

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

MARCELO CAMBRUZZI ROCHA

**ELABORAÇÃO DE UM CONTROLE FINANCEIRO PARA UMA PEQUENA
EMPRESA DO SETOR DE AGRONEGÓCIO LOCALIZADA EM JACINTO
MACHADO/SC**

CRICIÚMA

2018

MARCELO CAMBRUZZI ROCHA

**ELABORAÇÃO DE UM CONTROLE FINANCEIRO PARA UMA PEQUENA
EMPRESA DO SETOR DE AGRONEGÓCIO LOCALIZADA EM JACINTO
MACHADO/SC**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no curso de Administração, Linha de formação específica em Administração de empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof. Dr. Abel Corrêa de Souza

CRICIÚMA

2018

MARCELO CABRUZZI ROCHA

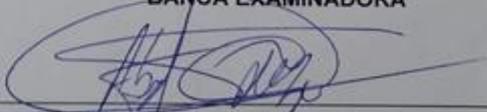
ELABORAÇÃO DE UM CONTROLE FINANCEIRO PARA UMA PEQUENA
EMPRESA DO SETOR DE AGRONEGÓCIO LOCALIZADA EM JACINTO
MACHADO/SC

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no curso de Administração, Linha de formação específica em Administração de empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

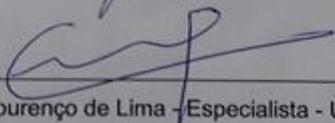
Orientador: Prof. Dr. Abel Corrêa de Souza

Criciúma, 25 de Junho de 2018.

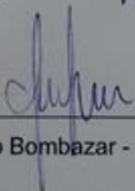
BANCA EXAMINADORA



Prof. Abel Corrêa de Souza - Mestre - UNESC



Prof. Evaldo Lourenço de Lima - Especialista - UNESC



Prof. Cleber Pacheco Bombazar - Especialista - UNESC

CRICIÚMA

2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por tudo que me concedeu tanto na vida pessoal quanto na profissional, pois sem ajuda dele os ganhos não seriam alcançados, bem como o término da graduação, com todo o esforço e dedicação a cada dia.

Aos meus pais, por desde a minha infância sempre me proporcionando um ambiente onde eu posso me sentir confortável. Com toda a sua paciência, carinho e amor depositados em mim, servindo de incentivo para as conquistas. Em todo esse período da graduação sempre incentivando e apoiando nas minhas escolhas e sempre acreditando em meu potencial.

Minha gratidão ao orientador, Prof. Abel Corrêa de Souza que aceitou o meu pedido de orientação, e que ao longo desse trabalho pude estar perto de uma pessoa que eu sempre admirei por sua inteligência, formas de ensino e também pelo seu caráter. Pessoa que contribuiu para que este trabalho fosse concluído.

Por fim, o meu agradecimento ao proprietário da empresa em estudo que se disponibilizou a abrir as portas e me receber com todo carinho e satisfação em poder me ajudar, acatando as minhas necessidades, sem medir esforços.

ROCHA, Marcelo Cambuzzi. **ELABORAÇÃO DE UM CONTROLE FINANCEIRO PARA UMA PEQUENA EMPRESA DO SETOR DE AGRONEGÓCIO LOCALIZADA EM JACINTO MACHADO/SC.** 2018. 61 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

RESUMO

O presente estudo aborda a importância do fluxo de caixa como planejamento financeiro para uma pequena empresa, nesse contexto destaca-se também a relevância do administrador como um instrumento que possibilita o planejamento e o controle financeiro proporcionando uma visão clara e aberta da administração do seu capital. Diante disso, o estudo teve como objetivo geral, propor a implantação do fluxo de caixa como ferramenta de gestão financeira para o planejamento financeiro de uma pequena empresa do setor de agronegócio localizada em Jacinto Machado/SC. O referido estudo fez o uso de uma abordagem qualitativa de pesquisa com tipo de investigação descritivo. E os meios de investigação foram realizados através de pesquisa bibliográfica e aplicada. Tendo como população alvo delimitada pela escolha de uma pequena empresa que atua no segmento do agronegócio. É uma empresa que se caracteriza familiar, composta por um quadro de doze funcionários. Com base nos objetivos os resultados apresentados são relativos ao da empresa de pequeno porte, foi possível verificar no estudo o saldo operacional da empresa no período considerado, constando resultados significativos para a empresa identificou-se também todos os ingressos e desembolsos da mesma no período, foram identificados quais são os controles financeiros utilizados pela empresa, tendo como resultado da pesquisa a proposta da implantação do fluxo de caixa na empresa como instrumento de controle e planejamento financeiro.

Palavras-chave: Controle financeiro, planejamento financeiro, pequena empresa, agronegócio.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Saldo da balança comercial brasileira entre 1998 e 2013.....	17
Figura 2: Saldo da balança comercial brasileira entre 1998 e 2013.....	21
Figura 3: Exportações brasileiras do agronegócio por mercado (2017)	24
Figura 4: Exportações brasileiras do agronegócio por UF (2017)	25
Figura 5: Exportações brasileiras do agronegócio por setor (2017)	25
Figura 6: Balança comercial do agronegócio – 2008 a 2017	26
Figura 7: Desembolsos do Fluxo de Caixa:.....	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação das empresas de acordo com a legislação brasileira	15
Quadro 2: Classificação das empresas de acordo com o número de funcionários ...	15
Quadro 3: Contas a receber	38
Quadro 4: Síntese dos procedimentos metodológicos.	44
Quadro 5: Ingressos da empresa no período de Janeiro a dezembro de 2017:	49
Quadro 6: Desembolsos no período de Janeiro a Dezembro de 2017.....	51
Quadro 7: Entradas mensais.....	51
Quadro 8: Saídas mensais.....	51
Quadro 9: Confronto entre as Entradas e Saídas do período.....	51
Quadro 10: Ingressos da empresa no período de 2018.....	52
Quadro 11: saídas do período de 2018.....	53
Quadro 12: Entradas mensais, do período de 2018.....	53
Quadro 13: Saídas mensais, do período de 2018.....	53
Quadro 14: Confronto entre as Entradas e Saídas do Período.....	53

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	11
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivo geral	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 MICROEMPRESA.....	14
2.2 O AGRONEGÓCIO	16
2.2.1 Considerações sobre o agronegócio no Brasil	19
2.2.2 O agronegócio e a economia brasileira.....	22
2.3 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	26
2.3.1 Objetivos da administração financeira.....	28
2.3.2 Funções do administrador financeiro	28
2.4 PLANEJAMENTO – CONCEITOS E APLICAÇÕES	29
2.4.1 Conceito de planejamento.....	29
2.4.2 Níveis de planejamento.....	30
2.5 PLANEJAMENTO FINANCEIRO	32
2.6 FLUXO DE CAIXA.....	33
2.6.1 Importância da gestão do fluxo de caixa	35
2.6.2 Vantagens do fluxo de caixa	36
2.6.3 Controle de contas a pagar	37
2.6.4 Controle de contas a Receber.....	37
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	39
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	39
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E OU POPULAÇÃO-ALVO	40
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	41
3.3.1 Pesquisa Descritiva.....	41
3.3.2 Pesquisa Bibliográfica	42
3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS	42
3.5 SÍNTESES DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	46

4.1 INGRESSOS E DESEMBOLSOS	47
5 CONCLUSÃO	55
REFERÊNCIAS.....	57

1 INTRODUÇÃO

O estudo realizado tem como objetivo identificar o quanto importante é ter uma estrutura financeira bem elaborada e eficaz. Isso serve como base para futuras decisões a serem tomadas, seja para novas aquisições, investimentos ou até mesmo enfrentar um período difícil que esteja passando.

Com a grande competitividade das empresas no mercado hoje, é importante que busquem por meios de organização o desejo de obterem informações rápidas e precisas sobre sua posição no mercado.

Sendo assim, o planejamento apresenta a determinação de metas de uma empresa. A implantação de metas e a criação de uma estrutura de planos abrangentes para compor e coordenar atividades, o mesmo da à direção, diminui o impacto da mudança, minimiza o desperdício e o excesso, estabelece os padrões para facilitar o controle (ROBBINS, 2003).

A administração de caixa em uma empresa envolve as atividades de planejamento e controle das ociosidades financeiras que é a parte do seu ativo circulante formado pelos depósitos nas contas correntes bancárias e aplicações financeiras de liquidez imediata. É estabelecido então o planejamento de caixa, exercício esse que busca calcular a evolução dos saldos de caixa da empresa, sendo assim, indicações importantes para ajudar na tomada de decisões (SANTOS, 2001).

É de grande importância lembrar que dentro do planejamento e administração de caixa é crucial a construção de um fluxo de caixa. Esse instrumento que planeja as finanças tendo o objetivo de fornecer pressuposto da situação de caixa da empresa em determinado período de tempo a diante, ainda traz informações que possibilitem que a empresa opte pela melhor destinação para a sobra de caixa. Aplicá-lo no mercado financeiro, liquidar dívidas antecipadamente ou fazer investimentos permanentes na ampliação ou desenvolvimento dos processos de operação, sendo essas algumas alternativas possíveis, conforme os saldos de caixa (SANTOS 2001).

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Tornando-se, nos dias atuais de máxima importância as pequenas empresas estabelecer uma estrutura financeira em prática, com todo o planejamento estruturado, amplo e desenhado para que no dia a dia possa estar claramente ilustrado o que vai acontecer. Com isso é importante se planejar tanto financeiramente quanto em qualquer área dentro da empresa porque de nada adianta estar competindo e não saber administrar os recursos, as suas despesas e até o seu lucro, que muitas vezes o empresário acredita que está se saindo bem e quando se dá conta está endividado até o pescoço (SANTOS, 2001).

Diante desse cenário onde quem quer continuar sobrevivendo tem que se aprimorar em termos de conhecimentos e ferramenta de gerenciamento, se encontra a empresa em estudo: uma pequena empresa no segmento do agronegócio, sendo constituída por 12 funcionários fundada no ano de 2012, na cidade de Jacinto Machado.

Para administrar esse tipo de empresas ha necessidade de contar com ferramentas que possam auxiliar nas tomadas de decisões, como o fluxo de caixa que possibilita o gestor na obtenção de um controle mensal ou até mesmo diário de suas movimentações financeiras na empresa, sendo assim possibilita o gerenciamento dos recursos evitando possíveis prejuízos. Diante desse quadro, surge o seguinte questionamento: **como a implantação do fluxo de caixa como ferramenta de gestão pode contribuir para o planejamento financeiro de uma pequena empresa do setor de agronegócio localizada em Jacinto Machado/SC?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Propor a implantação do fluxo de caixa como ferramenta de gestão para o planejamento financeiro de uma pequena empresa do setor de agronegócio localizada em Jacinto Machado/SC.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar os ingressos e desembolsos da empresa no período de jan/2017 a maio/2018;
- b) Verificar o saldo operacional no período considerado;
- c) Identificar quais são os controles financeiros utilizados pela empresa;
- d) Propor a implantação do fluxo de caixa na empresa como instrumento de controle e planejamento financeiro.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo tem por objetivo propor a implantação da ferramenta fluxo de caixa como planejamento financeiro em uma pequena empresa no segmento do agronegócio.

Desta forma, o estudo é importante visto que a pesquisa junto à empresa em estudo apresenta ao leitor o valor de compreender os processos da área financeira dentro da mesma. Sendo assim o estudo revela qual a necessidade de ter essa ferramenta como auxílio no planejamento financeiro da organização.

O sistema econômico está crescendo com certa agressividade com as mudanças em nível de tecnologia, técnica e estrutura, exigindo das empresas que busquem por apoios de sistemas de confiança e com eficiência para que possam continuar competindo. A administração financeira é uma grande ferramenta para que a empresa continue sobrevivendo e tendo sucesso (FERNANDES, 2009).

Com essa grande disputa e o mercado cada vez mais exigente, o presente estudo se justifica na medida em que busca atingir o seu objetivo de propor a implantação do fluxo de caixa como uma ferramenta na gestão financeira de uma pequena empresa, que atua no segmento do agronegócio com a produção de aipim, situada na cidade de Jacinto Machado. Com isso destaca-se a importância de atingir tal objetivo, pois o resultado deste estudo vai servir de auxílio para o gestor da empresa a entender a importância do planejamento financeiro, tendo como objetivo os melhores resultados e melhores projeções da sua atuação no mercado em que está inserida.

Com o cenário competitivo onde ocorrem mudanças econômicas e financeiras constantemente, as empresas estão na busca de soluções rápidas e que

mostrem os melhores resultados. Por isso esta pesquisa é útil, já que na empresa em estudo há necessidade de conhecimento na área de gestão financeira para se obter eficiência nas decisões gerenciais e ter a garantia de sobreviver a esse cenário competitivo que se encontra no mercado.

Sendo assim a presente pesquisa é de grande relevância para a empresa, para o pesquisador e também para a universidade. Para a empresa, pois irá contribuir com a ideia de implantação do planejamento financeiro dentro da mesma, onde nunca foi realizado e com isso vai obter um controle eficaz de suas entradas e saídas de caixa tendo a facilidade nos resultados da empresa. Para o pesquisador, será de grande contribuição no conhecimento da área financeira, sendo assim tendo a oportunidade de estar se aprofundando no assunto e também se preparando para ingressar no mercado de trabalho. Para a universidade fica como base de pesquisa para professores e acadêmicos, e de modelo para outras empresas que visam melhorar sua gestão financeira.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica busca a análise de autores que já escreveram sobre o tema em que se deseja desenvolver a pesquisa, portanto direciona ao leitor um referencial teórico de acordo com a pesquisa (VIANNA, 2001).

Desta forma o presente capítulo tem como objetivo sustentar teoricamente a pesquisa, dando ênfase aos principais assuntos relacionados à Microempresa, Agronegócio e a Administração. Particularmente, na terceira sessão destacam-se a Administração Financeira, seus objetivos, bem como a função do Administrador Financeiro.

Em seguida apresentam-se os conceitos de Planejamento, focalizando seus níveis, o Planejamento Estratégico, Tático e Operacional, e Financeiro. E por fim, a monografia aborda o Fluxo de caixa, a importância da sua gestão, vantagens e o Controle de Contas a Pagar e Receber.

