

A SAZONALIDADE DO SEGMENTO DE BRINQUEDOS E O COMPORTAMENTO DO FLUXO DE CAIXA

Ana Beatriz Favero Carinta (IC) e Prof. Dr. Luiz Carlos Lemos Junior (Orientador)

Apoio: PIVIC Mackenzie

RESUMO

O presente trabalho descreve uma pesquisa científica na área de finanças e comercial com o intuito de explorar como o fluxo de caixa é influenciado pela sazonalidade de vendas, visando averiguar as consequências que o período sazonal pode acarretar no fluxo de caixa caso a empresa não estiver preparada. Após analisados vários setores que possuem períodos sazonais, foi escolhido o setor de brinquedos por possuir materiais de pesquisa mais acessíveis, logo foram escolhidas duas empresas renomadas neste setor, sendo elas Estrela e Tec Toy. Partindo desse problema de pesquisa deu-se ênfase em identificar eventuais sazonalidades de venda, para comparar flutuações de caixa com flutuações de vendas e mensurar eventuais problemas de descaixe no fluxo financeiro. O trabalho é constituído por pesquisas descritivas, que explicam ou determinam dados relevantes; e pesquisa exploratória para aprimorar ideias e considerações, além de utilizar métodos quantitativos para coleta de dados. Todos os dados foram coletados das empresas escolhidas por meio de análises em relatórios comerciais, registros e demonstrações financeiras, como demonstrativos dos resultados do exercício (DRE), balanço patrimonial e demonstrativo de fluxo de caixa. Constatou-se que as vendas das empresas apresentam variações devido à sazonalidade notória, contudo o resultado da variação do fluxo de caixa não decorre somente por conta do período sazonal, e também pela situação financeira que a empresa está situada.

Palavras-chave: Fluxo de caixa, sazonalidade, brinquedo, influência.

ABSTRACT

This article describes a scientific research in the area of finance and commercial, with the purpose of exploring how cash flow is influenced by seasonal sales, in order to investigate the consequences that the seasonal period can have on cash flow, if the company is not prepared. After analyzing several sectors that have seasonal periods, the toy sector was chosen because it had more accessible research materials, so two companies were chosen in this sector, namely Estrela and Tec Toy. It was emphasized in this research problem to identify possible sales seasonalities, to compare cash fluctuations with sales fluctuations and to measure eventual problems of disengage in the financial flow. The work consists of descriptive research, which explains or describes something, and exploratory research, to improve ideas and considerations, and use quantitative methods for data collection. The data were all collected from the companies selected through analysis in commercial reports, records and financial statements, such as statements of income, balance sheet and statement of cash flows. It was verified that the sales of the companies show variations due to the notorious seasonality, but the result of the cash flow variation is not only due to the seasonal period, but also due to the financial situation that the company is located.

Keywords: Cash flow, seasonality, toy, influence.

1. INTRODUÇÃO

O fluxo de caixa é uma das demonstrações essenciais para uma empresa, proporcionando visão clara da administração do capital de giro. Algumas empresas desconhecem a lei 11.638 de 28.12.2007 que regulamenta a contabilização do fluxo de caixa, o balanço patrimonial e demonstração de resultados.

Em muitas empresas o fluxo de caixa ainda é visto apenas como instrumento tático e é muitas vezes ignorado, apenas sendo utilizado no dia a dia de forma estática. Quando este é usado como instrumento gerencial, permite ser chamado de ferramenta estratégica, desta forma tornando-se um importante aliado dos profissionais financeiros (DETTRUZ, 2014, p.6).

A DFC (demonstração do fluxo de caixa) é uma ferramenta que permite às empresas ter conhecimento de seus compromissos diários e compreender o capital de giro, assim como, dar suporte para destinar recursos para suprimir uma possível diferença no caixa diário.

A idealização e construção do fluxo de caixa podem evitar situações prejudiciais às empresas, tais como: insuficiência de caixa; cortes nos créditos; suspensão de entregas de materiais e mercadorias, fatos que podem causar uma série de descontinuidades nas operações. O excesso de caixa, situação que se refere a uma reserva muito elevada, também, pode ser administrada com a utilização deste mesmo ferramental. Logo, tanto deficiência quanto excesso de caixa pode ser gerido através das informações deste fluxo (GAZZONI, 2003, p.14).

Diversas empresas sofrem quedas ou aumentos de vendas em determinado período do ano, muitas não estão preparadas para esse momento de sazonalidade, portanto, ocorre uma defasagem em seu fluxo de caixa, comprometendo o rendimento e acarretando futuras consequências como atraso nos compromissos a pagar e perda de fornecedores.

