balanços visa relatar, com base nas informações contábeis fornecidas pelas empresas, a posição econômico-financeira atual, as causas que determinam a evolução apresentada e as tendências futuras. Em outras palavras, essa análise, extraem-se informações sobre a saúde da empresa, analisando a posição passada, presente e futura da mesma.

Chiavenato e Cerqueira Neto (2003) afirmam que toda organização deve ser transparente e clara com seus usuários. Para isso, as empresas precisam adotar indicadores que permitam interpretar os resultados de forma objetiva, de maneira a auxiliar na formação de opinião pública, tanto interna como externa à entidade. Porém, ressaltam que não é mais adequada a utilização de medidas financeiras tradicionais de mensuração e de avaliação de desempenho, citando, dentre outros exemplos de restrições mais evidentes, o foco quantitativo e centrado na realidade passada e a tentativa de projeções do passado para o futuro. Complementam que a probabilidade de insucesso é elevada e que é necessário o desenvolvimento de novas ferramentas para dar suporte à medição de desempenho.

Em face de toda gama de informações fornecidas pela Contabilidade, ao administrador financeiro se torna fundamental interpretar a nomenclatura contábil de maneira eficiente a fim de que os dados sejam entendidos pelos usuários internos e externos, utilizando-se de algumas técnicas para tal interpretação, dentre as quais, destaca-se a análise dos índices econômico-financeiros. Estes índices, por sua vez, são baseados nas demonstrações contábeis que são divulgadas pelas empresas em geral. A análise desses índices se constitui como uma ação que norteia os investidores na aplicação de seus recursos financeiros (MARION,1996).

Este artigo tem como objetivo analisar os índices econômico-financeiros de acordo com a demonstração financeira mais utilizadas para análise, o Balanço Patrimonial (BP), retirados da empresa Natura Cosméticos S.A. O estudo a ser apresentado, além de explicar teorias sobre o processo de análise financeira contábil, também pretende

aplicar no demonstrativo contábil, os índices selecionados e fazer uma análise geral do mesmo, mostrando a importância dos indicadores financeiros na tomada de decisão dentro de uma organização.

2. SETOR DE COSMÉTICOS

O setor de cosméticos e produtos de higiene pessoal é um dos que mais cresce no País. Em dez anos, o faturamento líquido da indústria da beleza saltou de R\$ 4,9 bilhões, em 1996, para R\$ 17,5 bilhões, em 2006. Nesse período, a taxa de crescimento médio das empresas de cosméticos e produtos de higiene pessoal foi de 10,9%, enquanto o PIB e a indústria em geral cresceram, 2,8%, segundo dados do IBGE, Banco Central e Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).

Os motivos da ampliação desse mercado são fáceis de compreender. Em primeiro lugar, está o fato de o brasileiro ser considerado um dos povos mais vaidosos do mundo e, portanto, muito ligado aos cuidados com a imagem pessoal. Em segundo, o ciclo virtuoso da economia nacional e a melhor distribuição de renda no País, verificados nos últimos anos, estão levando mais pessoas ao consumo de xampus, cremes capilares e faciais, desodorantes, escovas de dente, entre outros produtos do setor.

Outros fatores contribuíram para a excelente performance do setor: a participação crescente da mulher no mercado de trabalho brasileiro; utilização de tecnologia, que resulta no aumento da produtividade e redução dos preços oferecidos ao consumidor final; lançamentos constantes de novos produtos; e aumento da expectativa de vida do brasileiro. Vale ressaltar que a biodiversidade brasileira e o clima quente favorecem tanto o desenvolvimento de novos produtos, inclusive com boa aceitação no mercado internacional, quanto os hábitos de higiene e cuidados estéticos.

Segundo dados do estudo Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos 2007 da Abihpec, o setor é composto por 1.596 empresas, das quais apenas 15 são de grande porte ou com faturamento anual líquido acima de R\$ 100 milhões. Micro e pequenas empresas são maioria na indústria de cosméticos e higiene pessoal.

Esse setor é um grande empregador de mão-de-obra feminina. Cerca de 3 milhões de postos de trabalho foram gerados por essas empresas no País, em 2006, de acordo com

estimativas da Abihpec. A Região Sudeste é a maior concentradora de empresas de cosméticos, com 1.027 delas. Em segundo lugar, está a Região Sul, com 318 empresas; Nordeste, com 132 empresas; Centro-Oeste, com 98 empresas; e Norte, com 21 empresas.

