

ANAIS
SENPEX 2017



VIII SENPEX

A produção do conhecimento e o fortalecimento
do elo entre ensino, pesquisa e extensão

Orleans, 28 e 29 de setembro de 2017



ANAIS

VIII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão do UNIBAVE - SENPEX
III Feira de Tecnologia e Inovação

*“A produção do conhecimento e o fortalecimento do elo entre ensino,
pesquisa e extensão”*

Orleans, Santa Catarina - 28 e 29 de outubro de 2017

Ana Paula Bazo
Dimas Ailto Rocha
(Organizadores)

ISBN: 978-85-67456-20-01

ANAIS

VIII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão do UNIBAVE - SENPEX
III Feira de Tecnologia e Inovação
A produção do conhecimento e o fortalecimento do elo entre ensino, pesquisa e
extensão
Orleans – Santa Catarina – 28 e 29 de setembro de 2017.

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do UNIBAVE

S471

Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - SENPEX / Feira de
Tecnologia de Inovação: a produção do conhecimento e o fortalecimento do elo
entre ensino, pesquisa e extensão (8 : 2017: Orleans, SC).

Anais – VIII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão – SENPEX, 28 e
29 de setembro em Orleans, SC / Organizadores: Ana Paula Bazo; Dimas
Ailton Rocha.

Modo de acesso: periodicos.unibave.net
ISBN: 978-85-67456-20-1

Evento realizado pelo Centro Universitário Barriga Verde – UNIBAVE e
organizado pelas Pró-Reitorias de Ensino de Graduação e de Pós Graduação,
Pesquisa e Extensão.

1. Pesquisa. 2. Ensino. 3. Extensão. I. Bazo, Ana Paula. org. II. Rocha,
Dimas Ailton. org. III. Título.

CDD: 370.7

COMITÊ CIENTÍFICO

Adalberto Alves de Castro
Ana Paula Bazo
André Freccia
Anilce de Araújo Bretas
Cláudio Sérgio da Costa
Fernanda Zanette
Glaucea Warmeling Duarte
Greice Lessa
Guilherme Doneda Zanini
Guilherme Valente de Souza
Ismael Dagostin Gomes
Jádina De Nez
João Fabricio Guimara Somariva
Joélia Walter Sizenando Balthazar
Josué Alberton
Julio Preve Machado
Laura Lennon Vieira
Lívia Gonçalves da Silva Valente
Luiza Liene Bressan da Costa
Mauro Maciel Arruda
Miryam Cruz Debiasi
Murilo Farias Rodrigues
Ricardo Miotto Ternus
Rodrigo Moraes Kruehl
Rose Maria Adami
Rovânio Bussolo
Teresinha Baldo Volpato
Thais de Almeida Knopf
Vanessa Isabel Cataneo
Willian Casagrande Candioto

APRESENTAÇÃO

O Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão do UNIBAVE acontece desde 2009, sendo realizado, anualmente, de forma ininterrupta. A cada ano o evento aprimora suas atividades, o que contribui para a participação da comunidade acadêmica e para o aumento das apresentações e publicações dos trabalhos científicos nos Anais do evento.

Nesse ano de 2017, a oitava edição do evento teve como temática: "A produção do conhecimento e o fortalecimento do elo entre ensino, pesquisa e extensão", que partiu do princípio de que este tripé, segundo a legislação, constitui o eixo fundamental da Universidade brasileira e não pode ser compartimentado. Acrescenta-se que essa indissociabilidade deve ser o princípio norteador da qualidade da produção universitária.

Neste contexto, a programação do VIII SENPEX contou com 35 oficinas temáticas (dia 28/09/2017) e com apresentação de 148 trabalhos acadêmicos, nos formatos oral e de pôster (29/09/2017). Concomitantemente ao Seminário, aconteceu a III Feira de Tecnologia e Inovação, que proporcionou uma troca de ideias, negócios e trabalhos nesta área, possibilitando um diálogo entre a academia e empresas da região.

SUMÁRIO

Área temática:

Estudos e Experiências em Administração e Ciências Contábeis

ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS DE MERCADO FORNECEDOR PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA REVENDA DE CAMINHÕES MULTIMARCAS NA REGIÃO DE CRICIÚMA/SC (<i>Alexsandro Crepaldi, Michele Domingos Schneider, Julio Cesar Zilli, Volmar Madeira, Adriana Carvalho Pinto Vieira</i>)	17
ARTEFATOS DA CONTABILIDADE GERENCIAL NAS ENTIDADES RELIGIOSAS: UM ESTUDO MULTICASOS NOS ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS DE ORLEANS/SC (<i>Magda Cattaneo Ribeiro, Miriam Aparecida Silveira Mazzuco, Marcos Lubave, Luiz De Noni, Ismael Mazzuco</i>)	30
CICLO OPERACIONAL DE UMA EMPRESA SUL CATARINENSE DO RAMO DE ALUMÍNIO E PLÁSTICO (<i>Marcio Duarte Baesso, Flávio Schlickmann, Rovânio Bussolo, Joélia Walter Sizenando, Andreza Baschiroto Soethe</i>)	45
CRÉDITO E COBRANÇA EM UMA EMPRESA DO SUL CATARINENSE (<i>Guilherme da Silva, Rovânio Bussolo, Salésio Miotelo, Flávio Schillickmann, Jadina de Nez</i>)	59
DEFINIÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO EM UMA PEQUENA EMPRESA DO RAMO DE LATICÍNIOS LOCALIZADA EM RIO FORTUNA/SC (<i>Eloir Buss, Hermann Joseph Braun, Jose Sadi Borges Junior, Volnei Margotti</i>)	71
ESTRUTURA DE CAPITAL DAS EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO DO SEGMENTO DE CONSTRUÇÃO CIVIL DO NOVO MERCADO DA BM&FBOVESPA (<i>Alexandre De Noni, Miriam Aparecida Silveira Mazzuco, Marcos Lubave, Luiz De Noni</i>)	84
ESTUDO DA ÉTICA COORPORATIVA E SUAS DIRETRIZES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE REVESTIMENTOS CERÂMICOS DO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA (<i>Leandro Rezin Gonçalves, Miriam Aparecida Silveira Mazzuco, Marcos Luvave, Luiz De Noni</i>)	99
ESTUDO DE ROTEIRIZAÇÃO PARA A COOPERATIVA REGIONAL AURIVERDE (<i>Alexandro Augusto Kempfer, Jacira Aparecida de Souza Wagner Zanatta, Mario Coan, Flavio Schillickman, Volnei Margotti</i>)	115
O EMPREENDEDORISMO A PARTIR DA VISÃO DE ACADÊMICAS DE ADMINISTRAÇÃO E COMÉRCIO EXTERIOR (<i>Bruna Borguezan Budny, Débora Volpato, Julio Cesar Zilli, Adriana de Carvalho Pinto Vieira</i>)	127
O IMPACTO NAS ROTINAS DIÁRIAS MEDIANTE A ADOÇÃO DA E.C 87/2015 QUE TRATA DA DIFAL: UM ESTUDO NUMA EMPRESA DO SEGMENTO TÊXTIL LOCALIZADA NO SUL DE SC (<i>Jádina De Nez, Angelo Assis Burin, José Antonio Redivo, José Sadi Borges, Marcelo Benincá</i>)	141
O NASCIMENTO E A EXPANSÃO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS – SC (<i>Murilo Fenili Niero, Jádina De Nez, Mário Sérgio Bortolatto, Rovanio Bússolo, Willian Casagrande Candioto</i>)	153

O PERFIL DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE GESTÃO DE CUSTOS EM EMPREENDEMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA (<i>Anderson Correa Benfatto, Idianete Paula Seque, Júlia Constante Pereira, Ana Paula Silva dos Santos, Andréia Cittadin</i>)	168
PROGRAMA DE ORIENTAÇÃO DIRIGIDA AOS EMPREENDEDORES – PODE: RELATO DE EXTENSÃO (<i>Anderson Correa Benfatto, Jucélia da Silva Abel, Marina Kikusa Mendes, Mônica da Rosa Mendonça, Thiago Rocha Fabris</i>)	183
RENDIMENTOS TRIBUTÁVEIS RECEBIDOS ACUMULADAMENTE - (RRA) NA DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL DO IMPOSTO DE RENDA PESSOA FÍSICA (<i>Luciana Wiemes, Angelo Assis Burin, Jádina De Nez, José Antonio Redivo, José Sadi Borges</i>)	195
RENTABILIDADE FINANCEIRA NA PRODUÇÃO LEITEIRA E SUINÍCOLA DE UMA PROPRIEDADE RURAL NO MUNICÍPIO DE RIO FORTUNA-SC (<i>Alessandra Kuhnen, Miriam Aparecida Silveira Mazzuco, Marcos Lubave, Luiz De Noni, Ismael Mazzuco</i>)	210
RESPONSABILIDADE SOCIAL E A SUSTENTABILIDADE EM INDÚSTRIA DE PLÁSTICO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE SANTA CATARINA (<i>Thayse Schlickmann, Miriam Aparecida Silveira Mazzuco, Marcos Lubave, Luiz De Noni, Ismael Mazzuco</i>)	226

**ÁREA TEMÁTICA:
ESTUDOS E EXPERIÊNCIAS EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS
CONTÁBEIS**

ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS DE MERCADO FORNECEDOR PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA REVENDA DE CAMINHÕES MULTIMARCAS NA REGIÃO DE CRICIÚMA/SC

Alexsandro Crepaldi¹; Michele Domingos Schneider²; Julio Cesar Zilli³; Volmar Madeira⁴; Adriana Carvalho Pinto Vieira⁵

¹Curso de Administração. UNESC. crepaldi_3@hotmail.com

²Curso de Administração. UNESC. michele.schneider@unesc.net .

³Curso de Administração. UNESC. zilli42@hotmail.com

⁴Curso de Tecnologia em Gestão. UNESC. madeira@unesc.net

⁵Curso de Administração. UNESC. dricpvieira@gmail.com

Resumo: O comércio varejista de caminhões pesados no Brasil comercializa anualmente, em torno de 60 mil unidades, mercado disputado por nove marcas em todo o território nacional e dividido entre transportadores autônomos, empresas transportadoras e cooperativas. Neste contexto, o estudo visa analisar as perspectivas de aceitação de fornecedores de caminhões para implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na região de Criciúma/SC. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa descritiva, exploratória, bibliográfica e de campo, compondo uma amostra não probabilística por conveniência de 25 empresas. Os dados apontam que a maior parte das empresas está comprando veículos novos para renovação da frota, enquanto algumas o fazem para aumentá-la. Muitas das empresas pesquisadas possuem veículos usados para entregar na negociação, no entanto a consignação dos veículos não foi bem aceita.

Palavras-chave: Transporte. Caminhões. Multimarca. Consignação.

Introdução:

O desenvolvimento de um país passa, necessariamente, pelo transporte das cargas que movimentam a economia, transporte, aliás, que foi evoluindo ao longo da história humana e passou pelo uso da força do próprio homem e pelo uso de animais até chegar aos meios de transporte da atualidade, envolvendo caminhões, navios, trens e aviões, dentre outros (BALLOU, 1993; COLAVITTE; KONISHI, 2015).

Cada modal, seja ele ferroviário, rodoviário, hidroviário ou aeroviário, tem significativa participação no desenvolvimento nacional, embora o modal rodoviário destaque-se como o principal meio de transporte dos mais diferentes tipos de cargas (COLAVITE; KONISHI, 2015).

Dentre os diferentes tipos de veículos que compõem o modal rodoviário, os caminhões exercem papel vital (REVISTA CAMINHONEIRO, 2016), motivo pelo qual

o presente estudo tem como tema o mercado de caminhões, visando analisar as perspectivas de aceitação de fornecedores de caminhões para implantação de uma revenda multimarcas na região de Criciúma/SC. Neste contexto, pergunta-se: é viável a implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na região de Criciúma/SC?

A partir deste questionamento, o estudo tem por objetivo analisar as perspectivas de aceitação de fornecedores de caminhões para implantação de uma revenda multimarcas na região de Criciúma/SC.

O trabalho se justifica em virtude da crise econômica a atingir o país, e neste sentido investigar se as empresas pesquisadas continuam comprando caminhões novos, e sobre a possibilidade de fornecer seus caminhões consignados, pode proporcionar uma nova abordagem para a empresa em estudo.

Com isso, evidenciam-se tanto a oportunidade para buscar conhecimento e obter informações que viabilizem a criação de um site, visando uma abrangência maior na venda de caminhões usados.

Marketing

Apesar de muitas vezes entendido como “a arte de vender produtos”, o marketing tem um significado muito mais abrangente, que passa de simples venda de produtos ou serviços para processo voltado à satisfação de necessidades e desejos por meio da “[...] criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor [...]” (KOTLER, 2000, p. 30).

Pode-se ainda definir o *marketing* como prática ou estratégia organizacional que visa estabelecer relacionamentos de longo prazo entre empresas e consumidores por meio de relações de troca que beneficiem todos os envolvidos, ou seja, um processo que envolve promover e vender os produtos/serviços de maneira a encantar e reter os clientes (CHIAVENATO, 2007; KERIN; PETERSON, 2009).

Dessa forma, o Quadro 1 apresenta os conceitos centrais de *marketing* de acordo com os estudos de Kotler (2000).

Quadro 1 – Conceitos centrais de *marketing*.

CONCEITO	CARACTERÍSTICAS
Mercados-alvo e segmentação	A segmentação do mercado permite identificar os potenciais clientes e desenvolver ofertas específicas.
Profissionais de <i>marketing</i> e clientes potenciais	Partes envolvidas no processo de vender e comprar.
Necessidades, desejos e demandas	Necessidade é aquilo de que se precisa para sobreviver (comida), desejo é o que se quer (peixe, por exemplo) e demanda é o que se pode ter (sardinha ou salmão).
Produto ou oferta	Bens, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, títulos patrimoniais, organizações, informações, ideias.
Valor e satisfação	Valor é a relação entre custo e benefício; quanto melhor essa relação, maior a satisfação.
Troca e transações	Troca é uma das maneiras de obter produtos ou serviços e transação é o acordo que resulta da troca (condições aceitáveis para todas as partes envolvidas).
Relacionamentos e redes	Relações satisfatórias entre partes-chave do negócio (clientes, fornecedores e distribuidores), enquanto as redes envolvem tanto as partes-chave quanto outros públicos interessados, como funcionários e agências de propaganda, por exemplo.
Canais de <i>marketing</i>	Canais de comunicação (que vão de folhetos e números para ligações gratuitas a grandes campanhas publicitárias), canais de distribuição (armazéns, veículos de transporte ou revendedores, por exemplo, que expõe produtos e serviços em exposição ou os entregam aos clientes) e canais de venda (meios pelos quais as transações são realizadas, incluindo desde distribuidores até companhias de seguro).
Cadeia de suprimento	Engloba da matéria-prima ao produto final.
Concorrência	Ofertas e substitutos de outras empresas que podem despertar a atenção dos consumidores.
Ambiente de <i>marketing</i>	Ambientes de tarefa (participantes imediatos) e ambiente geral (forças demográficas, econômicas, naturais, tecnológicas, político-legais e socioculturais).
Mix de <i>marketing</i>	Também chamado de composto ou 4Ps de <i>marketing</i> .

Fonte: Elaboração própria a partir de Kotler (2000).

Quando esses conceitos centrais são devidamente considerados e trabalhados, as organizações têm maior possibilidade de alcançar o retorno e a lucratividade desejados (KOTLER, 2004).

Setor de Transportes

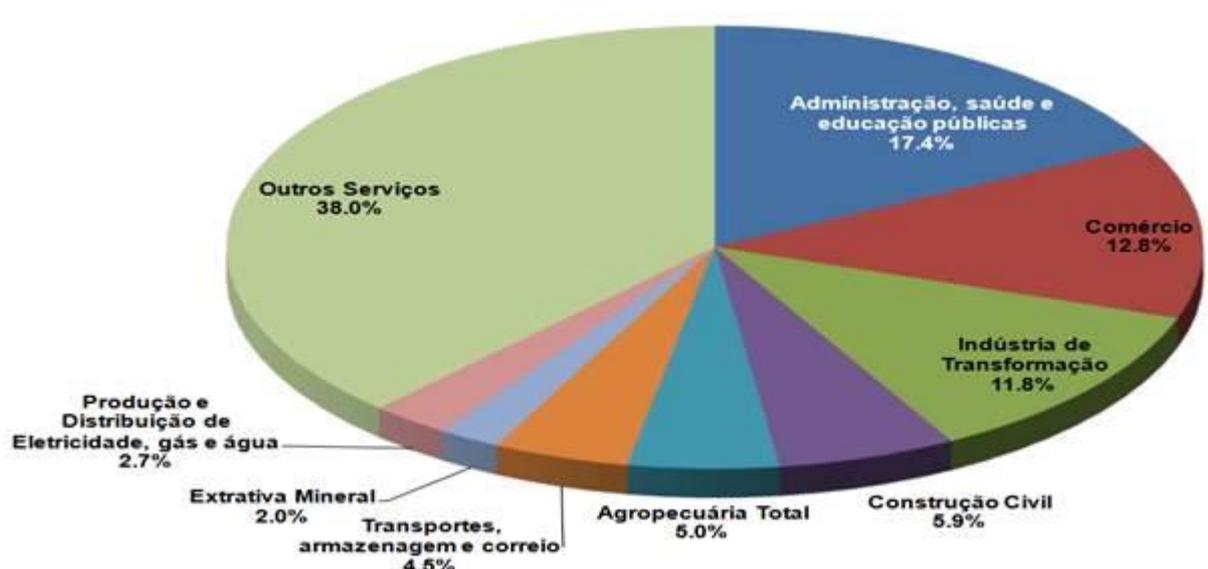
Lembrando os canais de distribuição, como parte dos conceitos centrais de *marketing*, e a necessidade de logística para colocação de produtos e serviços na praça, tem-se que o setor de transporte exerce papel vital nas organizações e na economia como um todo, pois de acordo com Ballou (1993, p. 116)

[...] refere-se a todo conjunto de trabalho, facilidade e recursos que compõem a capacidade de movimentação na economia. Esta capacidade implica o movimento de carga e de pessoas, podendo incluir o sistema para

distribuição de intangíveis, tais como comunicações telefônicas, energia elétrica e serviços médicos.

Quanto melhor o sistema de transportes das organizações, maior a competição no mercado, maior a economia de escala na produção e maior a redução de preços das mercadorias (BALLOU, 1993), contribuindo para que o papel dos transportes na composição do Produto Interno Bruto (PIB) seja significativo. A Figura 1 apresenta a participação dos transportes na composição do PIB brasileiro.

Figura 1 - Participação dos transportes na composição do PIB



Fonte: Bradesco (2017, p. 3)

Utilizando principalmente modais ferroviários, rodoviários, hidroviários e aeroviários, o setor de transportes é movimentado por meio da atuação de agências de transporte, transportadoras e associações de exportadores, os quais interagem entre si, sempre buscando vencer barreiras de distribuição, conseguir “[...] arranjos mais econômicos de frete” e satisfazer seus clientes (BALLOU, 1993, p. 116).

E, nesse sistema, o modal rodoviário destaca-se como meio mais utilizado pelas organizações, estando “[...] diretamente relacionado às facilidades de mobilidade e acessibilidade [...] em termos de deslocamento [...]” e de escoamento da produção de mercadorias (COLAVITE; KONISHI, 2015, p. 3).

Dito de outro modo, o sistema de transporte rodoviário, especialmente o do transporte de cargas, “[...] é o principal meio de transporte do país”, configurando-se

como “[...] elemento fundamental nas cadeias produtivas, pois une mercados promovendo a integração de regiões e estados” e dos “[...] demais setores da economia” (SEBRAE, 2014, p. 1, 2 e 3). Em relação aos tipos de transportadores, a Tabela 1 traz as informações.

Tabela 1 - Tipos de transportadores

Tipo de Transportador	Empresas Registradas	Part. %	Frota de Caminhões	Veículo/ transportador	Part. %
Autônomo	886.734	83,2%	1.041.899	1,2	45,4%
Empresa	179.049	16,8%	1.235.006	6,9	53,8%
Cooperativa	422	0,0%	17.955	42,5	0,8%
Total	1.066.20	100,0%	2.294.860	2,2	100,0%

Fonte: Bradesco (2017, p. 9)

Enfim, todos esses dados demonstram a participação significativa do transporte rodoviário de cargas para o desenvolvimento e progresso das organizações e da economia de modo geral. Apesar de se esperar que os números cresçam ainda mais, vale destacar que “[...] desde meados da **DÉCADA DE 2000** e mais fortemente após a recuperação da crise de 2008, o Brasil vive o que pode ser chamado de revitalização do setor de transporte rodoviário de cargas”, com destaque para o mercado de caminhões (ARAÚJO, 2014, p. 1, grifo do autor)

Mercado de Caminhões

O mercado de caminhões para transporte rodoviário de cargas é composto por veículos de diferentes configurações. A produção dessas principais montadoras compõe uma frota que ultrapassa 2 milhões de unidades e movimenta “[...] 58% da mercadoria que circula no país [...]” (REVISTA CAMINHONEIRO, 2016, p. 1).

Na verdade, o tamanho dessa frota poderia ser maior caso a produção e a venda não tivesse sido reduzida entre 2006 e 2016, como demonstram as informações expostas na Tabela 2.

Tabela 2 – Produção e venda de caminhões (2006 a 2016)

ANO	PRODUÇÃO	VENDAS
2006	103.289	78.654
2007	133.263	100.788
2008	163.681	126.777
2009	120.993	114.286
2010	189.941	157.694
2011	216.270	172.902
2012	132.953	139.147

2013	190.304	154.549
2014	139.965	137.073
2015	74.062	71.442
2016	60.604	50.295

Fonte: Adaptado de Gardesani (2017)

No mesmo sentido, “[...] a boa notícia é que o pior momento das transportadoras no Brasil já passou e, frente ao **cenário** atual de mudanças e ações de melhorias propostas pelo governo, os números começarão a serem favoráveis” (ATUAL CONSULT, 2017, p. 1, grifo original).

Dessa forma, percebe-se que, sendo caminhões e caminhoneiros considerados peças-chave “[...] na engrenagem da economia do Brasil”, vale a pena investir na implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na região de Criciúma (REVISTA CAMINHONEIRO, 2016, p. 1).

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa efetuada caracteriza-se como descritiva, por utilizar técnica padronizada para coletar dados e expor as características do objeto de estudo, e exploratória, por ajudar o pesquisador a familiarizar-se com o tema (OLIVEIRA, 1999; PRODANOV; FREITAS, 2013).

Também é caracterizada como pesquisa de campo, pois, ao permitir a observação do objeto de estudo em sua própria realidade, permite alcançar maior conhecimento acerca do problema pesquisado, facilitando a comprovação ou não das hipóteses iniciais (LAKATOS, 2001).

Além disso, é pesquisa bibliográfica, por fundamentar os estudos em obras físicas já publicadas e em material disponível na internet, e quantitativa, por quantificar os dados coletados, traduzindo em números as opiniões e dados obtidos por meio do questionário aplicado (OLIVEIRA, 1999; PRODANOV; FREITAS, 2013).

A pesquisa foi realizada na cidade de Criciúma, que se localiza no Sul do Estado de Santa Catarina e integra a Associação dos Municípios da Região Carbonífera (AMREC), da qual é o município-polo. Os demais Municípios que compõem a AMREC são: Siderópolis, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Forquilha, Cocal do Sul, Içara, Urussanga, Lauro Müller, Balneário Rincão, Treviso e Orleans.

Nessa pesquisa, foi aplicado um questionário a 25 empresas do setor de transportes, localizadas em Criciúma e região. Segundo informações obtidas por meio do Sindicato das Empresas de Transporte de Santa Catarina – SETRANSC, existem

98 (noventa e oito) empresas de transportes registradas na região (SETRANSC, 2017).

As empresas foram selecionadas por amostragem não probabilística, sob critério de conveniência. Significa dizer que as empresas selecionadas pertenciam ao setor de transportes, eram registradas no SETRANSC e aceitaram colaborar com a realização desta pesquisa.

Os dados foram coletados por meio de um questionário padronizado constituído por 18 questões fechadas e 01 pergunta aberta. O questionário foi aplicado pelo pesquisador diretamente ao responsável pela administração, no local da empresa selecionada, sendo fornecidas explicações e orientações necessárias.

Resultados e Discussão

Dentre as empresas pesquisadas 100% atuam com o segmento de transportes, sendo que destas 76% tem o transporte como atividade principal e para apenas 24% o transporte é atividade complementar. Em 60% das empresas pesquisadas, estas adquiriram caminhões novos no último ano, significando que, apesar da crise, muitas empresas continuam renovando a frota.

Quando questionados sobre a quantidade de revendas de caminhões leves e pesados que a empresa conheça, a maior parte das empresas entrevistadas (88%) conhece mais de três revendas.

Sobre o principal para compra em uma revenda de caminhões, os indicadores da figura acima mostram opiniões bem divididas a respeito da segurança na compra de um veículo usado, predominando a procedência (32%), seguida por garantia (28%). No caso da aquisição de caminhões usados, é importante conhecer de onde vem o veículo, quantos proprietários tiveram e a garantia. Além disso, o atendimento é um diferencial em qualquer empreendimento. Enfim, como estão bem divididas as respostas, devem-se considerar todos os itens dessa questão como fundamentais.

Quando questionados sobre os fatores que influenciariam na aquisição de um veículo para a frota, predominam, na amostragem ilustrada nessa figura, os custos de manutenção (28%), seguidos pelo valor de revenda (24%) e pelo preço de compra (20%), o que reforça a preocupação com o investimento. Sendo um investimento de alto valor, 12% dos pesquisados optaram pela facilidade de financiamento para o veículo. Em relação aos fatores restantes, 8% das empresas pesquisadas destacaram relacionamento/equipe de vendas, enquanto outros 8% preocuparam-se com o

conforto do profissional, número baixíssimo considerando-se as altas jornadas de trabalho dos motoristas.

Sobre as categorias mais utilizadas na frota da empresa, percebe-se que 48% das empresas de transporte pesquisadas atuam no segmento pesado, com veículos transportando entre 20 e 30 toneladas por carga. Na categoria extrapesado, cuja capacidade de carga por veículo está acima de 30 toneladas, o percentual é de 36%. Esses veículos, conhecidos como bitrens e rodotrens, são indicados para maior capacidade de carga por veículo, visando transportar mais com apenas um caminhão. Também estão presentes na pesquisa os semipesados, chamados como *trucks*, veículos um pouco menores, porém, com facilidade de deslocamento nos centros urbanos, representando 16% das empresas pesquisadas.

Sobre o segmento de transporte mais utilizado nota-se que as categorias graneleiro, baús, carga seca e basculante são as mais utilizadas pelas frotas, respondendo por mais da metade das respostas (88%). As demais empresas (12%) dividem-se entre as categorias restantes. Não se pode deixar de citar que algumas empresas possuem mais de um segmento na sua frota, diversificando as possibilidades de carga, porém, a questão pedia para assinalar o segmento predominante.

A pesquisa também buscou identificar os fatores que levam as empresas a voltarem a fazer negócios com uma revenda multimarcas e as opiniões dividem-se nessa questão, motivo pelo qual devem ser consideradas importantes todas as três opções assinaladas (atendimento, garantia e procedência).

Na questão de compra de veículos, a amostra apresenta-se bem dividida, com 52% não estão comprando veículos no momento e 48%, comprando. Neste momento, apenas 25% delas optaram por comprar veículos usados.

Observa-se que uma grande quantidade de empresas (84%) possui veículos para venda no momento, com apenas 16% não dispõem de veículos para revenda. No entanto, apenas 24% das empresas com caminhões para revenda estariam dispostas a deixar o veículo consignado para venda por um prazo determinado. Várias respostas foram justificadas na questão seguinte, porém, nota-se que as empresas não estão dispostas a consignar o veículo em revenda no primeiro momento. Dentre as justificativas estão a venda direta com concessionária, principalmente por estarem adquirindo veículo novo, os custos com a revenda, o desconhecimento da revenda e a venda do caminhão no próprio pátio da transportadora.

Apesar da não disponibilidade de consignação dos veículos para revenda, as empresas consideram a possibilidade de autorização de foto do veículo para venda, sem divulgação da placa. Nota-se que a maior parte das empresas (64%) aceita a ideia de fotografar os veículos para venda, sem divulgação da placa, com apenas 36% não aceitando a proposta.