2.1 MICROEMPRESA

As micro e pequenas empresas participam ativamente do mercado e das finanças dos países em todo o mundo e, no Brasil, a realidade é a mesma. Elas geram renda, empregos, auxiliam no crescimento e aquecimento do mercado e recolhem impostos para do financiamento das atividades do Estado. Além disso, é preciso considerar que essas empresas atuam perto de seus clientes e, assim, muitas conseguem fidelizar e se tornar a primeira opção de escolha entre eles (SOUZA; MAZZALI, 2008).

Pensando-se na geração de empregos por microempresas, o IPEA (2012, p. 20) ressalta que:

Os empregos nas microempresas, entre 2000 e 2008, cresceram a uma taxa de 4,6% a.a. enquanto nas pequenas, a expansão anual foi de 6,1%. Como resultado, as MPEs foram responsáveis por aproximadamente metade dos postos de trabalho formais criados entre 2000 e 2008. Assim, foram gerados 9,0 milhões de postos de trabalho no período, o que corresponde à média de 1,131 milhão de postos por ano.

Para uma melhor compreensão dessas empresas, é preciso abordar as questões legais que as definem e destacam em que porte cada instituição se

enquadra. De acordo com a Lei nº 9.317 de 5 de dezembro de 1996, as empresas podem ser conceituadas como:

Quadro 1: Classificação das empresas de acordo com a legislação brasileira

CLASSIFICAÇÃO	RECEITA OPERACIONAL BRUTA ANUAL
MICROEMPRESA	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões
PEQUENA EMPRESA	Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões
MÉDIA EMPRESA	Maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões
MÉDIA-GRANDE EMPRESA	Maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
GRANDE EMPRESA	Maior que R\$ 300 milhões

Fonte: Adaptado de Brasil, Lei nº 9.137 (1996).

Todavia, existem diferentes parâmetros de classificação das empresas quanto ao seu porte. O SEBRAE (2012) baseia-se no critério do número de empregos gerados para inserir as empresas em diferentes classificações, conforme o quadro 2, apresentado a seguir.

Quadro 2: Classificação das empresas de acordo com o número de funcionários

Classificação	Setores	
	Indústria	Comércio e serviços
Microempresa	Até 19 colaboradores	Até 9 colaboradores
Pequena empresa	De 20 a 99 colaboradores	De 10 a 49 colaboradores
Média empresa	De 100 a 499 colaboradores	De 50 a 99 colaboradores
Grande empresa	500 colaboradores ou mais	100 colaboradores ou mais

Fonte: SEBRAE (2012).

Ressalta-se que o conceito legal deve sempre ser considerado para a definição do porte de uma empresa, já que é de acordo com as leis que elas serão enquadradas e deverão recolher seus impostos. Essa diferenciação na análise de determinação do porte das empresas não existe apenas para fins de tributação, mas

engloba questões organizacionais, administrativas e de gestão (SOUZA; MAZZALI, 2008).

Na concepção de Guerra e Teixeira (2010), por apresentarem proporções limitadas, seus recursos também não são excedentes e, assim, essas empresas deveria receber grande atenção por parte dos governos, visando fomentar suas atividades, manter sua saúde financeira e fazer com que permaneçam no mercado, gerando os empregos e a renda pela qual são responsáveis.

Ainda que não se possa comparar a produtividade dessas empresas com aquelas de portes maiores, em função das condições, recursos físicos e materiais, disponibilidade de pessoas e uso de tecnologias, deve-se ressaltar que seu valor para o mercado é elevado, pois produzem com qualidade e eficiência dentro de suas possibilidades e, muitas vezes, são as responsáveis pelo abastecimento do mercado nos locais em que se encontram (IPEA, 2012).

É muito importante, ainda, esclarecer que o relacionamento entre empregadores e empregados é mais próximo nessas empresas de porte menor e estudos aponta que há maior estímulo ao seu desenvolvimento e melhoria das condições. Muitos são os casos em que esses empregadores atuam para que a escolarização dos trabalhadores seja melhorada, não apenas como forma de gerar benefícios para a empresa, mas com foco no potencial e nas capacidades das pessoas que ali atuam (IPEA, 2012).

2.2 O AGRONEGÓCIO

O agronegócio é um setor da economia com papel essencial para o desenvolvimento das nações, uma vez que atua na geração de empregos, renda, na produção e atendimento das demandas populacionais, bem como gera produtos para a exportação. Em face da modernização das atividades agrícolas, agropecuárias e agroindustriais, o agronegócio vem sendo conduzido com uma visão mais ampla e objetivos mais elevados do que no passado, o que faz com que seus benefícios para todo o mercado sejam crescentes (HEREDIA; PALMEIRA; LEITE, 2010).

Sobre o desenvolvimento rural, diretamente ligado ao agronegócio, Rodrigues e Sonaglio (2011) ressaltam que quando o âmbito rural é desenvolvido são criados novos produtos e serviços no campo, novos mercados podem ser

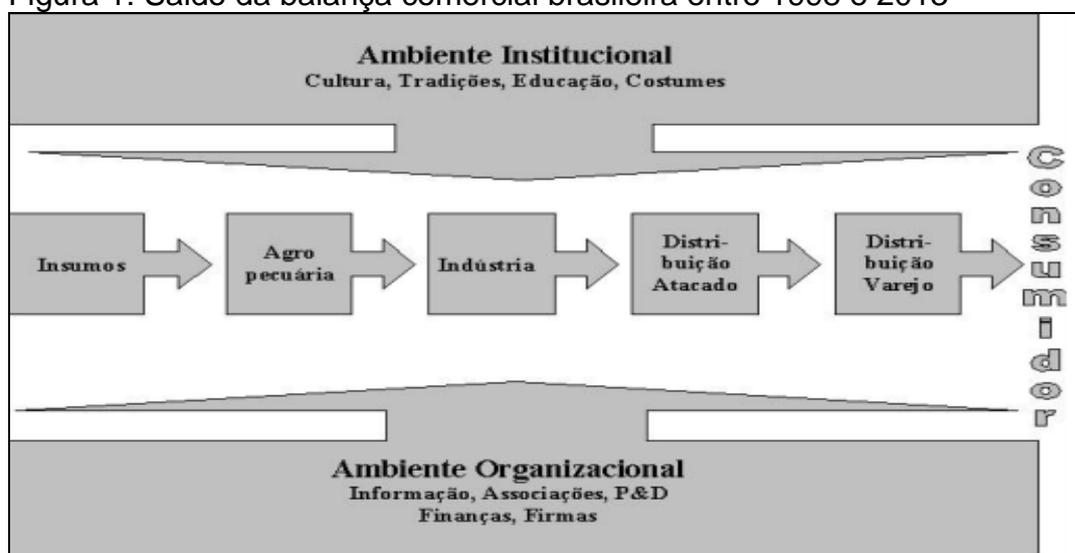
alcançados, busca-se uma redução de custos, aplicação de tecnologias para a melhoria das condições de produção e seus resultados. Assim sendo, há uma busca acentuada pela construção de uma nova agricultura, mais qualificada, bem desenvolvida e que atenda a um número cada vez maior de demandas sociais, além de beneficiar o próprio agricultor, mantendo-o o satisfeito e atuante no campo.

A importância desse desenvolvimento reside no fato de que todos os setores sociais no presente estão se desenvolvendo acentuadamente e, com isso, não pode a agricultura deixar de buscar uma adaptação aos novos mercados e demandas da população, caso contrário será ultrapassada pelas grandes corporações que atuam na área e já agregaram essas mudanças a suas atividades há tempos (RODRIGUES; SONAGLIO, 2011).

Deve-se considerar que o agronegócio engloba um conjunto de atividades em diversas áreas, de modo que se deve entender que ramos do agronegócio não significam essa atividade de forma ampla. Em outras palavras, a agricultura ou a agropecuária fazem parte do agronegócio, não são os únicos fatores e ações envolvidas com ele, que é muito mais amplo. O agronegócio agrupa todas essas atividades, além das tecnologias existentes desenvolvidas para seu melhor andamento, as pessoas que atuam em cada área, processos de importação, exportação, entre vários outros fatores (HEREDIA; PALMEIRA; LEITE, 2010).

Para que se tenha uma visão mais aprofundada do tema, apresenta-se a figura 1, que segue.

Figura 1: Saldo da balança comercial brasileira entre 1998 e 2013



Fonte: Gasques et al (2004, p. 7).

“Assim, ao tratarmos dos processos relacionados com o ‘agronegócio’, é preciso compreendê-los como algo que extrapola o crescimento agrícola e o aumento da produtividade, alusões mais comuns nos debates sobre o setor” (HEREDIA; PALMEIRA; LEITE, 2010, p. 161).

Todas as atividades relacionadas ao campo surgiram ainda na antiguidade, quando o homem deixa de viver da coleta, mudando-se de um território para outro e passa a produzir bens de consumo para o atendimento de suas necessidades. Além disso, esse homem percebe que ao produzir mais se torna capaz de alcançar vantagens econômicas por meio da troca e comercialização de produtos. O passar dos anos e o desenvolvimento de novas tecnologias fez com que essas atividades se tornassem mais modernas e efetivas e, assim, surge o agronegócio, reconhecido e valorizado em todo o mundo (ABBADE, 2014).

De acordo com Lima (2016), a atividade agrícola foi a primeira a ser desenvolvida pelo homem em todo o mundo e, assim, deve ser compreendida como parte essencial do agronegócio, ainda que não seja o único ramo que dele faz parte. Desde o surgimento da agricultura como atividade específica voltada ao cultivo da terra e obtenção de alimentos, ainda no período neolítico, suas características alteraram-se grandemente, passando por diferentes fases.

O homem que vivia de forma nômade passa a centrar-se em um lugar, assumindo o sedentarismo e, para isso, ele precisa cultivar o solo e dele obter seus alimentos, que antes eram coletados livremente de acordo com a disponibilidade. Conforme as sociedades foram crescendo, a produção agrícola também tornou-se maior, já que as demandas se tornaram crescentemente mais acentuadas (LIMA, 2016).

No Brasil, desde o processo de colonização, a atividade agrícola é extremamente relevante, já que ainda durante os processos iniciais de colonização e exploração dos recursos pela coroa portuguesa, vem sendo praticada, então pelos índios e agora pelo vasto número de produtores agrícolas existentes no país. Seu papel não é apenas oferecer produtos às famílias que atuam no setor, de fato, cabe ao agronegócio prover o mercado, gerar empregos, gerar renda, fomentar a economia e, ainda, oferecer produtos a serem negociados no comércio exterior, preferencialmente acima dos índices de necessidade de importação do país (LIMA, 2017).

Callado (2015), por sua vez, esclarece que em todo o mundo, o potencial para o desenvolvimento do agronegócio é ainda maior do que o que vem sendo aproveitado, porém, diversas nações não conseguem alcançar todas as suas possibilidades. Isso ocorre por diferentes fatores, como a falta de investimentos no Estado no agronegócio, dificuldade de integração das tecnologias em suas atividades, desconhecimento a respeito da efetiva gestão de recursos, etc. Percebe-se, assim, que o campo é vasto e suas atividades são inúmeras, de modo que este ramo pode se tornar cada vez mais efetivo desde que haja um compartilhamento adequado de abordagens e estratégias. Esses resultados, para que tragam benefícios globais, devem ser compartilhados e aplicados em diferentes nações.

Para Ramos et al (2007), o agronegócio precisa ser mais valorizado em todo o mundo, já que gera empregos, renda, desenvolvimento econômico e social, além de criar oportunidades para que as nações tenham resultados melhores, alcancem renda crescente e possam investir em seus territórios e nas pessoas que neles vivem e trabalham. O agronegócio incentiva a produção de riquezas para os países, para as pessoas envolvidas e para as sociedades de forma mais ampla e, assim sua valorização e investimentos na área precisam ser maiores a cada dia.

As nações nas quais ocorrem maiores investimentos e valorização do agronegócio tendem a crescer mais, de forma mais rápida e com melhores resultados, não apenas para os produtores, mas para toda a sociedade e, assim, o agronegócio trata-se de um ramo da atividade econômica e financeira com grande potencial de gerar benefícios, além de tornar os países mais ricos (CALLADO, 2015).

Na sequência são relatados dados a respeito do agronegócio e seu valor no cenário brasileiro.

2.2.1 Considerações sobre o agronegócio no Brasil

Nos últimos anos o agronegócio cresce de forma constante e acelerada no Brasil, assim como em outros países do mundo, o que faz com que esse ramo de atividade seja bastante debatido, recebendo atenção especial dos especialistas na área, bem como dos governos, no sentido de compreender suas peculiaridades e demandas, além de realizar investimentos nas áreas capazes de apresentar crescimento ainda maior (FIGUEIREDO; SANTOS; LIMA, 2012).

Sobre a importância do agronegócio no Brasil, Pacheco et al (2012) afirmam que o agronegócio pode ser destacado como o setor de maior importância da economia brasileira, considerando-se que mais de 30% do PIB nacional tem ligação com as diferentes atividades que integram o agronegócio. Sabe-se que o país tem potencial para se tornar ainda mais forte na área, as questões de solo e clima favoráveis, melhores do que em muitos outros países e, assim, há espaço para o crescimento.

Em todo o mundo as demandas por alimentos e demais produtos agroindustriais estão crescendo e, assim, as nações vêm se preparando para atender a esses mercados, aumentando sua área de produção e desenvolvendo tecnologias que trazem melhores resultados e, ainda, podem ser vendidas e aplicadas com eficiência em outros cenários (PACHECO et al, 2012).

Callado (2015) afirma que é uma tendência mundial que o agronegócio cresça e assuma proporções cada vez mais importantes na economia, já que a necessidade por produtos oriundos das atividades do campo não para de aumentar, considerando-se o crescimento populacional. Quanto mais pessoas vivem em um país, mais ele precisa produzir para atender suas demandas e, em geral, esses produtos ou suas matérias primas decorrem das atividades do agronegócio.

Muitas tecnologias estão sendo desenvolvidas em outros países, mesmo o Brasil vem desenvolvendo tecnologias eficientes e de aplicação relevante e, assim, o agronegócio deixou de ser visto como a produção para o consumo familiar ou interno, atualmente é considerado um ramo extremamente lucrativo e vantajoso na economia do país, com papel considerável na melhoria dos indicadores internos, bem como de mercado exterior (LIMA, 2017).

Em face disso, deve-se ressaltar que o agronegócio também é campo importante do desenvolvimento tecnológico. Novos tipos de grãos, tecnologias para aumentar a produção, alternativas para controle de pragas e manutenção dos índices de produção, todos fazem parte dos esforços para o agronegócio e a melhoria de seus resultados (FIGUEIREDO; SANTOS; LIMA, 2012; CALLADO, 2015; LIMA, 2017).