Segundo a entrevista de Carlos Eduardo Maccariell (2012), diretor de Produtos do Itaú Empresas, para o site IG Economia, a falta de planejamento financeiro é um erro que empresas não podem cometer, pois planejamento financeiro torna o fluxo de caixa mais previsível para possíveis altos e baixos da empresa, isto permite melhor visualização das necessidades de capital de giro em curto prazo e aplicações financeiras em longo prazo.

A sazonalidade das vendas não é muito discutida na literatura específica. São raros os textos referentes à administração de vendas que abordam o tema e enaltecem suas implicações sobre o desempenho da organização. (MESQUITA; MARTINS, 2011, p.71).

O segmento do mercado de sorvetes torna-se bom exemplo para análise de sazonalidade, sabe-se que no ramo alimentício voltado para este setor, há grande demanda na temporada do verão, entretanto suas vendas caem drasticamente quando o inverno chega.

A mesma compreensão pode ser aplicada ao mercado de brinquedos. Neste contexto a pergunta problema a ser explorada é: **como o fluxo de caixa é influenciado pela sazonalidade de vendas?**

O projeto visa constatar a importância da demonstração de fluxo de caixa de empresas, evidenciando o período de sazonalidade de vendas que pode acarrear consequências futuras, caso esta não estiver preparada para se adaptar a este período.

Este projeto tem por objetivo central compreender as influências da sazonalidade de vendas no fluxo de caixa, visando auxiliar nas tomadas de decisões, planejamento e controle de recursos financeiros da empresa.

São objetivos específicos do projeto:

- (a) Identificar eventuais sazonalidades de vendas;
- (b) Mensurar eventuais problemas de desencaixe no fluxo financeiro;
- (c) Comparar as flutuações de caixa com as flutuações nas vendas;

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Sazonalidade

São raros os textos que abordam a sazonalidade referente à administração de vendas, mesmo sendo um tópico que influencia a venda de vários produtos ou serviços de diversos segmentos.

Para Anderson (1963), a sazonalidade inclui flutuações apresentadas pelo montante de vendas ao longo de um ano e que se repetem anualmente, não é refletida nos dados anuais de vendas, mas sim em pequenos períodos. Ocorre em certo período do ano no qual as vendas ultrapassam a média de vendas mensais ou quando ocorre o inverso e elas retrocedem.

A respeito das causas que determinam a variação sazonal, Anderson (1963) afirma que são elas: climáticas, culturais ou sociológicos. Sendo assim, a variação pode ocorrer ocasionalmente, sendo influenciada por costumes e ou crenças populares, pode ocorrer com um produto novo introduzido para aumentar os índices de vendas.

De acordo com Wolffenbüttel (2005) o fato de as vendas caírem em certo período do ano, não significa que existe crise no setor, sendo apenas o ritmo natural do mercado.

Segundo Porto, Santos e Santana (2017) há uma interação direta entre a sazonalidade e os indicadores de desempenho da empresa, podendo ter influência direta ou moderada no aumento ou diminuição da receita. Mesquita e Martins (2011) afirmam que a flutuação de venda é considerada como “ruído” no processo de apuração do resultado final, estando também, relacionada ao consumo.

Anderson (1963) cita o consumo como um ciclo em que as empresas transformam matéria prima em produtos acabados e distribuem para o consumidor final, desta forma, se a sazonalidade afetar a oferta da matéria prima, conseqüentemente, atingirá o consumidor final e vice-versa. Portanto, qualquer flutuação no nível de consumo se estenderá por todo o processo.

Um dos meios para controlar a variação sazonal segundo Mesquita e Martins (2011) é planejar uma previsão de vendas com maior exatidão possível para adaptar alguns fatores como estoque, áreas físicas, vendedores, produção, entre outros, para suprir a demanda crescente. Contudo, o crescimento do volume de vendas não pode ser previsto com precisão.

E para Anderson (1963) outro meio é obter descontos na adesão de recursos, promoverem promoções mercadológicas ou ofertar diferentes produtos que possam satisfazer o consumidor durante o período de pós-estação.

Para Wolffenbüttel (2005) existem ajustes sazonais que adaptam os números para a variação sazonal. Economistas desenvolveram uma fórmula para equilibrar os números, sendo possível comparar o período sazonal com o período não sazonal. Além da fórmula que equilibra os números, destaca que outro recurso seria comparar um mês com o mesmo mês do período anterior.

Portanto, entender esses fatores ajudaria as empresas a ajustar seus processos para superar o período de sazonalidade sem conseqüências futuras.

