



*Universidade Federal do Pará*  
*Curso de Ciências Contábeis*

## **A ANÁLISE DOS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS: SUAS TÉCNICAS PRINCIPAIS E A INFLUÊNCIA DAS VARIÁVEIS EXTERNAS**

---

**FÁBIO RODRIGO DE ARAÚJO VALOIS**  
Discente do Curso de Ciências Contábeis - UFPA  
[frav@click21.com.br](mailto:frav@click21.com.br)

**HEBER LAVOR MOREIRA**  
Professor Adjunto da Universidade Federal do Pará  
[heber@peritocontador.com.br](mailto:heber@peritocontador.com.br)

**Trabalho apresentado para avaliação da disciplina Análise dos Demonstrativos  
Contábeis II, do curso de Ciências Contábeis da UFPA.**

### **RESUMO**

Haja vista a necessidade de reforçar essa tendência da Contabilidade de servir como ferramenta gerencial, foi desenvolvido este estudo com o objetivo de aliar às tradicionais técnicas de análise, elementos que irão ajudar a fazer uma análise mais completa, ou seja, a necessidade de levarmos em conta as variáveis externas.

Num primeiro momento definir-se-á o conceito de Análise dos Demonstrativos Contábeis e suas características gerais, com enfoque aos conhecimentos assim como os tipos de demonstrativos que podem submeter-se à análise. São mencionados os tipos de análise e suas principais características.

Com relação às técnicas de análise, como a análise através de índices, serão exploradas outras que irão complementar e enriquecer nossos conhecimentos a respeito do assunto, como a Alavancagem Financeira e o Método de Fleuriet. Destaca-se também neste estudo a influência das variáveis externas no processo de análise

Palavras-chave: Contabilidade, variáveis externas, técnicas de análise.

## **INTRODUÇÃO**

A Análise dos Demonstrativos Contábeis é um processo de grande relevância para as empresas que almejam o sucesso. Os analistas fazem a interpretação de inúmeras informações para que os gestores possam tomar a melhor decisão pertinente à empresa.

Sabemos da importância que tal análise representa para com a Tomada de Decisões. Uma análise bem feita trará informações de suma importância da empresa com relação a sua posição econômico-financeira diante de fatos passados, presentes e futuros.

Uma empresa bem sucedida certamente será vista com bom olhos com relação aos investidores, fornecedores, clientes e consumidores em geral. Para que ela chegue ao sucesso deve-se partir de uma boa análise assim como boas tomadas de decisões.

## **DEFINIÇÃO**

A Análise dos Demonstrativos Contábeis visa obter informações com relação à situação econômico-financeira atual, as causas que determinaram essa evolução e as projeções para o futuro, tendo como objetivo a tomada de decisão.

Não devemos esquecer que a análise deve ser interpretada e direcionada para um enfoque gerencial buscando servir como base de informações para a tomada de decisão dos gestores.

Quanto mais informações os gestores tiverem, melhor será para a empresa, mas é preciso analisar se as informações são de qualidade, pois informações sem qualidade certamente atrapalharão o andamento do processo de tomada de decisões. Por isso é correto que o analista já conheça a empresa, seus objetivos e suas perspectivas para justamente saber o que realmente irá constar em sua análise.

É de fundamental importância que em uma Análise dos Demonstrativos Contábeis, com o intuito de orientar uma gestão ou tomada de decisão, deve ser levado em consideração conhecimentos referentes a vários ramos, como:

- Conceitos de Contabilidade;

- Análise Contábil;
- Marketing;
- Produção;
- Economia;
- Administração;
- Sistemas Informativos;
- Mercado.