“O agronegócio brasileiro tem demonstrado ao longo dos ciclos econômicos ser de fundamental importância para o desenvolvimento do país, exercendo destacado papel na dinâmica econômica e social” (SANTOS et al, 2016,

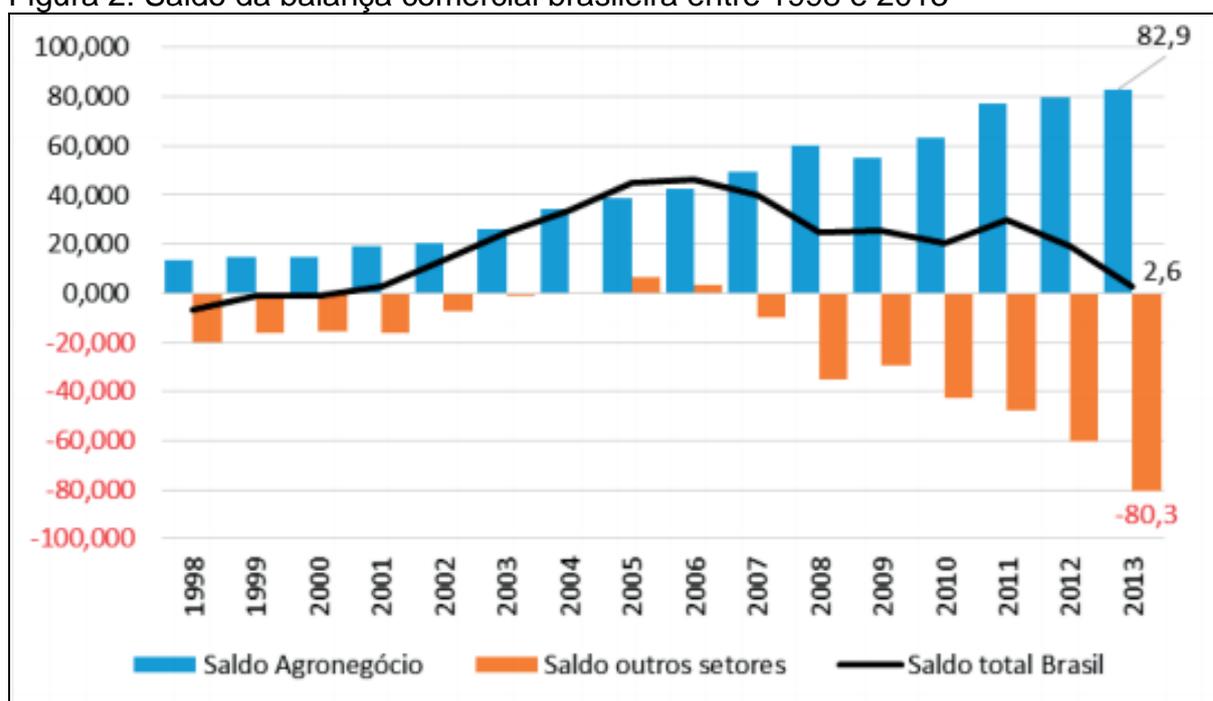
p. 55). Fica evidente, assim, que boa parte do crescimento econômico e financeiro do Brasil está diretamente ligada ao agronegócio.

Sobre o tema Pacheco et al (2012) afirmam que as tecnologias que fazem parte de diferentes setores e atividades sociais, comerciais e industriais vêm sendo direcionadas para o agronegócio. Com isso, melhorias foram aplicadas aos insumos, equipamentos e máquinas, reduzindo tempo de processo, necessidade de mão de obra e custos e, assim, além de produzir mais é possível fazê-lo com maior eficiência.

Dados demonstram que as importações de produtos agroindustriais são menores que as exportações, o que indica que a balança comercial brasileira é grandemente beneficiada por essas atividades. Entre os anos de 1998 e 2013 foram identificados saldos positivos na balança comercial, sendo que em 2013 o valor ficou em US\$ 82,9 bilhões. Nesse período, enquanto outros setores da economia apresentaram quedas elevadas, o agronegócio cresceu e mantém os padrões de crescimento a cada ano, o que reduz os impactos negativos sofridos por outros setores da economia nos períodos de crise (SANTOS et al, 2016).

A figura 2, na sequência, aponta os saldos da balança comercial brasileira no período de 1998 a 2013.

Figura 2: Saldo da balança comercial brasileira entre 1998 e 2013



Fonte: Santos et al (2013, p. 56).

A figura 2 deixa visível que o saldo do agronegócio apresentou crescimento ao longo do período analisado, com ênfase em 2011, 2012 e 2013. Esse crescimento é explicado pelos investimentos nas atividades, aumento do mercado consumidor e desenvolvimento de tecnologias que tornam as atividades do agronegócio mais efetivas (SANTOS et al, 2013).

Destaca-se que o crescimento populacional é constante, a cada ano a população mundial aumenta e, assim, essas pessoas precisam de alimentos, que são produzidos pelas atividades envolvidas no agronegócio. Em face disso, as importações e exportações de produtos agrícolas e agropecuários cresce no Brasil, colocando-o em uma posição importante no mundo (PACHECO et al, 2012).

A tradição dos produtos brasileiros vem crescendo, acompanhada de uma visão de produtor de artigos de qualidade, com elevada segurança alimentar. Assim, estudos na área indicam que a importância e valorização do agronegócio para o Brasil é elevada, merecendo estudos de diferentes áreas do conhecimento, inclusive para que as tecnologias aplicáveis sejam sempre melhoradas e possam ser compartilhadas com o mundo (SANTOS et al, 2016).

O tópico a seguir traz dados a respeito do agronegócio dentro da economia brasileira.

2.2.2 O agronegócio e a economia brasileira

O desenvolvimento econômico do país está diretamente atrelado aos resultados do agronegócio nos últimos anos, enquanto as previsões dos cenários futuros indicam que essa tendência deve se manter nos próximos anos, mesmo diante de possíveis crises que vêm sendo identificadas no cenário brasileiro (SANTOS et al, 2016).

Sobre os números atuais do agronegócio no cenário brasileiro, ressalta-se que:

“O primeiro trimestre de 2017, por exemplo, apresentou crescimento de 15,2% em relação ao mesmo período do último ano. Comparando o primeiro trimestre de 2017 com o quarto trimestre de 2016, a expansão foi de 13,4%” (SANTANDER, 2017).

No que tange o ano de 2018, o Jornal da USP (2018) verificou que de acordo com dados da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), o

Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio, em todas as cadeias que dele fazem parte, deve aumentar entre 0,5% a 1%. Quando apenas o setor agropecuário é considerado, o PIB deve crescer 5%, o Valor Bruto da Produção (VBP) deverá apresentar crescimento de 7,1% chegando a R\$ 559,6 bilhões, dos quais 6% de aumento ocorrerão no setor agrícola e 9% na pecuária. Caso todas as condições climáticas sejam favoráveis, como esperado, o agro irá gerar aproximadamente 560 bilhões de reais em renda a ser gasta nos municípios brasileiros.

Os dados apontados deixam evidentes que quando o agronegócio cresce e gera indicadores financeiros positivos, o país é beneficiado de forma mais ampla, já que existe a disponibilidade de recursos para investimento em diferentes áreas que necessitam desses valores para atender à população.

Barros (2018) afirma que o agronegócio auxilia grandemente no intuito de conter a inflação, impulsiona o crescimento econômico, uma melhor distribuição da renda nacional, inclusive favorecendo os mais pobres. A atividade gera, ainda, disponibilidade de recursos para o financiamento das importações de outros setores e auxilia o país a realizar o pagamento da dívida externa.

Todos esses resultados ocorreram em função da aplicação de tecnologias e de práticas gerenciais modernas, cuja utilização levou à reduções substanciais nos custos, melhorias no acesso da população a alimentos e aumento da competitividade da agropecuária brasileira nos mercados internacionais (BARROS, 2018).

No ano de 2009 as terras disponíveis no mundo para agricultura e demais atividades giravam em torno de 5 bilhões de hectares, dos quais 5,41% estão no Brasil, enquanto a África mantém 23,75% do total. O Brasil vem se destacando na produção mundial de alimentos, principalmente cana de açúcar, laranja, café verde, mamões, feijão seco, soja e abacaxi (ABBADE, 2014).

Ainda que o agronegócio tenha crescido e apresente uma tendência constante de crescimento para os próximos anos, deve-se considerar que o potencial existente no Brasil é amplo e, caso investimentos criteriosos e bem definidos sejam realizados no país, é possível que o país destaque-se ainda mais no mercado e a geração de riquezas possa alcançar números ainda mais elevados (ABBADE, 2014).

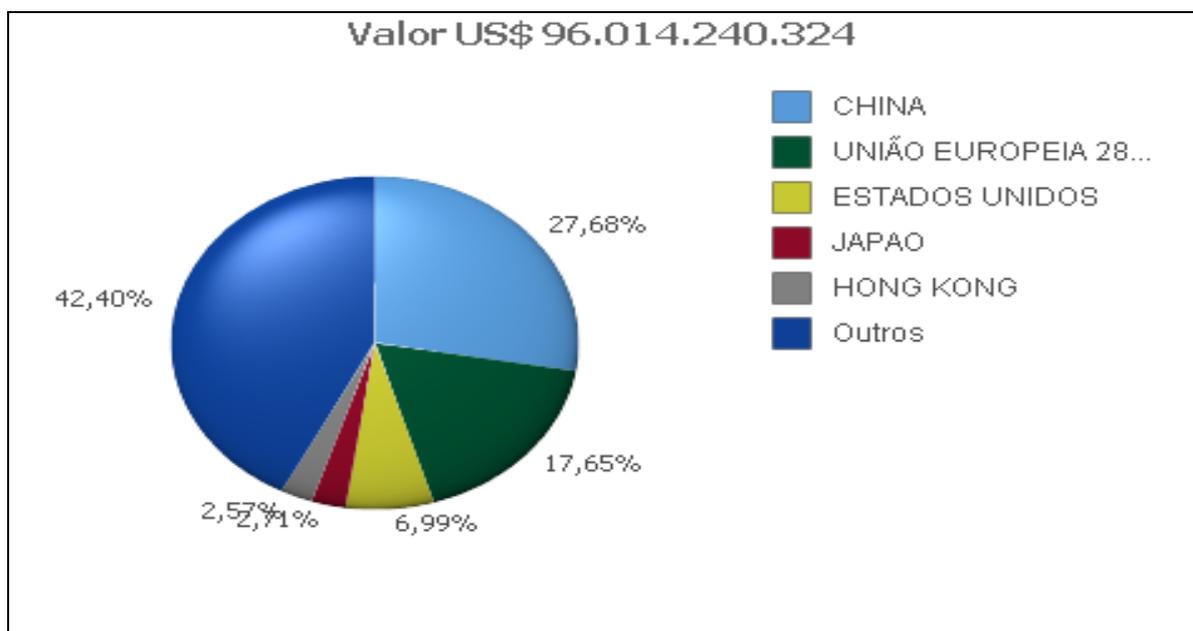
Recentemente a recuperação da agroindústria está mais evidente, dados apontam um crescimento interanual de 6,3% no PIB-volume do agronegócio, 17,2%

apenas para o indicador do segmento primário do setor. Em análises anteriores o PIB-volume apresentava queda, porém, com o aumento do agronegócio retornou seu crescimento, alcançando 0,6% nos primeiros nove meses de 2017 (em comparação com o mesmo período de 2016) (CEPEA, 2017).

O crescimento do PIB brasileiro com base nas atividades do agronegócio está envolvido também com a compra e venda de máquinas agrícolas, em face do desenvolvimento de políticas econômicas específicas para essa área. Assim, os produtores conseguem obter apoio financeiro de instituições públicas e privadas a juro que conseguem pagar e podem realizar esses negócios, que geram melhorias em suas atividades. Destaca-se também a compra de insumos e a construção de estruturas para atividades diversas (CEPEA, 2017).

As exportações relacionadas ao agronegócio brasileiro no ano de 2017 foram elevadas, conforme os indicadores apresentados na figura 4, na sequência.

Figura4: Exportações brasileiras do agronegócio por mercado (2017)

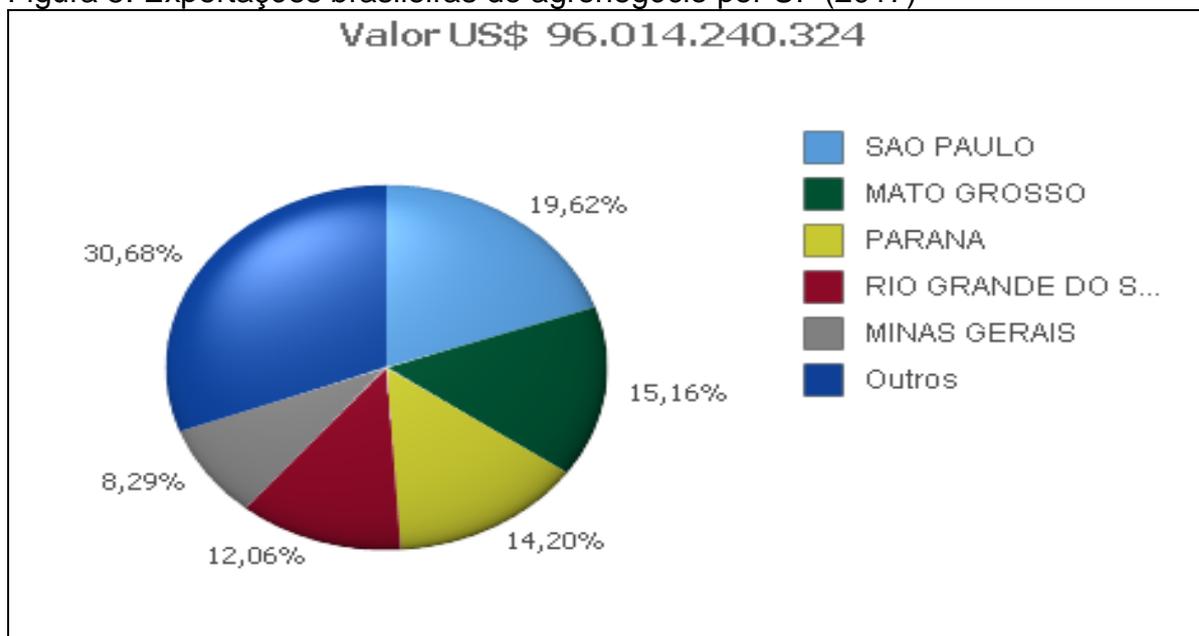


Fonte: MAPA (2018).