Na balança comercial brasileira, o setor de cosméticos e produtos de higiene pessoal obteve crescimento acumulado de 165%, nas exportações entre 2003 e 2007, segundo Abihpec. Nesse período, as importações cresceram 145%. Desde 2002, o setor vem demonstrando resultados superavitários. Em 2007, o superávit foi de US\$ 164 milhões, registrando queda de 15,6% em relação a 2006, em decorrência do aumento das importações e pela valorização do real.

2.1. ATUAL SITUAÇÃO DO SETOR

O mercado de cosméticos e higiene pessoal, que tinha faturamento anual de R\$ 40 bilhões, foi um dos setores que souberam se posicionar para sofrer minimamente com a crise econômica e puderam identificar, logo no início do ano, crescimento nas vendas. De acordo com relatório da Associação da Indústria de Produtos de Higiene, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), na contramão da economia e da tendência de crescimento da indústria em geral, o setor registrava crescimento deflacionado anual de 10%. Até que, em maio (2016), uma mudança no modelo de tributação dos produtos cosméticos gerou desequilíbrio. Com o intuito de aumentar a arrecadação sobre o faturamento do setor, que corresponde a 1,8% do PIB nacional e coloca o Brasil como terceiro maior consumidor mundial de produtos de beleza, o decreto 8.393 alterou, a partir de maio deste ano, o modelo de tributação dos atacadistas de cosméticos. Com isso, houve o aumento nos impostos sobre produtos de maquiagem, alisadores de cabelo e cremes de barbear, que correspondem a uma grande parcela dos produtos preferidos dos consumidores.

2.3. RANKING MUNDIAL

Em 2004, o Brasil ocupava o sexto lugar no ranking mundial do setor de cosméticos, quando era responsável por 4,2% do consumo global. O País subiu para a terceira posição, em 2006, com participação de 6,7% no mercado mundial. O faturamento total dos dez países e maiores consumidores dos produtos do setor foi de US\$ 177 bilhões, equivalendo a 65% do consumo mundial, segundo a pesquisa Euromonitor 2006. O mercado brasileiro da beleza e higiene pessoal só fica atrás dos Estados Unidos,

responsáveis por 18,7% do consumo mundial, e Japão, por 11%, segundo a mesma pesquisa. França, Alemanha, Reino Unido, China, Itália, Rússia e Espanha ficam entre a quarta e décima classificações, respectivamente, no ranking mundial de consumo de cosméticos e produtos de higiene pessoal.

2.4. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A Natura Cosméticos S.A. é uma companhia integrada, que desenvolve, fabrica, distribui e comercializa produtos de higiene e beleza. A empresa é líder de mercado, tendo atingido em 2010 a participação de 14,4% no mercado brasileiro, o terceiro maior no mundo. (Euromonitor, 2011; Relatório de Referência Natura, 2011)

Desde 2004, as ações da Natura estão listadas no Mercado da BM&FBOVESPA, com 40% das ações disponíveis para negociação em 2010. No último ano a receita líquida consolidada cresceu 21,1% e o Ebitda 24,6% em relação ao ano anterior, o que aliado a outros fatores contribuíram para a valorização das ações da empresa

Em 2011, a sede da Natura no Brasil encontra-se localizada em Cajamar, Estado de São Paulo, em complexo que abriga quatro fábricas, unidades de armazenagem, centro de pesquisa, área logística e de administração. Além da sede, a empresa contava com: escritórios comerciais, em Salvador (BA), Campinas (SP), Alphaville (SP), Taguatinga (DF), Rio de Janeiro (RJ) e Porto Alegre (RS); fábrica e Centro de Pesquisa e Tecnologia em Benevides (PA); um Centro Avançado de Tecnologia em Paris; Centros de Distribuição localizados, em Jundiaí (SP), Itapeverica da Serra (SP), Canoas (RS), Matias Barbosa (MG), Uberlândia (MG), Simões Filho (BA), Jaboatão dos Guararapes (PE), e em Castanhal (PA); e um centro de treinamento em São João do Meriti (RJ).