Todas as demonstrações podem ser analisadas, entre as principais destacam-se:

- Balanço Patrimonial
- Demonstração do Resultado do Exercício
- Demonstração de Origens e Aplicações de Recursos
- Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido
- Demonstração do Fluxo de Caixa
- Demonstração do Valor Adicionado

Matarazzo afirma que Análise de Demonstrações Financeiras baseia-se em raciocínio científico, tendo como objetivo a conversão das demonstrações contábeis em relatórios de linguagem descomplicada, entende-se, então, que, conforme Matarazzo (1998, p. 22):

- extraem-se índices das demonstrações financeiras;
- comparam-se os índices com os padrões;
- ponderam-se as diferentes informações e chega-se a um diagnóstico ou conclusões;
- tomam-se decisões.

## **TIPOS DE ANÁLISE**

### *Análise Financeira*

É o estudo da liquidez da empresa, ou seja, a expressão de sua capacidade de pagamento, suas condições financeiras de cumprir com todas as obrigações no prazo determinado.

### *Análise Econômica*

É a avaliação da rentabilidade e lucratividade do desempenho da empresa em um dado período. Deve ser observado o retorno sobre investimentos e lucratividade sobre as vendas.

### *Análise Administrativa*

É o estudo do desempenho operacional da empresa, tendo como objetivo maior avaliar a capacidade da administração do capital de giro, feito mediante o cálculo dos índices de rotação ou prazo médio.

## **COMO ELABORAR UMA ANÁLISE DOS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS**

É de fundamental importância que o analista tenha um conjunto de informações e vários conhecimentos básicos para fazer seu relatório. Dentre os principais, destacam-se:

- Conhecimento Básico de Contabilidade;
- Conhecimento de Técnicas de Análise;
- Atividade da Empresa;
- Políticas e Estratégias da Empresa;
- Perfil dos Administradores;
- Influência dos ambientes interno e externo na empresa;
- Capacidade de Interpretação.

Após a análise quantitativa, faz-se necessário saber o que realmente incluir-se-á no relatório.

Matarazzo (1998, p. 20) lista as seguintes informações que devem ser produzidas pela Análise de Balanços:

- Situação financeira;
- Situação econômica;
- Desempenho;
- Eficiência na utilização dos recursos;
- Pontos fortes e fracos;
- Tendências e perspectivas;
- Quadro evolutivo;
- Adequação das fontes às aplicações dos recursos;
- Causas das alterações na situação financeira;
- Causas das alterações na rentabilidade;
- Evidências de erros da administração;
- Providências que deveriam ser tomadas e não foram;
- Avaliação de alternativas econômico-financeiras futuras.

### **TÉCNICAS DE ANÁLISE DOS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS**

Com os demonstrativos contábeis em mãos, o analista deverá aplicar as técnicas de análise. Abaixo serão explanadas as técnicas mais utilizadas:

#### **- *Análise Vertical e Horizontal***

Revelam em valores percentuais, o valor de cada conta comparada ao total do demonstrativo ou outro valor específico e sua variação com o tempo.

#### ***Análise Vertical***

Revela o percentual que uma grandeza está contida em outra. Revela os efeitos das mudanças e em alguns casos se faz possível descobrir suas causas. Serve também para estabelecer tendências.

### *Análise Horizontal*

Serve para a elaboração de uma série histórica da empresa, importante para fazer auxílio no estudo de tendências. Permite fazer análise da evolução de uma conta ou grupo de contas em diferentes períodos.

### ***Análise através de Índices***

Considerada a mais tradicional e importante forma de se analisar um Balanço como um todo. A análise através de índices é também a forma mais coerente de obter dados concretos da situação real de uma empresa em determinado momento.

Os índices são relações entre duas grandezas e justificam-se, quando se deseja analisar a situação econômico-financeira de uma empresa, simplesmente pelo fato de que a observação de determinadas relações e percentuais nos dá uma visão mais detalhada do que realmente queremos.

Preocupa-se com a capacidade de pagamento, retorno do investimento e como o patrimônio se encontra estruturado.

Como avaliar os índices?