Verifica-se que China, União Europeia e Estados Unidos consomem mais da metade das exportações relacionadas ao agronegócio brasileiro.

Quanto aos estados brasileiros de maior contribuição para as exportações relacionadas ao agronegócio, a figura 5, a seguir, oferece um panorama de fácil compreensão.

Figura 5: Exportações brasileiras do agronegócio por UF (2017)

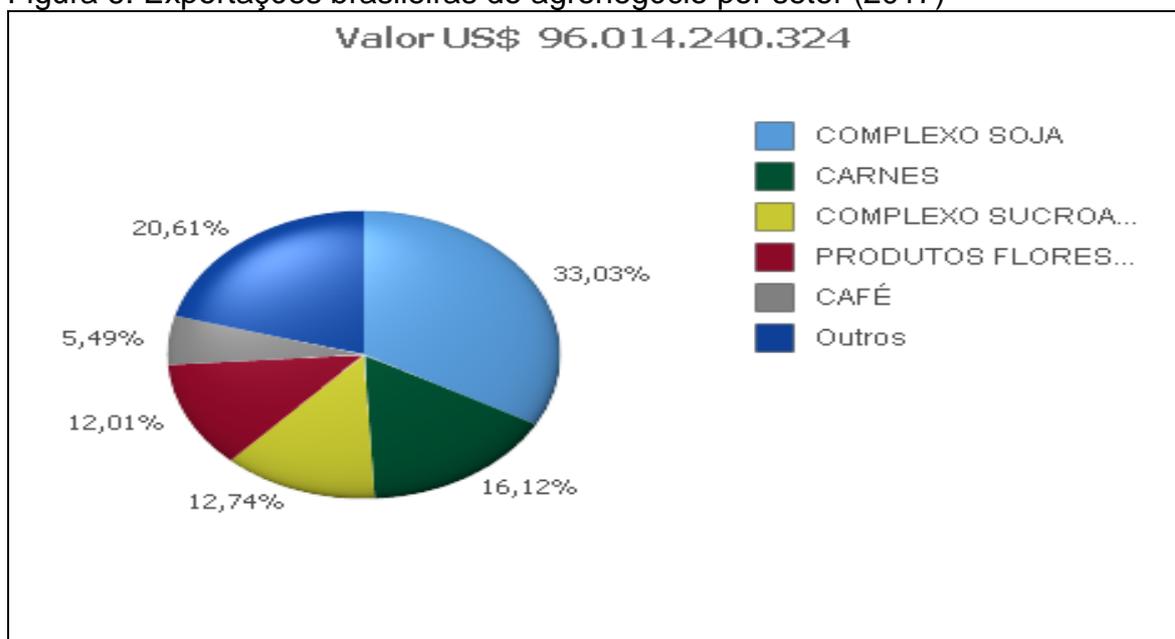


Fonte: MAPA (2018).

Ressalta-se que 5 estados brasileiros (São Paulo, Mato Grosso, Paraná, Rio Grande do Sul e Minas Gerais) são responsáveis por aproximadamente 70% das exportações na área, enquanto os demais alcançam pouco mais de 30% (MAPA, 2018).

Na figura 6 são citados os setores que mais contribuíram para as exportações da área de agronegócios em 2017.

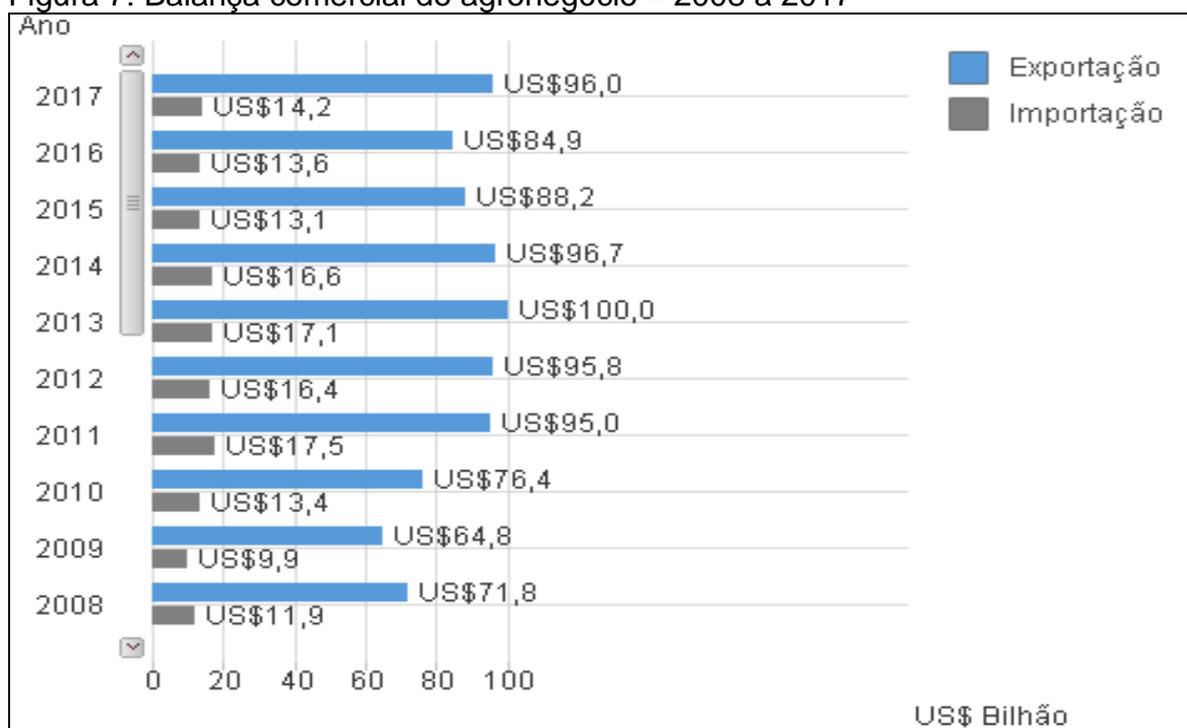
Figura 6: Exportações brasileiras do agronegócio por setor (2017)



Fonte: MAPA (2018).

Produtos do complexo soja, bem como as carnes, juntos respondem por 49,15% das exportações de 2017. Um pouco mais de 50% das exportações englobam os demais produtos agropecuários produzidos no Brasil (MAPA, 2018).

Figura 7: Balança comercial do agronegócio – 2008 a 2017



Fonte: MAPA (2018).

No período considerado de 10 anos (2008 a 2017) não se percebeu déficit na balança comercial do agronegócio, ainda que em outras áreas da economia os dados tenham indicado períodos de recessão e dificuldades de manutenção dos resultados (MAPA, 2018).

2.3 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A administração financeira pode ser descrita pelo seu papel na organização, tendo relação com a teoria econômica, ciências contábeis e principais atividades do administrador. Tem o objetivo de aperfeiçoar e ampliar os resultados da empresa através da criação de lucro e do aumento dos recursos financeiros. É uma constante análise e avaliação do fluxo de caixa, provendo estabilidade financeira (GITMAN, 2010).

Para Brigham (1999), a administração financeira é a que tem maior amplitude das três áreas e também a que mais oferece oportunidades de destaques em carreira profissional, pois ela é de extrema importância em qualquer negócio, seja no ramo da indústria até mesmo do comércio sendo utilizada também em bancos e outras instituições financeiras, se mostra presente em operações governamentais, escolas, hospitais entre outros departamentos.

Várias tarefas são desenvolvidas dentro dessa área, pois ela engloba desde as decisões a serem tomadas em relação ao crescimento da organização e até mesmo na seleção de quais títulos escolher para haver o financiamento dessa ampliação. As pessoas envolvidas nessa área também obtém o poder de definir quais as condições de créditos que o cliente pode comprar, define o quanto de estoque a empresa tem que ter para possíveis negociações, quanto de caixa ela deve reter em certo período, quanto dos lucros da empresa podem ser investidos para a melhoria da mesma (BRIGMAM,1999).

Existem inumeros enfoques da administração financeira, destacando-se os de retorno, risco, liquidez, endividamento, alavancagem, eficácia operacional, valor, mercado financeiro, mercados futuros, fusões e aquisições, mercados de capital. Sendo assim a administração financeira pode ser praticada em pequenas, médias e grandes empresas (LEMES JUNIOR, 2010).

Kuhnén (2008) ressalta que a administração financeira não deve ser vista como uma possibilidade, mas uma necessidade para as empresas que desejam organizar-se, tornar-se efetivas e se fortalecerem no mercado, pois é por meio dela que a percepção dos indicadores, identificação de pontos fortes e fracos pode ser alcançada.

Não obstante, por meio das práticas da administração financeira se torna possível o desenvolvimento de estratégias para a correção de falhas e, assim, a perda de recursos pode ser evitada. Cabe aos gestores da empresa conhecer e aplicar a administração financeira de forma ampla, para que os melhores resultados possam ser alcançados (KUHNNEN, 2008).

Gitman (2010) afirma, ainda, que as empresas que conduzem criteriosamente as práticas de administração financeira possuem embasamento sólido para a tomada de decisões e, assim, há uma considerável redução no que tange o risco de erros e falhas, tornando-as mais efetivas, lucrativas e sólidas. Para

tanto, conhecer e compreender a administração financeira, seus objetivos e particularidades se faz essencial.

2.3.1 Objetivos da administração financeira

A Administração Financeira tem o objetivo de conseguir o recurso necessário para o financiamento dessa estrutura de investimento com o menor custo possível. Em outras palavras, a busca é maximizar os resultados com os menores índices de custos e gastos para que, assim, a lucratividade seja maior sem que se perca a competitividade dos preços praticados (SANVICENTE, 2007).

O objetivo da Administração Financeira é de maximizar a riqueza dos sócios, ou seja agregar valor a organização e também para seus acionistas, a função financeira em uma visão ampla está dividida em duas áreas: gerência financeira e controladoria (SANVICENTE, 2007).

A gerência financeira abrange a parte de administração de caixa, planejamento e controle financeiro, riscos, crédito e cobranças, investimentos, câmbio, financiamentos, relaciona-se com acionistas, investidores e bancos, já a controladoria abraça toda a parte de administrar custos, e preços, avaliações de desempenho, auditorias internas, planejamento tributário, avaliação de desempenho, contabilidade, relatórios gerenciais e sistemas de informações financeiras (LEMES; JUNIOR; RIGO, 2002).

É importante ter a compreensão de que a função financeira tem como sua finalidade o assessoramento para a empresa como um todo e a disponibilização de recursos monetários necessários, porém, isso não se determina quais serão as aplicações feitas pela a empresa, pois essa decisão é por conta da administração e nas empresas de pequeno porte pelo seu proprietário, pois se encontram no nível estratégico ou seja um nível mais alto (SANVICENTE, 2007).

2.3.2 Funções do administrador financeiro

O administrador tem como objetivo quando responsável por uma empresa é ter uma maximização das ações da mesma, essa maximização se baseia em um grande valor demonstrado pelos fluxos de caixa que a empresa venha gerar no futuro. Diante disto o considerado bom administrador é justamente aquele que não

menospreza nenhuma das quatro funções administrativas. A ação administrativa deve estar direcionada, portanto, à fiscalização e a tomada de decisões em referência das atividades, dos insumos e dos produtos ligado a cada uma dessas funções (BRIGHAM, 1999).

Deve também conciliar as suas necessidades sociais e ambientais desejando a obtenção de lucros. A ligação com os valores sociais podem não trazer a eficiência de seus ativos ou até mesmo custos menores, mas logo a empresa irá transparecer uma imagem melhor (GROPPELLI, 2002).

Silva (2006), aborda algumas das funções do administrador financeiro e as elenca da seguinte maneira:

- a) Análise financeira dos registros e demonstrativos financeiros
- b) Elaborar o fluxo de caixa, antecipando problemas que venha acontecer, com isso tem-se o intuito de resolvê-los.
- c) Análise econômico-financeira de alternativas para eventuais investimentos de recursos originados da empresa ou de novos meios de investimentos pelos sócios.
- d) Fornecer informações certas de como se encontra a situação financeira da empresa para futuras tomadas de decisões como, política de compra, venda, cobranças, entre outras.
- e) Elaborar orçamentos financeiros que se referem a obtenção e a aplicação dos recursos gerados, tanto a curto como a longo prazo.

Nas pequenas empresas por exemplo na maioria das vezes o próprio administrador financeiro é o controller e também tesoureiro.

Administradores financeiros auxiliam para as conquistas da empresa. Nas decisões para investimentos, recebem, criam e até mesmo desenvolvem possibilidades para futuros negócios de longo prazo, trazendo retornos agradáveis para os acionistas, tendo sempre em vista a maximização do capital da empresa (LEMES JUNIOR, 2010).

2.4 PLANEJAMENTO: CONCEITOS E APLICAÇÕES

2.4.1 Conceito de planejamento

O planejamento tem se tornado útil desde quando as pessoas despertaram o pensamento nas consequências futuras das escolhas do hoje. Por isso o planejamento pode ser determinado como o processo de estabelecer objetivos ou metas, propiciando a melhor maneira de atingi-las. O mesmo se demonstra o alicerce para as funções de organizar e controlar e por isso é visto como fundamental para o administrador. Por tanto é um exercício que todas as empresas e seus administradores devem realizar muito bem para serem competentes (MEGGISON, 1998).

Medidas administrativas são todas voltadas para o futuro, já que não se pode mudar o passado, o planejamento é uma forma de traçar o que vai ser feito, ou seja, é o tempo vago entre a ação e a ideia próxima a sua necessidade. Welsch (1996) destaca que, quanto maior o tempo maior a oportunidade de se analisar, estudar e consultar antecipadamente as possibilidades de ações, maior será a chance de sucesso. Daft (2005), afirma que o planejamento é um recurso gerencial para o sucesso.

Estudos mostram a importância do planejamento para o sucesso do negócio. A pesquisa com alguns empreendedores demonstrou que aproximadamente 65% dos que tiveram sucesso utilizaram algum tipo de planejamento, formal ou informal. A pesquisa do Sebrae-SP enfatiza ainda que “um bom planejamento antes da abertura” é um dos princípios mais importantes para sobrevivência das empresas, segundo os empreendedores sobreviventes (DORNELAS, 2014).