Em 2011, a Natura encontrava-se entre as marcas mais valorizadas e reconhecidas no Brasil, de acordo com a Interbrand. A empresa ofertava cerca de 900 produtos em mais de cinco mil municípios nas categorias maquiagem, perfumaria, proteção solar, cuidados com o rosto, o corpo e os cabelos, entre outras.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

De acordo com Chiavenato (2005, p. 9) A administração financeira (AF) é a área da administração que cuida dos recursos financeiros da empresa. Ela está preocupada com

dois aspectos importantes dos recursos financeiros: a rentabilidade e a liquidez. Isso significa que a AF procura fazer com que os recursos financeiros sejam lucrativos e líquidos ao mesmo tempo. Nas realidades estes são os dois objetivos principais da AF: o melhor retorno possível do investimento (rentabilidade ou lucratividade) e a sua rápida conversão em dinheiro (liquidez), assim podemos concluir que a AF é a área responsável pela administração dos recursos financeiros das empresas, proporcionando condições que garantam rentabilidade e liquidez.

Segundo Assaf Neto (2002), “a administração financeira é um campo de estudo teórico e prático que objetiva, essencialmente, assegurar um melhor e mais eficiente processo empresarial de captação e alocação de recursos de capital”.

Gitman (2006, p. 4), “[...] administração financeira preocupa-se com tarefas do administrador financeiro na empresa”. Ou seja, o administrador financeiro faz uso de seus conhecimentos para administrar as questões financeiras da empresa.

Destacando-se também que os administradores financeiros exercem diversas tarefas financeiras e, nos últimos anos, com a mudança dos ambientes econômico e regulamentar, seu papel tem aumentado de importância.

3.2. ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA DE CURTO PRAZO

Matias (2007) afirma que tudo aquilo que se deve ou será realizado em um ano, a partir da data de início de balanço, é circulante ou de curto prazo.

O ativo circulante é composto pelo disponível, aplicações financeiras, contas a receber e estoques que se espera serem convertidos em caixa no prazo de um ano. O passivo circulante, por sua vez, é formado por fornecedores, empréstimos, duplicatas descontadas, salários a pagar e encargos e tributos a pagar (DE IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2009).

Segundo Matias (2007), a gestão do ativo circulante tem como função manter a quantidade necessária de caixa para sustentar a atividade operacional da empresa e atender as necessidades inesperadas de caixa, mantendo um nível de liquidez que faça com que a empresa tenha um bom *rating* e assim possa captar recursos em bancos a um

menor custo e possa obter descontos comerciais, conseguidos através do pagamento antecipado de contas ou compra de uma maior quantidade de produto. Por sua vez, a gestão do passivo circulante está relacionada ao nível de endividamento e as possibilidades e custos dos financiamentos captados pela empresa.

3.3. BALANÇO PATRIMONIAL

De acordo com Matarazzo (2007), o Balanço Patrimonial é uma demonstração de todos os bens, direitos e obrigações de uma organização, com finalidade de apresentar a posição financeira e patrimonial da empresa em determinada data, sempre divulgado no dia 31/12/XXXX.

Segundo Gitman (2002, p.72), O balanço patrimonial representa a demonstração resumida da posição financeira da empresa em determinada data. A demonstração confronta os ativos da empresa (o que ela possui) com suas fontes de financiamento, que podem ser *dívida* (obrigações) ou *patrimônio* (o que foi fornecido pelos proprietários).

O autor Assaf Neto (2007, p.67) faz a seguinte menção sobre as três partes essenciais que compõe o balanço: O balanço compõe-se de três partes essenciais: ativo, passivo, e patrimônio líquido. Cada uma dessas partes apresenta suas diversas contas classificadas em “grupos”, os quais, por sua vez, são dispostos em ordem decrescente de grau de liquidez para o ativo e em ordem decrescente de exigibilidade para o passivo.

Balanço Patrimonial			
ATIVO		PASSIVO	
bens + direitos		obrigações com terceiros	
		PATRIMÔNIO LÍQUIDO	
		obrigações com a empresa (diretores, acionistas, etc.)	
TOTAL ATIVO	\$	TOTAL PASSIVO	\$

Figura 1: Estrutura do Balanço Patrimonial

Fonte: www.socontabilidade.com.br

3.3. LIQUIDEZ CORRENTE

Calculada a partir da Razão entre os direitos a curto prazo da empresa (Caixas, bancos, estoques, clientes) e a as dívidas a curto prazo (Empréstimos, financiamentos, impostos, fornecedores). No Balanço estas informações são evidenciadas respectivamente como Ativo Circulante e Passivo Circulante.

$$\text{Liquidez Corrente} = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$$

A partir do resultado obtido podemos fazer a seguinte análise:

Resultado da Liquidez Corrente:

Maior que 1: Resultado que demonstra folga no disponível para uma possível liquidação das obrigações.