Não é de grande utilidade avaliar um índice tomando-se apenas um parâmetro. O importante é avaliá-los sob diversos aspectos, por isto os índices devem ser avaliados através de:

#### *- Avaliação Intrínseca de um Índice*

Avaliação feita a grosso modo, quando não há a presença de índices-padrão proporcionado pela análise de várias entidades.

#### *- Comparação de Índices no Tempo*

A comparação de índices de uma empresa em relação aos anos anteriores nos dá uma informação de grande relevância no que diz respeito à tendência seguida pela empresa. Permite ao analista a formação de opiniões a respeito de políticas adotadas pela empresa.

**- Comparação com Padrões**

Deve ser analisado de acordo com as políticas da empresa. Em um primeiro momento calculam-se os índices e comparam-nos com padrões, em seguida faz-se uma avaliação individual dos índices, depois uma avaliação conjunta e finalmente avalia-se a empresa e sua administração.

**- Prazos Médios**

Mencionam a velocidade com que elementos patrimoniais se renovam durante determinado período de tempo.

*PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO*

Demonstra em quanto tempo a empresa leva para receber o valor referente às vendas, ou seja, é o período compreendido entre o momento das vendas e o posterior recebimento dos valores relacionados a tal fato.

*PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTO*

É o período compreendido entre o momento em que foram efetuadas as compras e o momento de seu pagamento.

*QUOCIENTE DE POSICIONAMENTO RELATIVO*

Compara os indicadores de recebimento e pagamento, revelando se estão equiparados.

**- Método Fleuriet**

Reclassifica os demonstrativos em Operacional e Financeiro e, em seguida, analisa determinados índices que darão uma idéia da situação operacional e financeira da empresa.

O surgimento deste modelo foi resultado da maneira de se analisar, que era até então feita na base contábil e estática, passando para uma base dinâmica, e através dos dados contábeis atuais, enxergar sua capacidade de captar recursos e investir, obtendo retornos maiores em relação aos custos captados.

Antigamente, muitas análises refletiam aspecto da solvência medida pelos indicadores de liquidez, refletindo uma visão de que não haveria continuidade dos

negócios, caso todo ativo circulante fosse transformado em dinheiro para honrar compromissos.

### **- Alavancagem Financeira**

Segundo Gitman, é “definida como a capacidade da empresa em usar encargos financeiros fixos para maximizar os efeitos de variações no lucro antes dos juros e imposto de renda sobre o lucro por ação”.

A Alavancagem Financeira acontece positiva, quando os capitais de terceiros de longo prazo produzem efeitos positivos sobre o patrimônio líquido.

Dessa forma, podemos concluir que só é vantajoso para uma empresa, os capitais de terceiros de longo prazo, quando o retorno sobre o ativo for superior ao retorno sobre o Patrimônio Líquido.

De nada adiantaria a uma empresa captar recursos a longo prazo, se estes fizessem com que o retorno sobre o patrimônio líquido recuasse em sua posição anterior à da captação. Alavancagem financeira é isso, é a “alavanca” que esta captação produz ou não no retorno aos acionistas.

O resultado da alavancagem financeira pode ser melhor interpretado pela fórmula, e seu coeficiente ao qual denominamos de grau:

**GAF = RsPL (Retorno sobre Patrimônio Líquido) / RsA (Retorno sobre o Ativo)**

Se o GAF for igual a 1 = a alavancagem financeira será considerada nula.

Se o GAF for maior que 1 = a alavancagem financeira será considerada favorável.

Se o GAF for menor que 1 = a alavancagem financeira será considerada desfavorável.

Tomemos como exemplo a empresa Cyrella Brazil Realty.