2.4.2 Níveis de planejamento

O planejamento mostra a apresentação dos objetivos e o caminho a ser utilizado, a fim de cumprir com o que foi aconselhado, nesse caso o papel dos gestores é examinar se as metas estão sendo alcançadas, percebendo também se as equipes de cada setor tem a mesma sintonia e o foco direcionados ao planejamento da organização (GROPPELLI, 2002).

Chiavenato (2000) salienta que o planejamento organizacional é definido em três níveis principais, sendo eles:

2.4.2.1 Planejamento estratégico

Compreende-se por ser o planejamento de nível mais elevado da organização, exigindo acordos e metas setoriais para o merecido alcance. Este planejamento ocorre a longos prazos sendo desenvolvido pela diretoria da organização. O propósito do planejamento estratégico é dar garantia de vantagens competitivas diante do mercado concorrente. Tem o propósito de contribuir na definição da visão, missão e valores da organização e também a análise dos fatores internos e externos da mesma (MEGGISON, 1998).

2.4.2.2 Planejamento tático

Também faz parte da estrutura da organizacional, para fazer frente aos desafios estratégicos, desmembrando os objetivos institucionais em objetivos departamentais. Em geral, os participantes desse nível devem se aperfeiçoar na estratégia para transformá-la em ações concretas nos seus setores de processos ou subprocessos de atuação. É o nível da gerência média ou intermediária. Podemos dizer que o plano tático tem por finalidade esclarecer de que modo o seu setor, processo ou projeto colabora para que se alcancem os objetivos gerais da organização (MEGGISON, 1998).

2.4.2.3 Planejamento operacional

O papel desse planejamento tem vínculo direto com o crescimento dos resultados operacionais em curto prazo, sendo de responsabilidade do chão de fábrica, ajustados ao objetivo empresarial (MEGGISON, 1998).

É de grande importância que a empresa crie, revise e alinhe os planejamentos pré-estabelecidos pelo gestor nos diversos setores da empresa, só tendo em mãos o planejamento não garante total sucesso da organização. Pode se dizer que as organizações que não se planejam financeiramente são diretamente influenciadas pelas mudanças do ambiente em que estão inseridas, com isso acabam sendo prejudicadas, pois não se prepararam para essa devida mudança (MEGGISON, 1998).

2.5 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O planejamento financeiro é uma importante interpretação das operações que ocorrem dentro da organização, pois fornece um quadro de resultados a serem conquistados, para que assim possa ter em mãos o projeto de todas as suas finanças e o que poderá fazer dali para frente (GITMAN, 2010; GEORGE, 2004).

Essas projeções serão usadas especialmente para fazer uma avaliação e previsão dos planos a serem seguidos, para o negócio continuar andando de acordo com o esperado. Serve também para estabelecer as carências financeiras que a por vir e para determinar os orçamentos operacionais internos (GITMAN, 2010; GEORGE, 2004).

Por tanto para que tenha a obtenção de bons resultados com o planejamento, ele precisa ser extremamente flexível podendo desenvolver novas estratégias de acordo com o que está sendo elaborado a fim de que possa haver a troca de projetos atuais quando houver duplicações no meio econômico saindo dos padrões de espera, além disso, o planejamento envolve a regulação adequada para os investimentos com a finalidade de não expandir seus recursos em uma dose excessiva e fazendo o uso em vão dos recursos, seguindo essa linha de raciocínio se faz necessário que mediante ao planejamento e bom uso dos recursos disponíveis significa ter opções e fazer a seleção daquela que mais se enquadra no perfil da empresa a fim de quanto captar e quanto pagar para que não corra riscos financeiros (GROPPELLI, 2002).

Com a tomada de decisão financeira elaborada deve ter o acompanhamento e o monitoramento constantes dos resultados se o plano escolhido pelo administrador estiver longe de suas expectativas isso deve ser logo identificado e tratado, pois aqueles que atrasam para aderir uma ação necessária acabam pagando um alto preço pela administração incapaz. E esse valor pago é designado pelo mercado em que a empresa está inserida ou até mesmo pela comunidade que investe na mesma (GROPPELLI, 2002).

O planejamento financeiro é o projeto da insuficiência de caixa, implantação de instruções para o controle de custos, estipulação das vendas futuras e das metas de lucro, decisão sobre a melhor finalidade aos recursos insuficientes e aprimoramento de estratégias existentes para o auxílio das alternativas usadas caso os planos existentes venham a furar (GROPPELLI, 2002).

É uma ferramenta importante para prever o futuro, desempenhando grande ação na persistência do sucesso de uma empresa. Com isso, os gestores devem estar sempre que precisar, analisando e atualizando os planejamentos estipulados (DROMS; PROCIANOY, 2002).

Algumas funções do planejamento financeiro são apresentadas por Silva (2006), sendo elas:

- a) Elaborar projeção de fluxo de caixa;
- b) Planejar, controlar e analisar as despesas financeiras;
- c) Fixar política de aplicação financeira;
- d) Verificar os aspectos tributários e financeiros das aplicações financeiras;
- e) Negociar e controlar as aplicações financeiras;
- f) Fixar limite de crédito para instituições financeiras;
- g) Fixar política de empréstimos e financiamentos.

Ferramenta muito utilizada no planejamento financeiro é o Orçamento de Caixa ou Planejamento de Caixa, que tem como finalidade demonstrar as entradas e saídas de caixa de uma forma planejada pela organização. A utilização do mesmo se torna necessária para medir sua carência de caixa no curto prazo, escolhendo o planejamento do uso de superávits e a cobertura de déficits (GITMAN, 2004).

2.6 FLUXO DE CAIXA

A implantação do fluxo de caixa representa encaixar os valores fornecidos pelas diversas áreas da organização, segundo a gestão de caixa, ou seja, de acordo com os períodos que de fato deverão ocorrer os ingressos e desembolsos do caixa (ZDANOWICZ, 2002).

Por fluxo de caixa deve-se compreender um relatório que “[...] engloba as contas caixas e bancos, evidenciando as entradas e saídas de valores monetários no decorrer das operações que ocorrem ao longo do tempo nas organizações.” (IUDÍCIBUS; MARION, 1999, p. 218).

Um dos instrumentos com grande importância na vivência de um administrador financeiro, pois é com ele que vão ser planejadas as necessidades ou sobras de recursos financeiros a serem alcançados pela empresa. De acordo com a

situação que se encontra o cenário econômico da empresa ele dará o diagnóstico para o alcance dos objetivos e a função das metas propostas (ZDANOWICZ, 2002).

Fluxo de Caixa é uma ferramenta de gestão financeira que é projetado para acompanhar as entradas e saídas, ou seja, a movimentação financeira da organização assim torna o processo cada vez mais eficiente. O Fluxo de Caixa deve ser considerado como uma estrutura flexível, no qual o empreendedor deve inserir informações de entradas e saídas conforme as necessidades da empresa (GITMAN, 2010).

O fluxo de caixa permite ao administrador financeiro encontrar formas de conciliar a manutenção da liquidez e do capital de giro da empresa, de modo que ela possa honrar com as obrigações que assumiu com terceiros, respeitando a data do vencimento e aumentando os lucros sobre investimentos realizados pelos proprietários (ZDANOWICZ, 1998).

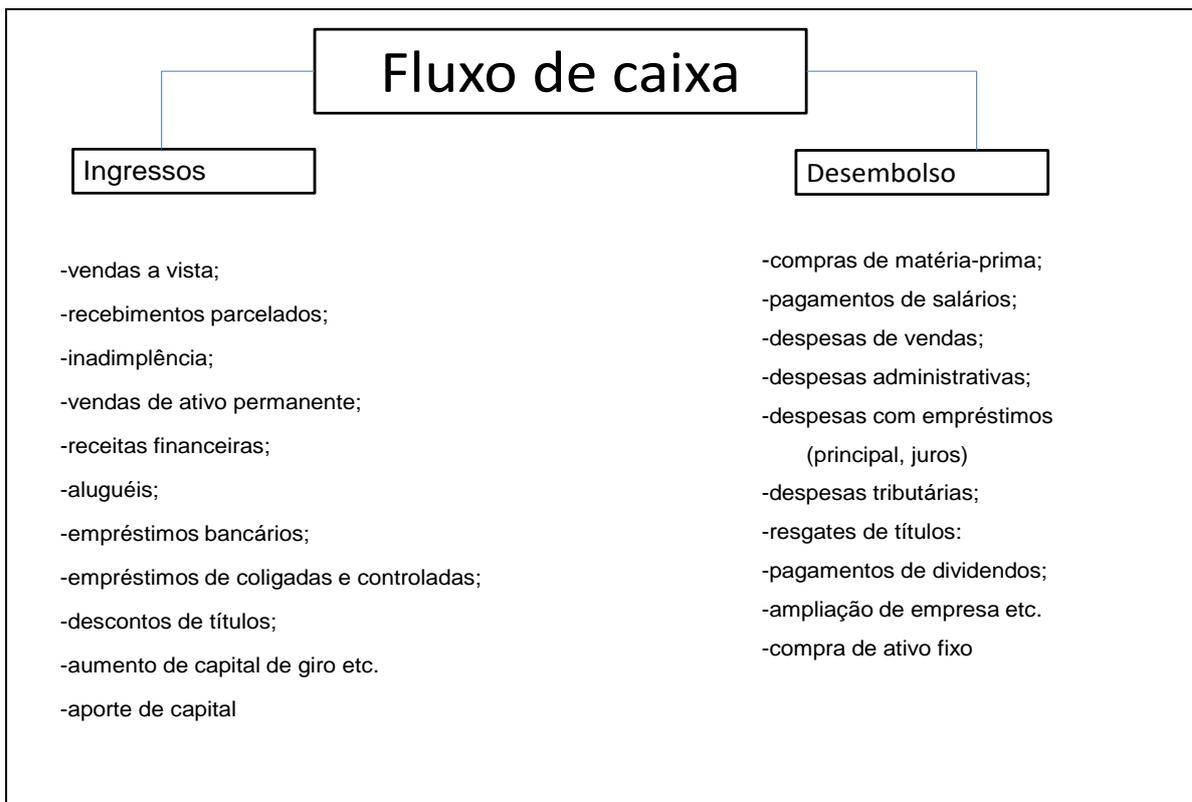
O planejamento do fluxo de caixa representa em atender um sistema de informações que permite o administrador saber com antecedência a quantia de recursos financeiros que vão construir os ingressos e desembolsos do caixa em certo momento (GITMAN, 2010).

Com isso acontecendo o administrador financeiro vai obter em mãos o real cenário em que a empresa se encontra, além disso, terá possibilidades de atender as prováveis necessidades financeiras da empresa em tempo rápido (ZDANOWICZ, 2002).

Tendo isso em conta é considerado o sangue que corre nas veias da organização tendo como foco principal finanças rotineiras, planejamento e a tomada de decisões de valores (GITMAN, 2010).

A figura 7 a seguir mostra os principais ingressos e desembolsos de caixa:

Figura 3: Desembolsos do Fluxo de Caixa:



Fonte: Silva (2006, p.23)

Captando informações sobre a empresa e os obstáculos que ela precisa superar e sobre suas perspectivas para o futuro, o fluxo de caixa é de grande importância para o empreendedor seja nas finanças do dia a dia, um futuro planejamento ou a sua tomada de decisão, tem como objetivo solucionar problemas decorrentes desta área. Com base no que será realizado no fluxo de caixa tem-se a função do gerenciamento para identificar como esta sendo preparado o sistema financeiro da empresa (GITMAN, 2010). Para o fluxo de caixa poder atender as suas reais funções precisa ter o acompanhamento, avaliação, revisão, interpretação e é claro o controle do mesmo, pela pessoa envolvida nesse processo (SILVA, 2006).

2.6.1 Importância da gestão do fluxo de caixa

O fluxo de caixa é uma ferramenta na gestão financeira capaz de mostrar qual a necessidade da empresa em gerar receitas suficientes para que possa cumprir com os seus compromissos e responsabilidades em um determinado período, é possível também enxergar lá na frente o que pode vir acontecer com a

empresa por meio de previsões que dependem da honestidade dos dados indicados, não podemos esquecer que por se tratar de previsões esses dados podem sofrer alterações ao longo do período (ZDANOWICZ, 2002).

Santos (2001) defende o fluxo de caixa como uma ótima ferramenta para ajudar o administrador de certa empresa nas suas tomadas de decisões. É através deste conjunto de informações que os custos fixos e variáveis ficam claros, permitindo-se desta forma um controle efetivo sobre determinadas questões da empresa, por isso das informações serem mantidas sempre atualizadas para que seja feita uma excelente gestão (SANTOS, 2001).

A verificação do fluxo de caixa é muito importante e necessária para que a empresa possa estudar os resultados que estão sendo obtidos, em função dos valores delineados. Como o fluxo de caixa é projetado pela organização, ele está sempre sujeito as mudanças de mercado, bem como imprevistos específicos a atividades da empresa (ZDANOWICZ, 2002).

2.6.2 Vantagens do fluxo de caixa

Uma empresa que busca se organizar e que se sujeita a uma peça orçamentária, o Fluxo de Caixa é o instrumento perfeito para controle daquilo que foi calculado e daquilo que de fato ocorreu. O Fluxo de Caixa permite um grande conjunto de vantagens na gestão como um todo, sendo elas (ZDANOWICZ, 2002).

- ✓ Envolvimento participativo e referendado pela direção da empresa;
- ✓ Obter o equilíbrio entre os fluxos de entrada e saída de recursos; quitar as obrigações incorridas dentro do prazo estabelecido;
- ✓ Estudar desembolsos de caixa em volumes elevados em épocas de pouco dinheiro em caixa;
- ✓ Oferecer ao gestor financeiro uma visão estratégica da situação da empresa;
- ✓ Apontar em que período a empresa precisa captar recursos ou aplicá-los quando existir sobra de caixa;
- ✓ Ver o volume de vendas da empresa;
- ✓ Observação da situação de inadimplência dos clientes.

Com isso, percebe-se que é fácil a percepção de que este instrumento de gestão pode ser utilizado para toda modalidade de empresa, tornando-se mais

interessante quanto mais complexa for a tarefa ou mais delicada seja a situação financeira da empresa (ZDANOWICZ, 2002).