De acordo com o perfil das empresas pesquisadas, a maior parte das empresas possui frota própria e tem o transporte como atividade principal (76%). Lembram-se aqui os estudos de Araújo (2014), do SEBRAE (2014), de Colavite e Konishi (2015) e do Bradesco (2017) acerca do papel do setor de transportes no desenvolvimento da economia nacional e na integração de mercados nacionais e internacionais. Tal constatação torna-se ainda mais importante se relacionada ao fato de que Criciúma é município-polo da AMREC e região de grandes transportadoras.

Também vale destacar que, apesar da crise que atinge o país, tornando negativo o cenário econômico, a maioria das empresas pesquisadas (84%) adquiriu caminhões novos ou usados nos últimos dois anos, com 60% desse total tendo feito aquisições no último ano. Nesse ponto, retomam-se as informações apresentadas anteriormente por Gardesani (2017) acerca da redução na venda de caminhões desde 2006, chegando a apenas 50.295 unidades em 2016.

As empresas que participaram da pesquisa têm conhecimento acerca do número de revendas na região, com 88% conhecendo mais de três delas e a maioria absoluta (80%) estando disposta a conhecer uma nova opção para o mercado de caminhões em Criciúma/SC. Esses resultados refletem Gardesani (2017) e da Atual Consult (2017) sobre já ter passado o pior momento da crise e estar na hora de preparar-se para a busca de ventos mais favoráveis, o que também inclui a necessidade de mudança e a procura por novas opções de mercado.

O custo de manutenção, seguido do valor de revenda, são fatores predominantes para a aquisição do veículo, sem deixar de destacar o próprio preço de compra. Além disso, com o alto custo do combustível, o que predomina na escolha da marca é o consumo de combustível, optando-se por marcas como Scania e Volvo. Apesar de as empresas pesquisadas estarem cientes quanto às principais montadoras de caminhões presentes no país, demonstraram uma grande rejeição quanto às montadoras Agrale (68%) e Sinotruck (32%), principalmente em função de durabilidade, motor e reposição de peças.

Destacam-se, aqui, os dados apresentados por Riatto (2016) sobre as marcas mais vendidas de caminhões no primeiro semestre de 2016, com as montadoras Mercedes-Benz, Man, Ford, Volvo e Scania tendo as maiores participações no mercado de caminhões. Certamente tal desempenho pode ser atribuído ao esforço dessas montadoras na melhoria contínua dos fatores mencionados anteriormente.

Ao abordar a possibilidade de as empresas, no momento da compra de um caminhão novo, deixarem seu veículo usado como parte de pagamento, consignando-o em revenda para que receba uma melhor oferta, a maioria das pesquisadas (76%) não se mostrou disposta. Questionadas quanto ao porquê de tal negativa, relataram considerar que a revenda irá ganhar valores sobre seu veículo e, por isso, preferem fazer venda direta com a concessionária.

No entanto, quando abordadas sobre a possibilidade de o veículo para venda ser fotografado e postado em *site*, sem a divulgação da placa, mostraram-se interessadas, o que permite entrever que uma página na internet seria uma valiosa ferramenta na implantação da revenda, proporcionado às empresas uma opção a mais para vender o veículo.

Tais aspectos remetem aos ensinamentos de Dolabela (1999), Hisrich e Peters (2004) e Dornelas (2005) sobre empreendedorismo e, mais especificamente, sobre a inovação que caracteriza o empreendedor, aquela pessoa capaz de investir recursos materiais, financeiros e emocionais em estratégias capazes de contribuir decisivamente para o alcance dos seus sonhos. Como reforçavam Salim et al. (2004), os empreendedores também devem perseguir com afinco, firmeza e competência as habilidades necessárias à consecução das estratégias a que propõem, principalmente se querem atuar com eficácia na era digital.

Outro fator decisivo no aproveitamento dessa oportunidade de apresentar uma nova opção no mercado das revendas multimarcas seria o investimento em *marketing*, uma vez que, conforme Chiavenato (2007) e Kerin e Peterson (2009), é essa prática ou estratégia organizacional que permite o estabelecimento de relacionamentos duradouros entre empresas e seus clientes.

Diante desses fatores, e sabendo-se que muitas empresas pesquisadas estão dispostas a conhecer uma revenda com uma nova proposta para o mercado, acredita-se na viabilidade da implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na região de Criciúma/SC.

Considerações Finais

Este trabalho teve como objetivo analisar as perspectivas para implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na cidade de Criciúma/SC. Para atingir tal objetivo, foi necessário aprofundar o tema por meio de uma pesquisa bibliográfica, estudando os conceitos da administração, empreendedorismo, planejamento estratégico e tipos de estratégias, marketing (incluindo os 4 Ps de marketing e planejamento de marketing), setor de transportes e o mercado de caminhões.

Para atingir os objetivos específicos do trabalho, foi aplicado um questionário a 25 empresas transportadoras tradicionais presentes no mercado, buscando identificar o número de empresas transportadoras na região, entender o perfil da frota das empresas e o segmento no qual atuam, além de identificar quais empresas estariam comprando ou vendendo caminhões novos ou usados e quais estariam dispostas a consignar ou fotografar seus caminhões para venda.

No caso da compra de caminhões, como o gestor responsável geralmente é o próprio do dono, algumas vezes não foi possível conseguir o preenchimento do questionário na primeira visita, sendo necessário retornar em outra oportunidade.

Os resultados obtidos na pesquisa foram relevantes, pois foi verificado que, apesar da crise econômica a atingir o país, as empresas continuam comprando caminhões novos, sem dúvida sempre uma ótima opção quando se trata de caminhões. Por outro lado, no que se refere à possibilidade de fornecer seus caminhões consignados, não foi obtido um percentual elevado, embora as empresas tenham concordado com o fornecimento de fotos para que os caminhões possam ser anunciados na internet como disponíveis para venda.

“O empreendedorismo oferece graus elevados de realização pessoal. Por ser a exteriorização do que se passa no âmago de uma pessoa, e por receber o empreendedor com todas as suas características pessoais” (DOLABELA, 1999, p. 29). “Para ser superado não é preciso parar. Basta permanecer com a mesma velocidade, atitude e forma de pensar. O progresso não para, e aquele que não antecipa suas próprias mudanças está condenado a ser um perdedor. O sucesso aparece para aqueles que buscam aprimoramento contínuo” (GOLDRATT; COX, 1997, p. 5).

Por fim, alcançando os objetivos específicos, acredita-se na oportunidade para criação de um site, visando uma abrangência maior na atuação no mercado caminhões usados quanto às perspectivas para a proposta de implantação de uma revenda de caminhões multimarcas na região de Criciúma/SC.

Acredita-se que, colocando em prática este projeto, com apoio de um plano de marketing para divulgação do site em questão, as perspectivas são boas, ainda mais se for considerada a experiência do autor, adquirida em muitos anos de atuação no ramo de transportes, o que contribuirá positivamente para a venda de caminhões e para o atendimento dos clientes de forma séria e transparente.

Referências

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Taxa de empreendedorismo é a maior dos últimos 14 anos**. Fev./2016. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/taxa-de-empreendedorismo-e-a-maior-dos-ultimos-14-anos,176b303c83bf2510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 17 abr. 2017.
- ARAÚJO, J. G. de. **Desafios e oportunidades do transporte rodoviário**. Nov./2014. Disponível em: <<http://hbrbr.uol.com.br/desafios-e-oportunidades-do-transporte-rodoviario/>>. Acesso em: 29 abr. 2017.
- ATUAL CONSULT. **Transportadoras**: os principais desafios para 2017. Jan./2017. Disponível em: <<http://atualconsult.com.br/transportadoras-os-principais-desafios-para-2017/>>. Acesso em: 29 abr. 2017.
- BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.
- BRDESCO. Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos. **Transporte rodoviário de cargas**. Mar./2017. Disponível em: <https://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_transporte_rodoviario_de_cargas.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2017.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 2. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2007.
- COLAVITE, A. S.; KONISHI, F. A matriz do transporte no Brasil: uma análise comparativa para a competitividade. In: **SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA**, 12, 28 a 30 de outubro de 2015. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/802267.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2017.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**: a metodologia que ensina a transformar conhecimento em riqueza. Cultura: São Paulo, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 5. ed. Campus: Rio de Janeiro, 2005.
- GARDESANI, G. 2017: uma nova jornada. **Revista Jornauto**, Cultura Automotiva, ed. 214, p. 4, mar./2017.

GOLDRAT, E. M.; COX, J. **A meta**: um processo de aprimoramento contínuo. 39. ed. São Paulo: Educator, 1997.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KERIN, R. A.; PETERSON, R. A. **Problemas de marketing estratégico**: comentários e casos selecionados. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____. **Os 10 pecados mortais do marketing**: causas, sintomas e soluções. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 4. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 01 jun. 2017.

REVISTA CAMINHONEIRO. **Caminhoneiros e o transporte de cargas**: saiba a importância dessa dupla para a economia brasileira. Jul./2016. Disponível em: <<http://revistacaminhoneiro.grupott.com.br/caminhoneiros-e-o-transporte-de-cargas-saiba-importancia-dessa-dupla-para-economia-brasileira/>>. Acesso em: 02 maio. 2017.

SALIM, C. et al. **Administração empreendedora**: teoria e pratica usando estudos de casos. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Transporte de cargas**: modais e segmentos. 2014. Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/wp-content/uploads/2015/12/Mar_Serv_Transp_Cargas.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2017.

ARTEFATOS DA CONTABILIDADE GERENCIAL NAS ENTIDADES RELIGIOSAS: UM ESTUDO MULTICASOS NOS ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS DE ORLEANS/SC

**Magda Cattaneo Ribeiro; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco²; Marcos Lubave³;
Luiz De Noni⁴; Ismael Mazzuco⁵**

¹Ciências Contábeis. UNIBAVE. magdaa-28@hotmail.com

²Ciências Contábeis. UNIBAVE. miriam.asilveira@gmail.com

³Ciências Contábeis. UNIBAVE. marcoslubave@gmail.com

⁴Ciências Contábeis. UNIBAVE. luiznoni@brturbo.com.br

⁵Sistemas de Informação. UNIBAVE. ismaelmz@gmail.com

Resumo: No Brasil as entidades religiosas tiveram um gradativo crescimento ao longo do tempo, encontram-se ligadas ao terceiro setor, pois, não visam obter lucro, no entanto um controle econômico-financeiro, pode ser necessário. O objetivo deste artigo é levantar quais são os artefatos gerenciais e contábeis utilizados pelas entidades religiosas, essas que se classificam como do terceiro setor, sem fins lucrativos. Trata-se de uma pesquisa descritiva, sendo de natureza qualitativa. Para a coleta de dados, foram aplicados questionários aos responsáveis pelas contabilidades a fim de realizar uma pesquisa mais completa e ampla sobre as entidades religiosas. Como resultado, verificou-se que o fluxo de caixa e orçamento são os artefatos gerenciais utilizados nas entidades religiosas. Sendo que nesta pesquisa, não se observou nenhum método de custeio, e ainda, foi possível constatar que os escritórios contábeis, têm um bom entendimento em relação às entidades religiosas, apesar da complexidade da norma que rege o terceiro setor.

Palavras-chave: Artefatos gerenciais. Entidades religiosas. Profissão contábil.

Introdução:

No Brasil as entidades religiosas tiveram um gradativo crescimento. Encontram-se ligadas ao terceiro setor, pois, não visam obter lucro. Desse modo, tem sido um grande desafio para as organizações manter o controle econômico e financeiro, com o auxílio das leis as quais estão associadas. Cada entidade religiosa possui uma forma diferente de gerenciar contabilmente suas finanças.

Por meio desse fortalecimento da sociedade e do terceiro setor, as entidades religiosas adquiriram durante os últimos tempos as informações necessárias e, praticamente todas já adotam alguma forma de gerenciamento, e encontram-se bem estruturadas administrativamente. Para Olak e Nascimento (2000) as entidades do Terceiro Setor vêm adquirindo aumento em suas funções, tornando-se cada vez mais amplas e relevantes às informações para a sociedade atual.

A Contabilidade Gerencial está cada vez mais presente nas organizações. Nos meios acadêmicos se tem um debate intenso, tanto em seus conceitos, a abrangência e objetivos. Desse modo, encontram-se vários métodos para gerenciar o mundo dos negócios em cada área específica. Crepaldi (1998), diz que a contabilidade gerencial é o ramo que mais fornece os instrumentos para a melhor utilização dos recursos econômicos das empresas, e oferece aos administradores todas as informações de forma que auxiliem para suas funções gerenciais.

Em outro pensamento Iudicibus (1998, p.21), afirma ser a Contabilidade Gerencial: “[...] todo procedimento, técnica, informação ou relatório contábil feito ‘sob medida’ para que a administração os utilize na tomada de decisões entre alternativas conflitantes, ou na avaliação de desempenho”. Como se verifica as opiniões são diferentes quanto suas técnicas, mais de alguma forma está presente nas empresas.

Diante desse contexto o presente artigo tem como problema de pesquisa: Como são utilizados os artefatos da contabilidade gerencial nas entidades religiosas da cidade de Orleans/SC?

A pesquisa tem como objetivo analisar como, e se são utilizados, os artefatos da contabilidade gerencial nas entidades religiosas, para tanto foi realizado um estudo multicase em escritórios contábeis da cidade de Orleans/SC. Têm-se ainda os objetivos específicos: identificar quais os métodos gerenciais contábeis que estão presentes nas entidades, verificar se cumprem com as legislações e analisar os resultados obtidos com a utilização destes artefatos. Os dados foram obtidos por meio de questionário respondido por contabilidades do município de Orleans/SC.

As entidades sem fins lucrativos procuram cada vez mais espaço para conseguir auxiliar o resultado da administração geral, sendo tanto no meio econômico quanto na atividade humana. As atividades administrativas desenvolvidas nas igrejas são voltadas geralmente a caridade, ou que tragam retorno para manutenção das mesmas. Tendo em vista os poucos estudos desenvolvidos sobre o tema, ganha relevância o presente trabalho, pois, aborda a questão gerencial nas organizações religiosas.

O presente trabalho faz uma análise voltada à contabilidades e entidades religiosas do município de Orleans/SC, o município foi escolhido por ter várias entidades religiosas, e ainda não ter nenhuma pesquisa focada neste assunto. Justifica-se este artigo, destacando-se a importância de estudar as organizações religiosas a fim de orientar os responsáveis que desejam utilizar o estudo como base

de gestão, uma vez que o mesmo poderá colaborar para um melhor aprofundamento do assunto.

Terceiro Setor

O Terceiro Setor abrange as entidades sem fins lucrativos e sua atuação volta-se a finalidades públicas e coletivas para o bem da sociedade, é objeto de inúmeras discussões, logo desempenha funções cada vez mais amplas, loschpe et al (1997, p. 26) abordam que o conceito é “designar o conjunto composto de organizações sem fins lucrativos, cujo papel principal é a participação voluntária, fora do âmbito governamental”.

É importante salientar que a sociedade moderna é dividida em três setores que tem se desenvolvido cada vez mais e, na sociedade o seu desempenho é fundamental. O Primeiro Setor é o Estado representado pelas prefeituras municipais, governos dos estados além de outras entidades, com propósito de atuar com benefícios a todos os cidadãos, principalmente zelando pela saúde, segurança e educação da população. Para Szazi (2004), o governo preenche a obrigação que está ligada com os problemas de caráter social.

O Segundo Setor, para Tachizawa (2012), é refletido pelo mercado onde ocorrem os contratos de bens e serviços com finalidade de lucro. O Segundo Setor então é o Mercado constituído pelo conjunto de empresas tendo a troca de bens e serviços para aquisição de lucro. E por fim o Terceiro Setor que é constituído de atividades privadas não voltadas para obtenção de lucro, buscando o bem-estar social da população. O terceiro setor, seguido das entidades sem fins lucrativos segundo Nunes, (2006) ocupa todos os espaços da sociedade moderna onde o governo não alcança e ao mercado não interessa.

Para Salamon e Anheier (1997), o terceiro setor é composto por organizações privadas; formais; autônomas; que não dividem seus lucros aos seus dirigentes; e que tenham algum tipo de participação voluntária. O patrimônio das entidades sem fins lucrativos é formado pelas contribuições, doações, que tem como objetivo manter a manutenção de seus templos.

No Brasil, o surgimento do terceiro setor deu-se através da Igreja Católica Apostólica Romana, segundo Falconer (1999, p. 95), diversos autores consideram as Santas Casas de Misericórdia como as primeiras entidades do Terceiro Setor fundadas no Brasil, como, por exemplo, a Santa Casa de Santos em 1543.

A igreja Católica, obtendo o suporte do estado, tinha o dever de ajudar às entidades que estavam ligadas as comunidades carentes, principalmente com a ajuda em saúde e educação, já no século XX, outras religiões passaram a adotar a forma de contribuir com as comunidades, amparando-se na ajuda aos carentes.

Teixeira (2004) diz que o Terceiro Setor existe desde a época antes de Cristo, carregando consigo características ligadas à caridade e filantropia trazendo uma atividade voluntária que tem crescimento nos dias atuais. Com a expansão do terceiro setor e principalmente das igrejas, teve-se a necessidade de gerenciá-las de uma forma mais organizada e para isso a contabilidade, principalmente a gerencial pode contribuir significativamente neste controle, o que será abordado a seguir.

Gestão Contábil

As organizações de terceiro setor tiveram que se adaptar a utilização de técnicas apropriadas para sua gestão, empregando algumas funções administrativas para obter melhores resultados na questão de eficiência, eficácia e efetividade. Tenório et al., (2001) explica esses conceitos: eficiência: é a forma melhor de se chegar em algum propósito com os recursos disponíveis; eficácia: é cumprir o objetivo determinado e efetividade: é a capacidade de atender às expectativas da sociedade.

As entidades religiosas cumprem também essa regra, pois, com toda a estrutura organizacional precisam de administração. Wagner e Hollenbeck (2000, p.327) descrevem que a estrutura organizacional é “uma rede relativamente estável de interdependência entre as pessoas e as tarefas que compõem a organização”. Nas igrejas a gestão é tratada como liderança com foco em pessoas, com a necessidade de realizar uma gestão eficaz para assim obter os resultados pelos quais elas foram formadas.

A forma como as entidades mantêm suas atividades e a maneira de como utilizam seus recursos reflete com clareza em seus resultados, no terceiro setor as organizações precisam estar atentas as suas finanças, porque o resultado de todo trabalho vai refletir de uma boa gestão. Drucker (2006) menciona que a técnica para o melhor desempenho da instituição do terceiro setor começa por parte da missão e os objetivos por ela criados.

Legislações aplicadas nas Entidades Religiosas

Os diversos componentes do terceiro setor abrangem diferentes formas jurídicas que são as associações, fundações e as organizações religiosas. A

associação reúne pessoas físicas ou sociedades jurídicas com objetivos comuns, visa resolver as dificuldades e gerar benefícios para os seus associados, sem a finalidade lucrativa. Paes (2003, p. 43) comenta que a associação é “modalidade de agrupamento dotado de personalidade jurídica, sendo pessoa jurídica de direito privado voltada à realização de interesses de seus associados ou de uma finalidade de interesse social [...]”.

Para Szazi (2003, p.37) a fundação é [...] como um patrimônio destinado a servir, sem intuito de lucro, a uma causa de interesse público determinada, que adquire personificação jurídica por iniciativa de seu instituidor”. Já no Código Civil, o inciso IV artigo 44, estabelece que a organização religiosa é uma pessoa jurídica de direito privado constituída por pessoas físicas ou jurídicas, que se unem para a realização de atividades sem finalidade lucrativa, voltadas à religiosidade e à profissão da fé, para obter fundamento em suas iniciativas religiosas.

Muitos pastores, tesoureiros desconhecem que as igrejas estão obrigadas a manter a contabilidade de suas operações, pelo motivo de a igreja ter o caráter e objetivo espiritual. Segundo Ludícibus (2000) o objetivo da contabilidade (e dos relatórios dela emanados) é fornecer dados relevantes para que cada usuário tenha o direito de tomar suas devidas decisões e realizar seu parecer. Atendendo às exigências legais, as instituições religiosas devem ter seu registro no cartório, por meio de ata (estatuto), para se tornar uma organização devidamente registrada e pronta para entrar em funcionamento.

Trata-se também de uma obrigação para manter o direito à imunidade perante o fisco federal, estas devem elaborar e apresentar suas demonstrações contábeis, com a finalidade de assegurar a comparabilidade das demonstrações.

As imunidades são instituídas pela Constituição Federal, segundo Machado (2008 p. 282) “Imunidade é o obstáculo decorrente de regra da Constituição à incidência de regra jurídica de tributação. O que é imune não pode ser tributado”. A imunidade tributária nada mais é do que a limitação constitucional ao poder de tributar, sendo que os princípios da imunidade surgem destinados a garantir a proteção do contribuinte. Já a isenção é uma renúncia fiscal, existe a obrigação do pagamento, mas a autoridade pode dispensá-lo. No entendimento de Borges (2001, p. 33), a isenção não é nunca limitação constitucional ao poder de tributar, hipótese em que, no sistema constitucional brasileiro, se confundiria com a imunidade.

Artefatos Da Contabilidade Gerencial

É possível observar que a contabilidade gerencial integra em outras áreas como a contabilidade financeira, contabilidade de custos e administração financeira, que se classificam quanto a um “ramo da contabilidade”, sendo que a contabilidade é a base e os ramos são as partes que auxiliam os administradores a ter auxílio em suas funções gerenciais. A escolha do melhor método de custeio aplicável a cada empresa é uma decisão gerencial (LEMOS JR, et al. 2008).

Nos últimos tempos foram feitos diversos estudos, para entender e investigar o estágio de desenvolvimento do conceito sobre os artefatos da contabilidade gerencial. Segundo a pesquisa de Alves et al., (2012) pode-se considerar no processo gerencial de entidades sem fins lucrativos os instrumentos gerenciais seguintes: Planejamento Estratégico, Orçamento e Métodos de Custeio, que abrangem tanto o Custeio por Absorção, o Custeio Variável e o ABC (Custeio Baseado em Atividades). Esses instrumentos são os básicos, e são os mais utilizados nas organizações sem fins lucrativos.

No sentido dos artefatos gerenciais beneficiarem o trabalho dos gestores, no processo de tomada de decisão, pode-se salientar que o processo contábil constitui-se no principal banco de dados da empresa, que fornece informações para todo o processo gerencial e de planejamento (VOLPATTO et al. 2012, p.15).

Cada artefato gerencial possui um elemento unico que auxilia no trabalho dos gestores. Um artefato bastante utilizado é o planejamento estratégico, ligado a gestão de longo prazo, que conforme Fernandes (2012, p. 29), envolve a administração de qualquer instituição pública ou privada, com ou sem fins lucrativos, ao estabelecer objetivos que devem ser avaliados com o auxílio da ferramenta de orçamento, que é de extrema importância.

Além do orçamento, se utiliza o fluxo de caixa que consiste em uma ferramenta na qual são controladas todas as atividades que foram exercidas dentro da empresa, todas as movimentações de entradas e saídas, com objeto de apresentar as variações que houver no saldo da conta. Segundo Teles (1997), o demonstrativo de fluxo de caixa é relevante por ser um documento de fácil compreensão para quem não tem nenhum conhecimento sobre os assuntos da contabilidade. O fluxo de caixa começa por parte de um bom planejamento, e permite ao usuário a verificação de controle dos gastos.

Método de custeio é o “fundamento da contabilidade de custos ligado à decisão de como deve ser mensurado o custo dos produtos. Portanto, método de custeio é um modelo de decisão, mensuração e informação” (PADOVEZE, 2005, p. 324).

Quanto aos métodos de custeio, Martins (2000, p. 41) salienta que o Custeio por Absorção “consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos feitos”. A técnica do custeio variável para Colauto et al., (2004), proporciona a ajuda para obtenção de resultados ficando desobrigado das possíveis arbitrariedades provocadas pelos rateios dos custos fixos.

O custeio baseado em atividades (ABC) diminui gradativamente as distorções estimuladas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos. Por esse motivo se tem uma meta de diminuir os conflitos causados pela aplicação de um rateio arbitrário dos custos indiretos (MARTINS, 2010).

Procedimentos Metodológicos

A metodologia são regras fundamentais para que se elabore um trabalho, ela aponta o caminho a ser seguido. “A primeira fase do processo de elaboração de uma pesquisa é a escolha de um tema que se deseja conhecer, aquilo que se deseja falar”. (RAUEN, 1999, p. 34). Após ter escolhido o tema a ser comentado é necessário definir outras questões metodológicas que são fundamentais na elaboração da pesquisa.

O presente estudo foi realizado com duas empresas contábeis de Orleans/SC com objetivo de identificar quais são os artefatos gerenciais e contábeis utilizados por estas empresas que realizam a contabilidade nas entidades religiosas e quais métodos gerenciais e contábeis são utilizados. Classifica-se como descritiva, tendo por objetivo descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência de acordo com Fonseca (2007 p.31) “Pesquisa descritiva, expõe uma realidade tal como está se apresenta, conhecendo-a e interpretando-a por meio da observação, do registro e da análise dos fatos ou fenômenos (variáveis)”.

Quanto à abordagem do problema pode-se considerar pesquisa qualitativa, pois não se preocupa com representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social de uma organização. Segundo Gil (2008, p. 08) “Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito que não pode ser traduzida em números”.

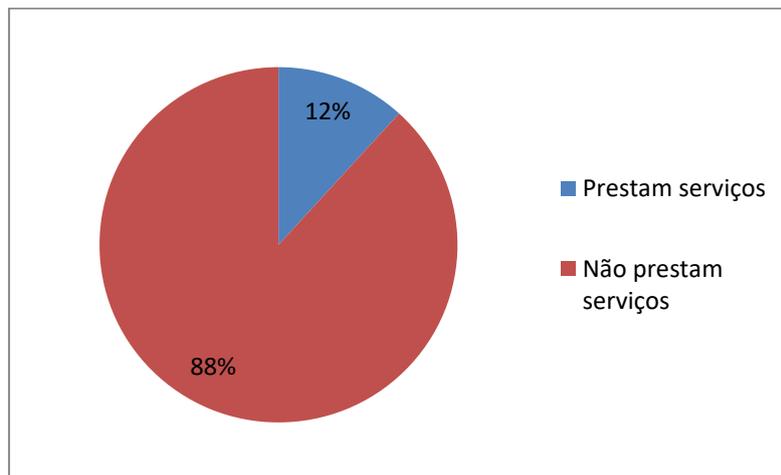
Para a coleta de dados, adotou-se, a aplicação de um questionário, que ajuda a recolher informações baseando-se, na questão de um grupo representado por uma população em estudo. Segundo Gil (2008, p.20) grupo de indivíduos em determinado espaço como um conjunto de elementos resultados sob investigação.

Os questionários foram entregues as empresas contábeis e entidades religiosas, pessoalmente e via e-mail, composto por perguntas de múltipla escolha e perguntas abertas, o questionário entregue nas contabilidades e entidades possui um total de 10 (dez) questões cada um.

Resultados e Discussão

Após apresentar o contexto sobre o estudo deste trabalho, realiza-se o levantamento de dados coletados das duas empresas consecutivamente com as entidades religiosas que as empresas prestam serviços, as respostas foram coletadas através dos questionários que foram aplicados nas contabilidades e entidades religiosas de Orleans/ SC. Foram analisadas as respostas individualmente obtendo um maior detalhamento referente aos artefatos que são utilizados pelas entidades religiosas, apresentam-se os resultados obtidos, em forma de gráficos para uma melhor análise.

Gráfico 1 - Quantas contabilidades em Orleans/SC prestam serviços a entidades religiosas?

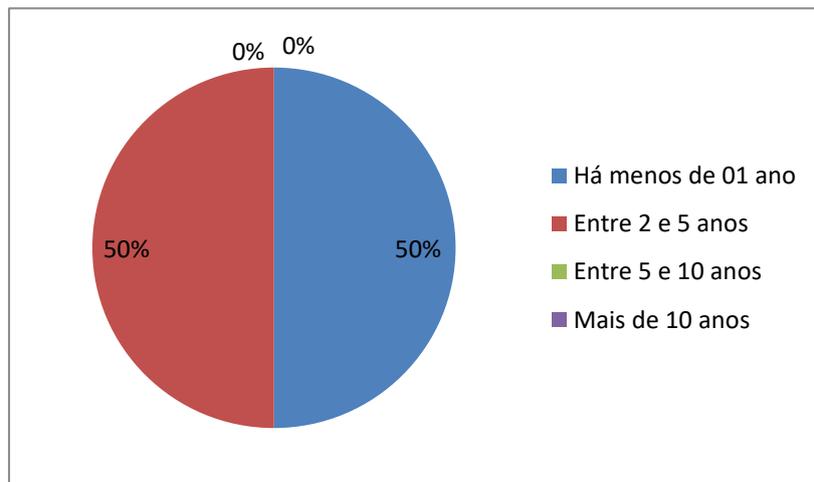


Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 1 demonstra que apenas duas empresas contábeis de Orleans/SC, ou seja, (12%) estão prestando serviços a entidades religiosas. Apesar de o município ter um grande número de igrejas, muitas instaladas aqui possuem só sua filial, sendo que a contabilidade é feita em sua própria matriz. E por se tratar de que a igreja tem

caráter espiritual e não visa lucro, muitos pastores e tesoureiros não sabem que as mesmas estão obrigadas a manter a contabilidade de suas operações.