Se igual a 1: Os valores dos direitos e obrigações a curto prazo são equivalentes

Se menor que 1: Não haveria disponibilidade suficientes para quitar as obrigações a curto prazo, caso fosse preciso.

3.4. LIQUIDEZ IMEDIATA

Índice conservador, considera apenas caixa, saldos bancários e aplicações financeiras de liquidez imediata para quitar as obrigações. Excluindo-se além dos estoques as contas e valores a receber. Um índice de grande importância para análise da situação a curto-prazo da empresa.

$$\text{Liquidez Imediata} = \text{Disponível} / \text{Passivo Circulante}$$

3.5. LIQUIDEZ GERAL

Este índice leva em consideração a situação a longo prazo da empresa, incluindo no cálculo os direitos e obrigações a longo prazo. Estes valores também são obtidos no balanço patrimonial.

Observação: A partir de 31.12.2008, em função da nova estrutura dos balanços patrimoniais promovida pela MP 449/2008, a fórmula da liquidez geral será:

$$\text{Liquidez Geral} = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})$$

4. OBJETIVO

Objetivo do trabalho visa analisar o balanço patrimonial, através dos índices econômico-financeiros, análise geral do balanço, sob a perspectiva das normas contábeis, buscando, assim, avaliar os desempenhos passado e presente da empresa. Então o estudo será feito através dos dados obtidos da empresa Natura Cosmético AS.

5. METODOLOGIA

5.1. TIPO DE PESQUISA

De acordo com Fonseca, (2002) a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites.

Para Mattar (2001), a pesquisa quantitativa busca a validação das hipóteses mediante a utilização de dados estruturados, estatísticos, com análise de um grande número de casos representativos, recomendando um curso final da ação. Ela quantifica os dados e generaliza os resultados da amostra para os interessados.

5.2. PROCEDIMENTO METODÓLOGO

A metodologia usada no presente artigo está em conformidade com o escopo do trabalho, com intuito de seguir um conjunto de etapas planejadas previamente. Assim sendo, essa pesquisa será feita através de um estudo teórico que terá como ponto de partida uma pesquisa bibliográfica e aplicação de fundamentos teóricos e fórmula como: índices liquidez corrente, imediata e geral. Neste aspecto iremos fazer uma análise geral do balanço patrimonial, assim indicando a saúde financeira da empresa. Utilizando a pesquisa quantitativa, através de dados coletados da empresa Natura Cosmético SA nos períodos de 2013 a 2015.

6. RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1. BALANÇO PATRIMONIAL

O balanço patrimonial utilizado no presente artigo, referente aos anos de 2013 a 2015 (valores expressos em milhões de reais, exceto por ação). O Balanço Patrimonial apresentado está de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, em observância as disposições contidas da Lei das Sociedades por Ações, e incorporam mudanças introduzidas por intermédio das Leis 11.638/07 e 11.941/09.

Encerramento do Exercício:	2013	2014	2015
Total do Ativo Circulante	5.629,25	6.782,76	9.711,39
Caixa e Investimentos de Curto Prazo	1.309,31	1.695,99	2.783,68
Caixa	240,39	153,94	212,01
Caixa e Equivalentes de Caixa	762,57	1.010,23	1.379,83
Investimentos de Curto Prazo	306,35	531,81	1.191,84
Contas a Receber, Líquido	988,11	1.087,82	1.229,40
Contas a receber - comércio, Líquido	807,00	847,49	909,01
Inventário	799,52	889,98	963,67
Despesas Antecipadas	-	-	-
Outros Ativos Circulantes, Total	416,00	565,50	1.041,95
Total do Ativo	4.175,10	4.632,95	5.128,63
Imobilizado - Líquido	1.439,70	1.672,15	1.752,35
Imobilizado - Bruto	2.110,03	2.427,51	2.636,96
Depreciação Acumulada, Total	-670,32	-755,37	-884,61
Ágio, Líquido	77,07	81,12	101,00
Intangíveis, Líquido	400,22	528,09	715,48
Investimentos de Longo Prazo	-	-	-
Realizável a Longo Prazo	175,06	182,71	289,44
Outros Ativos de Longo Prazo, Total	643,34	496,74	518,01
Outros Ativos, Total	-	-	-
Total do Passivo Circulante	2.326,85	3.118,99	4.572,92
A Pagar/Acumulado	706,59	599,62	802,89