2.6.3 Controle de contas a pagar

Sobre tudo as contas a pagar são as obrigações da empresa com terceiros, sendo através de compra de mercadoria ou prestação de serviços. Através do controle financeiro das contas a pagar é possível ver quais foram os compromissos assumidos pela empresa, proporcionando um controle das datas para que sejam efetuados os pagamentos necessários. O controle interno ajustado para uma gestão eficiente do contas a pagar está propriamente ligado à avaliação de melhores oportunidades ou de assumir novos compromissos, gerando prioridades dos pagamentos (GROPPELLI, 2002).

Ludicibus e Marion (1999) ressaltam que a empresa precisa, necessariamente, controlar as contas que deverá pagar como forma de alcançar uma visão sobre os desembolsos futuros, além de ser muito importante mantê-las em dia para evitar cortes de fornecimento ou a quebra de relacionamentos comerciais com fornecedores importantes para a manutenção de suas atividades.

2.6.4 Controle de contas a receber

As contas a receber são identificadas como créditos representados na maioria das vezes por notas promissórias e estão associados com as receitas da empresa. É importante que se faça uma boa administração das contas a receber para que não venha gerar inadimplência para empresa trazendo complicações para o fluxo de caixa, muitas vezes fazendo com que a empresa se obrigue buscar capital de terceiros (SILVA, 2006).

Ludícibus e Marion (1999) afirmam que a empresa que não controla cuidadosamente as contas que deverá receber no futuro perde dinheiro, torna-se menos lucrativa e não tem uma visão dos recursos que estarão disponíveis, o que compromete sua administração financeira de forma geral.

Por isso, se torna necessário um sistema de controle que possa reduzir esse risco. Esse controle deve ser feito de forma frequente, conferindo as duplicatas em atraso, verificando a situação de cada cliente (SILVA, 2006).

Quadro 3: Contas a receber

Cientes	Total a receber	A vista	Com prazo de 30 dias.
A	784	784	-
B	4640,00	-	4640,00
C	267	267	-
D	112	112	-
E	1456,00	-	1456,00
Total	7259,00	1163,00	6096,00
%	100	40	60

Fonte: Silva (2006, p. 30).

Por meio de um controle de contas a receber eficaz é possível analisar quais são os clientes que estão com seus pagamentos em dia, os clientes inadimplentes e as duplicatas que irão vencer. Mas todo o processo de criação do sistema do contas a receber começa pela averiguação do crédito dos clientes para que em seguida venha à liberação desse crédito (GROPPELLI, 2002).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para que o alvo seja atingido ou alcançado e identificado de forma oportuna, é necessário dispor de formas e procedimentos que resultem em determinado fim de certo objetivo (OLIVEIRA, 2002).

Por tanto a metodologia é a ciência que estuda os métodos referentes à delimitação de certo problema, a partir de observações, análises, comentários e relatórios, com a finalidade de auxiliar no modo científico para a realização de trabalho de monografias, teses ou dissertações para o objetivo em estudo (MAGALHÃES, 2005).

É neste capítulo que se descreve como a monografia foi realizada, partindo dos objetivos gerais e específicos. Assim, destacam-se estruturalmente o delineamento da pesquisa, a definição da área e ou população alvo, bem como o plano de coleta e análise de dados (ROESCH, 2007).

Apresentam-se então os procedimentos metodológicos que ajudam o pesquisador na sua realização do estudo, no qual são apresentados os modelos de pesquisas, a característica da empresa em que foi realizado o estudo, as técnicas abordadas para a coleta dos dados, a forma em que os dados foram tratados, bem como a apresentação e a análise dos resultados recolhidos.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O referido estudo fez o uso de uma abordagem qualitativa de pesquisa com tipo de investigação descritivo, enquanto os meios de investigação foram definidos como pesquisa bibliográfica e aplicados.

A abordagem qualitativa engloba a busca pela compreensão de tendências e fatos, como forma de analisar uma situação, não com uma preocupação numérica, mas relacionada aos dados gerais de ocorrências e hábitos na empresa (MINAYO, 2009).

Para Minayo (2009), a pesquisa qualitativa corresponde a questões particulares. Ela se abrange nas Ciências Sociais, com um ponto de realidade que não pode ser calculado. Isto é, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Através da sua abordagem na realidade

vivenciada das pessoas pesquisando suas ações a pesquisa qualitativa dificilmente pode ser traduzida em números ou indicadores qualitativos.

Por isso foi usado à pesquisa qualitativa, pois, quando empregada essa metodologia pode descrever a complexidade de um determinado problema, fazendo a análise de certas variações que ocorrem no meio de grupos sociais, compreendendo e classificando alguns processos vivenciados. Possibilitando em um maior nível de aprofundamento no entendimento das particularidades em comportamentos dos indivíduos.

A pesquisa descritiva, por sua vez, permite a apresentação de dados coletados a respeito de determinado tema, porém, sem exercer influência sobre eles, ou seja, são coletados, apresentados e debatidos, porém, não são manipulados pelo pesquisador em seu benefício próprio (MINAYO, 2009).

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E OU POPULAÇÃO-ALVO

A definição da população-alvo representa na delimitação de pessoas, organizações ou até mesmo acontecimentos onde tais serão pesquisados por algumas particularidades essenciais como sexo, faixa etária, empresas e localização (LAKATOS; MARCONI, 2001).

Enquanto Vianna (2010) a pesquisa é capaz de enquadrar toda uma organização, bem com um departamento definido, logo se o projeto engloba uma população da qual se objetiva a extrair algum aspecto deverá escolher um plano de amostragem.

O estudo teve como escolha uma pequena empresa que atua no segmento do agronegócio, localizada na cidade de Jacinto Machado. É uma empresa caracterizada familiar, com um quadro de dez funcionários, estando entre eles, seis descascadores, um lavador, dois empacotadores e o entregador.

Devido o conhecimento com a família proprietária da empresa, foi despertado o interesse em propor melhorias na administração financeira da mesma, e também com o intuito aumentar os conhecimentos diante dos assuntos abordados ao longo do estudo. Por isso se fez a escolha da empresa em estudo.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Coleta de dados é um método que deve ser acompanhado pelo pesquisador com muito foco e atenção. Ambos precisam seguir um costume previamente definido de realização, isto evita o acontecimento de possíveis erros que podem induzir o estudo em um todo (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

A começar esta etapa da pesquisa é necessário efetuar a execução das ferramentas e dos instrumentos apresentados e das técnicas adotadas para realização da efetiva coleta dos dados já calculados. Esta etapa, no entanto exige um grande esforço, uma ótima base para a realização de forma correta do registro dos dados (LAKATOS; MARCONI, 2011).

Entre tanto depois de adquirir o conhecimento sobre a atividade operacional da empresa, bem como as suas práticas financeiras, buscou-se pela identificação das suas formas atuais de administração financeira, ou seja, as ferramentas e documentos usados para o gerenciamento do seu fluxo de ingressos e desembolsos.

Diante disso foi possível observar que a empresa não faz o uso de nem um sistema integrado de gestão, para o auxílio na gestão de suas finanças, não tendo um controle de seu montante de recebimento e pagamento.

3.3.1 Pesquisa Descritiva

A pesquisa descritiva desenvolve principalmente nas ciências humanas e sociais, abordando dados e problemas que possam ser estudados. Os dados ocorrem diariamente, que precisam ser coletado e registrado continuamente para seu estudo.

Gil (1999, p. 46) afirma que esta “[...] tem como objetivo primordial à descrição das características de determinada população ou fenômeno ou então, o estabelecimento de relações entre as variáveis”.

Portanto a escolha da pesquisa descritiva vem para auxiliar na coleta de dados do dia-a-dia, assim podendo ter uma análise para o desenvolvimento do projeto (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Por isso, no estudo do planejamento financeiro, foi usado a pesquisa descritiva, para abordar os dados da empresa estudada, sendo assim, ser

diagnosticado qual o problema que é enfrentado pela mesma, com isso pode ser elencados possíveis planos, planejamentos e decisões a serem tomadas para que seja de forma clara a solução do problema.

3.3.2 Pesquisa Bibliográfica

São conhecimentos humanos reunidos em obras, tendo finalidade fundamental guiar o leitor ou pesquisador a um assunto escolhido, desejado com intuito de auxiliar no desempenho da sua pesquisa, com as referencias coletadas por meio dessas obras (FACHIN, 2003).

Para o acontecimento desse estudo foi usado à pesquisa bibliográfica que por sua vez foi utilizado na fundamentação teórica, nos procedimentos metodológicos que proporcionou informações para a estruturação do trabalho, foi utilizado fontes bibliográficas trazendo ideias de diferentes autores para a contribuição nos diferentes assuntos abordados no estudo. Propondo o exame do tema sobre novo enfoque ou abordagem, chegando a novas conclusões e outras possíveis ideias (MARCONI; LAKATOS, 2005).

A pesquisa bibliográfica ocorreu durante todo o período do estudo. A pesquisa teve como base teórica a consulta de livros que possuíam os temas abordados, além de livros, também foi feita a consulta em revistas, artigos, e sites relevantes ao contexto. Contudo, diante da pesquisa realizada, foi possível adquirir conhecimentos específicos dentro da área de planejamento financeiro, além de técnicas de abordagem para a melhor aplicação.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DE DADOS

Barros e Lehfeld (2000) esclarecem que, na fase da coleta de dados, o pesquisador escreve os dados desejados e passa a classificar os mesmos, em determinado momento os dados passam a ser examinados e transformados em princípios importantes para a validação ou não de sua suposição.

Para o estudo se fez necessário à abordagem da pesquisa qualitativa por conta de que o pesquisador optou por desenvolver a pesquisa em uma pequena empresa no setor de agronegócio, sendo assim, não houve população, por meio disso não foi necessário ter entrevista, somente a leitura dos dados coletados.

Na abordagem qualitativa a sua diferenciação é o fato de não dar tratamento estético aos dados para análise de certo problema, sendo assim a abordagem qualitativa não tem como finalidade de numerar ou medir elementos, ou categorias semelhantes (OLIVEIRA, 2002).

A pesquisa qualitativa é fundada na leitura dos resultados da pesquisa, normalmente é realizada em pequenas populações através de entrevista ou por observação (DIAS; RODRIGUES; WATANABE, 2015).

3.5 SÍNTESES DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Na pesquisa de planejamento financeiro, foram utilizados os seguintes procedimentos: definição da área ou população alvo, coleta de dados, tipo da pesquisa, a pesquisa bibliográfica e a análise dos dados.

Na definição de área ou população alvo, não houve população para pesquisa, pois, foi desenvolvida em uma pequena empresa, ou seja, tendo definição a área financeira, mas com enfoque no planejamento financeiro.

A coleta de dados se deu por conta de visitas à empresa escolhida, que atua no ramo de agronegócio, com objetivo de captar o maior número de informações possíveis.

Tratando de tipo de pesquisa, foi escolhida a pesquisa qualitativa descritiva, que se resume em descobrir os problemas e maiores dificuldades.

Enquanto a pesquisa bibliográfica teve como base, a coleta de informações em livros, revistas, artigos e sites que abordam do assunto tratado na pesquisa.

E por fim, foi feita a análise de dados, onde se podem observar os maiores problemas e dificuldades, assim, teve a realização de um planejamento financeiro para o auxílio da empresa.

No quadro a seguir são destacados os procedimentos que foram usados na pesquisa.

Quadro 4: Síntese dos procedimentos metodológicos.

Objetivos Específicos	Abordagem da pesquisa	Tipo de pesquisa quanto aos fins	Meios de investigação	Classificação dos dados de Pesquisa	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coletas de dados	Técnica de análise de dados
Identificar os ingressos e desembolsos da empresa no período de Jan/2017 á junho/2018	Qualitativa	Descritiva	De campo	Secundário	Análise de documentos	Análise de documentos fornecidos pela empresa	Análise de dados
Verificar o saldo operacional no período considerado	Qualitativa	Descritiva	De campo	Secundário	Análise de documentos	Análise de documentos fornecidos pela empresa	Análise de dados
Analisar ações realizadas decorrente de superávit e déficit de caixa	Qualitativa	Descritiva	De campo	Secundário	Análise de documentos	Análise de documentos fornecidos pela empresa	Análise de dados
Identificar quais são os controles financeiros utilizados pela empresa	Qualitativa	Descritiva	De campo	Secundário	Análise de documentos	Análise de documentos fornecidos pela empresa	Análise de dados
Diagnosticar como é realizado o planejamento financeiro	Qualitativa	Descritiva	De campo	Secundário	Análise de documentos	Análise de documentos fornecidos pela empresa	Análise de dados

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta os resultados da empresa escolhida para efetuar o estudo, obtidos por meio da coleta de dados e documentos fornecidos pelo empresário no período de realização do estudo que se deu em Janeiro de 2017 a Abril de 2018.

Para Andrade (1997), no início se faz necessário uma breve observação se os dados que foram coletados são suficientes, se foram coletados e apresentados de forma correta, por meio da aplicação dos instrumentos de coleta para dar continuidade a análise e a interpretação destes.

Neste caso onde ha pesquisas qualitativas a análise de dados é feita através da análise do conteúdo e seus aspectos (APPOLINÁRIO, 2006).

Logo, devem ser classificados em categorias, já que a execução deste mecanismo, além de “[...] facilitar a contagem e a tabulação, transforma dados qualitativos, tornando mais clara sua representação” (ANDRADE, 1997, p. 133). Sendo assim, os dados são tabulados em tabelas para melhor apresentação e compreensão (ANDRADE, 1997).

De acordo com Martins (2009), nos casos de análise de dados qualitativos, logo a pós sua coleta, os mesmos devem ser simplificados, eliminando o que não for necessário ou não estiver relacionado ao objeto de estudo, logo devem ser organizados para simplificar o entendimento do pesquisador que irá examinar e obter conclusões.

A análise de dados significa investigar as relações e semelhanças entre os dados recolhidos e o objeto de estudo, por meio de métodos e classificação destes para que sejam avaliados e permitam chegar às conclusões que os esclareçam. Logo a interpretação, baseia-se em relacionar aos resultados adquiridos pela análise, com as demais noções obtidas pelo pesquisador (ANDRADE, 1997).

Com isso, na presente pesquisa, após a realização da coleta de dados por meio da técnica escolhida, frisando que esta foi à descritiva, procedeu-se da análise dos dados obtidos, composta da seguinte maneira: os dados foram apontados como ingressos e desembolsos, e tabulados em uma planilha, onde foram realizados os devidos ajustes para melhor visualização do setor financeiro da empresa, em seguida foram encaminhados a uma segunda planilha onde constituiu o modelo de fluxo de caixa considerado como ideal, por meio da interpretação dos

dados. Foram observados os ingressos e desembolsos, analisando o saldo operacional obtido no período desejado pelo pesquisador, com isso identificou-se quais são os controles financeiros utilizados pela empresa. Entretanto, foi diagnosticado como é realizado também o planejamento financeiro (ANDRADE, 1997).