2.2. Fluxo de caixa

O Balanço Patrimonial e o Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) são grandes ferramentas contábeis que reproduzem resumos financeiros e fornecem muitas informações pertinentes aos gestores da empresa, no entanto estes indicadores apresentam carências de informações em curto prazo, e para suprir estas carências foi criado a Demonstração de Fluxo de Caixa.

A Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC) tratava-se de um controle interno de empresas, contudo em 2007 este indicador veio tornar-se item obrigatório nos termos da Lei 11.638 de 28 de dezembro de 2007, todavia a mesma é dispensada para as organizações fechadas com patrimônio líquido inferior a R\$ 2 milhões de reais na data do balanço (MARION, 2009).

Para Gazzoni (2003) a demonstração de fluxo de caixa é um instrumento de controle financeiro, cuja finalidade é orientar, planejar e auxiliar no processo decisório de uma organização, sempre com o intuito de atingir os objetivos esperados. O fluxo de caixa surgiu porque empresas necessitavam de boa visão dos fluxos dos recursos financeiros em curto prazo, baseando-se no conceito de disponibilidade imediata e mostrando o saldo disponível pela empresa.

Segundo Erbano *et al.* (2014) o fluxo de caixa fornece uma visão geral sobre todas as funções financeiras das empresas como: recebimentos, pagamentos. Visa também prever e planejar gastos futuro.

O DFC (demonstração de fluxo de caixa) terá suas informações com base em aspectos conhecidos no passado e por meio deles será perceptível o cenário financeiro da organização e a melhor maneira de aperfeiçoar os resultados. (GAZZONI, 2003).

Os componentes da DFC são:

Os fluxos operacionais, que corresponde às entradas e saídas relacionadas às atividades operacionais da empresa; Os fluxos permanentes, que está ligado aos investimentos no ativo permanente da empresa; O fluxo dos acionistas, que indica as transações que afetam os mesmos e que são derivadas de decisões de capitalização ou de distribuição do lucro ou redução do capital; O fluxo financeiro equivale ao somatório dos demais fluxos, onde, no caso de sobra de recursos, ocorre à saída para aplicação deste valor no mercado e, no caso de insuficiência de recursos, ocorre à entrada por meio de resgate de investimentos, ou por meio de captação de recursos com terceiros (FREZATTI, 1997).

Há dois períodos para formular uma DFC, segundo Erbano *et al.* (2014), são eles: curto e longo prazo. Se a empresa apresentar grande oscilação no fluxo de caixa, seu planejamento deve ser feito em curto prazo. O planejamento em longo prazo, não necessita de apresentações detalhadas e busca visualizar apenas mudanças significativas nos saldos.

Sendo assim, a Demonstração de Fluxo de Caixa tornou-se um indicador simples, entretanto, essencial para todas organizações, sejam elas pequenas ou multinacionais.

Otimiza as gestões financeiras, assegura o controle financeiro, auxilia o controle de gastos, dá apoio nas tomadas de decisões e garante uma boa base para planejamento financeiro.

2.3. Brinquedos

Segundo a Agência de desenvolvimento industrial (ABDI), 2011, uma das características da indústria mundial de brinquedos é a concentração da produção na região da Ásia, liderado pela China com 70% da produção. Sendo que, a América Latina destaca-se na importação dos brinquedos chineses.

De acordo com Azevedo (1998), com a liberalização comercial no Brasil, o mercado brasileiro passou a importar diversos produtos e visando estimular mais a importação foram adotadas várias medidas sendo uma delas, a redução de alíquotas de importação.

Segundo Weissheimer (2012) a indústria brasileira de brinquedos começou a se desestruturar, devido às importações de produtos chineses e a falsificação (denominados produtos piratas). A indústria teve que tomar algumas medidas de recuperação, como melhoria de qualidade para o setor não cair.

Outra medida foi a elevação das tarifas sobre as importações, que passaram de 20% para 70%, por um período de duzentos dias, abrangendo o pico de vendas do setor (dia das crianças e Natal). (AZEVEDO, 1998)

Também entrou em vigor a medida de salvaguarda, um mecanismo de proteção à indústria nacional, que está incapaz de concorrer com o surto de importação e que também é obrigada a cumprir algumas exigências, com intuito de promover proteção a indústria doméstica de brinquedos (WEISSHEIMER, 2012)

A indústria de brinquedos sofre uma forte sazonalidade da demanda e de venda, neste caso a ocorrência da sazonalidade pode ser provocada por eventos relacionados ao calendário de datas festivas, em caso de específicos os consumidores compram grande quantidade de brinquedos durante o período do Natal. (AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL, 2011).

3. METODOLOGIA

As pesquisas descritivas devem expressar determinada característica ou fenômeno sem o compromisso de explicar ou descrever os mesmos, contudo a pesquisa descritiva é uma ótima base para se desenvolver uma pesquisa exploratória (VIERIA, 2002).