A Recolher/Auferidos	-	-	-
Investimentos de Curto Prazo	177,64	210,51	201,20
Notas a Receber/Empréstimos de Curto Prazo	-	-	-
Parcela Circulante das Obrigações de Arrendamento			
Mercantil	693,12	1.466,60	2.161,38
Outros Passivos Circulantes, Total	749,50	842,26	1.407,45
Total do Passivo	7.870,54	9.453,21	12.704,25
Total de Endividamento de Longo Prazo	2.200,79	2.514,61	3.374,50
Endividamento de Longo Prazo	2.200,79	2.514,61	3.374,50
Obrigações de Arrendamento Mercantil	-	-	-
Total de Endividamento	2.893,91	3.981,21	5.535,88
Imposto de Renda Diferido	-	-	34,07
Participação de Acionistas Não Controladores	22,61	24,98	49,58
Outros Passivos, Total	552,44	417,80	335,72
Total do Patrimônio Líquido	7.823,07	8.754,05	10.853,44
Ações Preferenciais Resgatáveis	-	-	-
Ágio, Líquido	-	-	-
Ações Ordinárias, Total	427,07	427,07	427,07
Capital Social integralizado Adicional	-	-	39,10
Lucros Retidos (Prejuízos Acumulados)	222,17	247,35	398,50
Ações em Tesouraria - Ordinárias	-	-	-37,85
Garantia de Dívida de Opções de Compra de Ações	-	-	-
Ganho/(Perda) não Realizado(a)	-	-	-
Outros Patrimônios Líquidos, Total	496,39	449,27	201,36
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	6.248,32	7.200,08	9.394,98
Ações Ordinárias em Circulação	429,12	430,28	430,28
Ações Preferenciais em Circulação	-	-	-

Tabela 1: Balanço Patrimonial da Natura Cosméticos SA

Fonte: br.investing.com

6.2 ÍNDICES DE LIQUIDEZ CALCULADOS

Índices de Liquidez	2013	2014	2015
ILC	2,419258	2,174666	2,123674
ILI	0,562696	0,543763	0,608731
ILG	1,281973	1,236415	1,258374

Quadro 1: Tabela dos índices de liquidez

Fonte: Autores

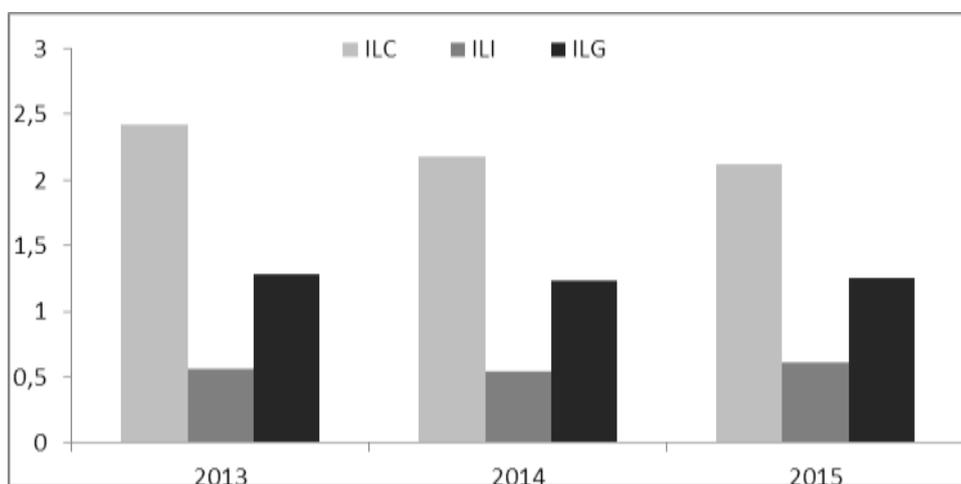


Gráfico 1: Ilustração dos índices

Fonte: Autores

6.2.1. ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE (ILC)

Segundo o quadro 1, pode-se perceber que, no ano 2013 a empresa atingiu um ILC de 2,41, o que significa que ela possuía R\$ 2,41 de realizáveis a curto prazo para cada unidade monetária de dívida, mas no período de 2014 e 2015 esses índices tiveram um declínio em relação a 2013. Abaixo segue o gráfico que ilustra o índice.