4.1 INGRESSOS E DESEMBOLSOS

Zdanowicz(2004, p. 147) mostra os principais itens que compõe um fluxo de caixa, entre eles estão:

- Ingressos: são todas as entradas de caixa e bancos em qualquer período, como vendas a vista, a prazo, recebimentos com atraso, descontos de duplicatas, ingressos por aumento de capital, vendas de itens do ativo permanente, alugueis recebidos e receitas financeiras que em seguida serão anexados ao fluxo de caixa.
- Desembolsos: é composto pelas comparas a vista e a prazo, mais outros desembolsos como salários com encargos sociais, despesas diretas ou indiretas de fabricação e também a compra de itens do ativo permanente que significa uma saída de caixa ou bancos, esses desembolsos necessitam de mapas auxiliares para posterior transporte ao fluxo de caixa.

Os ingressos da empresa se dão por meio de vendas do produto fabricado pela mesma, sendo ingressos que na grande maioria são a vista. Tornando sua forma de negociação com fornecedores e credores mais acessível, pois não trabalham com grandes desembolsos a prazo, como pode ser observado no quadro a seguir, somente o gasto com energia elétrica e a água consumida, são efetuados os pagamentos no mês posterior ao consumo (ZDANOWICZ, 2004).

Foi possível perceber abaixo no quadro três onde são confrontadas as entradas e saídas da empresa, que dentro do período de 2017 a empresa ficou com saldo negativo em janeiro, outubro e novembro, levando em consideração os respectivos desembolsos de embalagens e grampos que são usados pra embalar o produto e também foi efetuada a compra de matéria prima de terceiros, sendo assim como fica visível à empresa não havia se programado para efetuar essas compras a

vista. Por conta disso se identificou a necessidade de elaborar um controle de ingressos e desembolsos a vista, quanto a prazo (SILVA, 2006).

Para que desta forma obtivesse a otimização do controle financeiro da empresa em estudo, sendo assim alcançando novos resultados já que isso serve de previsão para o gestor financeiro (GROPPELLI, 2002).

Quadro 5: ingressos da empresa no período de Janeiro a dezembro de 2017:

ENTRADAS (CLIENTES)	PERÍODO												
	jan/17	fev/17	mar/17	abr/17	mai/17	jun/17	jul/17	ago/17	set/17	out/17	nov/17	dez/17	TOTAL
VENDAS JM													
COOPERJA JM	R\$ 784,00	R\$ 3.080,00	R\$ 1.504,00	R\$ 840,00	R\$ 504,00	R\$ 784,00	R\$ 728,00	R\$ 1.176,00	R\$ 280,00	R\$ 840,00	R\$ 784,00	R\$ 840,00	R\$ 11.360,00
MERCADO ROSINHA	R\$ -	R\$ 112,00	R\$ 784,00										
MEGA MERCADO	R\$ -												
MERCEARIA 23 H	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 42,00	R\$ 378,00								
MERCEARIA DO NEGO	R\$ 28,00	R\$ 308,00											
MERCADO SÃO PEDRO	R\$ 28,00	R\$ 308,00											
FRUTEIRA PEREIRA	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 112,00	R\$ 896,00							
VENDAS SOMBRIO													
GIASSI	R\$ 4.640,00	R\$ 5.120,00	R\$ 4.480,00	R\$ 3.840,00	R\$ 2.880,00	R\$ 2.880,00	R\$ 2.720,00	R\$ 4.000,00	R\$ 3.360,00	R\$ 4.480,00	R\$ 3.680,00	R\$ 3.520,00	R\$ 40.960,00
MERCADO ABC	R\$ 1.120,00	R\$ 1.820,00	R\$ 1.680,00	R\$ 980,00	R\$ 840,00	R\$ 840,00	R\$ 840,00	R\$ 1.120,00	R\$ 700,00	R\$ 1.260,00	R\$ 1.148,00	R\$ 1.260,00	R\$ 12.488,00
MERCADO NAZARIO	R\$ 112,00	R\$ 1.232,00											
MERCADO PORTO	R\$ 37,50	R\$ 62,50	R\$ 168,00	R\$ 1.742,50									
VENDAS GAIVOTA													
COOPERJA	R\$ -	R\$ 168,00	R\$ 392,00	R\$ 448,00	R\$ 392,00	R\$ 504,00	R\$ 756,00	R\$ 2.660,00					
MERCADO VERAMAR	R\$ -	R\$ 140,00	R\$ 224,00	R\$ -	R\$ 1.260,00								
MINI MERCADO PÃO DE LÓ	R\$ 112,00	R\$ 1.232,00											
MERCADO GUTO	R\$ 1.456,00	R\$ 1.624,00	R\$ 1.112,00	R\$ 784,00	R\$ 448,00	R\$ 560,00	R\$ 392,00	R\$ 392,00	R\$ 728,00	R\$ 448,00	R\$ 448,00	R\$ 840,00	R\$ 7.776,00
MERCADO MATOS		R\$ 56,00	R\$ 336,00	R\$ 3.416,00									
VENDAS TURVO													
MERCADO BRINA	R\$ -	R\$ 168,00	R\$ 1.848,00										
MERCADO NEGO	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 224,00	R\$ 2.352,00									
ZAVAS EVENTOS		R\$ 84,00	R\$ 924,00										
RESTAURANTE CANT. PEIXE		R\$ 112,00	R\$ 1.232,00										
MERCADO MARQUES		R\$ 267,50	R\$ 230,00	R\$ 2.567,50									
MERCADO SILVA		R\$ 224,00	R\$ 2.464,00										
MERCADO PATINHAS		R\$ 112,00	R\$ 1.232,00										
VENDAS ARARANGUÁ													
CASA DA CARNE	R\$ -	R\$ -	R\$ 280,00	R\$ 2.800,00									
VENDAS SANTA MARIA													
CARDOSO&BRISTOT	R\$ 3.650,00	R\$ 5.200,00	R\$ 2.000,00	R\$ 1.200,00	R\$ 2.300,00	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.300,00	R\$ 1.950,00	R\$ 3.300,00	R\$ 3.950,00	R\$ 8.700,00	R\$ 33.400,00
VENDAS VACARIA													
MIRANDA&CASAGRANDE	R\$ 2.000,00	R\$ 2.200,00	R\$ 2.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.500,00	R\$ 4.800,00	R\$ 5.300,00	R\$ 4.100,00	R\$ 7.600,00	R\$ 7.900,00	R\$ 9.000,00	R\$ 9.000,00	R\$ 59.000,00
MINI MERCADO ROGERIO	R\$ -	R\$ 300,00	R\$ 300,00										
TOTAL (ENTRADAS)	R\$ 14.079,50	R\$ 20.662,00	R\$ 15.818,00	R\$ 13.128,00	R\$ 13.068,00	R\$ 13.072,00	R\$ 14.856,00	R\$ 15.964,00	R\$ 17.550,00	R\$ 21.104,00	R\$ 21.998,00	R\$ 27.700,00	R\$ 208.999,50

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

No quadro 6, a seguir estão ilustrados os resultados obtidos através da leitura de documento em relação a todos os desembolsos considerados da empresa fornecidos pelo empresário, sendo assim foram todos transcritos para uma planilha do Microsoft Excel para melhor visualização dos mesmos.

Tendo o quadro como forma de ilustração dos resultados pode se observar que ao longo do período, o seu resultado de desembolsos se mantém em uma média aproximada de 7.899,26. Tendo um pico de valores elevados em três meses do período por consequência de compra de insumos e também de embalagens para a produção do seu produto final.

Quadro 6: desembolsos no período de Janeiro a Dezembro de 2017:

SAIDAS	jan/17	fev/17	mar/17	abr/17	mai/17	jun/17	jul/17	ago/17	set/17	out/17	nov/17	dez/17	TOTAL NO ANO
DIESEL	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 3.840,00
ÁGUA	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 348,00
ENERGIA ELETRICA	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 630,00	R\$ 610,00	R\$ 640,00	R\$ 670,00	R\$ 615,00	R\$ 620,00	R\$ 608,00	R\$ 608,00	R\$ 618,00	R\$ 635,00	R\$ 7.454,00
COMPRA DE MATÉRIA PRIMA (AIPIM)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ -	R\$ 30.000,00
EMBALAGENS	R\$ 6.750,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 6.750,00								
GRAMPOS	R\$ 511,20	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ 511,20								
MÃO DE OBRA (FUNCIONARIAS)	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 33.600,00
CONTABILIDADE	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 12.288,00
TOTAL (SAIDAS/ MÊS)	R\$ 12.034,20	R\$ 4.773,00	R\$ 4.803,00	R\$ 4.783,00	R\$ 4.813,00	R\$ 4.843,00	R\$ 4.788,00	R\$ 4.793,00	R\$ 4.781,00	R\$ 19.781,00	R\$ 19.791,00	R\$ 4.808,00	R\$ 94.791,20

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Quadro 7: Entradas mensais:

TOTAL (ENTRADAS / MÊS)	R\$ 14.079,50	R\$ 20.662,00	R\$ 15.818,00	R\$ 13.128,00	R\$ 13.068,00	R\$ 13.072,00	R\$ 14.856,00	R\$ 15.964,00	R\$ 17.550,00	R\$ 21.104,00	R\$ 21.998,00	R\$ 27.700,00	R\$ 208.999,50
-------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	-----------------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Quadro 8: Saídas mensais:

TOTAL (SAIDAS/ MÊS)	R\$ 12.034,20	R\$ 4.773,00	R\$ 4.803,00	R\$ 4.783,00	R\$ 4.813,00	R\$ 4.843,00	R\$ 4.788,00	R\$ 4.793,00	R\$ 4.781,00	R\$ 19.781,00	R\$ 19.791,00	R\$ 4.808,00	R\$ 94.791,20
------------------------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------	----------------------	---------------------	----------------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Quadro 9: Confronto entre as Entradas e Saídas do período:

1-ENTRADA (-) 2-SAIDAS	R\$ 2.045,30	R\$ 15.889,00	R\$ 11.015,00	R\$ 8.345,00	R\$ 8.255,00	R\$ 8.229,00	R\$ 10.068,00	R\$ 11.171,00	R\$ 12.769,00	R\$ 1.323,00	R\$ 2.207,00	R\$ 22.892,00	R\$ 114.208,30
-------------------------------	---------------------	----------------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------	----------------------	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	-----------------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Outro item relatado por Zdanowicz (2004,p 147) é a:

- Diferença do período: é o resultado entre os pagamento e recebimentos da empresa, ou seja, é a diferença entre os ingressos e desembolsos, que pode ser positiva ou nula.

No quadro a cima está ilustrada os resultados obtidos pela subtração dos resultados de ingressos, pelo resultado dos desembolsos da empresa. Ou seja, a diferença do período. Tendo como fonte de embasamento o quadro três, pode se considerar que a empresa tem resultados significativos perante as suas entradas e saídas.

A seguir, no quadro de número oito, segue a ilustração dos resultados obtidos como ingressos no período de Janeiro a Abril de 2018.

Quadro 10: Ingressos da empresa no período de 2018:

ENTRADAS (CLIENTES)	PERIODO			
VENDAS JM	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18
COOPERJA JM	R\$ 784,00	R\$ 952,00	R\$ 728,00	R\$ 224,00
MERCADO ROSINHA	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
MEGA MERCADO	R\$ -	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00
MERCEARIA 23 H	R\$ 42,00	R\$ 42,00	R\$ 42,00	R\$ 42,00
MERCEARIA DO NEGO	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
MERCADO SÃO PEDRO	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00	R\$ 28,00
FRUTEIRA PEREIRA	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
VENDAS SOMBRIO				
GIASSI	R\$ 5.120,00	R\$ 3.680,00	R\$ 3.360,00	R\$ 2.240,00
MERCADO ABC	R\$ 1.008,00	R\$ 1.260,00	R\$ 812,00	R\$ 448,00
MERCADO NAZARIO	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
MERCADO PORTO	R\$ 168,00	R\$ 168,00	R\$ 168,00	R\$ 168,00
VENDAS GAIVOTA				
COOPERJA	R\$ 1.120,00	R\$ 728,00	R\$ 504,00	R\$ 364,00
MERCADO VERAMAR	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
MINI MERCADO PÃO DE LÓ	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
MERCADO GUTO	R\$ 1.512,00	R\$ 1.344,00	R\$ 392,00	R\$ 280,00
MERCADO MATOS	R\$ 336,00	R\$ 336,00	R\$ 336,00	R\$ 336,00
VENDAS TURVO				
MERCADO BRINA	R\$ 168,00	R\$ 168,00	R\$ 168,00	R\$ 168,00
MERCADO NEGO	R\$ 56,00	R\$ 224,00	R\$ 224,00	R\$ 224,00
ZAVAS EVENTOS	R\$ 84,00	R\$ 84,00	R\$ 84,00	R\$ 84,00
RESTAURANTE CANT. PEIXE	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
MERCADO MARQUES	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00	R\$ 230,00
MERCADO SILVA	R\$ 224,00	R\$ 224,00	R\$ 224,00	R\$ 224,00
MERCADO PATINHAS	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00	R\$ 112,00
VENDAS ARARANGUÁ				
CASA DA CARNE	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00	R\$ 280,00
MERCADO DAS FRUTAS	R\$ 960,00	R\$ 770,00	R\$ -	R\$ -
VENDAS SANTA MARIA				
CARDOSO&BRISTOT	R\$ 6.600,00	R\$ 3.000,00	R\$ -	R\$ -
VENDAS VACARIA				
MIRANDA&CASAGRANDE	R\$10.000,00	R\$10.500,00	R\$12.000,00	R\$ 6.200,00
MINI MERCADO ROGERIO		R\$ 300,00		
TOTAL	R\$29.420,00	R\$25.298,00	R\$20.560,00	R\$12.520,00

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

No quadro acima se evidencia um aumento significativo nas vendas, pois houve a presença de clientes que não estavam mais comprando no ano de 2017, já nesse novo período de 2018, voltaram a comercializar o produto oferecido pela empresa em pesquisa. E a presença de uma grande quantia vendida pra cidade de Santa Maria e Vacaria ambas localizadas no Rio grande do sul. Isso se da por conta da época em que o produto esta no auge em que o produto se encontra pronto para a produção, que começa em setembro e vai ate o mês de junho.