Segundo Gil (2002), as pesquisas exploratórias proporcionam maior familiaridade com o problema. Este tipo de pesquisa tem o propósito de aprimorar as ideias e possibilitar

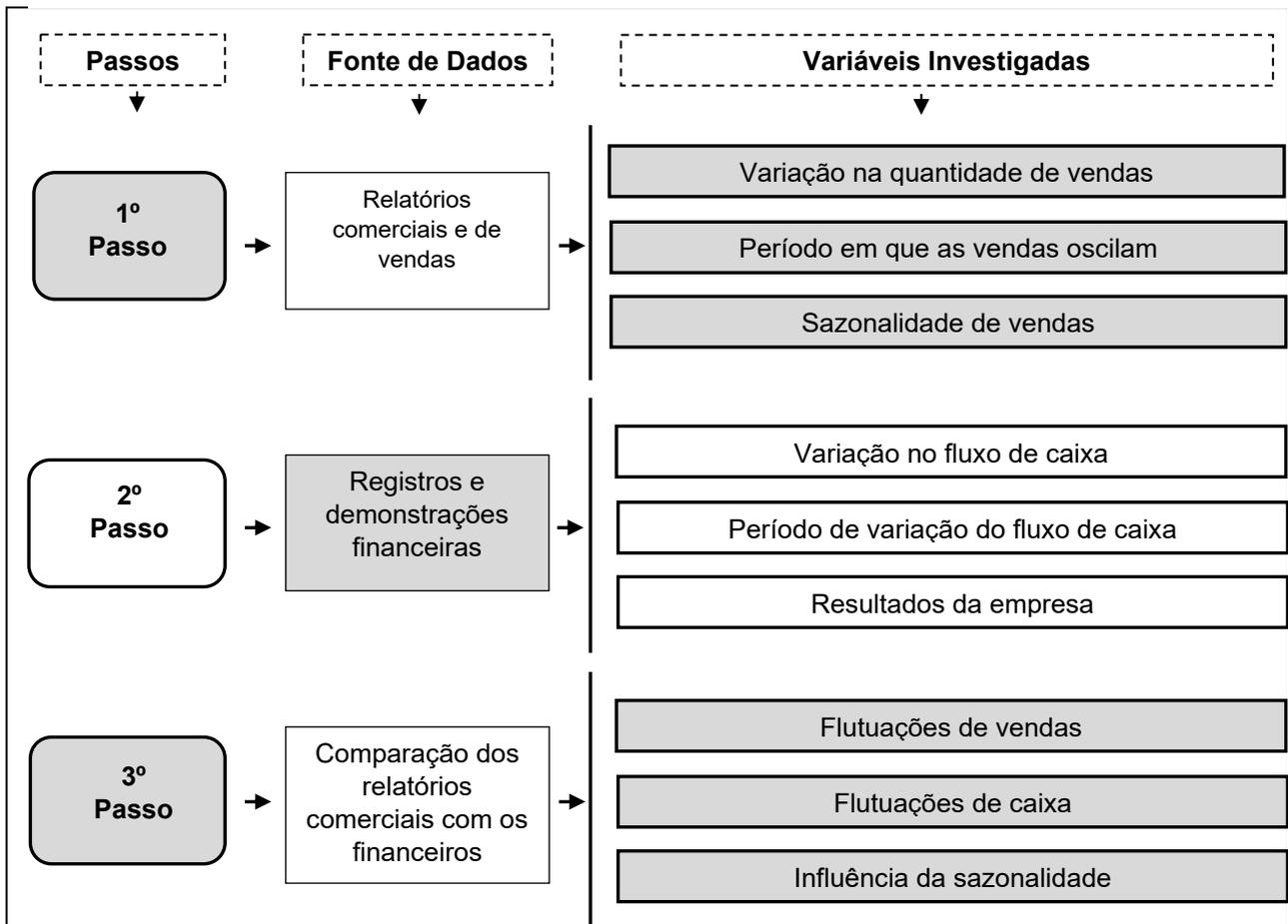
outras considerações acerca do tema estudado. Feitas estas considerações, assume-se que a pesquisa proposta é de caráter exploratório.

Segundo Creswel (2007) o método de pesquisa quantitativo abrange coleta, análise e interpretação de dados. Os dados utilizados serão coletados de forma documental por meio de registros financeiros, comerciais, administrativos e demonstrações financeiras, tais como: balanço patrimonial, demonstração do resultado do exercício e fluxo de caixa (dados secundários).