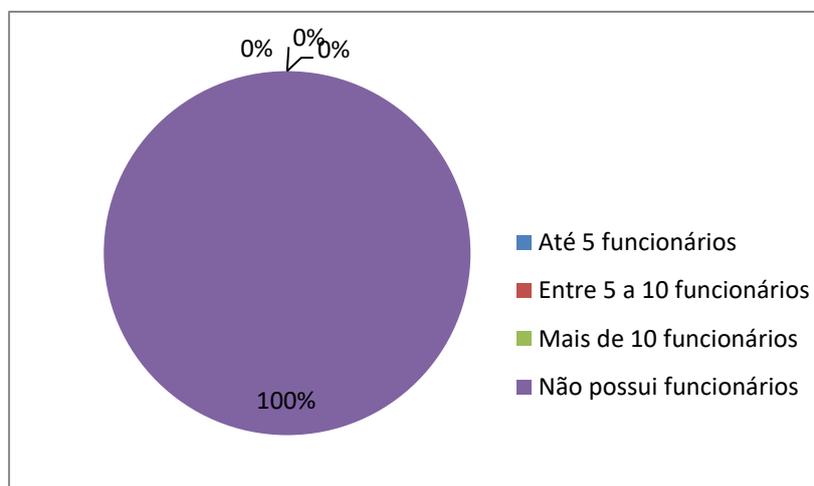
Gráfico 2- Há quanto tempo às contabilidades prestam serviço às entidades?



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 2 trata do tempo que os escritórios contábeis prestam serviços às entidades, a média é entre menos de 1 ano até 5 anos.

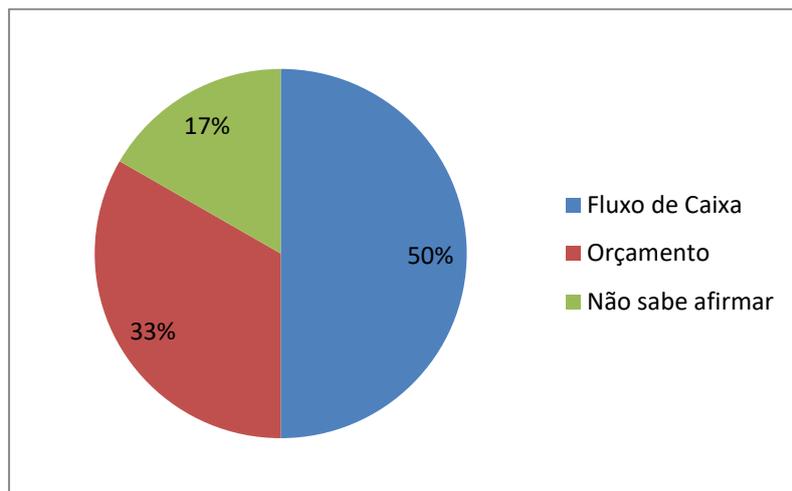
Gráfico 3- Qual o número de funcionários com carteira assinada nas entidades religiosas?



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 3 representa o número de funcionários com carteira assinada de cada entidade religiosa. Sendo que a pesquisa apresentou em 100 % que nenhuma das entidades possui nenhum funcionário. Contam apenas com o pastor e o tesoureiro para o auxílio na tomada decisões.

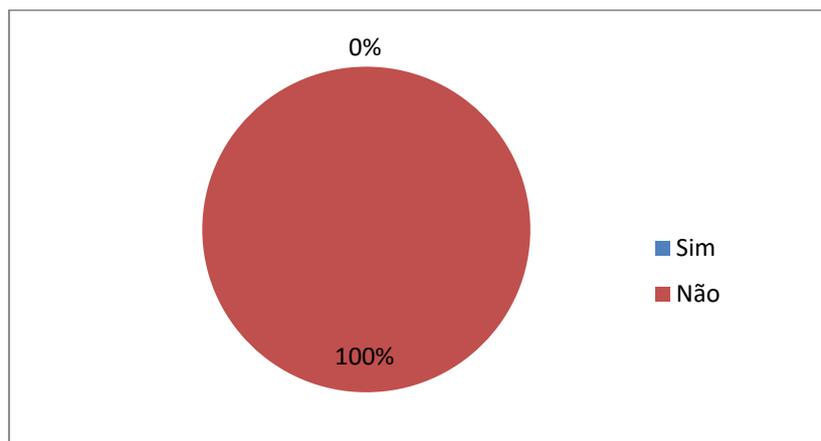
Gráfico 4- Quais os controles que as entidades religiosas adotam?



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 4 corresponde a quais os controles que as entidades religiosas adotam. Nos escritórios contábeis entrevistados o único controle utilizado é o fluxo de caixa que predomina em 50%. Já nas entidades além do fluxo de caixa um percentual de 33% demonstra a utilização do orçamento que se torna um controle interno da entidade. E os outros 17% não sabe afirmar. É importante manter estes controles, pois, uma igreja precisa gerenciar as suas receitas e despesas corretamente para ter a continuidade da instituição.

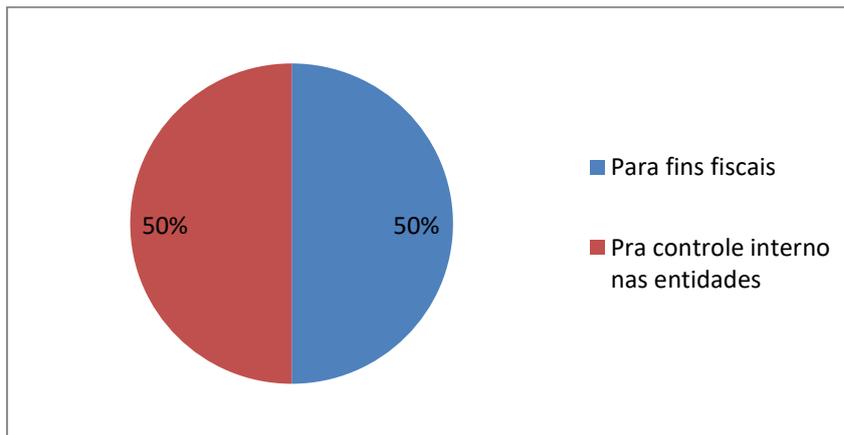
Gráfico 5 - Na entidade religiosa é utilizado algum método de custeio?



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 5 corresponde aos métodos de custeio utilizados nas entidades religiosas. Os resultados obtidos apresentaram em 100% que nenhuma das três entidades pesquisadas não utiliza nenhum método de custeio.

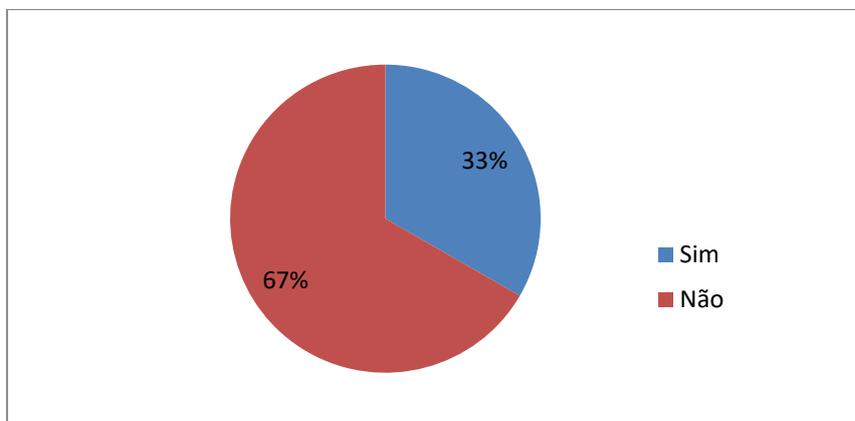
Gráfico 6 - Para qual fim utiliza as informações contábeis na entidade religiosa?



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 6, demonstra para qual fim as entidades religiosas utilizam suas informações contábeis. Observa-se que 50% das entidades religiosas utilizam as informações para fins fiscais e 50% para o controle interno da entidade.

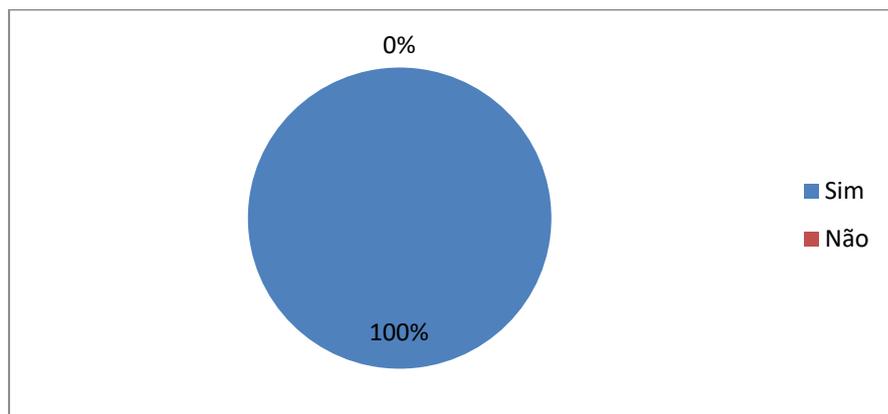
Gráfico 7 - As entidades religiosas utilizam algum sistema de software específico, para fazer as simulações de resultado?



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 7 apresenta se as entidades religiosas utilizam sistemas de *software*, para fazer as simulações de resultado. Dentre as entidades pesquisadas apenas 33 % possui um sistema específico as outras 67% ainda não tem conhecimento sobre o assunto. O software atende todas as necessidades que ocorrem nas questões de gestão e gerenciamento da entidade que controla, por exemplo: o financeiro, patrimônio e a tesouraria, projetando relatórios de maneira fácil e rápida auxiliando no desenvolvimento da Igreja.

Gráfico 8 - É importante a utilização de práticas de gestão para melhorar o desempenho econômico-financeiro das igrejas?



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico 8 demonstra se as empresas contábeis conhecem a importância da questão da utilização de práticas de gestão para melhorar o desempenho econômico-financeiro das igrejas. Em 100% todos consideram relevantes tais práticas de gestão utilizadas, tendo em vista que a importância de uma boa administração seguida de um bom planejamento traz resultados de longo prazo a entidade com ganhos futuros.

Considerações Finais

O objetivo da pesquisa foi levantar a utilização dos artefatos gerenciais no uso de gestão nas entidades religiosas. Para tanto, foi realizada a pesquisa do tipo multicase, com duas empresas contábeis de Orleans/SC. No desenvolver da pesquisa foram abordados os métodos de custeio, no entanto, os resultados que foram obtidos, por meio dos questionários que foram respondidos pelos responsáveis das empresas contábeis apresentaram que nenhuma entidade religiosa analisada possui método de custeio.

Na contabilidade todas essas entidades analisadas utilizam apenas o fluxo de caixa, que controla as entradas e saídas obtendo o saldo no final de cada mês. E projetam internamente por meio dos tesoureiros e pastores o orçamento que é um método adotado para se conseguir um planejamento em longo prazo para a entidade.

Em relação à prestação de contas, analisou-se que todas as contabilidades e entidades utilizam as normas que constam no Estatuto Social, que é elaborado pelo tesoureiro e contador. Sendo as informações dirigidas à arquidiocese e apresentadas aos voluntários das entidades.

Verificou-se que as entidades religiosas são obrigadas a ter uma contabilidade e escrituração contábil correta e que atendam aos seus objetivos sejam eles internos ou externos. Obtendo uma boa gestão para que esses recursos possam ser utilizados de maneira mais eficiente e eficaz para atender ao que é planejado.

O trabalho teve como limitações a pesquisa nas contabilidades de Orleans/SC e consecutivamente nas entidades que estas contabilidades prestam serviço, para estudos futuros, sugere-se a realização desta pesquisa em contabilidades de outras cidades, ou fazer um estudo maior em alguma entidade que possua alguma filial. Além disso, poderia aprofundar-se em alguns fatos desta pesquisa, como por exemplo, buscar alguma entidade que possua algum método de custeio, e aprofundar-se neste assunto.

Referências

- ALVES, Aléxia Dias de Freitas; SILVA, Ana Paula Braga; CARMO, Joyce Pamela Silva; JUPETIPE, Fernanda Karoliny Nascimento; MÁRIO, Poueri do Carmo. **A utilização de instrumentos de contabilidade gerencial em entidades do Terceiro Setor.** In: CONGRESSO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS, 3, 9 a 11 out., 2012, Rio de Janeiro, RJ. Anais... Rio de Janeiro, 2012.
- BORGES, José Souto Maior. **Teoria Geral da Isenção Tributária.** 3. ed. Malheiros: São Paulo, 2001.
- COLAUTO, Romualdo D. et al. **O custeio variável e o custeio-alvo como suportes as decisões no investimento de desenvolvimento de novos produtos.** Revista de administração e Contabilidade Unisinos, v. 1. n. 3. P. 33-42, 09-12/2004.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 1998.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administração de Organizações Sem Fins Lucrativos: princípios e praticas.** São Paulo: PioneiraThomson Learning, 2006.
- FALCONER, Andrés Pablo. **A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão.** São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.
- FERNANDES, P. C. **A controladoria na gestão hospitalar: um estudo de caso em uma instituição filantrópica do sul de Santa Catarina.** 2012. Monografia. Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense. Criciúma, SC. Disponível em:
<<http://repositorio.unesc.net/bitstream/handle/1/1324/Priscila%20de%20Costa%20Fernandes%20.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

FONSECA, Regina Célia Veiga da, **Como elaborar projetos de pesquisa e monografias**: guia pratico/ Regina Célia Veiga da Fonseca. – Curitiba: Imprensa Oficial, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: 4. ed. Atlas, 2008.

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do terceiro setor**: o desafio de administrar sem receita. São Paulo: Makron Books, 1999.

IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.). **3º Setor - Desenvolvimento Social Sustentado**. Coletânea do III Encontro Ibero-Americano do Terceiro Setor. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2000.

LEMONS JUNIOR, L. C. et al. **Gestão de custos nas instituições privadas de ensino**: um estudo empírico dos métodos de custeio. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 15. 2008, Curitiba. PR. Artigos. P.01 – 15. Disponível em: <http://www.abcustos.org.br/texto/viewpublic?ID_TEXTO=2718>. Acesso em: 21 de jul. 2016.

MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de Direito Tributário**. 29 ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MURAD, Afonso. **Gestão e espiritualidade**. São Paulo: Paulinas, 2007.

NUNES, Andrea. **Terceiro setor**: controle e fiscalização. 2. ed. São Paulo: Método, 2006.

OLAK, Paulo Arnaldo; NASCIMENTO, Diogo Toletto do. **As Entidades sem Fins Lucrativos (Terceiro Setor) e as Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas**. Anais do Congresso Brasileiro de Contabilidade, 2000, Goiânia-GO.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Planejamento Orçamentário**. 1º ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

PAES, José Eduardo Sabo. **Fundações e entidades de interesse social: aspectos jurídicos, administrativos, contábeis e tributários**. 4. Ed. rev. atual. amp. e de acordo com a Lei nº 10.406/2002 (Novo Código Civil brasileiro). Brasília: Brasília Jurídica, 2003.

RAUEN, Fábio José. **Elementos de Iniciação à pesquisa**. Rio do Sul: Nova Era, 1999.

SALAMON, Léster. **Estratégias para Fortalecimento do Terceiro Setor**. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Coord.). *Terceiro Setor e Desenvolvimento Sustentado*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, São Paulo: GIFE, 1997. p. 89 a 112.

SZAZI, Eduardo. **Terceiro setor: regulação no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Peirópolis, 2003.

SZAZI, Eduardo. **Terceiro setor: temas polêmicos**. 1 ed. São Paulo: Peirópolis, 2004.

TACHIZAWA, Takeshy. **Reflexões sobre o crescimento do terceiro setor e organizações governamentais**. São Paulo: Atlas, 2012.

TEIXEIRA, R.F. **Discutindo o Terceiro Setor sob o Enfoque de Concepções Tradicionais e Inovadoras de Administração**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 11, nº 1, p. 1-15, janeiro/março 2004. Disponível em: <http://www.profjayrfigueiredo.com.br/CH_AC_17.pdf> Acesso em 01 de ago. de 2016.

TELES, Egberto Lucena. **A demonstração de fluxo de caixa como forma de enriquecimento das demonstrações contábeis exigidas por lei**. Revista Brasileira de Contabilidade. v. 26,n.105. p. 64 – 71. 1997.

TENÓRIO, Fernando G. (Org.) et al. **Gestão de ONGs: principais funções gerenciais**. 5. ed.. São Paulo: FGV, 2001.

VOLPATTO, Taiane Pereira.; CECCHETTO, Luciana.; LORENZETT, . Daniel Benitti.; BRONDANI, Gilberto. **A contabilidade como ferramenta de auxílio ao processo de gestão: um estudo de caso**. Diálogos & Ciência. n. 31, p. 201-204, set. 2012.

WAGNER, John.; HOLLENBECK, John . **Comportamento Organizacional**. São Paulo: Saraiva 2000.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CICLO OPERACIONAL DE UMA EMPRESA SUL CATARINENSE DO RAMO DE ALUMÍNIO E PLÁSTICO

Marcio Duarte Baesso¹; Flávio Schlickmann²; Rovânio Bussolo³; Joélia Walter Sizenando⁴; Andreza Baschiroto Soethe⁵.

1 Financeiro. Ibrap S/A. marcioduarte@gmail.com.

2 Docente. Unibave. flaviounibave@gmail.com.

3 Docente. Unibave administracao@unibave.net.

4 Docente. Unibave. joeliasize@gmail.com.

5 Docente. Unibave. andrezabask@hotmail.com.

Resumo: Quando o assunto é a análise da saúde financeira de uma organização, varias são as ferramentas que contribuem nesse processo, entre elas, o ciclo operacional no qual corresponde ao período entre a compra da matéria-prima e o recebimento das vendas. Sua análise é importante para obter maior controle sobre o fluxo financeiro da empresa. Diante desse contexto, este artigo teve como objetivo analisar o ciclo operacional de uma empresa sul catarinense do ramo de alumínio e plástico entre os anos de 2013 e 2015. Trata-se de uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa realizada através de uma investigação documental, especificamente no balanço patrimonial e na demonstração de Resultado. Ao analisar, percebeu-se que o ciclo operacional da empresa estudada encontrava-se elevado, visto a queda e a prorrogação das vendas no período, sendo estes os principais fatores para a elevação do tempo em que o produto final ficou estocado.

Palavras-chave: Ciclo Operacional. Fluxo financeiro. Balanço Patrimonial. DRE.

Introdução

Um fator essencial para o funcionamento de uma organização é saber identificar e perceber a sua saúde econômica e financeira assim como, planejar todas as ações de curto, médio e longo prazo. Processo esse, realizado através da análise das demonstrações contábeis, também chamada de demonstrações financeiras.

As demonstrações contábeis são responsáveis por informar a real situação patrimonial, econômica e financeira de uma empresa permitindo, através do calculo de índices, analisar o real desempenho da organização frente ao seu mercado. Varias são as ferramentas que podem contribuir nesse processo, entre elas, o ciclo operacional no qual corresponde ao período entre a compra da matéria-prima e o recebimento monetário decorrente das vendas do produto final. O ciclo operacional contribui diretamente na análise do desempenho financeiro da organização em termos de vendas, recebimentos e pagamentos.

Feitas as devidas considerações, a seguir apresenta-se os conceitos relacionados à análise financeira das organizações e em seguida, a discussão dos resultados obtidos a partir da análise financeira da empresa objeto de estudo.

Demonstrações contábeis

As demonstrações contábeis ou financeiras são essenciais para as organizações, pois representam de maneira estruturada a situação patrimonial e financeira da mesma, sendo utilizadas como ferramentas de avaliação da empresa em termos de desempenho econômico e financeiro. Dessa forma, as demonstrações contábeis têm por objetivo:

Fornecer informações sobre a posição patrimonial e financeira, o desempenho e as mudanças na posição financeira da entidade, que sejam úteis a um grande número de usuários em suas avaliações e tomadas de decisão econômica. (COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS, 2016, p.10).

Segundo Ribeiro (2013), as demonstrações contábeis legalmente utilizadas pelas empresas são: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração dos lucros e prejuízos acumulados, Demonstração do Fluxo de Caixa, Demonstração do valor adicionado. A obrigatoriedade do registro e apresentação dessas demonstrações contábeis depende de sua natureza, ou seja, nem todas as empresas são obrigadas a apresentarem todas as demonstrações citadas.

Ao visualizar as implicações econômicas e financeiras obtidas a partir da análise contábil e financeira os administradores, independente do ramo da empresa em que atuam, conseguem vislumbrar qual a decisão a ser tomada naquele momento e que resultará em um melhor saldo, deixando-os, assim, mais seguros quanto ao seu desempenho.

Análise das demonstrações contábeis

A análise das demonstrações contábeis é um estudo da situação financeira e patrimonial de uma empresa ou entidade, com o intuito de controlar e abrandar os riscos econômicos e financeiros ligados à organização. Em resumo, consiste num exame minucioso dos dados econômicos e financeiros disponíveis objetivando extrair informações que servirão para tomada de decisões (ESPINDOLA, 2013).

Ainda de acordo com Espindola (2013), as análises dessas demonstrações procuram evidenciar a situação financeira e situação econômica da empresa. A

situação financeira apresenta os índices de liquidez (medem a capacidade da empresa em honrar seus compromissos) e os de endividamento ou estrutura (mostram as grandes linhas de decisões financeiras, em termos de origens e aplicações de recursos). A situação econômica apresenta os índices de rentabilidade (mostram qual a rentabilidade dos capitais investidos) e os índices de atividade (mede a velocidade com que as contas do Ativo Circulante são convertidas em vendas ou interferem nas disponibilidades). Segundo Fagundes et al (2016, p.12):

“A análise horizontal identifica a evolução de diversos elementos patrimoniais em um período de tempo. Em contrapartida, a análise vertical obtém o valor percentual de cada elemento patrimonial e de seu resultado”.

Estas análises oferecem uma visão clara da situação financeiro-econômica da empresa, identificando seus pontos fortes e fracos e mostrando sua evolução durante os anos. Com as análises das evoluções da empresa é possível projetar situações que a empresa pode vivenciar num futuro próximo (ESPINDOLA, 2013). Durante a análise da situação financeira e econômica os índices são avaliados tanto verticalmente quanto horizontalmente.

Indicadores Financeiros

Os Índices Financeiros são aqueles que evidenciam a situação e a posição financeira da empresa, informando os níveis de desempenho da empresa em diversos aspectos. Segundo Rios (2016), os indicadores financeiros são divididos em: Índices de liquidez e Índices de estrutura ou endividamento, que serão descritos abaixo:

a) Índices de Liquidez: O objetivo deste índice é analisar a capacidade da empresa liquidar suas obrigações com terceiros, em outras palavras, pagar seus passivos. Os índices de liquidez podem ser subdivididos em: índice de Liquidez corrente, índice de Liquidez seca, índice de Liquidez Imediata, índice de Liquidez Geral;

b) Índices de estrutura ou endividamento: Segundo Rios (2016), esses índices relacionam as fontes de fundos entre si, procurando retratar a posição relativa do capital próprio com relação ao capital de terceiros. Ainda de acordo com o autor supracitado, os índices de estrutura ou endividamento avaliam a composição e a aplicação dos recursos da organização. Ainda de acordo com o autor supracitado, os índices são subdividido em: índice de participação do capital de terceiros (endividamento), índice de composição do endividamento, índice de endividamento geral, imobilização do patrimônio líquido, imobilização dos recursos não correntes.

Indicadores Econômicos

Os Índices econômicos indicam o lucro e a rentabilidade do capital aplicado, bem como, a velocidade das operações realizadas, entre outros. Segundo Rios (2016), estão subdivididos em:

a) Índices de Rentabilidade ou de Retorno: Os índices de retorno indicam o lucro da empresa com relação aos custos e despesas realizados para seu alcance e aos volumes de investimentos necessários e de recursos disponíveis. Geralmente são indicados em percentuais sendo divididos em: margem Bruta, Margem Operacional, Margem Líquida, Índice de Rentabilidade do Ativo, Índice de Rentabilidade do Patrimônio Líquido;

b) Índices de Rotação ou de Giro: Os índices de rotação ou de giro são aqueles que informam a velocidade com que os recursos disponíveis são aplicados, medindo a eficácia com que a empresa utiliza seus equipamentos, móveis, utensílios e outros bens, em seu processo operacional, segundo Rios (2016): Índice de Giro do Ativo Total, Índice de Giro do Ativo Médio, Giro do Patrimônio Líquido, Giro do Ativo Permanente;

c) Índices de atividades: De acordo com Gitman (2010), os índices de atividade medem a velocidade com que diversas contas se convertem em vendas ou caixa – entradas ou saídas. Para Kato (2012) os índices de atividade, são utilizados para mensurar a velocidade dos negócios da empresa. Para Fonseca (2009) este índice introduz quantos dias em média a empresa recebe suas vendas, paga suas compras e renova seus estoques. Três índices nesse grupo são estudados: prazo médio de renovação de estoques (PMRE), prazo médio de recebimento de vendas (PMRV), prazo médio de pagamento das compras (PMPC). Para completar, Fonseca (2009) afirma que estes índices estão relacionados ao ciclo operacional da empresa (período entre a aquisição da matéria-prima até o recebimento das vendas) e o ciclo financeiro (período entre o pagamento da matéria-prima adquirida e o recebimento das vendas).

Ciclo Operacional

O ciclo operacional é o tempo decorrido entre a compra e o recebimento da venda de mercadorias. Quanto menor esse indicador, melhor para a empresa. Corresponde ao intervalo de termo compreendido desde a compra das mercadorias ou dos materiais de produção até o recebimento da venda. Trata-se, portanto, de um período (médio) em que são investidos recursos nas operações sem que ocorram as

entradas de caixa correspondentes. Parte desse capital de giro é financiada pelos fornecedores que concederam prazo para o pagamento. (BRAGA, 2008, p.127).

Quando o ciclo operacional for maior que o prazo médio de pagamento de compras (PMPC) indica quantos dias a empresa financia seus clientes; já quando este ciclo for menor, indica quantos dias a empresa consegue financiar suas operações com recursos de terceiros (JUNIOR; BEGALLI, 2015).

Ciclo Financeiro

Indica a fonte de financiamento de suas atividades comerciais. De modo geral, quanto menor, melhor. Em tese, significa quantos dias a empresa financia suas atividades com recursos próprios ou de terceiros. É a diferença entre o ciclo operacional e o prazo médio de pagamento das compras (PMPC) (JUNIOR; BEGALLI, 2015).

Define em termos médios, o prazo que se inicia a partir dos pagamentos aos fornecedores e termina com o recebimento das vendas. Em outras palavras, é o período durante o qual a empresa financia suas operações sem a participação dos fornecedores. Quanto maior for o ciclo financeiro, mais recursos próprios e de terceiros (exceto fornecedores) estarão temporariamente aplicados nas operações [...] (BRAGA, 2008, p.127).

De maneira geral, o ciclo operacional se inicia com a compra da matéria prima e termina com o recebimento da venda. Integram o ciclo operacional: o ciclo econômico e financeiro, utilizados para avaliar o desempenho de um determinado produto até a entrega ao cliente, sendo esses dois ciclos compostos pelo prazo de pagamento, recebimento e estocagem. O ciclo econômico está ligado diretamente ao lucro, sendo o período compreendido entre a compra da matéria prima e a venda do produto ou mercadoria. O ciclo financeiro, ligado diretamente ao caixa, compreendido entre o desembolso financeiro para o pagamento da matéria prima e o recebimento efetivo da venda do produto ou mercadoria.