	2006	2005
<b>ATIVO</b>	<b>3.106.028</b>	<b>1.877.515</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>1.989.245</b>	<b>1.077.508</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO</b>	<b>357.403</b>	<b>290.611</b>
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>247.343</b>	<b>135.168</b>

### **GAF em 2005**

$$RSPL = \frac{LL}{PL} * 100 = \frac{135.168}{1.077.508} = 12,54\%$$

$$RSA = \frac{LL}{ATIVO} * 100 = \frac{135.168}{1.877.515} = 7,20\%$$



$$\text{GAF} = \frac{\text{RSPL}}{\text{RSA}} = 1,74$$

**GAF em 2006**

$$\text{RSPL} = \frac{\text{LL}}{\text{PL}} * 100 = \frac{247.343}{1.989.245} = 12,43\%$$

$$\text{RSA} = \frac{\text{LL}}{\text{ATIVO}} * 100 = \frac{247.343}{3.106.028} = 7,96\%$$

$$\text{GAF} = \frac{\text{RSPL}}{\text{RSA}} = 1,56$$

Os resultados de 1,74 e 1,56 têm o seguinte significado:

- em 2005 a alavancagem financeira é favorável em 74%, ou seja, os capitais de terceiros contribuem para gerar um retorno adicional de 74% sobre o Patrimônio Líquido.

- em 2006 a alavancagem financeira é favorável em 56%, ou seja, os capitais de terceiros contribuem para gerar um retorno adicional de 56% sobre o Patrimônio Líquido.

**- Fator de Insolvência de Kanitz**

Kanitz foi responsável pela elaboração da análise financeira e econômica de muitas das melhores empresas brasileiras. Em decorrência de seu trabalho e inúmeras pesquisas, elaborou em um modelo de previsão de falências, conhecido como **Fator de Insolvência**. Obtém-se esse fator através de dados do Balanço Patrimonial inseridos em uma fórmula que somente o próprio consegue *decifrar*.

Feito o cálculo, obtemos um certo número chamado de **Fator de Insolvência**, este irá determinar o destino da empresa com relação a sua falência.

Kanitz criou uma tabela chamada de **Termômetro de Insolvência** com três situações a saber: Solvente, Penumbra e Insolvente.

*Valores positivos:* situação boa ou solvente.

*Valores que variam de 0 a -3:* Penumbra, o fator de insolvência é pouco suficiente para analisar, mas inspira cuidados.

*Valores menores que -3:* situação ruim ou insolvente, podendo levá-la a falência.

#### **- Valor Econômico Adicional (EVA)**

Representa a criação da riqueza do empreendimento e significa o resultado econômico após a remuneração de todos os agentes financiadores, inclusive dos próprios acionistas e, considerando-se inclusive seus níveis de risco.

Pode ser apurado partindo-se do lucro contábil e, no pressuposto de que neste lucro já fora deduzida a remuneração do capital de terceiros, basta diminuir a remuneração do capital próprio.

### **VARIÁVEIS EXTERNAS**

São variáveis que permitem avaliar as potencialidades, ameaças e oportunidades da organização dentro do mercado.

A análise quantitativa somente define tendências e permite diagnósticos internos. Não podemos afirmar que são indicadores seguros para avaliar a situação da empresa, com relação ao presente e planejamento do futuro no imenso ambiente em que a empresa se encontra.

Há a necessidade de levarmos em consideração fatores externos que irão contribuir com o processo de análise.

É de extrema importância levar em conta o conhecimento das estruturas desses fatores, além de que a análise dos impactos que algum fator já tenha provocado na empresa, fato algumas vezes inexplorado na área contábil.

Apresentamos algumas variáveis que irão influenciar o processo de análise:

#### **- Índice de Inflação**

É o aumento persistente dos preços e envolve toda a economia de um país. Isso, conseqüentemente, resulta numa contínua perda do poder aquisitivo da moeda local.

Em sua forma mais extrema, a chamada hiperinflação, os preços aumentam tanto que as pessoas procuram não reter dinheiro consigo, nem mesmo por poucos dias, dada a rapidez com que o dinheiro diminui o seu poder de compra.