A coleta de dados deverá ser realizada em relatórios comerciais e registros financeiros de empresas no mercado de brinquedo, por causa da influência que a sazonalidade tem nesse setor.

A técnica de coleta de dados baseia-se em três passos, sendo eles: (1) realizar pesquisas em relatórios comerciais de empresas no setor de brinquedos, com objetivo de identificar eventuais sazonalidades de vendas; (2) buscar e analisar registros e demonstrações financeiras capazes de mensurar eventuais problemas de desencaixe no fluxo financeiro de empresas; (3) após as análises e identificações serão observados os dados encontrados, com finalidade de comparar as flutuações de caixa com as flutuações de vendas. A estrutura das técnicas e procedimentos utilizados na coleta dos dados é apresentada na Figura 1.

Figura 1 - Processo metodológico



FONTE: Elaborada pela autora (2018)

Será utilizado ferramental estatístico básico para análise e compreensão dos dados coletados.

3.1. Sujeito da Metodologia

Para sujeitos de pesquisa deste trabalho foram escolhidas duas empresas: Estrela e TecToy. Essa foi escolhida por ser pioneira no segmento de brinquedos, renomada, e conhecida no mercado brasileiro, além de possuir capital aberto o que facilita a pesquisa, e está sendo uma das mais inovadoras deste setor.

A empresa Estrela está presente na infância de várias crianças desde 1937, com seus carrinhos, bonecas, jogos, massinhas, pelúcias, entre outros. Sua história começou em uma modesta fábrica de bonecas de pano e carrinhos de madeira, alguns anos depois, Estrela aderiu às indústrias automatizadas e a produção de brinquedos de plásticos, metal e outros materiais.

Ela contabiliza bilhões de itens vendidos, entre os mais conhecidos: banco imobiliário e comandos de ação. Construiu a marca com base em três características: qualidade,

pioneirismo e inovação de brinquedos. Em sua história identificou-se marcos na liderança de vendas, sendo uma das primeiras empresas brasileiras a abrir seu capital.

Fundada em 1987, TecToy tornou-se referência nacional como desenvolvedora e produtora de brinquedos de alta tecnologia e entretenimento eletrônico. Suas características são: brinquedos inovadores com modernas tecnologias, rápida produtividade com custos baixos e produtos de qualidade.

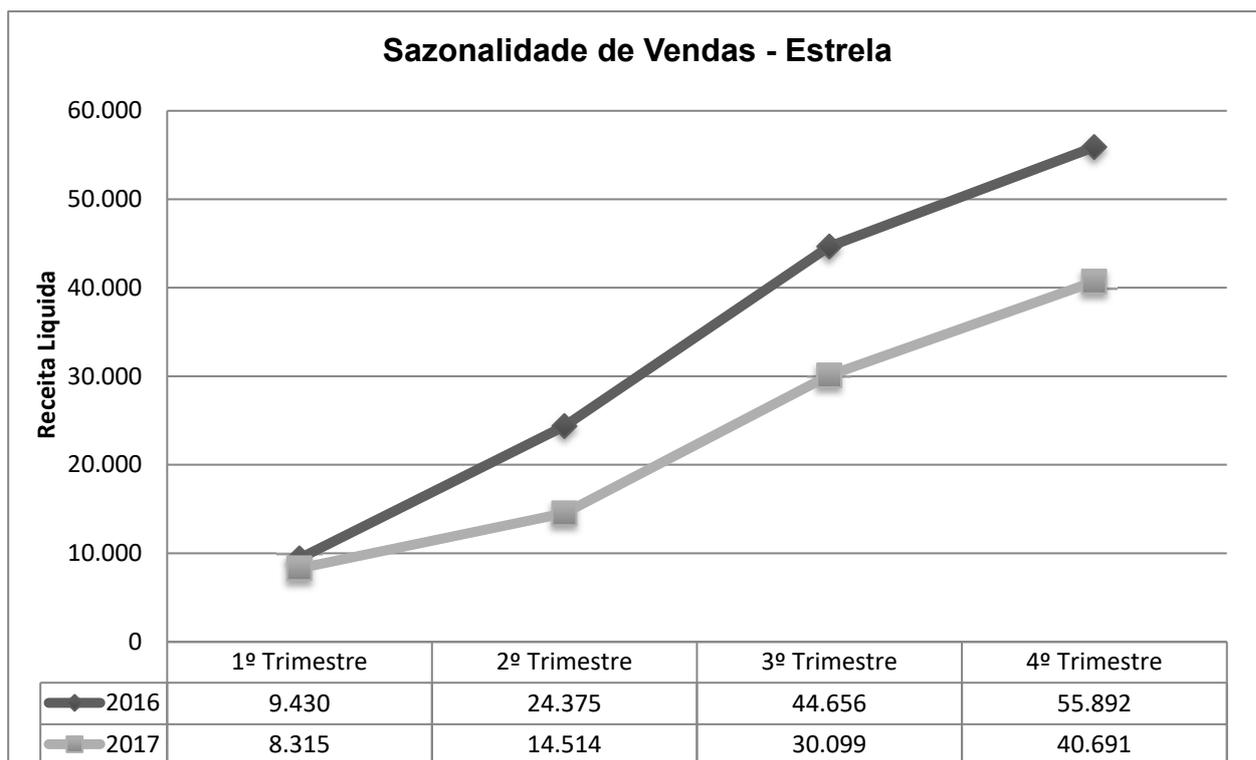
A TecToy, tem uma participação efetiva no mercado de brinquedos, conquistou uma posição de destaque na área e contribui para o mercado com seus brinquedos inovadores, sendo também empresa de capital aberto.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