Prazo de Renovação de Estoques: Para Gitman (2010), o prazo de renovação de estoques ou giro de estoque costuma medir a atividade, ou liquidez, do estoque de uma empresa. Representam quantas vezes o estoque foi renovado de acordo com as vendas e o número de dias de estocagem médio;

Prazo Médio de Recebimento de Clientes: O índice mostra em média, quantos dias a empresa aguarda para receber suas vendas. Para conhecer esse índice é preciso

conhecer duplicatas anteriores (saldo anterior) e o saldo atual. Isso ocorre porque é preciso calcular a média das duplicatas a vencer. Segundo Rios (2016), este índice confronta as vendas a prazo com o valor médio das contas a receber de clientes. Indica o prazo médio de recebimento das duplicatas dos clientes para a empresa;

Prazo Médio de Pagamentos a Fornecedores: Confronta as compras a prazo com o saldo médio de duplicatas a pagar a fornecedores. Indica o prazo médio que as compras a prazo foram pagas. Indica quantas vezes o volume de duplicatas a pagar foi renovada e o número de dias, em média, para pagamento (RIOS, 2016). Segundo Fonseca (2009), o prazo médio de pagamento das compras (PMPC), indica, em média, quantos dias a empresa demora a pagar suas compras.

Quadro 1 - Prazos médios

PRAZOS MÉDIOS = POLÍTICA DE COMPRAS E VENDAS		
IDENTIFICAÇÃO	FÓRMULA	REVELA
PRAZO MÉDIO DE PAGAMENTOS DAS COMPRAS (PMPC)	$PMPC = \frac{\text{Fornec.}(m^*) \times 360}{\text{Compras} (*)}$ $(*) C = CMV + EF - EI$	Em quantos dias a empresa paga suas compras em média. QUANTO MAIOR MELHOR.
ROTAÇÃO DOS ESTOQUES (PMRE)	$PMRE = \frac{\text{Estoques}(m^*) \times 360}{CMV}$	Em quantos dias a empresa vende seus estoques em média. QUANTO MAIOR PIOR.
PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO DAS VENDAS (PMRV)	$PMRV = \frac{\text{Clientes a receber} (m^*) \times 360}{\text{Rec. Op. líquida}}$	Em quantos dias a empresa recebe suas vendas em média. QUANTO MAIOR PIOR.
CICLO OPERACIONAL (CO)	$CO = PMRE + PMRV$	O tempo decorrido entre a compra e o recebimento das vendas em média. QUANTO MAIOR PIOR.
CICLO FINANCEIRO (CF)	$CF = PMRE + PMRV - PMPC$	O tempo decorrido entre o pagamento de fornecedor e o recebimento pela venda; período que a empresa necessita ou não de financiamento do seu giro. QUANTO MAIOR PIOR.

Fonte: Kato, 2012.

No quadro1, segundo Kato (2012), estão descritas as formulas utilizadas para o estabelecimento do prazo médio de pagamento das compras aos fornecedores, prazo médio de rotação de estoques, o período em que o produto fica alojado no

estoque, o tempo que o cliente leva para pagar a empresa, o ciclo operacional para a fabricação de determinado produto e ciclo financeiro, que é o período em que a empresa irá averiguar se necessita ou não de financiamento para se manter no mercado.

A análise dos índices econômicos e financeiros, em especial os índices de atividades e prazos médios, objeto de estudo desse artigo, contribuem para uma visão ampla das atividades econômicas e financeiras da empresa. Utilizando-se de análises históricas e comparativas com indústrias do mesmo setor ou mesmo com o histórico da própria empresa, obtém-se informações importantes sobre a sua gestão.

Microambiente e macroambiente

Analisar o ambiente interno e externo proporciona a empresa uma visão ampla e detalhada sobre o mercado em que ela está inserida. Para Kotler e Armstrong (2007), o ambiente de marketing de uma empresa é integrado por participantes e pelas forças externas de marketing, que se deve manter o bom relacionamento com clientes alvo. Empresas bem sucedida devem estar sempre observando o ambiente em mutação e adaptar-se á ele em constante movimentação.

Microambiente: a análise do microambiente possibilita a empresa conhecer seus pontos fortes e fracos e a partir disto elaborar estratégias para melhorar seus indicadores. Kotler e Armstrong (2007) afirmam que o microambiente é constituído pelos agentes próximos à empresa sendo: a empresa, fornecedores, intermediários de marketing, mercados de clientes, concorrentes e públicos.

Macroambiente: a análise do macroambiente possibilita a empresa reconhecer quais são as oportunidades e ameaças no mercado em que atua. Para Kotler e Armstrong (2007), o macroambiente é constituído pelas forças sociais externas a empresa sendo: forças demográficas, econômicas, naturais, tecnológicas, políticas e culturais.

Diante do exposto e da concepção de que a administração financeira está diretamente ligada à competitividade e sobrevivência empresarial, o presente trabalho tem como objetivo geral, analisar o ciclo operacional de uma empresa Sul Catarinense do ramo de alumínio e plástico entre os anos de 2013 e 2015, em especial, o ciclo econômico e financeiro compostos pelos prazos de pagamento, de recebimento e de estocagem, procurando correlacionar às análises com dados e eventos ocorridos tanto no microambiente quanto no macroambiente da organização estudada.

O estudo desses índices é de fundamental importância para a empresa, pois possibilita a ampliação da visão sobre a saúde da mesma e sobre o mercado em que atua. Além disso, esta pesquisa auxilia na obtenção de dados importantes sobre períodos anteriores permitindo que sejam corrigidos nas gestões seguintes.

Procedimentos Metodológicos

Para a realização de qualquer pesquisa científica, é imprescindível que se utilize um método. Segundo Gil (1999, p.26), o método científico é caracterizado como um “[...] conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento”. Desse modo, com o intuito de analisar o ciclo operacional de uma empresa sul catarinense do ramo de plástico entre os anos de 2013 a 2015, este artigo seguiu o delineamento de uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa, realizada através de uma investigação documental visto que, para a coleta de dados, utilizou-se o balanço patrimonial da empresa estudada.

A pesquisa descritiva “[...] tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relação entre as variáveis” (GIL, 1999, p.44).

Buscou seus dados por meio de uma investigação documental realizada no banco de dados da organização. Segundo Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa documental é caracterizada pelo fato de a coleta de dados ser feita por meio de documentos, escritos ou não. Gil (1999) acrescenta que neste tipo de pesquisa, os materiais obtidos não receberam tratamento analítico.

Ao obter os dados, segue-se para a análise dos mesmos. Dessa forma, caracteriza-se por uma investigação com abordagem quantitativa, pois se restringe a análise dos dados obtidos na empresa utilizando análises matemáticas e estatísticas (CERVO, 1996).

Portanto, através de uma pesquisa quantitativa, procurou-se diagnosticar o processo o ciclo operacional da empresa em estudo, utilizando o estudo documental como procedimento técnico, para que assim possamos descrever suas principais características e então propor melhorias para tal processo.

Resultados e Discussão

A empresa objeto de estudo está localizada na região sul de Santa Catarina, tendo como atividades principais a fabricação de esquadrias de alumínio, kit box para

banheiros, telhas translúcidas entre outros. Com marca própria, consegue fornecer diversas linhas de portas e janelas de alumínio, a linha de Box para banheiros dos mais variados modelos, fornecendo-os a construtoras e revendas de todo o País. Possui certificado ISSO 9001, assegurando produtos e serviços prestados em conformidade com os requisitos exigidos.

Sua missão é entender as necessidades e fornecer produtos e serviços eficientes ao mercado, atendendo as necessidades do cliente com agilidade e confiabilidade, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Sua visão é ser líder nacional e referência em esquadrias e produtos para a construção civil. E seus valores são baseados na Ética, no Profissionalismo, na Responsabilidade, no Dinamismo e no Comprometimento.

Índices de atividade/prazos médios da empresa

A análise dos prazos médios, utilizando as formulas do quadro, foi realizada entre os anos de 2013 e 2015, usando como documentos de pesquisa o balanço patrimonial e a DRE da empresa em estudo, conforme a figura 1 e a figura 2, disponibilizadas pela mesma através do seu banco de dados.

Figura 1 - Balanço Patrimonial

Ativo				
Período	2012	2013	2014	2015
Ativo circulante	R\$ 52.698,00	R\$ 76.254,00	R\$ 91.899,00	R\$ 85.286,00
Disponibilidades	R\$ 3.160,00	R\$ 774,00	R\$ 499,00	R\$ 973,00
Títulos e valores mobiliários	R\$ 1.061,00	R\$ 870,00	R\$ 2.699,00	R\$ 2.225,00
Clientes	R\$ 23.764,00	R\$ 31.534,00	R\$ 33.222,00	R\$ 28.936,00
Estoques	R\$ 17.422,00	R\$ 31.316,00	R\$ 45.491,00	R\$ 46.903,00
Impostos a recuperar	R\$ 789,00	R\$ 1.202,00	R\$ 631,00	R\$ 171,00
Outros créditos	R\$ 6.502,00	R\$ 10.558,00	R\$ 9.357,00	R\$ 6.078,00
Ativo não circulante	R\$ 41.361,00	R\$ 41.421,00	R\$ 50.541,00	R\$ 50.746,00
Realizável a longo prazo	R\$ 2.514,00	R\$ 2.042,00	R\$ 2.243,00	R\$ 2.227,00
Impostos a recuperar	R\$ 1.986,00	R\$ 1.489,00	R\$ 1.685,00	R\$ 1.604,00
Partes relacionadas	R\$ 506,00	R\$ 506,00	R\$ 506,00	R\$ 534,00
Outros créditos	R\$ 22,00	R\$ 47,00	R\$ 52,00	R\$ 89,00
Imobilizado	R\$ 38.117,00	R\$ 38.322,00	R\$ 47.349,00	R\$ 47.693,00
Intangível	R\$ 730,00	R\$ 1.057,00	R\$ 949,00	R\$ 826,00
Total do Ativo (Milhares de reais)	R\$ 94.059,00	R\$ 117.675,00	R\$ 142.440,00	R\$ 136.032,00
Passivo				
Período	2012	2013	2014	2015
Passivo Circulante	R\$ 38.681,00	R\$ 71.841,00	R\$ 90.718,00	R\$ 72.625,00
Fornecedores	R\$ 12.765,00	R\$ 17.575,00	R\$ 31.041,00	R\$ 32.088,00
Empréstimos e financiamentos	R\$ 12.591,00	R\$ 37.701,00	R\$ 36.399,00	R\$ 25.780,00
Impostos e contribuições	R\$ 820,00	R\$ 850,00	R\$ 4.938,00	R\$ 1.697,00
obrigações trabalhistas e sociais	R\$ 2.572,00	R\$ 5.037,00	R\$ 5.429,00	R\$ 5.154,00
Vendas antecipadas	R\$ 7.058,00	R\$ 5.799,00	R\$ 6.743,00	R\$ 3.933,00
Outras contas a pagar	R\$ 2.875,00	R\$ 4.879,00	R\$ 6.168,00	R\$ 3.973,00
Passivo não Circulante	R\$ 32.302,00	R\$ 20.191,00	R\$ 24.626,00	R\$ 36.683,00
Exigível a longo prazo				
Empréstimos e financiamentos	R\$ 24.815,00	R\$ 13.481,00	R\$ 18.387,00	R\$ 17.439,00
Impostos e contribuições	R\$ 2.157,00	R\$ 1.637,00	R\$ 1.379,00	R\$ 14.598,00
Impostos de renda e contr. Social diferido	R\$ 5.330,00	R\$ 5.073,00	R\$ 4.860,00	R\$ 4.646,00
Patrimônio líquido	R\$ 23.076,00	R\$ 25.643,00	R\$ 27.096,00	R\$ 26.724,00
Capital social	R\$ 7.673,00	R\$ 7.673,00	R\$ 12.874,00	R\$ 12.874,00
Reserva legal	R\$ 483,00	R\$ 637,00	R\$ 686,00	R\$ 686,00
Ajuste avaliação patrimonial	R\$ 4.589,00	R\$ 9.901,00	R\$ 9.470,00	R\$ 9.685,00
Reserva de lucros	R\$ 10.331,00	R\$ 7.432,00	R\$ 4.066,00	R\$ 3.479,00
Total do passivo (Milhares de reais)	R\$ 94.059,00	R\$ 117.675,00	R\$ 142.440,00	R\$ 136.032,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 2 – DRE

Demonstração de resultado do exercício - DRE (Milhares de reais)				
	Período			
	2012	2013	2014	2015
Receita bruta de vendas e serviços	R\$ 189.058,00	R\$ 228.144,00	R\$ 252.134,00	R\$ 263.285,00
Deduções de vendas	R\$ 45.799,00	R\$ 55.484,00	R\$ 59.261,00	R\$ 60.409,00
Receita operacional líquida	R\$ 143.259,00	R\$ 172.660,00	R\$ 192.873,00	R\$ 202.876,00
Custo das vendas e serviços	R\$ 109.021,00	R\$ 125.819,00	R\$ 145.892,00	R\$ 149.976,00
Resultado bruto	R\$ 34.238,00	R\$ 46.841,00	R\$ 46.981,00	R\$ 52.900,00
Despesas (receitas) operacionais	R\$ 26.945,00	R\$ 35.709,00	R\$ 38.488,00	R\$ 40.928,00
Com vendas	R\$ 20.872,00	R\$ 25.109,00	R\$ 25.283,00	R\$ 27.027,00
Gerais e administrativas	R\$ 6.274,00	R\$ 10.674,00	R\$ 13.505,00	R\$ 13.951,00
Outras receitas operacionais	R\$ 201,00	R\$ 74,00	R\$ 300,00	R\$ 50,00
Resultado operacional antes do resultado financeiro	R\$ 7.293,00	R\$ 11.132,00	R\$ 8.493,00	R\$ 11.971,00
Resultado financeiro	R\$ 4.392,00	R\$ 5.716,00	R\$ 6.348,00	R\$ 12.206,00
Despesas financeiras	R\$ 5.210,00	R\$ 6.304,00	R\$ 8.318,00	R\$ 15.593,00
Receitas financeiras	R\$ 818,00	R\$ 588,00	R\$ 1.970,00	R\$ 3.387,00
Resultado operacional	R\$ 2.901,00	R\$ 5.416,00	R\$ 2.145,00	-R\$ 235,00
Despesas (receitas) extraordinárias	R\$ 1,00	R\$ 45,00	R\$ 2,00	R\$ 8,00
Resultado antes do IRPJ e CSLL	R\$ 2.900,00	R\$ 5.371,00	R\$ 2.143,00	R\$ 243,00
Imposto de renda e contribuição social	R\$ 1.523,00	R\$ 2.289,00	R\$ 1.173,00	R\$ 343,00
Resultado do exercício	R\$ 1.377,00	R\$ 3.082,00	R\$ 970,00	R\$ 586,00
Resultado por lote de mil ações - R\$	R\$ 179,40	R\$ 401,66	R\$ 75,32	R\$ 45,52

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Verifica-se no quadro 2, que foram calculados o prazo médio de pagamento das compras, prazo médio de rotação dos estoques, prazo médio de recebimento das vendas e consequentemente ciclo operacional e ciclo financeiro.

Quadro 2 - Prazos médios da empresa em estudo

Índices	Período		
	2015	2014	2013
Prazo médio de pagamento das compras (PMPC)	75,06 dias	54,67 dias	39,09 dias
Prazo médio de rotação dos estoques (PMRE)	110,89 dias	94,76 dias	69,73 dias
Prazo médio de recebimento das vendas (PMRV)	55,15 dias	60,43 dias	57,65 dias
Ciclo operacional (CO)	166,04 dias	155,16 dias	127,38 dias
Ciclo financeiro (CF)	90,93 dias	100,52 dias	88,29 dias

Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

Ao analisar o quadro 2, percebe-se que o ciclo operacional aumentou no decorrer dos anos, ou seja, o prazo entre a compra da matéria prima e o recebimento da venda cresceu 27 dias, visto que se tinha um ciclo de 127 dias no ano de 2013 e logo aumentou para 166 no decorrer do ano de 2014 e 2015. Já o ciclo financeiro da

empresa, que corresponde ao tempo decorrido entre o pagamento de fornecedores de recebimento de clientes, oscilou entre 88 dias em 2013, 100 dias 2014 e 90 dias em 2015.

Os resultados referentes ao ciclo operacional e financeiro estão diretamente relacionados ao prazo de recebimento, pagamento e prazo de rotação dos estoques. Nesse caso referente ao prazo de pagamento aos fornecedores e de recebimento de vendas, pode-se perceber que o prazo de pagamento até o referido ano de 2015 se mantém maior em termos de dias, comparando com o ano de 2013 para 2015, passando de 39 para 75 dias em média. Já o prazo de recebimento de vendas manteve uma média de 55 dias, isto é muito importante para o fluxo de caixa da empresa, pois assim ela consegue ter margem para cumprir com suas obrigações financeiras, sendo financiada pelos seus fornecedores.

A empresa está com o prazo de recebimento de suas vendas (clientes) menor que o prazo de pagamento, recebendo os pagamentos de seus clientes antes de efetuar o pagamento dos fornecedores. Esta situação é favorável para a empresa em termos de capital de giro, onde consegue cumprir suas obrigações de maneira coerente e natural. Entretanto, existe um fator que pode levar a um desequilíbrio para estes índices, que é caso do Prazo médio de rotação de estoques, que pode impactar negativamente no ciclo operacional da empresa, pois demonstra que a empresa manteve um aumento contínuo nos seus estoques, por falta de vendas.

As empresas do ramo da construção civil são os principais clientes da instituição estudada. Sendo assim, ao se agravar a crise econômica no país no ano de 2015 especificamente, a empresa pesquisada teve uma grande queda nas suas vendas, principalmente em obras do governo referentes ao projetos “minha casa minha vida”, credenciado pela Caixa Econômica Federal. O corte de recursos para o programa de financiamento residencial foi estimado em 58%, o que representa quase R\$ 200 milhões de reais que não puderam ser destinados a conclusão da terceira parte do programa¹.

As vendas são pré-determinadas a clientes, que ao aderirem ao programa “minha casa minha vida” fixam um contrato de venda e que posteriormente é utilizado para a liberação de crédito na Caixa Econômica Federal. A análise a ser observada

¹ Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-2015--8-dos-9-principais-programas-sociais-do-governo-perderam-recursos,10000015446>>. Acesso em: 04 de set. 2016.

neste caso é referente ao impacto ocorrido, no aumento do prazo médio de rotação de estoques (PMRE), tendo um aumento negativo de 69 dias para 110 dias. Com isso, o ciclo operacional da empresa, que é o tempo médio decorrido entre a compra e o recebimento das vendas, aumentou devido ao prazo médio de rotação de estoques, este prazo representa à dificuldade nas vendas em especial ao ano de 2015.

Como a empresa trabalha com contratos, esta percebeu uma diminuição significativa em suas vendas. Entretanto, a instituição estudada possuía algumas vendas já realizadas devido às negociações feitas anteriormente com pedidos fechados em carteira até o final do segundo semestre. A empresa trabalha com contrato de venda para o ramo da construção civil, onde seus clientes, que são principalmente as construtoras, firmam um contrato onde existem cláusulas que prorrogam o prazo de entrega dos produtos. Nesta ocasião, muitos contratos foram prorrogados e outros até cancelados. Isto impactou diretamente nas vendas de seus produtos. Também foi possível verificar que a empresa compra matéria prima, produz e deixa em estoque os produtos pré-preparados por vários meses até a entrega ao cliente final. Isto significa que o material passa um processo de transformação antes de ir para a montagem, sendo que se analisado, poderia ser feito um trabalho de planejamento de entregas de matéria prima para não impactar no fluxo de caixa.

Para a administração da empresa, é imprescindível que sejam realizados acompanhamentos periódicos do macro e micro ambiente em paralelo ao ciclo operacional, pois a venda recebida antes de efetuar o pagamento da compra de matéria-prima é muito importante para o fluxo de caixa. Entretanto, isto não significa que a empresa esta bem com esta análise, ou seja, não adianta receber antes de pagar, sendo que na maioria das vezes a matéria prima utilizada é transformada e o produto fica em estoque por, pelo menos, o dobro do prazo estabelecido na negociação.

Considerações Finais

Diante dos resultados apresentados, juntamente com o referencial teórico, percebe-se a importância da análise do ciclo financeiro. A contribuição desta análise é fundamental para a sobrevivência de uma empresa. As técnicas utilizadas são consideradas simples e podem ser feitas anualmente após o encerramento do balanço da empresa. Fazendo esta análise, foi possível perceber algumas das dificuldades que são apresentadas no passar dos anos.

Com relação a empresa estudada, conclui-se que o ciclo operacional foi o principal fator para alavancar o tempo em que os produtos ficaram armazenados na empresa. A situação se agravou no segundo semestre do período de 2015, onde já existia uma pequena queda de pedidos devido a boatos de uma nova crise econômica que estava prestes a se instalar no País. Diante do exposto, o estoque de produtos acabados ou semiacabados, acabaram impactando diretamente no fluxo de caixa da empresa. As obrigações com os fornecedores permaneciam, e as vendas dos produtos não vinham acontecendo de maneira natural para que se conseguisse cobrir este período de tempo.

A análise, a comunicação e o estudo dos ciclos contribuem muito para o crescimento de qualquer empresa. O setor financeiro, na maioria das vezes, deixa de investir na empresa pela falta de capital de giro e fica “sofrendo” para conseguir honrar com suas obrigações perante os fornecedores. O setor financeiro depende muito desta análise, pois o dinheiro utilizado para cumprir suas obrigações com fornecedores e outros, é adquirido através de recursos cabíveis, e deve ser utilizado de forma planejada, evitando desperdícios financeiros, que interfere no fluxo de caixa.

Por fim, é possível concluir que o ambiente político/legal juntamente com o ambiente econômico devem ser objetos de estudo dos administradores da empresa, tendo em vista que estes podem influenciar diretamente nos resultados da empresa.

Referências

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. 1 ed. São Paulo:Atlas, 2008.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 4. ed. São Paulo: MAKRON Books, 1996.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamentos técnicos contábeis 2008/Comitê de Pronunciamentos Contábeis**. Brasília : Conselho Federal de Contabilidade, 2009. Disponível em: <http://portalcfc.org.br/wordpress/wp-content/uploads/2013/01/livro_CPC2.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2016.

ESPINDOLA, Fabio. **Estrutura e Análise Financeiro Econômica das Demonstrações Contábeis**. Disponível em: <<http://www.monografias.brasilecola.com>>. Acesso em: 06 set. 2013.

ESTADAO. **Programas sociais do governo perderam recursos**. Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,em-2015--8-dos-9-principais->

programas-sociais-do-governo-perderam-recursos,10000015446>. Acesso em: 04 de set. 2016.

FAGUNDES, Jair Antonio et al. **Análise das demonstrações contábeis: reflexos da conjuntura econômico-social no patrimônio de uma cooperativa de crédito – SICREDI ouro verde.** Porto Alegre: ConTexto, v. 8, n. 13, 2008. Disponível em: file:///C:/Users/adm/Downloads/11102-36622-1-PB.pdf. Acesso em: 26 jun. 2016.

FONSECA, José Wladimir Freitas. **Administração Financeira e Orçamentária.** Curitiba: Iesde Brasil S.A, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GITMAN, Laurence J. **Princípios da Administração Financeira.** 12. ed. São Paulo: Pearson, 2010.

JUNIOR, José Hernandez Perez; BEGALLI, Glaucos Antonio. **Elaboração e análise das demonstrações financeiras.** 5 ed.São Paulo: Atlas, 2015.

KATO, Jerry Miyoshi. **Curso de Finanças Empresariais: Fundamentos de gestão financeira em empresas.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2012.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios do Marketing.** 12 ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Intermediária.** 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

RIOS, Ricardo Pereira et al. **A Análise das Demonstrações Contábeis e sua Importância para Evidenciar a Situação Econômica e Financeira das Organizações.** Disponível em: <<http://www.facsao Roque.br/>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

CRÉDITO E COBRANÇA EM UMA EMPRESA DO SUL CATARINENSE

**Guilherme da Silva¹; Rovânio Bussolo²; Salésio Miotelo³; Flávio Schilickmann⁴;
Jadina de Nez⁵**

¹Financeiro. Eliane S/A Revestimentos Cerâmicos. guilherme_dasilvaa@hotmail.com.

²Docente. Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE. rovaniob@gmail.com.

³Financeiro. Eliane S/A Revestimentos Cerâmicos. salesio.miotelo@eliane.com.

⁴Docente. Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE. flaviounibave@gmail.com.

⁵Docente. Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE. jadinadenez@gmail.com.

Resumo: Ao analisar o crédito de um cliente, busca-se o máximo de informações sobre o mesmo, pois, isso impactará diretamente nas vendas da empresa, uma vez que vários clientes irão comprar no crediário, sendo que o responsável por essa análise, também deve levar em conta a continuidade do negócio, não deixando que o valor do crédito liberado, interfira na situação econômica da empresa. Nesse trabalho define-se como objetivo geral analisar o processo de crédito e cobrança na empresa Eliane S/A revestimentos cerâmicos. Utiliza-se como procedimento desse estudo o método exploratório, uma vez que busca-se uma aproximação com o objeto de estudo. Percebe-se ao longo da pesquisa que a empresa possui um fluxo de processo definido no setor de contas a receber. A análise de crédito é feita baseada em critérios pré-definidos. Em relação à cobrança, há um cuidado para com os clientes nessa situação, tendo um procedimento bem definido.

Palavras-chave: Contas a receber. Crédito. Concessão de crédito. Cobrança.

Introdução

A gestão e análise de risco de crédito em uma organização deve ser um fator de atenção para o departamento que cuida do crédito de seus clientes. Os critérios a serem adotados devem ser claros e seguidos pelas pessoas que estão diretamente envolvidas nisso, pois, uma má análise na concessão de crédito pode colocar a empresa em uma situação desagradável economicamente.

A política de crédito de uma empresa, está voltada para o atendimento dos clientes, satisfazendo suas necessidades, porém, ela deve estar relacionada com a lucratividade da empresa. Neste sentido Blatt (1999, p. 34), relata que uma boa política de crédito deve “equilibrar os objetivos de lucro com as necessidades do cliente”.

Nesta parte do trabalho, apresentam-se os conceitos relacionados à política de crédito e cobrança, que são necessários serem desenvolvidos em uma empresa.

Contas a receber

O contas a receber, desempenha um papel operacional, e relevante no processo financeiro, verificando o que de fato foi pago e o que ainda tem a receber. Para Silva (2001, p. 104), “contas a receber representam os valores a receber de clientes, decorrentes dos produtos, mercadorias ou serviços vendidos pela empresa e ainda não recebidos”.

Neste sentido, Zdanowicz (2000, p. 199) diz que:

O administrador financeiro tem a responsabilidade de analisar os valores a receber pela empresa para que não haja concentração ou deficiência de recursos financeiros investidos neste item, pois podem pôr em risco a liquidez e o dimensionamento do capital de giro da empresa.

Assaf Neto e Lima (2014, p. 694), enfatizam que “para muitas empresas, os investimentos em valores a receber representam uma parte significativa se seus ativos circulantes, exercendo, em consequência, importantes influências em suas rentabilidades”.

Nesse processo deve-se ter um bom controle, pois, cada vez mais, as empresas devem ter controles sobre suas ações, ainda mais quando há instabilidades no mercado, então, um bom controle neste quesito, influencia diretamente nas contas a pagar da empresa, pois, de forma lógica, quando não se obtém o retorno da concessão do crédito, a empresa poderá ter problemas de caixa.

Concessão de crédito

A concessão de crédito se faz presente e necessária tanto no âmbito de pessoa física quanto jurídica, em algumas situações, se tornam até mesmo um diferencial perante as correntes no momento das vendas, porém, deve haver muita atenção neste processo. Braga (2009) relata que as empresas concedem crédito para ampliar seu nível de operações, teoricamente, obter a conquista dos clientes, absorverem melhor seus custos fixos e, dessa forma, maximizar a rentabilidade.

Esse processo também cria um vínculo empresa/cliente, onde a confiança se torna imprescindível. Para Oliveira (1996), do ponto de vista econômico, no momento que ocorre a troca de um bem presente por um bem futuro, a confiança se mostra presente, pois, ao fazer a entrega ao cliente do “bem presente”, o credor acredita fielmente que receberá de volta o pagamento no prazo determinado.

Ao se referir à análise de crédito, devemos levar em consideração o que Scherr (1989), descreve sobre isso, quando ele diz que em uma análise de crédito devemos observar cinco fatores, aos quais são chamados de 5 C's do crédito, sendo eles: caráter, capacidade, capital, colateral, condições.

Caráter

De acordo com Scherr (1989), caráter representa o histórico de pagamentos. Assaf Neto e Lima (2014, p. 694), ao se referirem ao caráter, dizem que isso “identifica a disposição do cliente em pagar corretamente seu crédito”. O credor ao fazer essa análise de concessão do crédito, deve levar em consideração a honestidade, integridade, histórico judicial e de pagamentos do cliente, dentre outros aspectos, complementam Assaf Neto e Lima (2014).