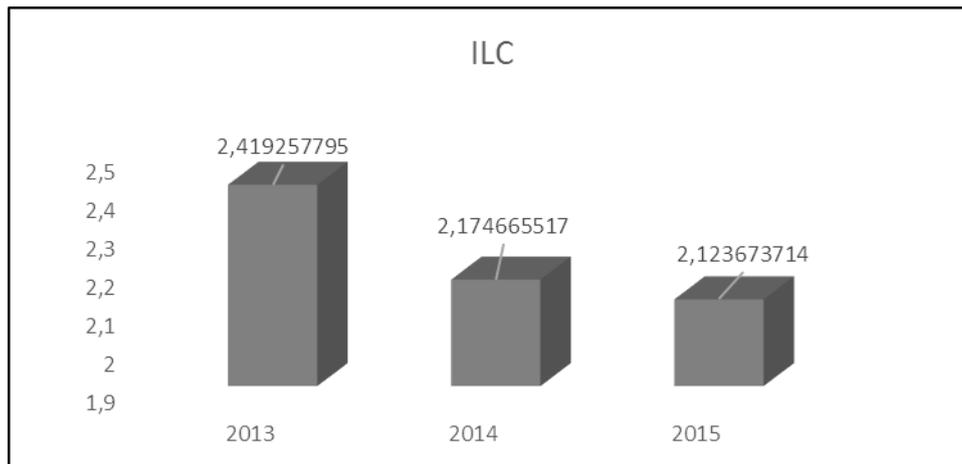


Gráfico 2: Índice de Liquidez Corrente

Fonte: Autores

6.2.2. ÍNDICE DE LIQUIDEZ IMEDIATA (ILI)

De acordo com o quadro 1, verifica-se que, em 2013 a empresa possuía R\$0,56 de capital imediato, e no ano de 2014 esse índice baixou, mas em 2015 sofreu um aumento e passou para R\$0,60. Visto que esse índice não é muito significativo, pois não leva em consideração os direitos a receber da empresa.

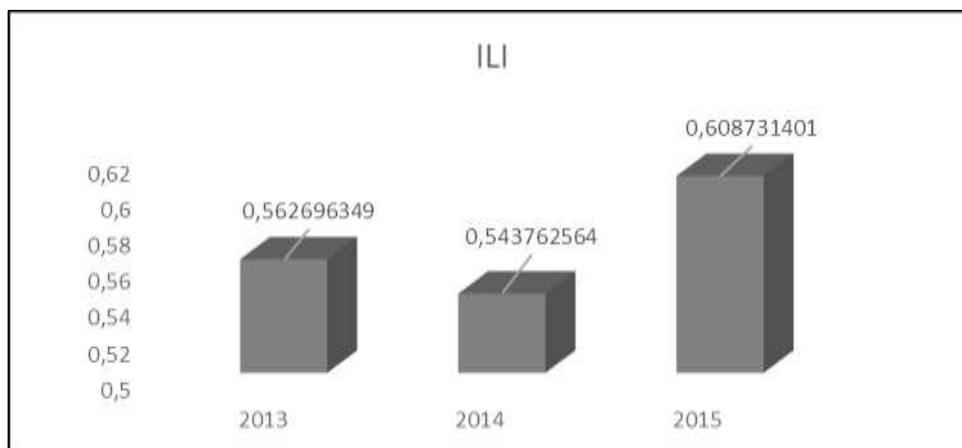


Gráfico 3: Índice de Liquidez Imediata

Fonte: Autores

6.2.3. ÍNDICE DE LIQUIDEZ GERAL (ILG)

De acordo com o quadro 1, verifica-se que, em 2013 a empresa possuía R\$0,28 para cada R\$ 1,00 de dívida e no ano de 2014 esse índice baixou, mas em 2015 sofreu um aumento e passou para R\$0,25 para cada R\$ 1,00 de dívida. Conclui-se que a empresa

não tinha capacidade de honrar com seus compromissos, pois possuía menos direitos que obrigações.