Há diversos índices que se utilizam para medir a inflação:

**IGP** - Índice Geral de Preços: Usado em contratos de prazo mais longo, como aluguel.

**IPA** - Índice de Preços no Atacado: este índice é calculado para três intervalos diferentes e compõe os demais índices calculados pela FGV (IGP-M, IGP-DI e IGP-10).

**IGP-DI** - Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna: índice que tenta refletir as variações mensais de preços, pesquisados do dia 01 ao último dia do mês corrente. Ele é formado pelo IPA, IPC e INCC. O índice apura as variações de preços de matérias-primas agrícolas e industriais no atacado e de bens e serviços finais no consumo.

**IGP-M** - Índice Geral de Preços do Mercado: índice cuja metodologia é igual à do IGP-DI, mas pesquisado entre os dias 25 de um mês e 25 do seguinte. O IGP tradicional abrange o mês fechado, enquanto o IGP-M é elaborado para contratos do mercado financeiro.

**IGP-10** - Índice Geral de Preços 10: é elaborado com a mesma metodologia do IGP e do IGP-M, mudando apenas o período de coleta de preços: entre o dia 11 de um mês e o dia 10 do mês seguinte.

**ICV-DIEESE** - Índice do Custo de Vida: publicado pelo DIEESE (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos), também medido na cidade de São Paulo e que reflete o custo de vida de famílias com renda média de R\$ 2.800,00.

**INPC** - Índice Nacional de Preços ao Consumidor: média do custo de vida nas 11 principais regiões metropolitanas do país para famílias com renda de 1 até 6 salários mínimos, medido pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

#### **- Índice de Atividade Econômica**

No mundo empresarial é quase que obrigatório termos informações do tipo: quando iremos recuperar os investimentos? Receber os direitos? Saldar obrigações?

Essas perguntas serão respondidas através dos indicadores de atividade, que irão demonstrar as rotações praticadas pelo capital da empresa, assim como os valores

empregados no seu processo de desenvolvimento, indicando o número de vezes empregado e seu retorno.

Os principais indicadores de atividade são:

- Quociente de Rotação dos Estoques
- Quociente de Rotação do Ativo
- Prazo Médio de Recebimento
- Prazo Médio de Pagamento
- Quociente de Posicionamento Relativo

**- Índice Geral de Preços**

O IGP é o principal e mais requisitado indicador da taxa de inflação do País, pois exerce influências sobre o nível dos reajustes salariais e da variação cambial. Em razão da variedade de itens (bens e serviços) que fazem parte de seu cálculo, o uso deste índice é mais adequado para empresas potencialmente diversificadas, ou seja, que atuam em diferentes segmentos de mercado, ou que trabalham com grande variedade de produtos ou de insumos.

**- Taxas de Juros**

As obrigações de longo prazo possuem taxas de juros e garantias que devem ser expressas pelas companhias. Altas taxas de juros ou perda de bens dados em garantia, caso haja inadimplência, podem significar agravamento futuro da saúde financeira da empresa, o que deve ser levado em conta na Análise das Demonstrações Contábeis.

**- Peculiaridades do mercado como:**

Preços médios praticados por cada produto, prazo médio de venda, número de concorrentes e produtos substitutos.

**- Perfil do consumidor como:**

Referente a reações comportamentais diante do produto, poder de negociação, poder de compra, exigências, preferências e necessidades.

**- Perfil dos fornecedores no que diz respeito a:**

Flexibilidade, poder de negociação, relacionamento, prazos e disponibilidade das matérias-primas.

**- Força da Concorrência com relação a:**

Estrutura organizacional, participação no mercado, políticas promocionais e políticas de vendas de preços e de marketing.

**- Políticas sociais, tributárias e econômicas, como:**

Setores sociais beneficiados por políticas governamentais específicas, subsídios governamentais, política cambial e monetária, estabilidade econômica e políticas de importação e exportação.