Analisando o Balanço Patrimonial, a DRE e o Fluxo de Caixa da Estrela, considerando todos os valores em milhares, nota-se que a receita aumenta nos últimos três meses do ano (outubro, novembro e dezembro), em virtude das datas comemorativas, tais como dia das crianças e natal, período em que consumidores compram mais brinquedos. Em 2016 as vendas foram de R\$ 55.892,00 já em 2017 as vendas caíram um pouco, apresentando valor de R\$ 40.691,00, no entanto sendo alta comparada com outras épocas do ano.

Enquanto a receita aumenta no final do ano, ocorre uma diminuição drástica da mesma no começo do ano, sendo considerado esse período de sazonalidade baixo, onde a receita no começo de 2016 e 2017 foram, respectivamente, R\$ 9.430,00 e R\$ 8.315,00. Observa-se que a receita apresentou um percentual de queda de aproximadamente 83% comparando ao começo de 2016 para o final do mesmo.

Gráfico 1 - Sazonalidade de vendas - Estrela



FONTE: Elaborado pela autora (2019)

As despesas com vendas têm um comportamento parecido com a receita, no final do ano ela aumenta, possivelmente porque a empresa está vendendo mais e com isto há mais despesas com vendas, e no começo do ano este valor diminui, sendo que, no final de 2017 as despesas com vendas foram de R\$ 534,00 e no começo do mesmo ano foi de R\$ 101,00.

O estoque é outro indicador de sazonalidade, neste caso ele tem comportamento especial, ocorre uma grande estocagem de produtos entre os meses de abril a setembro, e nos últimos três meses do ano o estoque abaixa seguindo o aumento das vendas.

Outro fator interessante sobre a sazonalidade no setor de brinquedos é que nos meses de julho, agosto e setembro as vendas também aumentam, com uma receita no ano de 2017 de R\$ 30.099,00, o motivo é desconhecido, mas supõe-se que seja por causa das férias escolares, momento que as crianças estão em casa e podem brincar com seus novos brinquedos.