Faz-se entender que a principal ideia da concessão de crédito é buscar conhecer e avaliar a idoneidade do cliente no cumprimento de seus compromissos, neste mesmo ponto de vista, nesse sentido, Braga (1989, p. 117) menciona que o caráter

Refere-se à intenção do devedor em pagar suas dívidas, independentemente de haver ou não condições de fazê-lo. As informações cadastrais obtidas junto a bancos, fornecedores e agências especializadas permitem conhecer os hábitos de pagamento (“é pontual”, “costuma pagar com dias de atraso”, “só tem pagado os títulos apontados em cartório”, “tem títulos protestados” etc.).

Schricket (1998, p. 48), descreve que “este é o mais importante e crítico “C” em qualquer concessão de crédito, não importando, em absoluto o valor da transação”. O tomador da concessão deve reunir o máximo de informações que possa sobre “sua cultura e hábitos, a maneira de vida, *hobbies* e passatempos, suas associações no universo cultural e profissional, ambições e posturas éticas, familiares, seu profissionalismo e honestidade nos negócios e tudo o que mais o convença”, complementa Schrickel (1998, p. 49).

Capacidade

Scherr (1989), diz que a capacidade verifica o potencial financeiro da empresa para que honre com seus compromissos, analisando a renda para as pessoas físicas e os índices de liquidez e endividamento para as pessoas jurídicas.

Assaf Neto e Lima (2014, p. 694), revisam o conceito de capacidade, dizendo que a capacidade “procura medir o potencial de geração de recursos do cliente visando a liquidação do crédito conforme solicitado”.

Capital

Schrickel (1998, p. 52) argumenta que na concessão do crédito, deve ser levantada uma questão relacionada a: “será que o tomador potencial de crédito tem capital suficiente para operar em níveis adequados de eficiência e retorno?”

Para Silva (2013, p. 76), o capital “refere-se à situação econômico-financeira da empresa, no que diz respeito a seus bens e recursos possuídos para saldar seus débitos”.

De acordo com Scherr (1989), o capital representa a solidez patrimonial, analisado o patrimônio pessoal ou índice de liquidez e endividamento para pessoa jurídica.

Colateral

Silva (2013, p. 77) destaca que esse item “refere-se à capacidade do cliente em oferecer garantias complementares. A garantia é uma espécie de segurança adicional e, em alguns casos, a concessão de crédito precisará dela para compensar as fraquezas decorrentes de outros fatores de risco”.

Para Scherr (1989), colateral representa as garantias oferecidas pelo cliente, para que efetue a compra. O conceito de colateral ou garantias (nome mais usual no Brasil) é abordado por Assaf Neto e Lima (2014, p. 694), quando dizem que “as garantias julgam os ativos que o cliente pode oferecer como forma de lastrar (garantir) seu crédito”.

Condição

Conforme Scherr (1989), a condição representa as condições econômicas vigentes a cada característica individual. Silva (2013, p. 72) diz que as condições “englobam fatores externos, que em princípio não estão sob o controle da empresa”.

Schrickel (1998, p. 52) integra esse conceito, dizendo que “as condições dizem respeito ao micro e macrocenário em que o tomador de empréstimos está inserido”.

Cobrança

O processo de cobrança busca por meio de várias ações, que seus clientes honrem com seus compromissos, sendo assim, Santos (2001, p. 50) define que, “embora seja uma atividade fundamentalmente operacional, a cobrança também requer planejamento e controle para torná-la eficaz”.

O processo posterior à concessão de crédito à um cliente é a cobrança, fazendo assim que o valor concedido retorne à empresa, Lansini (2003, p. 39), acrescenta que: “a cobrança objetiva promover o retorno do dinheiro ou do capital investido, sendo que, no ambiente dos negócios, o fluxo de dinheiro é fundamental para a saúde financeira da empresa”.

De acordo com Silva (2008, p. 357),

A cobrança é parte importante do ciclo do negócio e assume cada vez mais um papel relevante e reconhecido nas organizações empresariais e instituições financeiras. O contínuo desafio das empresas para manter ou aumentar sua participação no mercado requer uma política de cobrança focada em dois vetores principais, ou seja, (i) maximização da cobrança visando melhorar o fluxo de caixa da empresa e (ii) minimização das perdas de negócios futuros.

De acordo com Assaf Neto e Lima (2014, p. 701), as políticas de cobranças com maior liberalidade podem “proporcionar elevações nos valores das medidas financeiras consideradas”. Caso a medida seja adotada ao contrário, “com maior rigidez nos procedimentos de cobrança, são esperadas retrações nos volumes de vendas, nos níveis das despesas gerais de crédito e nos investimentos circulantes”, complementam os autores.

Dentro da organização, “cobrar” deve ser um processo importante, que requer cuidado com o ato, pois não poderá ferir a relação com seu cliente.

Diante deste contexto, levanta-se o seguinte questionamento: como é o processo de crédito e cobrança na empresa Eliane S/A? Para direcionar a pesquisa, define-se como objetivo geral, analisar o processo de crédito e cobrança na empresa Eliane S/A revestimentos cerâmicos. Constituem os objetivos específicos: A) verificar as atividades realizadas no setor de contas a receber. B) analisar os critérios para a concessão de crédito na empresa. C) identificar a forma de cobrança da empresa.

Procedimentos Metodológicos

Este estudo tem como procedimentos metodológicos a pesquisa exploratória, uma vez que visa uma maior aproximação com o objeto em estudo. A pesquisa exploratória segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 51), é “quando a pesquisa se encontra na fase preliminar; tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento”.

Nesse estudo, utiliza-se o estudo de caso como procedimento de pesquisa, segundo Gil (2002, p. 54), esse estudo “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados”.

A pesquisa foi realizada na empresa Eliane S/A Revestimentos Cerâmicos, situada na cidade de Cocal do Sul, criada no ano de 1960, por um empreendedor da região, conhecido por “Millo” - Maximiliano Gaidzinski, que comprou uma pequena cerâmica, que se encontrava com dificuldades financeiras, reformulou e iniciou as atividades, com um olhar de um exímio empreendedor.

A Eliane, hoje é referência nacional e internacional em cerâmicas, exportando para mais de 80 países, e tendo mais de 15.000 mil pontos de vendas em todo o Brasil, tendo matriz em Cocal do Sul, e atualmente possui duas filiais, uma localizada na cidade de Criciúma, denominada Eliane Porcellanato e também na Bahia, conhecida como Eliane Ceramus. A Eliane é composta por uma estrutura familiar, a presidência da empresa hoje é de Edson Gaidzinski Jr., neto de Maximiliano Gaidzinski.

Em 1979 foi criado por meio da Eliane, o Instituto Maximiliano Gaidzinski, que recebeu o nome do fundador da empresa e que até hoje forma e capacita profissionais para indústrias cerâmicas do Brasil e do mundo.

Os procedimentos adotados nessa pesquisa vêm ao encontro do objetivo da pesquisa que é conhecer o funcionamento do setor de crédito e cobrança da empresa, bem como suas ações. Conversa-se com as pessoas envolvidas nesse processo, busca-se entender como são os procedimentos adotados e a partir disso, realiza-se a análise dos dados.

Resultados e Discussão

Contas a receber

A função conta a receber, segundo autores estudados anteriormente, busca a identificação do que a empresa tem a receber. Acompanhando os processos na empresa Eliane a esse respeito, pode-se identificar como são realizados esses procedimentos.

Atualmente a empresa trabalha com sua cobrança de forma registrada, ou seja, todos os títulos gerados são enviados a banco. A partir deste momento, entra o setor contas a receber, onde o mesmo é responsável por realizar a transmissão dos títulos através de arquivos aos bancos, esse sistema, também busca as liquidações que acontecem diariamente, todo esse processo é realizado eletronicamente via arquivo, sendo que o sistema interno da empresa está parametrizado com o sistema do banco, sendo assim, as pessoas que trabalham neste setor, podem gerar os arquivos com as informações necessárias para o processo.

Este setor também é responsável por todas as instruções realizadas em um título, tais como: alteração de vencimento, a empresa e o cliente, acertam uma nova data de vencimento, coloca-se a informação no sistema interno da empresa, gera-se novo arquivo, e se envia novamente ao banco, para que o mesmo realize tal procedimento, outras instruções também são realizadas desta forma, como sustação de cartório, abatimento de valores e protestar urgente.

O setor também realiza operações de vendor, que se refere à negociação de títulos junto ao banco, onde o mesmo libera o valor dos títulos antecipadamente às liquidações e, posteriormente, quando os clientes realizarem o pagamento, o crédito fica junto ao banco. Para realizar a operação de vendor, é negociada junto ao banco, a taxa da operação, que tem variação de um dia para o outro, podendo assim selecionar a taxa mais atrativa, as operações de vendor são semelhantes a antecipação de recebíveis, com o diferencial nas taxas negociadas, no momento a empresa pretende eliminar essa modalidade de venda, pois considera que existe outras modalidades de operações mais atrativas no mercado.

Outras atividades são realizadas neste setor como o acompanhamento diário dos extratos dos oito bancos que a empresa opera no momento, todos os extratos e as liquidações diárias são salvos internamente e digitalmente, desta forma este setor se responsabiliza por uma parte mais operacional no financeiro da empresa.

Concessão de crédito

A concessão de crédito, segundo os autores estudados nesta pesquisa, se refere à confiança que uma empresa transmite para com seu cliente, observando o processo da empresa Eliane, na sequência destacamos os procedimentos realizados pelo setor de crédito.

A empresa efetua o processo de concessão de crédito da seguinte forma: realiza diversas pesquisas referentes ao potencial de compra e idoneidade dos seus clientes. Um dos primeiros procedimentos é verificar junto ao *site* Boa Vista SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito), que é um *site* de consulta ao CPF, CNPJ, cheques e veículos, semelhante ao Serasa, porém, com um custo bem mais acessível que o SERASA (Centralização de Serviços dos Bancos). O *site* Boa Vista SCPC traz todas as pendências que o cliente possui desde que estejam registradas pelos órgãos vinculados ao *site*. Por meio do Boa Vista SCPC é possível classificar um cliente, como bom ou mal pagador.

Simultânea à pesquisa no *site* Boa Vista SCPC é realizada uma pesquisa no CCB (Convênio Cadastral Bandeirantes), que é utilizado pelas empresas do ramo cerâmico e de materiais de construção. Posteriormente, se realiza pesquisa bancária e comercial, nos bancos e fornecedores onde o cliente possui cadastro, para se obter mais informações do cliente.

Após juntar estas informações, se avalia o capital social do cliente, para assim, tomar a decisão de qual limite de crédito é possível ser concedido ao mesmo, uma vez que devemos levar em consideração que a concessão de crédito mal feita pode acarretar em consequências desagradáveis à empresa.

Cobrança

A cobrança busca o retorno do crédito concedido a uma determinada pessoa/empresa e isso pode-se perceber nos relatos dos autores que estudamos anteriormente. Conforme relatado anteriormente, a cobrança da empresa é registrada, ou seja, todos os títulos gerados são enviados ao banco.

A empresa também utiliza as duplicatas para realizar operações de empréstimos, onde requerem determinados valores nas duplicatas tomadas como garantia, conforme a negociação realizada junto aos bancos.

A empresa espera sempre que seus clientes honrem com suas obrigações, porém, não é o que acontece em alguns casos, por diversos motivos, falta de idoneidade, má administração ou por problemas econômicos.

No setor de cobrança da empresa, atualmente, existem três funcionárias que trabalham diretamente com a cobrança,. O trabalho é dividido por estado, cada uma fica responsável por determinados estados, chamados pela empresa de regiões. Todo dia se retira junto ao sistema interno da empresa um relatório de títulos vencidos. A partir deste momento, se inicia o primeiro contato junto ao cliente. O primeiro contato é sempre realizado via *e-mail*, onde as informações são buscadas junto ao *software* da empresa. As Informações de e-mail, telefone e endereço são preenchidas no cadastro no momento que o vendedor realiza o primeiro contato com o cliente. O *e-mail* enviado para o cliente é sempre padrão conforme exemplo abaixo:

Não localizamos a liquidação do título abaixo, caso já tenha efetuado o pagamento, gentileza desconsiderar este e-mail.
DPL 669339 A 1.000,0010/05/2017
Informamos que após 5 dias corridos o banco envia de forma automática para cartório, caso necessite do boleto atualizado, solicitar para nossa central: boleto@eliane.com

Após o contado via e-mail que se realiza no dia posterior ao vencimento, alguns casos são resolvidos. Quando não há retorno em até 4 dias, que é o prazo que o boleto ainda não foi encaminhado a cartório, se inicia o segundo contato, sendo este efetuado via contato telefônico, onde o operador realiza a ligação para o cliente, buscando verificar o motivo do não pagamento do título. Alguns clientes alegam problema de caixa ou outros fatores e acabam realizando o pagamento na data do contato telefônico.

Prorrogação

Esse quesito é avaliado de cliente para cliente, conforme procedimentos descritos pela empresa pesquisada, a saber:

- *Prorrogação com custas paga pelo cliente:* neste caso é concedida a prorrogação do título quando o cliente solicita e efetua o pagamento das custas de prorrogação, custas que são em média de 4% ao mês sobre o valor do título, as custas são pagas por meio de depósito bancário.
- *Prorrogação por atraso de entrega:* quando o cliente solicita prorrogação, alegando atraso na entrega da mercadoria, se verifica junto ao setor de logística

da empresa, se realmente procede a informação de atraso, caso proceda, é concedida a prorrogação com as custas cobrada da transportadora.

- *Outras prorrogações:* existem outros casos de prorrogações, as concedidas sem custas, isso ocorre quando é um cliente sem históricos de atrasos, e com poucos dias de prorrogação 1 a 2 dias por exemplo.

Existem algumas regras estipuladas pela empresa para a prorrogação, no caso de prorrogações, serão permitidas para títulos maiores que R\$ 1.000,00 (um mil reais), também serão permitidas prorrogações acima de 5 dias, até porque, com até 5 dias do vencimento é possível pagamento com boleto atualizado.

Caso os contatos via *e-mail* e telefônico não obtiverem sucesso, os títulos são enviados de forma automática para cartório, isso ocorre após cinco dias corridos do vencimento, o banco envia para o cartório mais próximo ao cliente. Quando o título vai a cartório, o cliente deverá pagar o mesmo no cartório, em alguns casos o cliente solicita a retirada do cartório para pagar com depósito bancário, porém, a empresa não efetua este procedimento.

Após o título ir para cartório, o cliente tem um determinado período definido pelo cartório para pagamento. O cartório envia a cobrança ao cliente, e quando não localiza o endereço, publica via edital, caso o cliente não efetue o pagamento, o título é protestado.

Quando ocorre o protesto, o cartório devolve o título para o banco e o mesmo devolve para a empresa, a empresa envia para as empresas parceiras que efetuam as cobranças, as mesmas, efetuam as tentativas de cobrança junto a esses clientes. A Eliane efetua pagamento de percentuais a essas empresas de cobrança, para cada cobrança efetuada com sucesso.

Para envio dos boletos aos clientes, a empresa utiliza as instituições bancárias, podendo ser via correios ou DDA (Débito Direto Automático), caso o cliente possua.

Diante dos dados levantados na pesquisa, foi sugerido um novo modo de envio dos boletos aos clientes, ou seja, enviar os boletos por meio de e-mail. Até a finalização desse estudo, a empresa está realizando uma pesquisa com empresas que oportunizam este serviço por meio de VANS (*Value Added Network*, ou Rede de Valor Agregado) que transmitem de forma automática os boletos via e-mail para os clientes, e também disponibilizam um portal para que o cliente acesse e tenha os seus boletos em qualquer local, a empresa ainda busca saber a viabilidade do processo, para depois definir a empresa que irá realizar este procedimento.

Considerações Finais

A concessão de crédito por uma empresa deve ser feita com base em informações, sendo que essas informações são um ponto importante dentro deste processo. Uma concessão de crédito feita sem procedimentos pode acabar por acarretar em dificuldades gerenciais em uma organização.

No setor de contas a receber da empresa estudada, foi feito um acompanhamento e verificação das atividades realizadas, setor este que é de suma importância para o bom desempenho financeiro da empresa, pois busca um acompanhamento diário das atividades, podendo corrigir erros, assim que os mesmos acontecem, evitando problemas futuros.

Ao analisar os critérios adotados pela empresa para concessão de créditos aos clientes, pode-se destacar que a empresa está preocupada em desenvolver um bom relacionamento com o cliente e ao mesmo tempo, não deixar de lado a continuidade do negócio da empresa, sendo que um limite de crédito mal elaborado pode interferir diretamente no fluxo financeiro da empresa.

Ao acompanhar o processo de cobrança, pode-se observar a prática que a empresa desempenha, fazendo uma comparação com as definições elencadas na fundamentação desse trabalho, diz-se que está condizente com o que a teoria se refere.

A empresa Eliane S/A, tem um processo eficaz e que atenta para suas necessidades atuais, porém, ressalta-se que no quesito de envio de cobranças aos clientes, no momento a empresa envia os boletos de cobrança via correio, observou-se algumas falhas no processo, acarretando transtornos ao cliente. Diante desta situação sugere-se que a empresa utilize um envio automático via *e-mail*.

Considera-se que esse trabalho é relevante pois apresenta um modelo utilizado por uma empresa da região, no que tange ao processo de crédito e cobrança, e que vem trazendo resultado positivo para a organização.

Entende-se que o processo de melhoria em uma organização deve ser contínuo e permanente em todos os setores de uma empresa, pois uma empresa é composta por várias áreas/departamentos, independentemente de ser uma organização de pequeno, médio ou grande porte. O olhar do gestor deve acontecer de forma sistêmica.

Referências

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Curso de Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

BLATT, Adriano. **Avaliação de risco e decisão de crédito: um enfoque prático**. São Paulo: Nobel, 1999.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LANSINI, Jandir Luís. **Concessão de crédito: técnicas para avaliação e cobrança**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, v. 3, 2003.

OLIVEIRA, S.T. **Ferramentas para aprimoramento da qualidade**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

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

SCHERR, Frederick C. **Modern working capital management**. New Jersey: Prentice-Hall, 1989.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 4. ed. Santo André, SP: Atlas, 1998.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, J. P. da. **Análise financeira das empresas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiro**. Porto Alegre, RS: Sagra, 2000.

DEFINIÇÃO DO PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO EM UMA PEQUENA EMPRESA DO RAMO DE LATICÍNIOS LOCALIZADA EM RIO FORTUNA/SC

Eloir Buss¹; Hermann Joseph Braun²; José Sadi Borges Junior³; Volnei Margotti⁴

¹Departamento. Unibave. eloir.buss@gmail.com

²Departamento. Unibave. hjbraun@gmail.com

³Departamento. Unibave. borges.sadi@gmail.com

⁴Departamento. Unibave. volneimargotti@yahoo.com.br

Resumo: O presente estudo relata uma análise realizada em um pequeno empreendimento fabril do ramo de laticínios situado em Rio Fortuna/SC. Inicialmente foram abordados alguns temas relevantes sobre o assunto, onde o objetivo principal deste estudo é a análise do preço de venda. Foram evidenciados os investimentos da empresa, assim como os custos diretos e indiretos de fabricação, a fim de realizar os cálculos necessários para mensurar o custo de cada produto. Em seguida demonstrou-se as receitas e despesas para estimar o preço de venda ideal para cada produto. Tal estudo contribuiu para a tomada de decisões gerenciais da empresa uma vez que as informações adquiridas com este estudo são ferramentas essenciais para a tomada de decisões.

Palavras-chave: Investimentos. Custos. Gerenciais.

Introdução

Atualmente grande parte das empresas do Brasil é composta principalmente de pequenas e médias empresas. Existe um conceito totalmente errôneo de que as empresas de menor porte são desorganizadas ou não se auto estruturam de maneira adequada e eficiente. Na verdade, segundo Antonik (2004, p. 36), as pequenas e médias empresas têm enorme capacidade de adaptação às necessidades do mercado. Podem tomar decisões rápidas e pontuais, reagindo de imediato às suas mudanças e exigências. Vale ressaltar que “a sustentabilidade econômica e financeira é elemento essencial para o sucesso da organização.” (ANTONIK, 2004 p. 38).

O presente tema, traz um estudo da importância da análise de custos de produção de uma indústria de laticínios situada em Rio Fortuna/SC, onde será analisada a formação do preço de venda dos produtos.

Sendo assim, tem-se como objetivo geral: determinar o preço de venda dos produtos do laticínio situado em Rio Fortuna/SC; e como objetivos específicos:

Efetuar o referencial teórico acerca do tema; Calcular o custo de produção dos produtos do laticínio; Identificar o preço de venda ideal dos produtos do laticínio; Mensurar o prazo de retorno de investimento do laticínio.

A relevância desta pesquisa está no fato de que as empresas precisam ter um controle rígido dos custos de produção, aliado a uma estratégia de formação do preço de venda, buscando produzir com o menor custo possível e com preços competitivos no mercado.

Torna-se viável o estudo, uma vez que para esta pesquisa o acesso às fichas técnicas, despesas, ordens de produção, planilha de custos e preços de venda serão disponibilizados pela empresa. Serão analisados todos os documentos possíveis a fim de coletar os dados necessários para esta pesquisa.

Contabilidade de Custos

A contabilidade de custos ou contabilidade industrial é uma subdivisão da contabilidade geral da empresa geralmente utilizada no ramo das empresas industriais. É também um sistema de contas que mostram os elementos de custo de uma produção. O sistema de custos surge a partir do século XVIII como uma ferramenta para atender às novas demandas de mudanças que a revolução industrial veio a trazer para as indústrias.

Gastos, Despesas, Investimentos, Perdas, Custos

É o valor pago pela empresa em troca de um bem ou serviço. Os gastos podem ser classificados como investimento no momento da compra da matéria prima. A partir do momento que se dá o uso dessa matéria prima na produção, deve ser classificado como custo ou despesa (SCHILICKMANN, 2013).

Para conceituar despesa, Rech (2013, p. 19) ensina que:

Despesa são todos os bens ou serviços consumidos diretamente ou indiretamente para obtenção de receitas. Portanto, as despesas se expressam em todos os gastos efetuados pelas partes não produtivas da empresa, como setores administrativos, vendas, entre outros.

Os investimentos, para Rech (2013), apresentam os gastos realizados com ativos ou custos que fazem parte do imobilizado da empresa, ou seja, gastos que têm vida útil ou benefícios futuros.

As perdas, podem ser conceituadas conforme o que nos diz Schilickmann (2013, p. 23) “são fatos (gastos) anormais ou involuntários, que não foram programados e fogem do controle da empresa. As perdas são classificadas na conta de resultado.”.

Custo é um gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços, sendo reconhecido como tal no momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços) para a fabricação de um produto ou execução de um serviço. Existem principalmente dois tipos de custos: Os diretos e indiretos (LEONE apud MARTINS, 1978).

Custo direto é o que pode ser imediatamente apropriado a um só tipo de produto ou a um só tipo de serviço e também aqueles que podem ser apropriados diretamente a uma função de acumulação de custos, uma atividade, ou um órgão da empresa (RECH apud DUTRA, 2003).

Os custos indiretos são os gastos que fazem parte da produção e que são difíceis de identificar, não podem ser alocados de forma direta aos produtos e necessitam de base de rateio para que possam ser distribuídos a cada um dos produtos (RECH, 2013).

Métodos de Custeio: Absorção, Direto Variável, ABC, Departamentalização de Custos e UEP

Os métodos de custeio representam a forma como os custos são alocados para cada produto. Os métodos de custeio na visão de Megliorini (2007, p. 2) são os que “determinam a forma da valoração dos objetos de custeio”.

O custo por absorção Megliorini (2007, p. 20) define como sendo aquele que “caracteriza-se por apropriar custos fixos e custos variáveis aos produtos. Desse modo, os produtos fabricados “absorvem” todos os custos incorridos de um período”.

No método de custeio direto variável, diferente do custeio por absorção, busca levar informações ao setor administrativo da empresa. Através deste método obtém-se a margem de contribuição para cada produto, clientes etc., além de que os gestores utilizam esta ferramenta para auxiliar no processo decisório da empresa, tais como: Identificar o produto mais rentável para a empresa, determinar os produtos que podem ter a venda incentivada ou reduzida, identificar os produtos que proporcionam maior rentabilidade, definir preços aos produtos, entre outros (MEGLIORINI, 2007).

O custeio baseado em atividades pode ser definido como aquele em que são atribuídos os custos indiretos aos produtos por meio de atividades. As atividades podem ser definidas como um conjunto de tarefas que são decorrentes da combinação de recursos, sejam estes humanos, financeiros, materiais e tecnológicos a fim da produção de algum bem ou a prestação de algum serviço (RIBEIRO, 2009).

Através da departamentalização dos custos tem-se um melhor detalhamento da estrutura de produção, onde se busca um custo o mais próximo do real. Assim a organização pode ser segmentada em departamentos ou centros de custos, como uma forma de melhor alocar os custos aos bens e serviços (ALVES, 2013).

O método de custeio por Unidade de Esforço de Produção chamado de UEP é um método especificamente utilizado pelas indústrias.

Wernke (2005, p. 61) ensina que “na concepção deste método, os custos unitários dos produtos são formados pelos (i) custos das matérias-primas consumidas e pelos (ii) custos de transformação”.

Métodos de Formação do Preço de Venda: Concorrência, Custo, *Mark-up*

O preço de venda em geral pode ser conceituado como o valor monetário que deverá ser desembolsado para adquirir algo.

O método com base na análise da concorrência consiste basicamente em analisar o preço de vendas dos concorrentes para definição do preço de venda.

A análise do preço de venda da concorrência se mostra importante para entender quais os objetivos que os concorrentes buscam com os seus preços e quais as diferenças que existem nas políticas de preços em vista da qualidade dos tipos dos produtos. (SOUZA; DIEHL, 2009).

No processo de definição de preços baseado no custo dos produtos, busca-se, principalmente, atribuir um valor aos custos. Diversas são as razões que justificam este método, uma vez que devido a simplicidade, ajustando os preços aos custos não é necessário fazer o ajuste dos preços conforme a demanda. (BRUNI, 2012).

O *Mark-up* é um índice, geralmente expresso em valor que é adicionado ao custo do produto a fim de obter-se o preço de venda. O *Mark-up* pode ser usado como divisor ou como multiplicador.

A finalidade principal deste índice é cobrir os tributos sobre as vendas (ICMS, PIS, COFINS ou Simples Nacional), os percentuais incidentes sobre as vendas (comissões sobre venda, franquias, comissão da administradora do cartão de crédito,

etc.). Também incluem despesas administrativas, despesas de vendas fixas, custos indiretos de produção fixos e margem de lucro (WERNKE, 2004).

Demonstrativo do Resultado do Exercício – DRE

A demonstração do resultado do exercício apresenta-se de forma dedutiva onde, das receitas subtraem-se as despesas e em seguida indica-se o lucro. Este demonstrativo pode ser simples, como os usados para micro e pequenas empresas que auxiliam na tomada das decisões necessárias sem destacar, por exemplo, os principais grupos de despesa. Também pode apresentar-se na forma exigida por lei, esta que fornece maiores minúcias para a tomada de decisões, como os grupos de despesas, os vários tipos de lucros e um destaque dos impostos incidentes sobre o lucro. (IUDICIBUS, 2012).

Retorno sobre o investimento

O ROI é uma medida que quantifica o retorno produzido pelas decisões de investimento e avalia a atratividade econômica do empreendimento. Esta medida serve tanto para cálculo de períodos anteriores em relação ao mercado concorrente como também é um sinalizador em relação ao custo de capitais de terceiros. (KASSAI et. al., 2000).

Este critério relaciona o lucro obtido pela divisão com os ativos utilizados. O percentual que for obtido é o índice do retorno do investimento. O lucro a ser considerado como o lucro é o lucro operacional. Como investimento devem ser considerados os ativos operacionais específicos da divisão que são normalmente os estoques e imobilizado. (PADOVEZE, 2010).

Procedimentos Metodológicos

No que diz respeito aos aspectos metodológicos desta pesquisa em relação à tipologia de pesquisa, esta pode ser considerada uma pesquisa descritiva, conforme Gil (2008, p. 28) “o objetivo primordial das pesquisas descritivas é a descrição das características de determinada população ou fenômeno”.

Com relação aos aspectos dos procedimentos adotados, pode ser caracterizada como estudo de caso, pois Beuren (2014) ensina que o estudo de caso caracteriza-se pelo estudo concentrado de um único caso, tal estudo é muito utilizado, pois aprofunda os conhecimentos a respeito de determinado caso específico.

A forma de abordagem desta pesquisa pode ser classificada como “qualitativa” uma vez que na pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado além de que também visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo (BEUREN, 2014).

A pesquisa foi realizada em uma pequena indústria de laticínios localizada em Rio Fortuna. A empresa em questão atua na fabricação de produtos lácteos há mais de 18 anos.