**- A Ética para com a sociedade, a concorrência, os clientes, fornecedores e o próprio governo.**

### **MERCADO: AMEAÇAS E OPORTUNIDADES**

As ameaças e oportunidades atuais e futuras reveladas pela economia, serão de profunda influência na tomada de decisões.

Estas informações podem ser obtidas através de jornais, revistas especializadas, internet, inúmeros meios de comunicação, pesquisas com consumidores e indicadores sociais, econômicos e políticos.

#### *Análise da Demanda*

Deve ser feita uma análise da demanda que corresponde à posição enfrentada pela empresa em seu mercado, ou seja, fazer um estudo das ameaças e oportunidades que ela enfrentou ou que poderá enfrentar, com o objetivo de atender a demanda. Esta análise será possível graças às informações dos concorrentes, fornecedores, consumidores e através do histórico da própria empresa.

*Análise da Oferta*

Faz-se esta análise com o objetivo de revelar os pontos fortes e fracos da empresa em relação a forma de seu comportamento diante da oferta de produtos e serviços. Avalia os estoques, potencial tecnológico, capacidade de giro dos ativos e dos serviços adicionais.

*Análise do Composto de Marketing*

Análise dos pontos fortes e fracos da empresa mensurados através dos fatores internos como: custos, preços, racionalização dos processos, qualidade e *design*. Analisa também as ameaças e oportunidades medidas pelos fatores externos, como: canais de distribuição, propaganda e promoções.

**ETAPAS DO PROCESSO DECISÓRIO**

Deve ser feito um planejamento adequado com o intuito de seguir todas as etapas para que a análise chegue ao seu objetivo, para que o resultado não se prejudique e o analista consiga fornecer informações precisas.

Segundo Matarazzo (2003, p. 19), o processo de tomada de decisão segue as seguintes etapas:

- A escolha de indicadores que melhor apresente as características de uma determinada empresa;
- Comparação com padrões através da estatística, fazendo comparações com os concorrentes;
- Diagnóstico ou conclusões é uma etapa diferente da comparação com padrões pelo fato de serem analisadas as informações obtidas nas etapas anteriores;
- Decisões a serem tomadas, a partir das conclusões obtidas após os passos anteriores.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É evidente que para uma coerente análise, o analista deva ter amplo conhecimento a respeito de diversos assuntos abordados neste estudo. Com a reunião dos mesmos, aliada a capacidade de interpretação, a análise será de grande utilidade para o gestor em seu processo de tomada de decisões, levando em consideração também a qualidade das informações, porque não adianta ter muitas informações com baixa qualidade, já que pouco servirão para o processo de análise.

**REFERÊNCIAS**

**FREIRE, Valdério. A Importância da Análise das Demonstrações Contábeis – Caso da Empresa Gerdau S/A.**

**MATARAZZO, Dante C. Análise Financeira de Balanços. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.**

**ASSAF NETO, Alexandre. Estrutura e Análise de Balanços. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1981.**

**PAULO, M.; LOCATELLI, S. A Análise das Demonstrações Contábeis como Ferramenta Gerencial para Auxílio nos Processos de Tomada de Decisão.**

**FURTADO, Wilter. Análise Contábil: Um Enfoque Voltado para a Gestão de Empresas. ESCCAI, 2001.**

**ROBERTO, J.; KASSAI, S. - Desvendando o Termômetro de Insolvência de Kanitz.**

**LAVOR, H. Curso de Análise dos Demonstrativos Financeiros.**

**NÚBIA, M. Indicadores de Atividade: A Sua Contribuição na Gestão Empresarial.**

**CARLA, A.; BRAGA, R. Influência do Modelo Fleuriet na Geração de Valor Econômico Agregado das Empresas do Setor Varejista e de Transportes.**

**[www.novosolhos.com.br](http://www.novosolhos.com.br)**

**[www.renascebrasil.com.br](http://www.renascebrasil.com.br)**