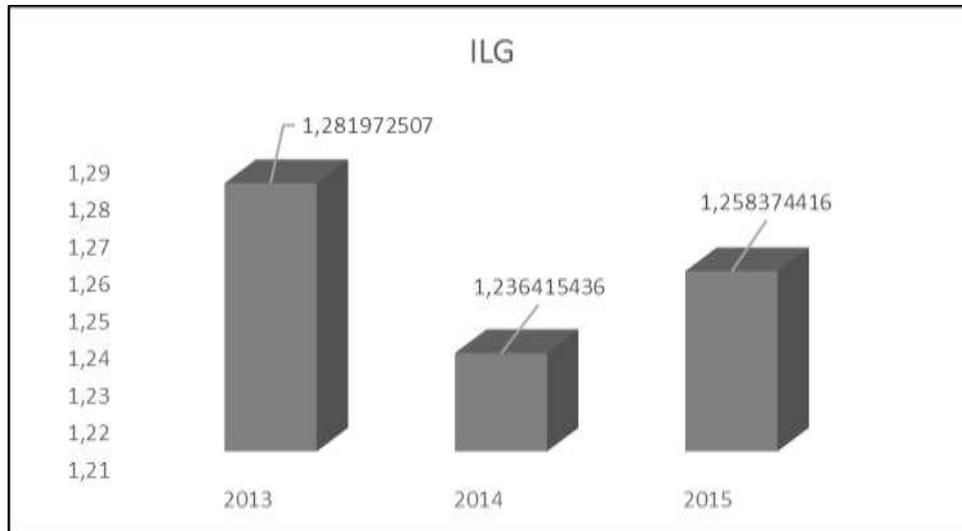


Gráfico 4: Índice de Liquidez Geral

Fonte: Autores

6.3 ANÁLISE DO BALANÇO PATRIMONIAL

6.3.1. TOTAL DO ATIVO CIRCULANTE

Ativo Circulante agrupa dinheiro e tudo o que será transformado em dinheiro rapidamente. São contas que estão constantemente em giro, movimento, circulação. Neste grupo são registrados os bens e direitos que a empresa consegue realizar (transformar) em dinheiro até o final do exercício seguinte, ou seja, no curto prazo.

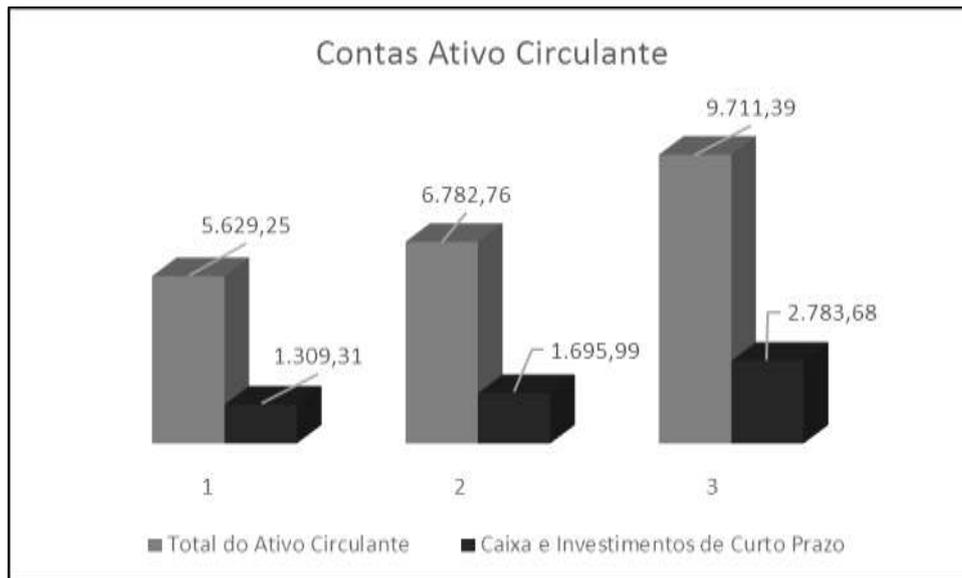


Gráfico 5: Comparação das contas

Fonte: Autores

Podemos analisar a evolução do total do ativos circulantes em comparação aos anos verificados no balanço patrimonial, o crescimento do ano de 2014 foi de 20,5% em relação ao ano de 2013, e no ano de 2015 obteve um crescimento significativo de 43,5 %, se compararmos ao ano de 2014. Os valores que se obteve grande significância nos ativos circulantes foi a conta caixa e investimentos de curto prazo, onde em 2013 o valor foi de R\$ 1.309,31, o que significa 23,3 % do total dos ativos, já no ano de 2014 obteve um aumento desse caixa de 29,5 % comparado ao ano anterior.