Resultados e Discussão

Inicialmente para a coleta dos dados foram analisadas as demonstrações contábeis da empresa para o levantamento de alguns dados necessários.

Tabela 1 – Investimentos

Investimentos	Valor do bem	Vida Útil em Anos	Taxa de Depreciação	Depreciação Mensal
Móveis e Utensílios	14.310,00	10	10%	119,20
Máquinas e Equipamentos	506.345,26	10	10%	4.219,54
Veículos	1.064.400,00	05	20%	17.740,00
Edificações	900.000,00	25	04%	3.000,00
Terrenos	600.000,00	-	00%	0,00
Total	3.085.055,26			25.078,74

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 1 evidencia os investimentos da empresa. Na primeira coluna o valor dos bens, em seguida a vida útil em anos e a depreciação mensal em reais. Os valores foram obtidos no balanço patrimonial da empresa.

Posteriormente foram coletados os dados dos materiais diretos, junto ao setor de produção, para a coleta dos dados foram analisadas as fichas técnicas de cada produto.

Tabela 2 – Materiais diretos Queijo Colonial

Queijo Colonial	Quantidade	Unidade	Preço de Compra em R\$	Custo em R\$
Leite	5.000	Lt	1,50	7.500,00
Coagulante	0,15	Lt	175,80	26,37
Sal	8,00	Kg	0,58	4,64
Embalagem	588	Und	0,13	76,44
Total				7.607,45

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 02 demonstra os materiais diretos que são utilizados para a fabricação de um lote do queijo colonial: Leite, Coagulante, Sal e a Embalagem.

Tabela 3 - Materiais diretos Bebida Láctea

Bebida Láctea	Quantidade	Unidade	Preço de Compra em R\$	Custo Lote Produzido R\$
Leite	300	Lt	1,50	450,00
Açúcar	125	Kg	1,80	225,00
Amido	10	Kg	5,37	53,70
Estabilizante	3,1	Kg	6,80	21,08
Embalagem	08	Kg	26,30	210,40
Polpa de Fruta	14	Kg	6,35	88,90
Total				1.049,08

Fonte: Elaborada pelos autores

Na tabela 3 são apresentados os materiais diretos para se produzir um lote de bebida láctea, na primeira coluna estão os ingredientes e a embalagem, seguido da quantidade, unidade de medida, valor de compra e custo total do lote produzido.

Tabela 4 -Materiais diretos Creme de Leite Pasteurizado – Nata

Creme de Leite Pasteurizado – Nata 300g	Quantidade	Unidade	Preço de Compra em R\$	Custo Lote Produzido em R\$
Creme de Leite	350	Kg	1,50	525,00
Estabilizante	1,2	Kg	63,67	76,40
Pote e Tampa	1.440	Und	0,27	388,80
Selo de Alumínio	1.440	Und	0,03	43,20
Total				1.033,40

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 4 apresenta os materiais diretos a serem utilizados para a fabricação do creme de leite pasteurizado.

Tabela 5 - Materiais diretos Manteiga 200g

Manteiga 200g	Quantidade	Unidade	Preço de Compra em R\$	Custo Lote Produzido em R\$
Creme de Leite	250	Kg	1,50	375,00
Pote e Tampa	1.000	Und	0,27	270,00
Selo de Alumínio	1.000	Und	0,03	30,00
Total				675,00

Fonte :Elaborada pelos autores

Na tabela 5 estão evidenciados os materiais diretos para produzir um lote de manteiga. A manteiga é comercializada em potes de 200g, e obtida através da

transformação do creme de leite em manteiga onde o creme é agitado até tornar-se manteiga.

Tabela 06 - Mão de obra direta

Mão de Obra Direta	Valor R\$
Salário Produção de Queijos	15.139,00
Salário Produção Derivados (Bebida Láctea, Nata, Manteiga)	3.556,00
Encargos Sociais s/ Salário Produção Queijo	1.211,00
Encargos Sociais s/ Salário Produção Derivados	284,00
Total	20.190,00

Fonte: Elaborada pelos autores

Os valores contidos na tabela 6 foram obtidos com os administradores da empresa. O valor do salário mensal da produção de queijos refere-se a mão de obra de oito funcionários. Os gastos com 13º salário e férias estão incluídos neste valor. Já o valor desembolsado para o pagamento mensal do salário da produção de derivados refere-se à mão de obra de dois funcionários que atuam na produção dos derivados, sendo três os itens: Bebida láctea, Nata e Manteiga.

Tabela 7 - Rateio da mão de obra direta

Produção	Salário	Horas por Mês	Mão de Obra Direta R\$	Horas Necessárias	Mão de Obra Direta Por lote R\$
Queijo Colonial	16.350,00	1.408	11,61	5	58,06
Derivados	3.840,00	352	10,90	6	65,45

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 7 evidencia os critérios para o rateio da mão de obra direta, foi utilizado como forma de rateio o total de horas trabalhadas no setor de produção de queijos e também o total de horas trabalhadas no setor de produção de derivados. A quantidade de 1.408 horas refere-se à mão de obra de oito funcionários que trabalham somente neste setor. Já as 352 horas do setor de derivados, quantificam as horas mensais de dois funcionários. O custo da mão de obra direta foi obtido dividindo-se o total do salário pelo total de horas trabalhadas, multiplicado pela quantidade de horas necessárias para produção de um lote, obtendo assim o valor de mão de obra por lote produzido.

Tabela 8 – Custos diretos

Produto	Materiais Diretos	Mão de Obra Direta	Custo Direto Total
Queijo Colonial	7.607,45	58,06	7.665,51
Bebida Láctea	1.049,08	65,45	1.114,53
Creme de Leite – Nata	1.033,40	65,45	1.098,85
Manteiga	675,00	65,45	740,45

Fonte: Elaborada pelos autores

Na tabela 8, pode-se verificar o custo direto total de cada produto. Os custos diretos totais referem-se aos materiais diretos somados ao custo da mão de obra direta.

Tabela 9 – Custos indiretos de fabricação

Custos Indiretos	Valor R\$
Agrônomo	750,00
Análise do Leite	450,00
Combustível Caminhão de Leite	8.000,00
Cozinha	350,00
Depreciação	24.959,34
Energia	5.500,00
Inspeção	1.070,00
Lenha	5.000,00
Manutenção de Máquinas	2.200,00
Manutenção e Conservação	1.000,00
Material de Higiene e Limpeza	3.000,00
Material de Laboratório	1.500,00
Seguros da Fábrica	2.000,00
Uniformes e Epi's	1.500,00
Total	57.279,34

Fonte: Elaborada pelos autores

Conforme demonstra a tabela 9 os valores dos custos indiretos de fabricação foram obtidos com o setor administrativo da empresa, estes precisam ser rateados aos produtos, devido a empresa não obter recurso para poder de forma precisa acrescentar o valor destes custos a cada produto, através deste critério eles são alocados a cada produto. Os valores representados na tabela 9 representam os custos indiretos mensais.

Tabela 10 – Rateio dos custos indiretos

Custo Indireto Total	Horas Mensais	Custo Indireto por Hora
57.279,34	1.760	32,54

Fonte: Elaborada pelos autores

O princípio utilizado para o rateio dos custos indiretos foi o princípio de absorção, onde os custos indiretos são alocados a cada produto através de algum critério para o rateio. Como método para o rateio dos custos indiretos foi utilizado como base as horas totais dos dois departamentos, que somadas, obteve-se a quantia de 1.760 horas mensais, divididos pelo valor total dos custos indiretos mensais, obteve-se o valor dos custos indiretos por hora.

Tabela 11 – Custos indiretos por produto

Produto	Horas Mão de Obra	Custo Indireto Por Hora	Custo Indireto Total
Queijo Colonial	05	32,54	162,72
Bebida Láctea	06	32,54	195,24
Creme de Leite – Nata	06	32,54	195,24
Manteiga	06	32,54	195,24

Fonte: Elaborada pelos autores

Na tabela 11 foram distribuídos os custos indiretos para cada produto. Para calcular o custo indireto total, utilizou-se das horas de mão de obras necessárias para a fabricação de cada produto multiplicadas ao custo indireto por hora, resultando assim no custo indireto total por lote de fabricação.

Tabela 12 – Custos totais

Produto	Custo Direto	Custo Indireto	Custo Total	Quant. Produzida	Custo Unitário
Queijo Colonial	7.665,51	162,72	7.828,23	588	13,31
Bebida Láctea	1.114,53	195,24	1.309,77	1.590	0,82
Creme de Leite – Nata	1.098,85	195,24	1.294,09	1.440	0,90
Manteiga	740,45	195,24	935,69	1.000	0,94

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 12 destaca os custos totais de cada produto. Somando-se os custos diretos e os indiretos obtêm-se os custos totais. Para o cálculo do custo unitário de cada produto dividiu-se o custo total pela quantidade produzida.

Quadro 01 – DRE – demonstrativo do resultado do exercício

	Total
DRE – Demonstrativo do Resultado do Exercício	
RECEITAS OPERACIONAIS	2.631.899,69
Venda de Produtos	761.966,66
Venda de Queijo Colonial	1.577.382,33
Venda de Creme de Leite – Nata	117.657,61
Venda de Manteiga	64.197,52
Venda de Bebida Láctea	110.695,57
(-) DEDUÇÕES	(286.958,28)
Simples Nacional	(278.208,85)
Devoluções	(8.749,43)

(=) RECEITA LÍQUIDA	2.344.941,41
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(2.080.550,20)
CPV	383.901,88
CPV Queijo Colonial	1.566.712,27
CPV Creme de Leite - Nata	37.625,70
CPV Manteiga	15.945,60
CPV Bebida Láctea	76.364,75
LUCRO BRUTO OPERACIONAL	264.391,21
DESPESAS OPERACIONAIS	(58.087,77)
Despesas administrativas	(34.242,81)
Despesas Gerais	(23.844,96)
DESPESAS FINANCEIRAS	(6.289,20)
Despesas Financeiras	(7.245,32)
Receitas Financeiras	955,62
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	200.013,74

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro 01 destaca o resultado dos últimos doze meses, para a confecção da DRE foram utilizados dados disponibilizados pelo setor administrativo, as receitas e os custos dos produtos estudados foram segregados das receitas e custo dos produtos vendidos totais para melhor visualização.

Tabela 13 – Preço de venda

Produto	Custo Unitário	Simples Nacional	Despesas	Margem de Lucro	Mark-up Divisor	Preço de Venda Ideal
Queijo Colonial	13,31	10,57%	2,48%	13,01%	0,7394	18,00
Bebida Láctea	0,82	10,57%	2,48%	23,88%	0,6307	1,30
Creme de Leite – Nata	0,90	10,57%	2,48%	52,33%	0,3462	2,60
Manteiga	0,94	10,57%	2,48%	60,09%	0,2686	3,50

Fonte: Elaborada pelos autores

A tabela 13 apresenta o método para o cálculo do preço de venda ideal para cada produto. A margem de lucro apresentada na coluna “margem de lucro” é a mínima necessária para atingir o preço da concorrência. Para o cálculo do *mark-up* divisor, somou-se os percentuais do Simples Nacional, despesas fixas mensais, despesas variáveis mensais e a margem de lucro.

Tabela 14 – Retorno do investimento

Investimentos	Lucro Líquido	ROI em %	ROI do Período
3.085.055,26	200.013,74	6,48	15,4

Fonte: Elaborada pelos autores

Para o cálculo do retorno do investimento, utilizou-se o lucro líquido do exercício em razão dos investimentos obtendo-se o valor em percentual. O cálculo do ROI do período obteve-se da divisão da coluna investimentos em razão da coluna lucro líquido. O período a que refere-se a última coluna para o retorno do valor investido será de 15,4 anos.

Considerações Finais

Para expor as considerações finais inicialmente cabe retornar ao objetivo principal que consistiu-se mensurar o preço de venda dos produtos de um laticínio localizado em Rio Fortuna/SC. Os objetivos puderam ser cumpridos somente devido a disponibilidade dos administradores da empresa em disponibilizar os dados necessários a esta pesquisa.

A forma como fora estimado o preço de venda dos produtos foi possível com a elaboração das tabelas que certamente serão de grande utilidade para a empresa, devido, principalmente, ao fato de que juntamente com a coleta dos dados, os proprietários acabaram por absorver o conhecimento de como estimar o preço de venda de seus produtos.

É importante destacar os benefícios que foram disponibilizados à empresa com a realização deste trabalho. Através dos cálculos realizados é possível conhecer o custo unitário de cada produto tornando assim muito mais fácil a forma de estimar o preço de venda.

Outro fato relevante é a evidenciação das despesas mensais através da DRE que foi elaborada. A qual proporcionou aos proprietários conhecerem quais as despesas que mais lhes consomem caixa, além do lucro que a atividade está gerando para a empresa.

Referências

ALVES, Rosimere. Gestão de Custos. In: RITTA, Cleyton de Oliveira; ALVES, Rosimere (Org.). **Contabilidade de Gestão**. Criciúma: Unesc, 2013. p. 107-145.

ANTONIK, Luis Roberto. A Administração Financeira das Pequenas e Médias Empresas: Ferramentas Financeiras Simples Auxiliam na Gestão da Empresa e Orientam a Tomada de Decisões. **Fae Business**, Curitiba, v. 8, n. 1, p.35-38, maio 2004. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v8_n1/rev_fae_v8_n1_09_antonik.pdf?>. Acesso em: 05 ago. 2016.

BEUREN, Ilse Maria et al (Org.). **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de Custos, Preços e Lucros: Com aplicações na HP12C e Excel**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. (Desvendando as Finanças).

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

KASSAI, José Roberto et al. **Retorno de Investimento: Abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: Planejamento, Implantação e Controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: Análise e Gestão**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

RECH, Karin. **Custos de produção do queijo prato: um estudo numa empresa do segmento de laticínios, localizada no município de Rio Fortuna-SC**. Orleans, SC, 2013. 93 f.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos Fácil**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009

SCHLICKMANN, Micheli Perin. **Formação do Preço de Venda de uma Indústria Gráfica de Braço do Norte**. 2013. 85 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Unibave, Orleans, 2013.

SOUZA, Marcos Antônio de; DIEHL, Carlos Alberto. **Gestão de custos: uma abordagem integrada de contabilidade, engenharia e administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

WERNKE, Rodney. **Análise de Custos e Preços de Venda: Ênfase em aplicações e casos nacionais**. São Paulo: Saraiva, 2005. 201 p.

_____. **Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

ESTRUTURA DE CAPITAL DAS EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO DO SEGMENTO DE CONSTRUÇÃO CIVIL DO NOVO MERCADO DA BM&FBOVESPA

Alexandre De Noni¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco²; Marcos Lubave³; Luiz De Noni⁴; Ismael Mazzuco⁵

¹Ciências Contábeis. Unibave. ozz.xandy@gmail.com.

²Ciências Contábeis. Unibave. miriam.asilveira@gmail.com.

³Ciências Contábeis. Unibave. marcoslubave@gmail.com.

⁴Ciências Contábeis. Unibave. luiznoni@brturbo.com.br.

⁵Ciências Contábeis. Unibave. ismaelmz@gmail.com.

Resumo: Com o passar dos anos, as empresas da BM&FBOVESPA passaram a conviver com o recesso do mercado nacional, se atentando com a as características relacionadas à estrutura de capital e sua forma de financiamento visando gerir os seus recursos para obter uma melhor saúde financeira, além da maximização de resultados financeiros. Este estudo teve como principal objetivo analisar os indicadores de endividamento das empresas de capital aberto do segmento de construção civil do Novo Mercado da BM&FBOVESPA entre os períodos de 2011 a 2015, visando à caracterização de sua estrutura de capital. Os estudos mostraram que mesmo com a maioria dos índices comprovarem um mediano ou até mesmo alto nível de endividamento, as empresas estão apresentando melhorias nos últimos anos na composição de sua estrutura de capital, consequência de novas políticas de suas estratégias financeiras.

Palavras-chave: Estrutura de Capital. BM&FBOVESPA. Endividamento.

Introdução:

Com recesso do mercado nacional nos últimos anos, o setor de construção civil também sofreu com os reflexos negativos da economia. Um dos mais relevantes setores brasileiros, vem acarretando várias quedas nos últimos anos, segundo a Câmara Brasileira da indústria da Construção (CBIC) no final de 2015, o setor retraiu fortemente, registrando queda de 7,6% do PIB nacional, algo que não acontecia a mais de 12 anos, porém o setor ainda busca alternativas para recuperação em 2016.

Portanto, a análise das demonstrações financeiras, juntamente com auxílio dos índices financeiros se faz necessário para os empresários, é importante a obtenção de informações sobre a forma da estruturação financeira e também captação recursos das entidades. Sendo de extrema utilidade para os negócios, o controle de seus

investimentos, tanto em estrutura e geração de lucros, na qual a base de sua captação de recursos para essa finalidade é passível de análise.

Considerando o tema proposto, este artigo fundamenta-se em uma pesquisa orientada pela seguinte questão central: Qual é a estrutura de capital das empresas de construção civil listadas no Novo Mercado da BM&FBOVESPA? No intuito de responder esta questão da realidade do endividamento, foi utilizada as demonstrações contábeis de quinze organizações listadas no setor de construção civil do Novo Mercado da BM&FBOVESPA.

Além disso, o presente artigo tem por objetivo geral demonstrar qual a forma que as empresas de capital aberto do setor de construção civil se financiam, classificando suas obrigações e informando a aplicação de seu patrimônio líquido no ativo não circulante ou demais contas do ativo. Para isso, será realizada análise dos períodos de 2011 a 2015, buscando desenvolver uma média entre os períodos, para melhor compreensão dos dados de pesquisa.

Este trabalho justifica-se dada a importância de se conhecer a estrutura de capital das empresas, principalmente àquelas que possuem ações negociadas na bolsa de valores, pois estas informações têm muita relevância na tomada de decisão do investidor, além disso, justifica-se por estudar o segmento da construção civil, por este representar um importante setor da economia e responsável por uma parcela de grande importância no PIB nacional.

O artigo está estruturado em quatro seções além desta introdução. A seção a seguir é dedicada ao referencial teórico, sendo que a terceira descreve os procedimentos metodológicos. A quarta analisa os resultados mensurados e alcançados pela pesquisa e, finalmente, a quinta seção as considerações finais da pesquisa.

Demonstrações contábeis

As demonstrações contábeis são ferramentas que auxiliam, interpretam e direcionam a gestão de negócios, também proporcionando informações sobre a posição patrimonial e financeira da entidade. Braga (2012) destaca que a análise das demonstrações contábeis é como um instrumento de gerência que consiste em disponibilizar ao administrado da empresa uma melhor visão das tendências do negócio, com a finalidade de garantir que os recursos sejam obtidos e aplicados, efetiva e eficientemente, na realização das metas da organização.

Segundo o CPC 26 (IAS 1), as demonstrações contábeis são aquelas que procuram atender as necessidades informacionais dos usuários externos que não se encontra em condição de requerer relatórios especificamente planejados para atender suas necessidades próprias.

Ainda de acordo com CPC 26 (IAS 1) as demonstrações devem apresentar adequadamente as necessidades e representações confiáveis dos efeitos das transações, outros eventos e condições de acordo com as definições e critérios de reconhecimento para ativos, passivos, receitas e despesas como estabelecidos na estrutura conceitual para elaboração e divulgação de relatório contábil financeiro (CPC 00).

Segundo a Lei nº 6.404/76, lei das sociedades por ações, em seu artigo 176, determina que ao final de cada exercício social a entidade deverá representar a situação patrimonial própria e suas mutações ocorridas, com base na escrituração contábil, sendo responsável a diretoria pela sua elaboração.

Quadro 1 – Demonstrações Contábeis

Demonstrações	Conceito	Autor
Balanco Patrimonial	Procura apresentar de forma distinta, bens e direitos separados das obrigações e patrimônio líquido.	BRUNI (2010)
Demonstração Resultado Exercício	Resumo ordenado das receitas e despesas da empresa em determinado período.	INDÍCIBUS (2010)
Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	Evidenciar as transformações em todas as contas do Patrimônio Líquido ocorridos entre dois períodos.	COSTA (2010)
Demonstração dos Fluxos de Caixa	Evidencia as modificações ocorridas no saldo de disponibilidades no período.	MARION (2012)
Demonstração do Valor Adicionado	Evidencia quanto de riqueza a empresa produziu.	MARION (2012)

Fonte: Dados da Pesquisa

Costa (2010, p. 34) destaca que as principais demonstrações contábeis são o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício (DRE), as demais necessitam destas para serem elaboradas. A Lei 6.404/76 determina que as demonstrações serão complementadas por notas explicativas necessárias para esclarecimento da situação patrimonial e resultados do exercício, devendo apresentar sobre base das demonstrações, práticas contábeis específicas e aplicadas para

eventos significativos, além de divulgar as informações exigidas pelas práticas contábeis brasileiras e fornecer informações adicionais não indicadas nas próprias demonstrações contábeis.

Estrutura de capital

A estrutura de capital é uma das áreas mais complexas das tomadas de decisão das entidades. Gitman (2010) destaca que a complexidade é causada pela interação com outras variáveis de decisão em finanças, sendo que decisões de estrutura de capital equivocadas podem resultar em um custo de capital elevado.

A estrutura de capital refere-se a forma como as empresas procuram utilizar o seu capital próprio ou de terceiros para financiar seus ativos. Em outros termos, os capitais próprios são recursos oriundos dos sócios ou acionistas, enquanto os capitais de terceiros são provenientes de recursos obtidos por meio de dívidas.

Para Gitman (2010), o custo do capital de terceiros é inferior ao das demais fontes de financiamento, sendo que os credores exigem retornos menores, assumindo assim menor risco aos demais fornecedores de capital a longo prazo. No entanto, os fornecedores de capitais próprios correm mais riscos, pois esperam obter retornos maiores dos seus investimentos.

De acordo com Brito; Corrar e Batistella (2007), a estrutura de capital é um assunto que vem sendo muito discutido intensamente pelos pesquisadores da área de finanças. A principal questão abordada se diz respeito à forma como a empresa é financiada influencia no seu valor de mercado. Duas são as principais teorias sobre o tema, a tradicional representada por Durand (1952) e a teoria de Modigliani e Miller (1958).

Favato e Rogers (2008) ressalta que um dos pioneiros no estudo da estrutura de capital das empresas foi Durand (1952). Ele considerou que a maximização de valor da empresa ocorre por meio da diminuição do custo total do capital utilizado pela empresa para financiar suas atividades. Neste modelo, seria possível obter uma estrutura de capital ótima para empresa, utilizando um método de precificação que considere o fluxo de caixa esperado, trazido a valor presente, mantendo constante, reduzindo o custo de oportunidade do capital empregado, sendo assim, seria possível aumentar o valor da empresa.

Porém contrapondo a teoria tradicional de Durand (1952), Modigliani e Miller (1958) defendem em sua teoria que observadas algumas premissas como ausência

de custos de falência, todas as empresas se situarem na mesma classe de risco, ausência de crescimento nos fluxos de caixa das empresas ausência de assimetria de informação e custo de agência, a estrutura de financiamento utilizada pela empresa não é relevante para a determinação do seu valor (PEROBELLI; FAMÁ, 2003).

No entanto, em 1963, Modigliani e Miller (1963) no seu trabalho posterior avaliaram o efeito dos impostos na estrutura de capital das empresas. Explorando a questão do benefício fiscal gerado pela utilização de dívidas, decorrente do fato de os juros serem dedutíveis na apuração do imposto de renda das empresas. Conseqüentemente o benefício aumentaria o nível de endividamento levando a um aumento do seu valor. Em contrapartida o crescimento das dívidas pressionaria os fluxos de caixa da empresa em razão da obrigação com o pagamento de juros e amortização do principal levando uma maior probabilidade de falência, contribuído com a elevação do capital de terceiros (BRITO; CORRAR; BATISTELLA, 2007).

A partir das discussões anteriores, diversas pesquisas passaram a ser realizadas objetivando a identificação de fatores que explicam as formas que a empresa se financia, originando a teoria moderna da estrutura de capital. Muitos trabalhos além dos citados foram importantes para avaliar as questões considerando as imperfeições existentes no mercado, como impostos, custos de falências, custos de agências e assimetria de informações.

Índices financeiros

Uma das principais ferramentas para gestão das organizações é a utilização dos índices financeiros. Utilizados também por usuários externos que tenha algum interesse na saúde financeira da empresa, seja para avaliação de investimentos ou para concessão de novos financiamentos. Segundo Matarazzo (2010), o índice é relacionado entre as contas ou grupo de contas das demonstrações contábeis, evidenciando determinado aspecto da situação financeira de uma organização.

Os índices divulgam informações importantes sobre a situação de solvência ou liquidez das empresas, sobre a forma como está estruturado seu capital e sobre sua rentabilidade. Marion (2012) explica que os índices financeiros facilitam o trabalho do analista contábil, através da apreciação de certas relações ou percentual é mais relevante que a observação do montante.

Ainda segundo o autor, a análise dos índices é dividida em três etapas, a primeira denomina-se simplesmente de cálculo do índice com base em uma fórmula.

A segunda etapa é a interpretação do resultado do cálculo. Por fim, a terceira etapa, e mais importante, é a conceituação do índice, ou seja, informar se é bom, regular ou ruim.

Segundo Costa (2010, p. 161), como existem muitas informações extraídas das análises das demonstrações contábeis, os índices podem ser utilizados para facilitar o processo de análise. Para gerar esses índices, são confrontados os dados de uma conta com outra, ou de várias contas com várias outras contas. Objetivo é analisar o valor e conceituar se isso é bom ou ruim para entidade.

Marion (2012) ressalta que para ter condições de conhecer a situação econômica financeira da entidade por meio de 3 pontos fundamentais de análise: liquidez, rentabilidade e endividamento. Diante da análise destes Índices básicos é suficiente para ter uma visão considerável da organização.

De acordo com Costa (2010, p. 170), depois de geradas todas as informações é preciso realizar uma análise final, apresentando um resumo da situação financeira da organização. Para isso, podem ser usados textos embasados nos valores encontrados, gráficos comparativos dos índices, tabelas com os principais elementos das análises, entre outros recursos. O importante é transmitir de forma clara e objetiva as informações apuradas pela análise financeira.

Quadro 2 – Índices Financeiros e suas Funções

	Principais Índices	Função	Autores
Índices de Liquidez	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liquidez Imediata ✓ Liquidez Corrente ✓ Liquidez Seca ✓ Liquidez Geral 	Os índices desse grupo são utilizados para avaliar a capacidade de pagamento. A regra geral para interpretação é que quanto maior for o valor desses índices, maior será a capacidade da empresa de pagar suas dívidas, ou seja, melhor sua situação financeira.	Zanolla e Lima (2011); Barac (2010); Oliveira et al.(2010); Iudícibus(2010); Gitman(2010); Quintana(2009);
Índices de Estrutura de Capital	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Participação de capital de terceiros sobre recursos totais. ✓ Capitais de Terceiros. ✓ Capitais Próprios ✓ Participações das dívidas de curto prazo sobre o endividamento total. 	Também chamados de índice de estrutura de capitais, esse grupo tem por objetivo avaliar o grau de dependência da empresa em relação aos capitais de terceiros, através da medição da relação entre capitais próprios, de terceiros e aplicados. Indica o montante de recursos de capitais de terceiros que está sendo usado, na tentativa de gerar lucro. A regra geral para sua interpretação é que quanto menor for melhor.	Borges, Nunes, Alves (2012); Zanolla e Lima (2011); Oliveira, Silva e Zuccari (2010); Iudícibus (2010); Gitman (2010); Quintana (2009); Largay e Stickyney (1980).
Índices de atividade	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rotação de estoques. 	Representam relações entre grupos de contas que de alguma forma participam do cálculo dos resultados	Barbosa (2010); Oliveira, Silva e Zuccari (2010);

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prazo médio de recebimento de contas a receber. ✓ Prazo médio de pagamento de contas a pagar. 	da empresa. Para fins de análise, quanto maior for a velocidade de recebimento de vendas e de renovação de estoques, melhor. A regra geral para sua interpretação é que quanto menor melhor.	Iudícibus (2010); Gitman (2010); Quintana (2009); Ebaid (2011).
Índices de Rentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Margem operacional. ✓ Margem líquida. ✓ Giro do ativo. ✓ Retorno sobre o investimento. ✓ Retorno sobre o patrimônio líquido. 	Medem, em regra geral, os retornos de capitais através de lucros ou receitas. Esses indicadores informam quanto o lucro da empresa se relaciona com outro parâmetro de comparabilidade. A regra geral para sua interpretação é que quanto maior for melhor.	Borges, Nunes, Alves (2012); Barac (2010); Oliveira, Silva e Zuccari (2010); Iudícibus (2010); Gitman (2010); Quintana (2009); Ebaid (2011).
Índices de mercado	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valor de mercado. ✓ Lucro por ação. ✓ Dividendo por Ação. ✓ Dividendos Yield. ✓ Coeficiente Beta. 	Referem-se aos preços e volumes das ações negociadas no mercado, com o objetivo de quantificarem o valor das ações das empresas. Eles demonstram a liquidez do mercado. Utilizam-se desses índices para conhecer o comportamento do mercado como um todo ou segmentos específicos.	Borges, Nunes, Alves (2012); Barac (2010); Oliveira, Silva e Zuccari (2010); Iudícibus (2010); Gitman (2010); Quintana (2009); Ebaid (2011).