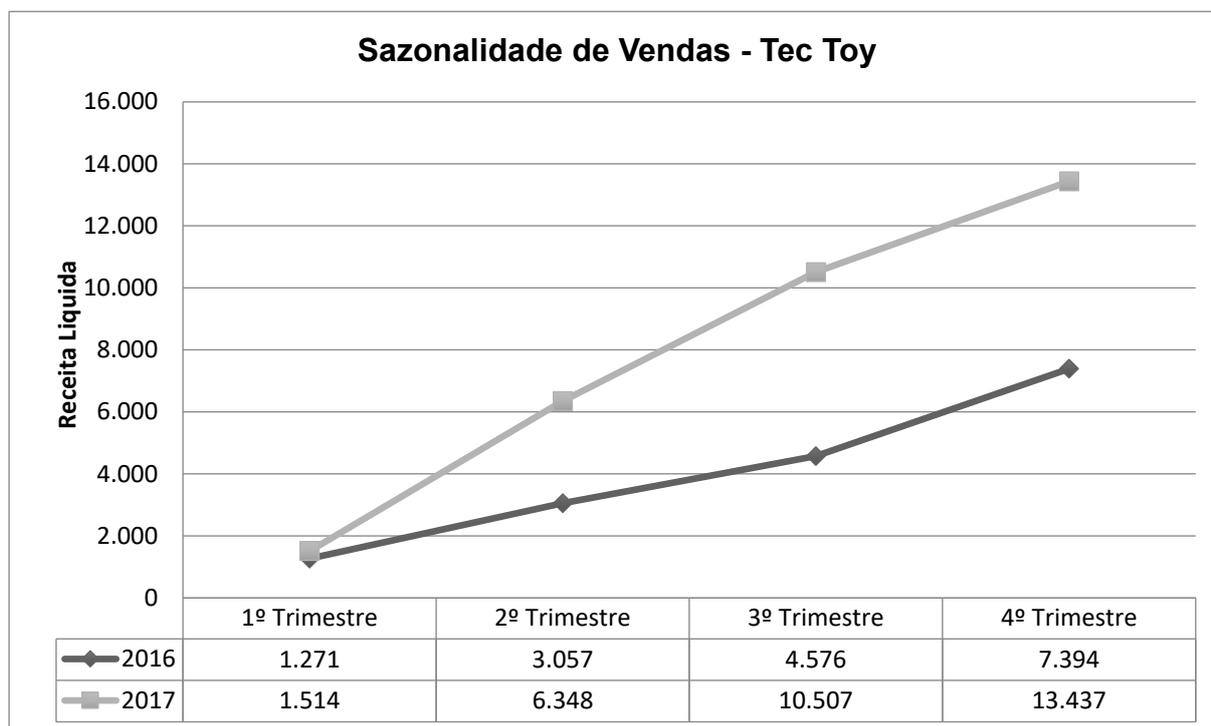
Mesmo com lucro líquido negativo no final de 2017 (R\$ 43.580,00) o ganho que a empresa teve na equivalência patrimonial, a participação no resultado de outra empresa que ela é proprietária, junto com o aumento em seus ativos e passivos, devido principalmente por conta do aumento de impostos e obrigações trabalhistas, foi o motivo pelo qual o caixa gerado por operação resultasse em um valor de R\$ 325,00, enquanto no começo de 2017 esses mesmo resultado tenha sido de R\$ -1.091,00.

A variação líquida do caixa, que se trata da soma dos três tipos de caixa (Operações, Investimentos e Financeiro), ou seja, o que efetivamente entrou ou saiu do caixa de giro, apresentou uma variação sazonal em 2017, onde entre os meses de abril a junho a variação líquida foi de R\$ 27 mil negativo, devido o pagamento de financiamentos. Já no final do ano a variação apresentou um número de R\$ 2 mil positivo, por conta do caixa gerando por operações e por investimentos que cobriram o pagamento de financiamentos. O caixa conseguiu pagar as contas e sobrou um caixa de giro para os próximos meses.

No geral as vendas de brinquedos caíram ao longo dos anos, pois as crianças substituíram os brinquedos tradicionais por dispositivos eletrônicos.

Analisando agora a empresa Tec Toy, percebe-se que o DRE possui comportamento semelhante à Estrela, considerando todos os valores em milhares, em 2017 a receita no começo do ano é menor (R\$ 1.514,00), a mesma passa por um crescimento ao longo do ano até chegar dezembro, mês de seu ponto máximo (R\$ 13.437,00).

Gráfico 2 - Sazonalidade de Vendas - Tec Toy



FONTE: Elaborado pela autora (2019)

O estoque da empresa Tec Toy possui comportamento diferente da Estrela, nesta o período de estocagem ocorre entre os meses de janeiro a junho, o possível motivo para este comportamento diferente seria uma estratégia produtiva divergente entre as duas empresas. A partir dos meses de julho o estoque começa a abaixar, chegando ao seu ponto mínimo em dezembro, devido as maiores vendas.

Outro indicador que se comporta diferente entre as duas empresas é o caixa gerado por operações, a empresa Tec Toy apresenta um caixa negativo em R\$ 6.719,00 no começo de 2017, mas no final do ano, mesmo com as vendas aumentando, o caixa está negativo em R\$ 12.624,00, isso ocorre principalmente por conta do lucro líquido da empresa no valor de R\$ -21.539,00.

O lucro líquido de dezembro de 2017 apresentou esse valor por conta de diversos indicadores, um deles é o custo do produto vendido que foi de R\$ 11.937,00, consumindo assim a maior parte da Receita (R\$ 13.437,00), as despesas com vendas aumentaram, comprovando que as vendas nesse período também foram maiores, o indicador de outras despesas operacionais aumentou bastante, sendo assim esses foram os motivos para o lucro líquido ter apresentado um resultado negativo e prejudicando o caixa.