6.3.1. TOTAL DO PASSIVO CIRCULANTE

Neste grupo, classificam-se as contas que representam obrigações da empresa para com terceiros no curso do exercício seguinte. São as obrigações (dívidas) exigíveis que deverão ser pagas até o fim do exercício seguinte.

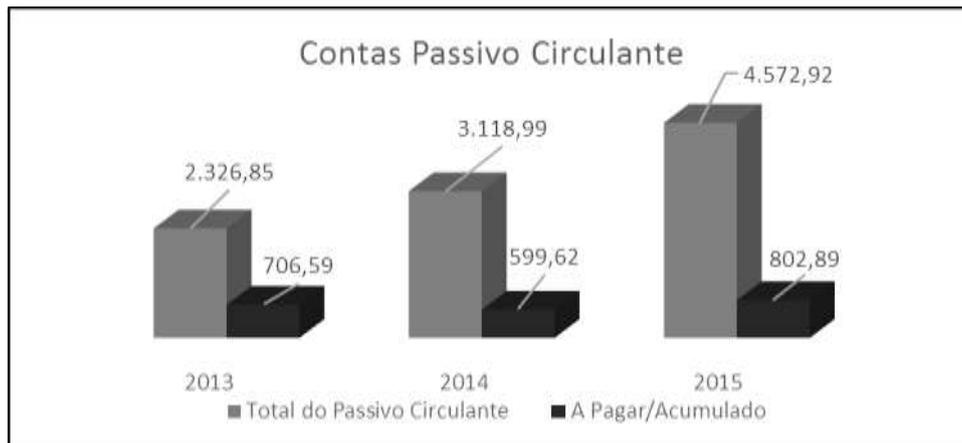


Gráfico 6: Comparação das contas

Fonte: Autores

REFERÊNCIAS

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

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 7º ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CHIAVENATO, I.; CERQUEIRA NETO, E. P. de. **Administração estratégica em busca do desempenho superior: uma abordagem além do balanced scorecard**. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 63-93.

CHIAVENATO, idalberto. **Administração financeira. Uma abordagem introdutória Rio de Janeiro**: Elsevier, 2005, p.9 a 13.

DE OLHO NO MERCADO. **Beleza & cia: setor de cosméticos prepara estratégias para 2016**. Disponível em: <<http://www.negociosrpc.com.br/deolhonomercado/economia/beleza-cia-setor-de-cosmeticos-prepara-estrategias-para-2016/>>. Acesso em: 06 de out. 2016.

DESCRIÇÃO DE CASO: **Natura Cosméticos SA - Maxwell - PUC-Rio**. Disponível em: <www.maxwell.vrac.puc-rio.br/19292/19292_5.PDF>. Acesso em: 10 de out. 2016.

EMPREENDEDOR. **Setor de cosméticos é um dos que mais cresce no País**. Disponível em: <<http://empreendedor.com.br/noticia/setor-de-cosmeticos-e-um-dos-que-mais-cresce-no-pais/>>. Acesso em 08 de out. 2016.

FERREIRA, Ricardo J. **Contabilidade Básica**. Editora Ferreira. 4ª Edição. Rio de Janeiro, 2007.

FONSECA, J. C. P. **História das Telecomunicações Brasileiras**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<http://www.telebrasil.org.br/materiaoi/História%20das%20Telecomunicações%20Brasileiras.ppt>>. Acessado em 07 de out. 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, p.31-32. 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 10.ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: HARBRA, 2002. 72 p.
IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. São Paulo: Atlas, 2009.

MARION, José C. **Contabilidade Básica**. Editora Atlas. 4ª Edição. São Paulo, 1996.

MATARAZZO, Dante C. **Análise Financeira de Balanços**. 6ª edição. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2007.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças corporativas de curto prazo: A gestão do valor do capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças corporativas de curto prazo: A gestão do valor do capital de giro.** São Paulo: Atlas, 2007.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

NETO, Assaf Neto. **Estrutura e Análise de Balanços – Um enfoque econômico-financeiro.** São Paulo: Atlas, 2007, 67 p.

PORTAL DE CONTABILIDADE. **Cálculo e análise dos índices de liquidez.** Disponível em: <[Http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/indices-de-liquidez.htm](http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/indices-de-liquidez.htm)>. Acesso em: 06 de out. 2016.

SO CONTABILIDADE. **Ativo Circulante.** Disponível em: <http://www.socontabilidade.com.br/conteudo/BP_ativo.php>. Acesso em: 30 de out. 2016.