Fonte: VIEIRA et al. (2014)

Neste trabalho terá ênfase os índices de endividamento, ou também conhecido com índices de estrutura de capital. Os índices de estrutura de capital buscam evidenciar a forma da captação e aplicação de recursos na estrutura patrimonial. Segundo Silva (2010) são indicadores relacionados à composição da captação por meio de recursos próprios ou de terceiros e medem os níveis de imobilização de recursos, buscando identificar diversas relações na estrutura do endividamento da empresa.

Participação de capitais de terceiros

De acordo com Silva (2010, p. 139) o “capital de terceiros compreende o somatório do passivo circulante e o passivo exigível a longo prazo, representando o endividamento da empresa”. Porém, do ponto de vista de Matarazzo (2010) é mais vantajoso para empresa utilizar de capital de terceiros, se a remuneração paga a esse terceiro for menor do que o lucro com sua aplicação com negócios.

$$PCT = \frac{PC+PNC}{PL}$$

PCT = Participação de Capitais de Terceiros

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo Não Circulante

PL = Patrimônio Líquido

O grau de endividamento indica quanto a empresa tomou de capitais de terceiros para cada R\$ 1,00 de capital próprio investido, objetivando a avaliação de riscos da empresa, neste sentido, quanto maior o valor pior para empresa. Porém, para empresa, o endividamento lhe permita efeito de alavancagem, melhorando o ganho por ações, mesmo associado a um risco maior.

Composição do endividamento

De acordo com Silva (2010) através desta análise é possível mensurar o volume de dívidas da empresa com vencimento no curto prazo em relação a dívida total. Contribuindo com o tema Matarazzo (2010) explica que dívidas de curto prazo precisam ser pagas com recursos gerados a curto prazo, porém, dívidas de longo prazo, dispõe de tempo para pagar essas obrigações.

$$CE = \frac{PC}{(PC + PNC)} \times 100$$

CE = Composição do Endividamento

PC = Passivo Circulante

PNC = Passivo Não Circulante

Composição do endividamento indica qual o percentual da obrigação de curto prazo em relação às obrigações totais, quanto menor o percentual melhor para empresa. Ou seja, se o endividamento da empresa for elevado, a situação é de risco, pois caso maior parcela estar concentrado nas obrigações a curto prazo pior será para empresa, pressionando a geração de lucros imediatos para liquidação dos débitos imediatamente.

Imobilização do patrimônio líquido

Identifica a relação das imobilizações com os recursos de terceiros. Segundo SILVA (2010, p. 141) quanto mais à empresa investir no ativo não circulante, mais ela se torna dependente de capitais de terceiros para o seu capital de giro. Ainda segundo

SILVA (2010, p. 141) a análise deste índice possibilita a identificação de quanto do patrimônio líquido da empresa está aplicado no ativo não circulante, revelando assim o volume de capital circulante próprio.

$$\text{IPL} = \frac{(\text{AN} - \text{ARLP})}{\text{PL}} \times 100$$

IPL = Imobilização do Patrimônio Líquido

ANC = Ativo Não Circulante

ARLP = Ativo Realizável a Longo Prazo

PL = Patrimônio Líquido

Imobilização do patrimônio líquido indica quanto à empresa aplicou no seu ativo não circulante para cada R\$ 100,00 de patrimônio líquido, quando menor melhor para empresa.

Procedimentos Metodológicos

Para analisar as demonstrações contábeis com os índices de endividamento e caracterizar sua estrutura de capital, realizou-se uma pesquisa descritiva. Segundo Vergara (2009), a pesquisa descritiva evidencia características de determinada população, podendo estabelecer ligações entre variáveis e explicar sua natureza. Além de não ter o compromisso de esclarecer os fenômenos, embora que sirva com base de explicação.

Em relação à natureza, o estudo classifica-se como uma pesquisa qualitativa. Para Pereira (2012), o método qualitativo, a pesquisa é descritiva, as informações não podem ser quantificáveis. Porém, os dados são analisados de forma indutiva. Além disso, a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas neste processo de pesquisa qualitativa.

O procedimento de coleta de dados está classificado como análise de dados. Segundo Pereira (2012), análise de dados é uma descrição dos procedimentos a serem adotados na tabulação e análise de dados. Sendo válidos para as análises qualitativas.

Os dados para análise foram coletados das demonstrações financeiras padronizadas (DFP) das empresas listadas no Novo Mercado do setor de construção civil, disponíveis no portal eletrônico da BM&FBOVESPA. O período de análise são os exercícios sociais de 2011 a 2015. Sendo a coleta de dados realizada entre os meses de maio e outubro de 2016.

Resultados e Discussão

O objetivo da análise proposta é demonstrar como as empresas objetos desse estudo, utilizam seu capital próprio ou de terceiros para se financiar, também sua composição de endividamento, imobilização do patrimônio líquido e endividamento geral. Serão utilizados como ferramenta de auxílio para mensuração dos dados, os índices financeiros de endividamento (estrutura de capital).

Quadro 3 - Índice Participação de Capitais de Terceiros (R\$)

EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015	Média
CR2	R\$ 0,79	R\$ 0,62	R\$ 0,49	R\$ 0,23	R\$ 0,14	R\$ 0,45
CYRELA	R\$ 0,62	R\$ 1,42	R\$ 1,32	R\$ 1,11	R\$ 0,91	R\$ 1,08
DIRECIONAL	R\$ 0,95	R\$ 1,10	R\$ 1,14	R\$ 1,28	R\$ 1,19	R\$ 1,13
EVEN	R\$ 1,11	R\$ 1,06	R\$ 1,07	R\$ 1,02	R\$ 1,08	R\$ 1,07
EZTEC	R\$ 0,22	R\$ 0,23	R\$ 0,35	R\$ 0,41	R\$ 0,22	R\$ 0,29
GAFISA	R\$ 2,34	R\$ 2,24	R\$ 1,55	R\$ 1,36	R\$ 1,18	R\$ 1,73
HELBOR	R\$ 1,75	R\$ 1,94	R\$ 1,86	R\$ 1,84	R\$ 1,72	R\$ 1,82
JHSF PART	R\$ 1,18	R\$ 1,23	R\$ 1,39	R\$ 1,53	R\$ 1,46	R\$ 1,36
MRV	R\$ 1,35	R\$ 1,53	R\$ 1,34	R\$ 1,31	R\$ 1,26	R\$ 1,36
PDG REALT	R\$ 1,64	R\$ 2,03	R\$ 2,15	R\$ 2,15	R\$ 3,60	R\$ 2,31
RODOBENSIMOB	R\$ 1,90	R\$ 1,24	R\$ 1,25	R\$ 1,15	R\$ 1,00	R\$ 1,31
ROSSI RESID	R\$ 2,22	R\$ 2,29	R\$ 2,08	R\$ 2,69	R\$ 3,15	R\$ 2,49
TECNISA	R\$ 1,23	R\$ 1,75	R\$ 1,97	R\$ 1,82	R\$ 1,17	R\$ 1,59
TRISUL	R\$ 2,26	R\$ 1,82	R\$ 1,07	R\$ 0,93	R\$ 0,76	R\$ 1,37
VIVER	R\$ 1,99	R\$ 3,15	R\$ 5,28	R\$ 17,79	-	R\$ 7,05

Fonte: Dados da Pesquisa

O quadro 3 demonstra quanto às empresas tem de capitais de terceiros em relação à os capitais próprios, ou seja, para cada R\$ 1,00 de capital próprio quanto a empresas utiliza de capitais de terceiros. Observa-se principalmente que as empresas CR2 e EZTEC, em média nos cinco períodos apurados, apresentou baixa participação de capitais de terceiros em sua estrutura de capital, alcançando R\$ 0,45 e R\$ 0,29, respectivamente, ou seja, para cada R\$ 1,00 de capital próprio a empresa CR2 teve R\$ 0,45 de capitais de terceiros, enquanto a empresa EZTEC teve em média nos períodos R\$ 0,29 de capital de terceiros para cada R\$ 1,00 de capital próprio.

As demais empresas analisadas tiveram em todos os períodos apurados, uma participação de capitais de terceiros igual ou superior a os próprios, mostrando até mesmo um excesso de dependência de capitais de terceiros, porém Matarazzo (2010) destaca que pode ser vantajoso para as empresas utilizar capitais de terceiros, tomando apenas o cuidado de verificar a remuneração paga a esses capitais de

terceiros seja menor que o lucro gerado com aplicação de recursos na atividade empresarial.

Importante ressaltar a empresa VIVER, que nos períodos apurados obtiveram grandes prejuízos, chegando ao final de 2015 com seu patrimônio líquido negativo, em média nos períodos apurados o seu capital de terceiros chegava a R\$7,05 para cada R\$ 1,00 de capitais próprios. Concluindo que esta empresa teoricamente chegou a ter muitos problemas para quitação de dívidas, principalmente as de curto prazo, além de uma grande dependência financeira de terceiros.

Baseando-se neste índice, a maioria das empresas apresentou um alto grau de endividamento, uma vez que, nos períodos abrangidos pela análise, trabalharam com capitais de terceiros maiores que os capitais próprios, revelando que essas empresas são, financeiramente, dependentes de seus credores.

Quadro 4 - Índice de Endividamento Geral (%)

EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015	Média
CR2	44%	38%	33%	19%	12%	29%
CYRELA	62%	59%	57%	53%	48%	56%
DIRECIONAL	49%	52%	53%	56%	54%	53%
EVEN	53%	51%	52%	50%	52%	52%
EZTEC	18%	19%	26%	29%	18%	22%
GAFISA	70%	69%	61%	58%	54%	62%
HELBOR	64%	66%	65%	65%	63%	65%
JHSF PART	54%	55%	58%	60%	59%	57%
MRV	57%	60%	57%	57%	56%	57%
PDG REALT	62%	67%	68%	68%	78%	69%
RODOBENSIMOB	66%	55%	56%	54%	50%	56%
ROSSI RESID	69%	70%	68%	73%	76%	71%
TECNISA	55%	64%	66%	65%	54%	61%
TRISUL	69%	65%	52%	48%	43%	55%
VIVER	67%	76%	84%	95%	114%	87%

Fonte: Dados da Pesquisa

O quadro 4 representa a porcentagem dos capitais de terceiros sobre os capitais próprios. Em média nos últimos cinco períodos, com exceção das empresas CR2 e EZTEC, todas as empresas utilizaram mais da metade capitais de terceiros do que capitais próprios. Para Silva (2010) no ponto de vista financeiro, pode ser preocupante, pois pode revelar uma baixa liberdade de decisão financeira da empresa e também uma maior dependência de capitais de terceiros.

Quadro 5 - Índice Composição do Endividamento (%)

EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015	Média
CR2	65%	79%	76%	73%	75%	74%
CYRELA	52%	50%	47%	58%	50%	51%
DIRECIONAL	54%	46%	40%	39%	32%	42%
EVEN	55%	39%	40%	41%	45%	44%
EZTEC	69%	78%	55%	87%	54%	69%
GAFISA	73%	44%	54%	55%	56%	56%
HELBOR	45%	39%	34%	38%	39%	39%
JHSF PART	39%	18%	17%	21%	43%	28%
MRV	51%	53%	44%	49%	48%	49%
PDG REALT	48%	41%	41%	48%	77%	51%
RODOBENSIMOB	46%	62%	54%	54%	55%	54%
ROSSI RESID	42%	50%	63%	65%	76%	59%
TECNISA	44%	50%	52%	59%	63%	54%
TRISUL	60%	71%	70%	63%	69%	67%
VIVER	54%	73%	56%	67%	80%	66%

Fonte: Dados da Pesquisa

O quadro 5 representa a porcentagem índice de composição do endividamento, ou seja, quanto às empresas têm de obrigações a curto prazo em relação às obrigações totais. Foram verificados que em média, as empresas analisadas concentraram seus financiamentos predominantemente a curto prazo, destacando a empresa CR2, que na média dos últimos cinco períodos obtiveram 74% de suas obrigações a curto prazo. Para Matarazzo (2010), obrigações a curto prazo, podem ocasionar sérias dificuldades para as empresas, pois necessitariam de lucros imediatos para quitação das mesmas.

Quadro 6 - Índice de Imobilização do Patrimônio Líquido (%)

EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015	Média
CR2	2%	2%	6%	6%	2%	4%
CYRELA	17%	16%	15%	15%	15%	16%
DIRECIONAL	6%	6%	9%	9%	7%	7%
EVEN	4%	3%	3%	2%	2%	3%
EZTEC	13%	15%	19%	17%	15%	16%
GAFISA	33%	34%	39%	36%	34%	35%
HELBOR	6%	3%	3%	2%	2%	3%
JHSF PART	71%	117%	136%	167%	154%	129%
MRV	16%	17%	17%	21%	18%	18%
PDG REALT	25%	27%	29%	32%	36%	30%
RODOBENSIMOB	11%	11%	8%	11%	9%	10%
ROSSI RESID	39%	40%	58%	90%	109%	67%
TECNISA	26%	33%	28%	26%	52%	33%
TRISUL	18%	14%	12%	9%	6%	12%
VIVER	22%	27%	37%	128%	-	54%

Fonte: Dados da Pesquisa

O quadro 6 demonstra quanto foi investido no ativo não circulante dos recursos próprios, não utilizando o ativo exigível a longo prazo, nos cinco últimos períodos. A maioria das empresas utilizaram pouco de seu patrimônio líquido para financiar suas contas de ativo não circulante em todos os períodos, podendo as empresas utilizarem suas sobras para investimento nos demais itens do ativo, revelando positivamente a situação empresarial em todos os períodos sob a ótica estrutural patrimonial e a capacidade financeira. Porém é importante ressaltar que a empresa JHSF PART obtiveram na média dos últimos cinco períodos índices maiores que 100%, não tendo essas sobras de recursos próprios para investimento nas outras contas do ativo. Para Silva (2010) quanto mais à empresa investir em seu ativo não circulante, mais ela depende do capital de terceiros para constituir seu giro de capital.

Considerações Finais

O presente artigo teve por objetivo principal identificar a forma como as empresas de capital aberto do setor de construção civil se financiam e como está classificada sua estrutura de capital, as empresas estão listadas no Novo Mercado da BM&FBOVESPA. O processo de pesquisa envolveu análise dos demonstrativos financeiros de quinze empresas nos períodos de 2011 a 2015. Além da participação dos índices de endividamento, importante para mensuração dos dados fornecidos.

Através do índice de participação de capitais de terceiros, pode-se observar que nos períodos apurados, a maioria das empresas classificadas se encontram dependentes de recursos de terceiros, em média as quinze empresas juntas utilizam R\$ 1,76 de capitais de terceiros para cada R\$ 1,00 de capital próprio. Além disso, o índice de endividamento geral demonstra que na média dos últimos cinco períodos, com exceção de duas empresas, todas tiveram mais de 50% de capitais de terceiros do que próprios.

Na análise de composição do endividamento, de quinze empresas, dez empresas têm mais da metade de suas obrigações classificadas como a curto prazo, esse índice demonstra que as empresas poderiam ter dificuldades para quitar suas obrigações em prazos imediatos, além da geração de lucros seria repentino, podendo ocasionar uma maior dependência de recursos de terceiros.

Por fim o índice de imobilização do patrimônio líquido demonstra que, com exceção de três empresas, todas as demais empresas listadas aplicam pouco de seu capital próprio em seu ativo não circulante, obtendo à conclusão que a maioria das

empresas procuram utilizar e seu capital próprio para investir nas demais contas do seu ativo.

Como conclusão pode se afirmar, que a crise sem precedentes, está afetando o setor de construção civil brasileiro e com isso as empresas estão procurando a captação de recursos de terceiros, porém com o aumento dos juros, poderia haver uma dificuldade para quitação de empréstimos imediatos, além das restrições de crédito que poderiam ocasionar cortes de funcionários, desencadeando uma recuperação de mercado em ritmo lento.

Referências

BM&FBOVESPA. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/index.htm>. Acesso em: 25 de julho de 2016.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações Contábeis: Estrutura, Análise e Interpretação**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL, **Lei nº 6.404/76, alterada pela Lei nº 11.638/07**. Dispõe sobre Sociedades por Ações. Diário Oficial da União República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 15 dez. 1976. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L6404consol>. Acesso em: 18 de maio de 2016.

BRITO, G. A. S.; CORRAR, L.J.; BATISTELLA, F.D. Fatores determinantes das Estrutura de Capital das Maiores Empresas que atuam no Brasil. **Revista de Contabilidade e Finanças – USP**, n. 43, p. 9-19, jan./abr. 2007.

BRUNI, Adriano Leal. **A análise contábil e financeira**. vol. 4, São Paulo: Atlas, 2010.

CÂMARA BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO (CBIC). Disponível em: <<http://www.cbic.org.br/>>. Acesso em: 26 de Setembro de 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC). CPC 26 (R1). Apresentação das Demonstrações Contábeis, 2011. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br>>. Acesso em: 15 de junho de 2016.

COSTA, Rodrigo Simão da. **Contabilidade para Iniciantes em Ciências Contábeis ou Cursos Afins**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

FAVATTO, V.; ROGERS, P. Estrutura de Capital na América Latina e nos Estados Unidos: Uma Análise de seus Determinantes e efeito dos sistemas de financiamento. **Gestão & Regionalidade**, vol. 24, n. 71, XI Semead 2008, ou. 2008.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Análise de Balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARION, José Carlos. **Análise de Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MATARAZZO, Dante C. **Análise Financeira de Balanço: Abordagem Básica e Gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PEREIRA, José Matias. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

PEROBELLI, F. F. C.; FAMÁ, R. Fatores Determinantes da Estrutura de Capital para Empresas Latino-Americanas. **Revista de Administração Contemporânea**, vol. 7, n. 1, jan. /mar. 2003.

SILVA, José Pereira. **Análise Financeira das Empresas**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

VIEIRA, E. M. M et al. Melhores Grupos de Índices e Demonstrações Contábeis para Análise da Situação Econômico-Financeira das Empresas na Percepção de Analistas do Mercado de Capitais. **Contabilidade, Gestão e Governança – Brasília**, vol. 17, n. 3, p. 29-46, set./dez. 2014.

ESTUDO DA ÉTICA COORPORATIVA E SUAS DIRETRIZES: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE REVESTIMENTOS CERÂMICOS DO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Leandro Rezin Gonçalves¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco²; Marcos Lubave³; Luiz De Noni⁴

¹Ciências Contábeis. UNIBAVE. leandro_419msn@hotmail.com.

²Ciências Contábeis. UNIBAVE. miriam.asilveira@gmail.com

³Ciências Contábeis. UNIBAVE. marcoslubave@gmail.com.

⁴Ciências Contábeis. UNIBAVE. luiznoni@brturbo.com.br

Resumo: Foi realizada uma pesquisa de campo em uma empresa de revestimentos cerâmicos localizada no sul de Santa Catarina, onde foi discutido e elaborado uma pesquisa com relação a existência de um código de conduta ética na empresa e também questionários. Utilizando a metodologia descritiva e é qualitativa, sendo realizada através de uma pesquisa semiestruturada. Obteve-se então como resultado perfis de cada área citada. Isso fez com que chegasse a conclusão de que na medida em que declina-se na pirâmide organizacional, o grau de entendimento de conceitos de ética e de normas internas também cai, ocasionando assim um gradiente muito grande entre operadores de chão de fábrica (menos instruídos) e departamentos administrativos, técnicos, supervisão e gerência (que apresentaram maior instrução). Foi constatado também que tanto para fornecedores quanto para trabalhadores terceiros o nível de conhecimento de ética e das normas de conduta ética da empresa é muito baixo.

Palavras-chave: Ética, Organização, Competitividade. Cerâmica.

Introdução

Muito longe do significado filosófico grego, onde a ética era ligada ao estado da alma, no sentido moderno foi colocada por Immanuel Kant, em meados do século XVIII, para quem a humanidade era vista na pessoa e com o objetivo no próximo. Este pensamento mudou a essência da ética, tornando a conduta individual um forte fundamento para a sociedade (MAYOS, 2008).

A ética organizacional ou a ética empresarial são temas muito importantes para o bom funcionamento corporativo, isso porque trata de como a empresa deve se comportar perante o seu mercado consumidor e seus funcionários. Pode tornar-se mais competitiva, pois trabalha visando valores morais e competências, tendo em vista que os colaboradores trabalham com mais motivação e elevam o capital pessoal (MOREIRA, 1999).

O autor ainda enfatiza que quando se fala em ética organizacional ou empresarial, há um senso coletivo, onde se busca criar referências, boas práticas e engajamento na interação corporativa, nesse contexto, a ética organizacional é puramente a expressão do sentimento social. O autor ainda esclarece que quando é exigida da organização uma atitude ética em relação ao meio ambiente, é uma demanda social, isto é apenas um dos exemplos de como as novas derivações estão fazendo com que a ética nas organizações esteja cada vez mais complexa.

As empresas começaram a dar mais ênfase para a conduta ética organizacional a partir da década de 80, pois com a redução das hierarquias e a autonomia dada as pessoas, fez com que os antigos chefes, tratados como xerifes não conseguissem mais ter tanto poder para controlar a atitude de todos, dizendo o que era certo ou errado. Com isso, nos últimos anos, ambientes corporativos viraram um campo muito propício para a desonestidade, omissão, má conduta e mentira, tornando-se necessário a criação de códigos de conduta, onde a organização estabelece e impõe regras comportamentais a seus colaboradores (JACOMINO, 2003).

Considerando o código de ética empresarial um fator de grande relevância para as empresas, e que está cada vez mais difundido nas organizações por se tratar de conceitos importantíssimos para o bom funcionamento do sistema, dos processos e também da integridade da empresa, o presente estudo apresenta a seguinte questão:

Como o código de ética estabelecido por um uma empresa do segmento cerâmico do sul do estado de Santa Catarina, está sendo visto e cumprido pelos colaboradores da empresa? Por conseguinte o objetivo do estudo é verificar o grau de entendimento dos princípios éticos estabelecidos aos funcionários e superiores pelo código de ética da empresa.

Trata-se, portanto, de um estudo onde os dados qualitativos serão apresentados através de observações e entrevistas semiestruturadas a fim de analisar a conduta ética estabelecida pela organização e se todos possuem conhecimento dos seus deveres e direitos perante as normas.

Sabe-se, que ter uma noção do entendimento da ética e da conduta empresarial por parte de todos os colaboradores é de suma importância para a empresa e para sociedade, pois como citado anteriormente, precisa-se cumprir todas as regras impostas por parte da sociedade e por parte da empresa, pois caso não sejam cumpridas é a imagem da empresa que está em jogo.

O estudo está estruturado em introdução, que faz parte desta seção, na segunda seção, será tratado da fundamentação teórica, ou seja, uma revisão bibliográfica de autores que explicam e reforçam os princípios éticos sociais e empresariais, e também um breve histórico da empresa estudada. Posteriormente, na terceira seção será abordada a metodologia de pesquisa utilizada no trabalho, juntamente com todos os métodos de recolhimento de informações. Por fim nas seções quarta e quinta, serão abordados os resultados, discussões e considerações sobre o tema, demonstrando qualitativamente a percepção da empresa e de seus colaboradores, perante a ética social e organizacional.

Ética

A palavra "ética" provém do grego Ethos e significa aquilo que pertence ao "bom costume" ou "portador de caráter". São princípios universais e ações que acreditamos que não mudam independentemente do lugar onde estamos. Ética é diferente de moral, pois não se fundamenta na obediência de costumes e hábitos, e sim busca fundamentar-se as ações morais exclusivamente pela razão (SINGER, 2002).

Vaz (2006), diz que Platão propõe uma ética transcendente, dado que a sua proposta ética não é a realidade empírica do mundo, nem mesmo as condutas ou relações humanas, mas sim o mundo inteligível. Platão centra suas indagações na Ideia perfeita, boa e justa que organiza toda a sociedade e dirige a conduta humana dentro dela. As Ideias, que formam a realidade platônica, são os modelos segundo os quais os homens tem seus valores, leis, moral. Conforme o conhecimento das ideias, das essências, o homem obtém os princípios éticos que governam o mundo social.

A ética de Aristóteles, em oposição à ética de Platão, é relativa, tendo suas bases na realidade empírica do mundo, no questionamento acerca das condutas humanas e na organização social. As exigências da vida e a realidade do homem formam o conteúdo das ideias, e são responsáveis pela escolha dos valores, pela moralidade e pelas leis, pela definição das condutas dos homens. A teoria ética de Aristóteles era realista, empirista em contrapartida à visão idealista e racionalista de Platão (VAZ, 2006).

Para Valls (1994), a ética é uma reflexão científica ou tecnológica, algumas vezes até teológica, sobre costumes ou ações humanas. Ela age como estudo destes

costumes e ações humanos e pode ser também o costume e a ação propriamente dita.

Para Sá (2009) a ética é um móvel de conduta humana e traz a concepção de objeto da vontade ou das regras que a direcionam. Não trata o bem como algo básico de realidade ou perfeição, mas sim como o que pode passar a ser matéria nos domínios volitivos, a ética busca inspiração milenar, pois é encontrado fundamentação e referenciamos autores clássicos, como Xenofonte. Xenofonte viveu na Grécia até 355 a.C. e criou diretrizes para que o homem fosse observado de forma adequada perante a divindade, os amigos, a sociedade, a pátria e etc.

Ética Empresarial

Conforme Arruda (2002) para se obter sucesso e se manter no mercado nos dias de hoje, a empresa precisa agir, pensar, manter-se em torno da ética, mesmo nas diversas situações que poderão ser desagradáveis. O autor ainda complementa que ser ético não é apenas fazer seu trabalho corretamente, mais sim observar se mesmo fazendo seu trabalho ele não irá prejudicar os que giram em torno da empresa, funcionários, sociedade, meio ambiente.

A ética vem sendo discutida ao longo dos anos, pois cada vez mais as pessoas vem se adaptando e querendo estarem num lugar agradável, onde se sentem bem e são respeitadas. Além de ser individual, qualquer decisão ética tem por trás um conjunto de valores fundamentais. Muitas dessas virtudes nasceram no mundo antigo e continuam válidas até hoje (SÁ, 2009).

A ética por si só não é condição para um bom negócio, mas o propicia, uma empresa que busca apenas resultados e lucro se torna suicida, para isso precisa-se ter confiança para conseguir seus objetivos a longo prazo. E qual é a relação entre ética e confiança? Uma empresa para conseguir se impor no mercado, obter segurança em sua palavra, oferecendo e obtendo confiança a seus clientes, fornecedores e todos que giram em torno da mesma, precisa ser uma empresa que trabalhe juntamente com a ética (ARRUDA, 2002).

Tom Morris (1998, p. 152-156) entende que a ética é o cumprimento de regras. Sob esta perspectiva, a empresa que almeje ser ética deve divulgar declarações precisas definindo as regras e deve criar procedimentos de verificação para assegurar que todos na organização as estão cumprindo.

Para Pérez López (1998), um sistema de controle, como um código de ética organizacional, urnas para coletas reclamações e/ou denúncias podem determinar o que é preciso fazer numa posição, ou mesmo na empresa, para se alcançar os resultados esperados. Como consequência, serão atribuídos prêmios, castigos ou outras formas de resposta.

Pode-se dizer que a ética organizacional, ou seja, ética nas empresas, trabalha em conjunto com a ética social e que também tem peso a ética pessoal de cada membro da organização, onde desde a Grécia antiga a ética nos leva a entender que um bom caráter nos leva a boas escolhas.

Como consequências das várias transformações políticas, econômicas e sociais ocorridas ao longo do século XX, as empresas estão confrontando-se cada vez mais com problemas éticos empresariais, tais como: corrupções, fraudes fiscais, falta de respeito, abusos e etc. Com isso, um movimento ético veio se formando a fim de sanar estes problemas de origem ética, com isso criou-se códigos de ética empresarial dentre outras ferramentas que integram e interagem com a moralidade social imposta (JESUS, 1999).