Quadro 11: saídas do período de 2018:

SAIDAS	jan/18	fev/18	mar/18	abr/18	mai/18
DIESEL	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ 320,00	R\$ -
ÁGUA	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ 29,00	R\$ -
ENERGIA ELETRICA	R\$ 654,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
COMPRA DE MATÉRIA PRIMA (AIPIM)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
EMBALAGENS	R\$ 6.750,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
GRAMPOS	R\$ 511,20	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
MÃO DE OBRA (FUNCIONARIAS)	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ 2.800,00	R\$ -
CONTABILIDADE	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ 1.024,00	R\$ -
TOTAL	R\$ 12.088,20	R\$ 4.773,00	R\$ 4.773,00	R\$ 4.773,00	R\$ 600,00

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

No quadro acima estão ilustradas a saídas do período de 2018, é visível que as saídas desse período se mantiveram em uma média de 6.601,75, tendo um resultado acima da média em janeiro, em consideração a compra das embalagens, os outros meses desse mesmo período se mantiveram menores que do que os meses do período de 2017, pois não houve a compra de matéria prima de terceiro, sendo que a empresa também faz o plantio do produto que ela comercializa.

Quadro 12: Entradas mensais, do período de 2018:

TOTAL (ENTRADAS / MÊS)	R\$ 29.420,00	R\$ 25.298,00	R\$ 20.560,00	R\$ 12.520,00	R\$ -
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	--------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Quadro 13: Saídas mensais, do período de 2018:

TOTAL (SAIDAS / MÊS)	R\$ 12.088,20	R\$ 4.773,00	R\$ 4.773,00	R\$ 4.773,00	R\$ 600,00
-----------------------------	----------------------	---------------------	---------------------	---------------------	-------------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

Quadro 14: Confronto entre as Entradas e Saídas do Período;

1- ENTRADA (-) 2-SAIDAS	R\$ 17.331,80	R\$ 20.525,00	R\$ 15.787,00	R\$ 7.747,00	-R\$ 600,00
--------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	---------------------	--------------------

Fonte: Elaborada pelo pesquisador (2018).

No quadro acima estão demonstrados os resultados obtidos do confronto das entradas com as saídas, observa-se que a empresa se mantém com valores bem significativos. Sendo assim, precisa desenhar seu planejamento pra que consiga continuar se mantendo no mercado onde esta inserida, desta forma entra o fluxo de caixa como planejamento financeiro, para que consiga enxergar o que pode acontecer lá na frente, efetuando novos investimentos, melhorias de seus processos, considerando suas vendas e suas despesas.

5 CONCLUSÃO

Mesmo que as pequenas e médias empresas sejam responsáveis por grande parte do desenvolvimento da economia do país, em que se caracterizam por apresentar um crescimento rápido e uma ótima adaptação às mudanças do mercado, a maior parte dessas mesmas empresas não sobrevivem mais de dois anos. Segundo o SEBRAE (2004), um dos principais motivos se refere à falta de planejamento financeiro, sabendo que, justamente por serem de pequeno e médio porte, os administradores destas empresas acreditam que não há necessidade tê-lo.

Diante disso, sabe-se que o atual mercado este cada vez mais competitivo e demanda de soluções rápidas e eficientes. Com isso, as empresas devem desfrutar de ferramentas e técnicas que possam estar auxiliando-as na conquista por disputa e resultados positivos, tendo garantia do seu espaço perante a concorrência. Com a ferramenta fluxo de caixa, é possível obter uma visão adiantada das sobras ou faltas de caixa, auxiliando como uma das ferramentas gerenciais indispensável para planejamento dentro das empresas, e tornando-se essencial para a gestão eficiente dos administradores financeiros (ZDANOWICZ, 1989).

Nessa sequencia, a realização deste estudo objetivou fornecer, por meio do alcance de conhecimentos através de bibliografias na área de administração financeira em geral, e fluxo de caixa em particular, bem como o principio de seus objetivos específicos, a sustentação para propor a implantação do fluxo de caixa como forma de planejamento financeiro, que ate então não existia, em uma empresa de pequeno porte do segmento de agronegócio, a fim de melhorar todo o seu processo de decisão da empresa em questão.

Com a produção do estudo, apresentou-se a importância da administração financeira e de suas ferramentas para o planejamento e controle dentro das empresas. A mesma busca por dar suporte à tomada de decisão, em que contribui para a geração de recursos proposto para o aumento do lucro, a partir da utilização de informações gerenciais que possam auxiliar no processo de decisão.

Com isso, percebeu que a empresa utiliza em sua gestão financeira relatórios que servem apenas como controle de contas a receber e a pagar, mas que não tem utilidade para fim de planejamento. Esses documentos consistem em breves anotações, que significam pagamentos e recebimentos, de seus clientes,

bem como valores a pagar relativos à mão de obra. Outras contas a pagar como compra de terceiros, fornecedores, são anotados manualmente em uma agenda de controle diário, ou seja, não servindo da mesma forma, como meio de projeção para a tomada de decisão. Não são usados planejamentos formais tais como planilhas elaboradas, com o fim de auxiliar ou até mesmo sistemas de suporte para a realização do seu planejamento financeiro.

Após constatar a forma atual de gestão financeira da empresa, deu-se início, a partir da pesquisa descritiva, para a coleta dos dados e informações financeiras, efetivando a conclusão do terceiro objetivo específico estabelecido neste estudo. Sendo assim dando início a construção do seu planejamento financeiro, objetivando organizar e desenhá-lo de forma clara e objetiva, para auxiliar o empresário.

Para a melhor efetivação da proposta deste estudo, foram realizadas projeções a partir dos dados obtidos do mês de janeiro de 2017 a maio de 2018, objetivando despertar o melhor conhecimento da utilização e da importância do fluxo de caixa para a empresa em questão.

Conclui-se, portanto, que a utilização de ferramentas como o fluxo de caixa, que proporcionam a realização de planejamento financeiro, é de grande relevância para as empresas, principalmente às de pequeno e médio porte, já que é uma ferramenta simples e de fácil aplicação. O conhecimento antecipado auxiliará o gestor financeiro a tomar decisões eficientes e corretas, na decisão da melhor aplicação das sobras de caixa.

Por tanto, ressalta a grande importância do fluxo de caixa para a realização das atividades da empresa em estudo, que irá analisar e verificar a proposta de implantação para em seguida implantá-la, concluindo o último objetivo específico deste trabalho.

Contudo, perante a grande proporção do fluxo de caixa e da sua serventia como ferramenta para fim de planejamento financeiro dentro das empresas, pôde-se perceber a presença de outros assuntos que poderão ser pesquisados e analisados por outros pesquisadores a respeito do tema aqui abordado.

REFERÊNCIAS

- ABBADE, Eduardo Botti. O papel do agronegócio brasileiro no seu desenvolvimento econômico. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**. Bauru, Ano 9, nº 3, jul-set/2014, p. 149-158. Disponível em: <<http://revista.feb.unesp.br/index.php/gepros/article/viewFile/1053/594>> Acesso em: 25 abr. 2018.
- ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa**. São Paulo: Thomson, 2006.
- BARROS, Geraldo Sant'ana de Camargo. **Políticas agrícolas**. Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/artigos/politicas-agricolas.aspx>> Acesso em: 22 abr. 2018.
- BNDS – O Banco Nacional do Desenvolvimento. **Porte de empresa**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/porte.html>. Acesso em: 18 abr. 2018.
- BRASIL. **Lei nº 9.317 de 05 de dezembro de 1996**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9317impressao.htm> Acesos em: 22 abr. 2018.
- CALLADO, Antônio André Cunha. **Agronegócio**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- CEPEA – Centro de Estudos Avançados em Economia. **PIB do agronegócio brasileiro**. 2017. Disponível em: <<https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>> Acesso em: 19 abr. 2018.
- CERVO, Amado; BERVIAN, Pedro. a; SILVA, Roberto. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.
- DAFT, Richard. **Administração**. São Paulo: Thompson, 2005.
- DIAS, A.T; RODRIGUES, A.; WATANABE, M. **Pesquisa de mercado**. Santa Catarina: EdiUnesc, 2015.
- DORNELAS, José. **Criação de novos negócios: empreendedorismo para o século 21**. 9. ed. São Paulo: Elsevier, 2014.
- DROMS, Willian G.; PROCIANOY, Jairo L. **Finanças para executivos não financeiros: tudo o que você precisa saber**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

DUBRIN, Andrew J. **Princípios de administração**. 4. ed Rio de Janeiro: LTC, 2001.

FRIEDRICH, J.; BRONDANI, G. Fluxo de caixa—sua importância e aplicação nas empresas. **Revista Eletrônica de Contabilidade (Descontinuada)**. 2005; 2(2), 135.

GASQUES, José Garcia et al. **Desempenho e crescimento do agronegócio no Brasil**. Brasília: IPEA, 2004. Disponível em: <
http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1009.pdf> Acesso em: 20 abr. 2018.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Ed. Addison Wesley, 2004.

_____. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GROPELLI, A. A. **Administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

GUERRA, Oswaldo; TEIXEIRA, Francisco. A sobrevivência das pequenas empresas no desenvolvimento capitalista. **Revista de Economia Política**. Vol. 30, nº 1 (117), pp. 124-139, janeiro-março/2010. Disponível em: <
<http://www.scielo.br/pdf/rep/v30n1/v30n1a08.pdf>> Acesso em: 15 abr. 2018.

HEREDIA, Beatriz; PALMEIRA, Moacir; LEITE, Sérgio Pereira. Sociedade e economia do “agronegócio” no Brasil. **RBCS**. 2010; 25(74):159-196. Disponível em: <
<http://www.scielo.br/pdf/rbcso/v25n74/a10v2574.pdf>> Acesso em: 15 abr. 2018.

HIRISCH, Robert D. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Micro e pequenas empresas: mercado de trabalho e implicação para o desenvolvimento. Anselmo Luís dos Santos, José Dari Krein, Andre Bojikian Calixtre: organizadores. Rio de Janeiro: Ipea, 2012. Disponível em: <
http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_micro_pequenasempresas.pdf> Acesso em: 20 abr. 2018.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

JORNAL DA USP. **Perspectivas para o agronegócio nesse 2018**. 08 fev. 2018. Disponível em: <
<http://jornal.usp.br/artigos/perspectivas-para-o-agronegocio-neste-2018/>> Acesso em: 22 abr. 2018.

KUHNEN, Osmar L. **Finanças empresariais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992. 214 p.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LIMA, Francisco Valdenir. Territorialização do agronegócio e resistência camponesa. **Mercator**. Fortaleza, v.15, n.1, p. 73-86, jan./mar., 2016. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/mercator/v15n1/1984-2201-mercator-15-01-0073.pdf>> Acesso em: 22 abr. 2018.

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia da pesquisa: caminhos da ciência e tecnologia**. São Paulo: Ática, 2005.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Estatísticas de comércio exterior do agronegócio brasileiro**. 2018. Disponível em: <<http://indicadores.agricultura.gov.br/index.htm>> Acesso em: 22 abr. 2018.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.V. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEOPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009.

MEGGISON. **Administração: conceitos e aplicações**. São Paulo. Harbra, 1998.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org). **Pesquisa social: teoria, método e Criatividade**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 2002.

ORTIGARA, A. Â. **Causas que condicionam a mortalidade e/ou o sucesso das micro e pequenas empresas no estado de Santa Catarina**. 2006.

PACHECO, Alessandro Mendes et al. A importância do agronegócio para o Brasil: revisão de literatura. **REVISTA CIENTÍFICA ELETRÔNICA DE MEDICINA VETERINÁRIA – ISSN: 1679-7353 Ano X – Número 19 – Julho de 2012 – Periódicos Semestral**. Disponível em: <http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/2OPWO6AILTgjCrp_2013-6-24-15-3-44.pdf> Acesso em: 22 abr. 2018.

PINHEIRO, José Maurício. **Da Iniciação Científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

RAMOS, Pedro et al. **Dimensões do agronegócio brasileiro**: políticas, instituições e perspectivas. Brasília: MDA, 2007.

RAMOS, Simone Yuri. **Panorama da Política agrícola brasileira**: a política de garantia de preços mínimos. Brasília, 2009. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/866143/1/doc262.pdf>> Acesso em: 23 abr. 2018.

ROBBINS, Stephen Paul: **Administração**: mudanças e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2003.

RODRIGUES, Bruna Joyce; SONAGLIO, Cláudia Maria. Análise do sistema de crédito agrícola no Brasil nos governos FHC e Lula. **Revista de Economia Mackenzie**. 2011, 9(1):10-35. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/3275/3285>> Acesso em: 25 abr. 2018.

SANTANDER. **Números e cenário do agronegócio no Brasil em 2017**. 18 out. 2017. Disponível em: <https://www.santandernegocioseempresas.com.br/detalhe-noticia/numeros_e_cenario_do_agronegocio_no_brasil_em_2017.html> Acesso em: 22 abr. 2018.

SANTOS, Leandro Pereira dos et al. Agronegócio brasileiro no comércio internacional. **Revista de Ciências Agrárias**. 2016, vol. 39, n. 1, p. 54-69. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/rca/v39n1/v39n1a07.pdf>> Acesso em: 17 abr. 2018.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE. **Capital Social segundo SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 18 abr. 2018.

SEBRAE. **As pequenas empresas do Simples Nacional**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/9BB59A59F0E2E04583257957004777CE/\\$File/NT000470DE.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/9BB59A59F0E2E04583257957004777CE/$File/NT000470DE.pdf)>. Acesso em 15 abr. 2018.

SILVA, Edson Cordeiro da: **Como administrar o fluxo de caixa das empresas**: guia prático e objetivo de apoio aos executivos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SOUZA, Maria Carolina de Azevedo Ferreira de; MAZZALI, Leonel. Conceito e espaço da pequena empresa na estrutura industrial: heterogeneidade e formas de inserção. **Gest. Prod.**, São Carlos, v. 15, n. 3, p. 591-603, Dez. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2008000300013&lng=en&nrm=iso>. Acesso Em: 22 abr. 2018.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do trabalho científico**: um enfoque didático da produção científica. São Paulo: EPU, 2001. 288 p.

WELSCH, Glenn Albert. **Orçamento empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

ZDANOWICZ, José Eduardo. Fluxo de caixa. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1998.

_____. **Fluxo de caixa**: uma decisão de planejamento e controle financeiros. 9. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2002.