A variação líquida de caixa da empresa em 2017 apresenta um comportamento relevante, no final do ano ela teve um caixa gerado por operações e investimentos negativo, porém a variação líquida de caixa teve saldo positivo de R\$ 70 mil, isso ocorreu por causa de um financiamento feito, que conseguiu cobrir os resultados negativos dos caixas, esse mesmo comportamento ocorreu no começo de 2017.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise dos relatórios comerciais, registros e demonstrações financeiras das empresas Estrela e Tec Toy, que atuam no setor de brinquedos, com intuito de explorar como o fluxo de caixa é influenciado pela sazonalidade de venda, identificam-se eventuais sazonalidades de vendas, comprovando que as vendas de brinquedos aumentam perto de datas comemorativas, sendo estas datas: dia das crianças (12/10) e natal (25/12) períodos em que consumidores compram mais brinquedos, para presentear as crianças. Ou seja, entre os meses de outubro a dezembro as vendas das empresas são ampliadas, compreendendo as influências da sazonalidade de venda no fluxo de caixa. Indicadores com despesas de vendas, estoque e custo do produto vendido comprovam as vendas deste produto.

Comparando a sazonalidade de vendas com fluxo de caixa, no caso da Estrela pode-se constatar problemas de descaixe no fluxo financeiro decorrente da variação sazonal, porém essa variação não ocorreu somente por conta das vendas, teve outros indicadores, como investimentos, que influenciaram nesta variação líquida do caixa.

Enquanto na empresa Tec Toy a variação só alcançou resultado positivo por conta de financiamentos feitos, que cobriram os resultados negativos, contudo a sazonalidade de vendas foi um indicador que impactou esses resultados.

Sendo assim, comparando as flutuações de caixa com as flutuações de vendas, mensuraram-se eventuais problemas de desencaixe no fluxo financeiro, sendo esses impactados pela sazonalidade de vendas, e está relacionado também com a situação financeira em que a empresa encontra-se.

6. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL – ABDI. **Relatório Industrial de Brinquedos**, 2011.

ANDERSON, D. A. O fator sazonal no Brasil. São Paulo: **Revista de Administração de Empresas**, v. 3, n. 9, out. / dez. 1963.

AZEVEDO, A F.Z; PORTUGAL, M. S. **Abertura Comercial Brasileira e Instabilidade da Demanda de Importações**. Nova Economia. UFMG/FACE/DCE, vol. 8, no 1, 1998.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DETTRUZ, Joni. **Fluxo de Caixa: Um Instrumento Gerencial para Pequenas Empresas**. 2011. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Especialização em Gestão de Negócios Financeiros, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/77434/000894554.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 24 mar. 2018.

ERBANO, B. L. et al. Fluxo de caixa. **Maiêutica-Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional**, v. 1, n. 1, 2014.

Estrela. **Sobre a Estrela**. Disponível em: <<https://www.estrela.com.br/institucional/nossa-historia>>. Acesso em: 11 de novembro de 2018.

FREZATTI, F. **Gestão do Fluxo de Caixa Diário**. São Paulo: Atlas, 1997.

GAZZONI, E. I. **Fluxo de caixa – Ferramenta de Controle Financeiro para a pequena empresa**. 2003, 96 fls. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed São Paulo: Atlas, 2002.

IG ECONOMIA. **A importância de se organizar para enfrentar o fator sazonalidade**, 2012. Disponível em: <<http://economia.ig.com.br/financas/seunegocio/a-importancia-de-se-organizar-para-enfrentar-o-fator-sazonalidade/a1597558598463.html>>. Acesso em: 27 de março de 2018.

MARION, J. C. **Contabilidade Básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 269 p.

MESQUITA, J. M. C.; MARTINS, H. C. Segmento varejista: sazonalidade das vendas e resultados financeiros. **BBR. Brazilian Business Review** (Edição em português.), v. 8, p. 66-87, 2011.

PORTO, R. B., SANTOS, P. M. F., SANTANA, F. V. (2017). Desempenho na rede social e receita em vendas: efeito moderador da sazonalidade na pequena empresa varejista. **Revista Brasileira de Marketing**, 16(1), pp. 115-129.

TecToy. **Sobre a Tectoy**. Disponível em: <<https://www.tectoy.com.br/sobre-tectoy/content/1>>. Acesso em: 11 de novembro de 2018.

VIERIA, Valter Afonso. **As tipologias, variações e características da pesquisa de Marketing**. Revista da FAE. Curitiba, Vol 5, n.1, p.61-70, jan./abr. 2002.

WEISSHEIMER, P. **O mercado brasileiro de brinquedos: Panorama atual e estratégias de crescimento.** 2012. 60 f. Monografia (Curso de Graduação em Ciências Econômicas) – Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, Porto Alegre, 2012.

WOLFFENBÜTTEL, A. **O que é? - Ajuste Sazonal.** IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada). Ano 2. Edição 17, 2005. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=2087:catid=28&Itemid=23>. Acesso em: 27 de março de 2018.

Contatos: ana.carinta@mackezista.com.br e luiz.lemos@mackenzie.br