Em um ambiente corporativo, pode existir a ocorrência de um deslize gerencial que no qual pode contribuir para manchar a imagem da empresa. Este deslize, muitas vezes pode repercutir na mídia e causar perda de credibilidade da organização perante a sociedade e seus colaboradores (SROUR. 2009). Caffarelli (2005) a ética empresarial, ou ética organizacional, é um conjunto de práticas que se faz respeito aos valores e princípios estabelecidos pela organização.

Caffarelli (2005) diz também que a organização cria seus valores para ter um relacionamento mais previsível com seus colaboradores, ou seja, que seus colaboradores sabem o que esperar da organização e como ela pode vim a demonstrar seus interesses e realizar suas negociações, e que ao mesmo tempo, a ética organizacional é de suma importância para desenvolver e afirmar a reputação da empresa.

Srou (2009) ressalta que existem fatores importantes que as empresas devem ressaltar dentro das suas dependências para adquirir uma boa reputação: cultivar sólidas relações com o público de interesse, adotar padrões de responsabilidade socioambiental, gerenciar riscos, administrar as marcas, gerir as informações em relação aos ambientes internos e externos, criar um ambiente propicio a inovações, e

principalmente dispor de diretrizes éticas consensuais sendo capaz de discernir os fatos morais.

Crises e boatos ocorrem frequentemente dentro das organizações, e dentro disso surgem novas reflexões do que a organização precisa fazer e como deve-se comportar para manter sua própria conduta moral dentro das suas questões administrativas, desta forma é importante ressaltar que o relacionamento ético com os *stakeholders*, campanhas de comunicação e *marketing* para alavancar a imagem da organização, treinamentos de capacitação e de segurança para funcionários e confidencialidade de informações são de suma importância para o bom relacionamento com os colaboradores (SROUR, 2009)

Srou (2009) ainda ressalta que podem ocorrer outros fatores dentro dos processos éticos organizacionais que podem se reverter em condutas moralmente impróprias como: assédio de colaboradores, sonegação de impostos, omissão de informações pertinentes aos colaboradores, maus tratos e etc.

Com isso, sabe-se que a aplicação de um sistema de conduta ética empresarial é importante tanto para a organização quanto para seus colaboradores. O cumprimento da conduta por parte da empresa e por parte dos funcionários faz com que a empresa possua um maior rendimento e credibilidade no mercado e na sociedade.

Procedimentos Metodológicos

Com vista à futura análise dos dados faz-se necessário o planejamento do trabalho, por meio de um modelo conceitual e operacional, promovendo a viabilidade da análise de forma organizada e sistêmica (DIEHL, 2004). Para tanto será discriminado, por conseguinte, os tipos de pesquisa que compõe o corpo da investigação.

A abordagem do trabalho se classifica como qualitativa, que segundo Neves (1996), enquanto estudos quantitativos geralmente procuram seguir um plano previamente, a pesquisa qualitativa costuma ser direcionada, ao longo de seu desenvolvimento, além disso, não busca enumerar ou medir eventos e, geralmente, não emprega instrumental estatístico para análise dos dados; seu foco de interesse é amplo e parte de uma perspectiva diferenciada da adotada pelos métodos quantitativos.

Dela faz parte a obtenção de dados descritivos mediante contato direto e interativo do pesquisador com a situação objeto de estudo. Nas pesquisas qualitativas, é frequente que o pesquisador procure entender os fenômenos, segundo a perspectiva dos participantes da situação estudada e, a partir daí situe sua interpretação dos fenômenos estudados.

A pesquisa adota com método o estudo de caso, visto que será analisado especificamente um método projectual e sua aplicabilidade. Esse tipo de pesquisa proporciona um conhecimento mais aprofundado a respeito do assunto Souza et. al (2007), visto que ele é abordado de forma mais específica.

Ventura (2007) diz que o estudo de caso, como qualquer pesquisa, é organizado em torno de um determinado número de questões e que se referem ao como e por que da investigação. Sendo que em alguns casos estas questões podem estimular o uso de experimentos e de pesquisas históricas.

O estudo de caso estudado será realizado em uma empresa de revestimentos cerâmicos localizada no extremo sul catarinense, apontando se este código de ética está sendo colocado em prática e é de conhecimento de todos os colaboradores.

Os dados foram obtidos através de entrevistas semiestruturadas e tem como público alvo funcionários (operadores e gestores), fornecedores e funcionários de empresas de serviços terceirizados.

Para Triviños (1987) a entrevista semiestruturada traz questionamentos básicos apoiados em teorias e hipóteses relacionadas ao tema da pesquisa. Os questionamentos trariam novas hipóteses provindas das respostas dos informantes. O autor ainda afirma que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter o pesquisador presente e atuante no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152).

Empresa estudada Alfa

A Empresa Alfa é uma empresa de revestimentos cerâmicos situada no extremo sul de Santa Catarina. Ela começou seus trabalhos ainda na década de 60. O tempo passou, a tecnologia evoluiu junto com o crescimento dos formatos e da empresa, sendo que hoje a Empresa Alfa é referência nacional em revestimentos cerâmicos. A Empresa Alfa possui unidades em Cocal do Sul (Matriz), Criciúma e Bahia, além de diversas outras filiais espalhadas pelo Brasil. Com uma produção

anual de cerca de 36 milhões de m², a Empresa Alfa está distribuída em mais de 15.000 pontos de vendas espalhados pelo Brasil e em mais de 80 países.

Quanto a ética, a Empresa Alfa trata com transparência e responsabilidade, tanto que ao entrar na empresa, uma das primeiras coisas que um novo funcionário recebe em sua integração é o Código de Conduta Ética. Em 2011, a Empresa Alfa fez uma revisão do seu Código de Conduta Ética. A criação e a posterior revisão do código de conduta ética Alfa, fez a empresa criar mais consciência dos princípios éticos que quer aplicar e dos compromissos éticos que quer assumir perante a sociedade e seus colaboradores.

A empresa presa muito pela qualidade de seus serviços e pela veracidade e compromisso com seus fornecedores e funcionários, com isso alguns princípios são destacados a seguir.

- ✓ Idoneidade e cumprimento das leis vigentes;
- ✓ Não proporcionar vantagens pessoais aos funcionários.;
- ✓ Evitar a doação de presentes, à exceção de brindes promocionais e institucionais - isto é, sem valor comercial;
- ✓ Não efetuar pagamentos de despesas de qualquer natureza a funcionários;
- ✓ Manter sigilo sobre todas as informações do negócio da empresa.

A Empresa Alfa possui uma cartilha de Conduta Ética e esta é apresentada a todos os funcionários no momento da sua integração a empresa. Este Código de Conduta Ética é apresentado com o propósito de integrar o funcionário de todos os princípios existentes na empresa, tais como direitos e deveres.

Tabela 1 – Missão, Visão e Valores da empresa estudada.

MISSÃO	VALORES	COMPETÊNCIAS
Desenvolver, produzir e comercializar produtos cerâmicos com tecnologia avançada, qualidade e beleza; garantir a satisfação de nossos clientes e de todo o público envolvido, respeitando os princípios da ética, transparência e austeridade.	Ética; Disciplina; Simplicidade; Crescimento Sustentável; e Inovação	Visão Estratégica; Comprometimento com Gastos; Foco no Cliente; Foco nos Resultados; Trabalho em Equipe; e Autonomia e Decisão.

Fonte: Empresa Alfa

Com isso, é claro ver que a empresa estudada possui um código de ética formado e estabelecido e possui também canais de comunicação entre empresa e colaboradores.

Resultados e Discussão

O trabalho procurou demonstrar os perfis criados, através de um questionário (ANEXO A), onde foi aplicado a funcionários de cargos operacionais, administrativos, supervisores, coordenadores e também fornecedores e servidores terceirizados. Com isso, perguntando sobre o conhecimento do código de conduta ética, canais de comunicação, denúncias sanções e punições, treinamentos e atualizações obtiveram-se os seguintes perfis:

Operacional (chão de fábrica)

Foram questionados 5 funcionários de chão de fábrica. A partir disto, foi criado um perfil de função descrito a seguir.

O perfil de funcionário dos setores operacionais (chão de fábrica), conhecem o código de conduta ética da empresa, porém dizem que tiveram acesso ao manual de conduta somente no dia da integração. Lembram que tiveram treinamentos sobre a missão, visão e competências da empresa, mas não se recorda. Isto explica a pouca reciclagem feita. Sabem da existência das urnas e dos canais eletrônicos para denúncias e/ou sugestões e também dos comportamentos inadequados que podem ocasionar sanções e punições.

Operacional (manutenção mecânica/elétrica)

Foram questionados quatro profissionais de manutenção, dois mecânicos e dois eletricitistas. Isto deu a noção para a criação de um perfil único para a manutenção.

O perfil operacional de manutenção é um perfil que também aparece mais instruído quando comparado com o operacional de chão de fábrica. Tem conhecimento da existência do código de conduta ética da empresa e das normas que devem ser seguidas. Conhece os meios de comunicação que podem levar sugestões e/ou reclamações e também receberam treinamentos atualizados.

Técnicos de Produção (Departamento Técnico)

Foram questionados três técnicos de produção, pois existem apenas três na empresa estudada. Tem conhecimento do código de conduta e do manual de conduta interna existente, onde os mesmos informam que a missão, visão e valores da empresa são constantemente cobrados por questões de auditoria e existe a divulgação nos setores. Sempre teve o conhecimento de que o código de conduta interna não era aplicado somente aos funcionários, e sim também a fornecedores, terceiros e etc. E também que ao não cumprimento de determinadas condutas, tais como receber “agrados” de fornecedores, brindes ou até mesmo comercialização de produtos dentro das dependências da empresa podem acarretar em sanções e/ou punições.

No que diz respeito ao sigilo de informações, sabe que é de extrema importância para a empresa que informações empresarias internas sejam sigilosas perante o público externo, pois trata-se da competitividade e imagem da empresa perante o mercado e a sociedade. O entrevistado diz também que tem o conhecimento dos meios de denúncia e reclamações do código de ética, pois sabem da existência das urnas e dos meios de comunicação como telefone e e-mail. Ainda cita que, em cinco anos de empresa teve contato com o código de ética duas vezes: primeira vez na sua integração ao entrar na empresa, onde são passados todos os detalhes do código de ética e entregue uma versão física (manual) e três anos depois em uma reciclagem informal feita nas unidades e setores.

Administrativo

Apenas duas pessoas foram questionadas, pois a empresa dispõe de dois funcionários administrativos na unidade estudada. O perfil do assistente administrativo (todos que trabalham nos escritórios das fábricas) também aparece atualizado e instruído. Sabe da existência do código de conduta ética tanto em forma física quanto em digital e também de todos os canais de comunicação e a equipe que coordena o código de ética da empresa. Sabe da existência de punições e sanções para os descumprimentos das normas estabelecidas e também que não se aplica somente a funcionários, mas sim a terceiros e fornecedores.

Supervisor

Foi questionado um supervisor onde para este perfil, fica claro o maior conhecimento quando comparado com o perfil operacional. Eles conhecem toda a missão, visão e competências das empresas, assim como receberam treinamentos e informações atualizadas e também tem conhecimento de tudo que pode ou não pode fazer perante o código de ética empresarial. Conhece todos os canais de ouvidoria e de sugestões e reclamações. Sabe que as normas de conduta ética não se aplicam somente a funcionários, mas sim a terceiros e fornecedores e também que o não cumprimento das diretrizes do código de conduta ética pode ocasionar sanções e punições.

Coordenação e Gerência

Tem pleno conhecimento de todas as normas de conduta da empresa, pois são cobrados diretamente pelos diretores. Sabem de todas as punições e sanções empregadas em cada caso determinado, pois cabe aos colaboradores de nível gerencial decidir e aplicar penalidades quando necessário. Sabem de toda a conduta relacionada a fornecedores e terceiros, pois cabe a eles cobrar e também fiscalizar tais atividades. Recebem treinamentos e orientações constantes e estão sempre se atualizando no que diz respeito as atitudes que deve-se tomar como superior para não infringir as regras éticas.

Terceiros

Para o serviço terceirizado, os resultados começam a aparecer de forma diferente. Eles sabem da existência de um código de ética, porém nunca tiveram contato com ele de nenhuma forma. Não sabem da existência dos canais de comunicação e nem das urnas espalhadas pela fábrica. Nunca tiveram nenhum tipo de treinamento nem de instrução por parte da empresa. Sabem que existem punições para o descumprimento das regras estabelecidas, porém não tem conhecimento de tudo que pode ou não pode fazer dentro da organização.

Fornecedores

Seguindo no mesmo caminho dos trabalhadores terceirizados, os fornecedores já se encontram em um nível menor ainda de instrução. Não sabiam da existência do código de conduta ética da empresa, nem mesmo da existência em

forma física através de manuais e nem das formas digitais através do site da empresa. Nunca tiveram nenhum tipo de treinamento e não sabiam citar nenhuma das regras de conduta, nem mesmo as regras relacionadas especificamente à fornecedores. Porém sabem que o não cumprimento de determinadas regras, mesmo sem ter conhecimento, são penalizadas.

Com isso, pode-se perceber que há uma elevação do nível de conhecimento do código de conduta ética na medida em que eleva-se a pirâmide hierárquica da organização e também uma grande deficiência no conhecimento do código de conduta da empresa por parte dos terceiros e principalmente por fornecedores. Os terceiros ainda possuem um pouco mais de instrução, pois vivenciam mais o dia a dia da empresa e se relacionam mais com a empresa, processos e os colaboradores. Já os fornecedores passam pouco tempo dentro da empresa, não tem tempo para se enturmar e aprender sobre o sistema interno da organização. Muitas vezes dão apenas uma passada rápida ou ficam poucas horas.

Sabe-se que é necessário um nivelamento de todos os cargos. Então com isso sugerem-se mais treinamentos e cobranças do código de conduta ética, pois como já foi citado, a ética que empresa tem para com a sociedade e seus colaboradores são refletidos na sociedade, ou seja, é a imagem da empresa que está a prova.

Considerações Finais

A pesquisa se propôs em demonstrar resultados obtidos a partir de questionário semiestruturados aplicados diretamente aos colaboradores da empresa estudada. Por meio disso criou-se perfis e através destes perfis foram feitas as análises para ver se a empresa trata com seriedade os assuntos éticos e organizacionais e se todos que compõem a empresa, ou seja, todos os colaboradores envolvidos no processo, estão a par de todas as normas que a empresa impõe.

Nota-se com a pesquisa que por parte da empresa, existe um código de conduta ético bem estruturado e explícito, existem diversos canais de comunicação com fácil acesso e também a disponibilização de treinamentos. Porém foram encontradas dificuldades no que diz respeito ao entendimento por parte de fornecedores e trabalhadores terceirizados.

Já por parte dos colaboradores diretos, obteve-se um bom resultado para os cargos mais técnicos, supervisionais e gerenciais, porém nos colaboradores operacionais, ou seja, de chão de fábrica, o grau de entendimento e de interesse

começam a cair. Considera-se neste ponto que, os menos interessados e instruídos, são os de menores salários e horários mais inflexíveis. Ainda salienta-se o desânimo e a falta de seriedade por parte destes funcionários quando questionados pelo código de conduta ética. Por fim, cabe ressaltar que a pesquisa foi muito importante para destacar pontos de deficiência na abrangência do código de conduta ética organizacional e também traçar pontos de atuação. Sugere-se à empresa a adoção de mais treinamentos motivacionais que enfatizem a importância no cumprimento do código de ética da empresa.

Referências

ARRUDA, Maria Cecília. **Código de Ética**. 9ª Ed. São Paulo: Negócio, 2002. 254 pg.

CAFFARELLI, Paulo Rogério. **Limites e Avanços da Ética na Comunicação Brasileira** – Brasília: Banco do Brasil, 2006.

Código de Conduta Ética Eliane. Eliane s/a Revestimentos Cerâmicos. Disponível em: <www.eliane.com>. Acesso em abril de 2016.

FÁVERI, Ernesto Hilário de. Cocal do Sul: **Um mergulho em sua história** (Obra não publicada).

JACOMINO, D. **Você é um profissional ético?**. VOCÊ S/A. São Paulo, n. 25, pg.28-37, jul. 2000.

JESUS, Maria Margarida Nascimento. **Ética Empresarial e Responsabilidade Social da Empresa**. Revista Dos Algarves, São Paulo. Vol. 01. Fasc. 10. Pg. 3 a 10. Jan. 2002.

MAYOS, Gonçal. **O Criticismo Kantiano**. Barcelona: EducaciOnline, 2008.

MOREIRA, Joaquim Magalhães. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.

SINGER, Peter. **Ética Prática**. São Paulo: Martins Fontes, 2002. 402 pg.

LÓPEZ, Pérez. **Liderazgo y ética en la dirección de empresas**, Ed. Deusto, Bilbao.

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do trabalho Científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Rio Grande do Sul: Feevale, 2013.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética Profissional**. 9ª Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2009. 46 pg.

SOUZA, Antonio Carlos de; FILHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: métodos e técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007

SROUR, Robert Henry. **Ética Empresarial: O Circulo Virtuoso Dos Negocios**. 4ª Ed. São Paulo: Editora Elsevier, 2000. 276 pg.

MORRIS, Tom. ***A nova alma do negócio: como a filosofia pode melhorar a produtividade de sua empresa***. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues e Priscila Martins Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1998. pág. 152.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VALLS, Álvaro L. M. **O Que é Ética**. Ed. Única. Brasília: Editora Brasiliense, 1994. 80 pg.

VAZ, H. C. de Lima. Escritos de Filosofia IV: Introdução à ética filosófica 1. São Paulo: Ed. Loyola, 1999.

VENTURA, Magda Maria. **O estudo de caso como modalidade de pesquisa**. SOCERJ, set/out de 2007.

ESTUDO DE ROTEIRIZAÇÃO PARA A COOPERATIVA REGIONAL AURIVERDE

Alexandro Augusto Kempfer¹; Jacira A S W Zanatta² Mario Coan³; Flavio Schilickman⁴; Volnei Margotti⁵

¹ Coop. Regional Auriverde. alex@cooperauriverde.com.br.

²UNIBAVE. jacira.zanatta@gmail.com.

³UNIBAVE. mario@copozan.com.br.

⁴ UNIBAVE. flaviocegero@gmail.com.

⁵ UNIBAVE. volneimargotti@yahoo.com.br.

Resumo: Há muitos anos, a logística está se tornando um fator competitivo nas organizações e, cada vez mais, existem profissionais dedicados a suprir as necessidades nessa área de atuação. A logística inúmeros fatores, tais como a aquisição da matéria-prima, estoque, produção, distribuição e etc.. A distribuição dos produtos até o cliente final é um fator que acarreta muitos custos financeiros e administrativos às organizações e devem ser bem analisadas. Por esse motivo, a pesquisa visa demonstrar um sistema de roteirização para ser aplicado à Cooperativa Regional Auriverde com o objetivo de melhor atender aos seus clientes com serviços de qualidade, manter a parceria com transportadores terceirizados por meio de redução de custos e aumento de eficiência, bem como aperfeiçoar a entrega das mercadorias com uma roteirização bem definida, tornando-a fator positivo à organização.

Palavras-chave: Distribuição. Roteirização. Logística. Transporte.

Introdução:

A logística, segundo Bowersox Closs (2001), de uma forma ou de outra, está presente em todas as organizações e envolve tudo o que diz respeito à movimentação de materiais. É um termo amplo a ser explorado, trata-se de deixar a mercadoria à disposição na hora, lugar e no momento em que o cliente precisar. É objeto de pesquisas de muitas organizações, pois é nesse momento que podem ser reduzidos muitos fatores geradores de custos.

O tema desta pesquisa é a logística de distribuição de mercadorias e tem como sua delimitação a logística de entrega de mercadorias à Cooperativa Regional Auriverde, filial de Orleans – SC. Tem como problema de pesquisa: a implantação de um sistema de rotas de entrega atenderá às necessidades da Cooperativa Regional Auriverde, de seus clientes e dos terceirizados?

O objetivo geral é desenvolver a roteirização de entrega de mercadorias com os seguintes objetivos específicos: criar aliança com transportadores terceirizados na

política de ganha-ganha; oportunizar a programação de entregas ampliando a quantidade de mercadorias por rota de entrega; buscar a eficiência nas entregas mostrando aos clientes alguns benefícios de se fazer a roteirização; analisar o tempo de entrega de cada rota buscando a redução dos custos de entrega dos transportadores terceirizados.

As organizações, de modo geral, buscam incansavelmente a diminuição de seus custos fixos e variáveis, sem comprometer o nível de serviço ao cliente. Diante desta afirmação, percebeu-se a importância da pesquisa relativa à reestruturação das rotas, oferecendo um serviço ao cliente de qualidade.

Roteirização de veículos

A roteirização de veículos é usada nas organizações em nome de maior agilidade das entregas das mercadorias, bem como redução das distâncias entre uma entrega e outra. A roteirização de veículos passa por três problemas principais que são: as decisões, os objetivos e as restrições. As decisões dizem respeito ao agrupamento de clientes, que devem ser visitados pelos veículos e seus motoristas, envolvendo a programação e o roteiro de visitas. O processo de roteirização visa oferecer um serviço de alto nível para os clientes com um custo operacional e de capital o mais baixo possível, mas existem algumas restrições. Deve-se honrar o compromisso firmado com os clientes; respeitar o limite de horas de trabalho impostos aos motoristas e seus ajudantes; e, também, respeitar as restrições de trânsito, quanto a tolerância de horários de carga e descarga, velocidades máxima e mínima das rodovias, o tamanho e capacidade máxima dos veículos, entre outros (NOVAES, 2007).

O transporte, conforme Gomes; Ribeiro (2004), representa entre um e dois terços dos custos totais logísticos. Por isso, há grande preocupação com a máxima utilização de equipamentos e pessoal de transporte. O tempo que as mercadorias passam em trânsito incidem diretamente o número de fretes que podem ser feitos por um veículo.

Deve-se descobrir os melhores roteiros ao longo de uma rodovia, ferrovia, hidrovia ou navegação aérea a fim de reduzir as distâncias entre os pontos (BALLOU, 2006).

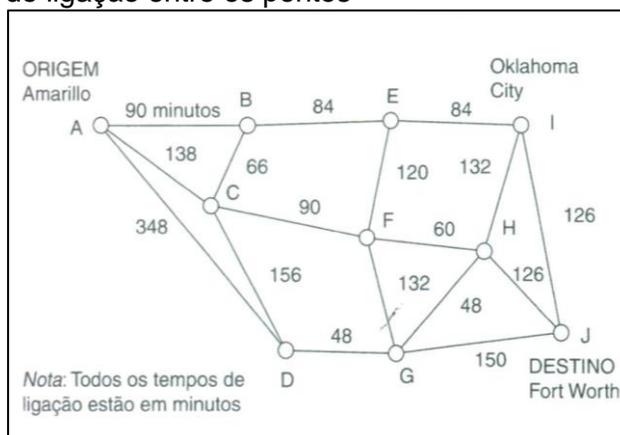
As rotas devem ser planejadas com antecedência através de um roteiro bem enxuto, onde se possa observar a distância e o tempo que as entregas levam para serem feitas (POZO, 2001).

Um ponto de origem e um ponto de destino

O planejamento das rotas é algo que depende de cada região envolvida, o sistema um ponto de origem e um ponto de destino é um dos métodos de construção de rotas. (BALLOU, 2006)

Este tipo de roteirização, conforme figura abaixo, que mostra o tempo de ligação entre diversas rodovias, para se chegar ao ponto de destino o mais rápido possível.

Figura 1 - Rede de autoestradas entre Amarillo e Fort Worth, estado do Texas, com os tempos de ligação entre os pontos

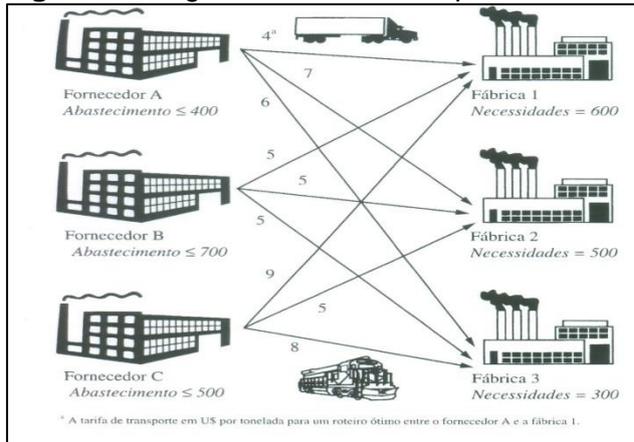


Fonte: Ballou (2006, p. 192)

Um ponto de origem e destinos múltiplos

O esquema de pontos de origem e destinos múltiplos está especificado e desenvolvido para que todos os pontos se cruzem e se tornem pontos de origem e destinos múltiplos. Esse método é aplicado para empresas que têm um sistema logístico eficiente (BALLOU, 2006).

Figura 2 - Origem e destinos múltiplos



Fonte: Ballou, 2006, p. 196

Pontos de origem e destinos coincidentes

Esse método possui algumas particularidades, a partir das quais se pode observar que, segundo Ballou, (2006), o problema de um sistema de roteirização com origem e destinos coincidentes é o problema do caixeiro viajante. Diversos métodos já foram propostos para resolver essa questão, pois não é fácil encontrar uma solução de roteiro quando há muitos pontos de origem e destinos coincidentes. O tempo de processamento dos computadores mais rápidos tem sido suficiente e os procedimentos de solução cognitivos, heurísticos ou combinações de heurísticos-otimizadores, tem representado boas alternativas para soluções de roteirização.

Roteirização sem restrições

Um sistema de rotas que já esteja elaborado, separado e sintetizado possui diversas restrições. Quando não há restrições quanto à cliente e capacidade é mais fácil de controlar a entrada e saída de clientes e mercadorias, assim é mais fácil de se ter um controle de prováveis alterações na rota, desde que sejam mínimas, cuja alteração não seja muito grande (NOVAES, 2007).

Pode-se ter um melhoramento de rotas pelo sistema 3-opt que, segundo Novaes (2007), é um método que permite alterar os roteiros por meio do auxílio de um método de construção, que são relacionados os nós, alterando as ligações com a tentativa de produzir melhor resultado para que o sistema de roteirização se torne mais eficiente.

Métodos de roteirização e programação

É muito difícil elaborar soluções para construção de um método de roteirização eficiente. Há diversos fatores que devem ser levados em consideração, como diz Ballou (2006, p. 203): “Janelas de tempo, caminhões múltiplos com diferentes capacidades de peso e cubagem, tempo máximo de permanência ao volante em cada roteiro, velocidades máximas diferentes em diferentes zonas, barreiras ao tráfego[...]”.

Conforme Ballou (2006, p. 199-201), existem 8 princípios para um bom esquema de roteirização:

Princípio 1: carregar os caminhões com volumes destinados a paradas o mais próximo possível entre si.

Princípio 2: paradas em dias diferentes devem ser combinadas para produzir agrupamentos concentrados.

Princípio 3: comece os roteiros a partir da parada mais distante do depósito da empresa.

Princípio 4: o sequenciamento das paradas num roteiro de caminhões deve ter formato de lágrima em que nenhum dos roteiros se cruze.

Princípio 5: os roteiros mais eficientes são aqueles que fazem o uso dos maiores veículos disponíveis.

Princípio 6: a coleta deve ser combinada nas rotas de entregas em vez de ser reservada ao final dos roteiros.

Princípio 7: uma parada removível de um agrupamento de rotas pode ser candidata a ser incluída numa rota de entrega alternativa.

Princípio 8: as pequenas janelas de tempo de paradas devem ser totalmente evitadas.

Destacam-se três métodos de construção de sistema de rotas: o método da varredura, o método Clarke e Wright e o método das economias.

O método da varredura

Esse método é adotado para fins de diminuir distâncias, e como diz Ballou, (2006, p. 203) “O método da “varredura” para a roteirização de veículos é simples a ponto de prestar-se a ser calculado a mão, mesmo ao tratar de grandes problemas. Quando programado em programa de computador, este método resolve problemas com grande rapidez [...]”

Método Clarke e Wright

Trata-se de um *software* de roteirização que faz muito sucesso por ser simples e prático, pois, conforme Novaes (2007), esse método permite reduzir ao máximo a distância percorrida e gera roteiros que respeitam as restrições de tempo e de capacidade.

Conforme Novaes, (2007), os métodos são os seguintes:

Etapa 1: combinar todos os pontos de dois a dois e calcula-se o ganho para cada combinação.

Etapa 2: ordenam se todas as combinações de forma decrescente segundo os valores dos ganhos.

Etapa 3: começa-se com a combinação de dois nós que tiver o maior ganho. Posteriormente vai-se descendo na lista de combinações, sempre obedecendo a sequência decrescente de ganhos.

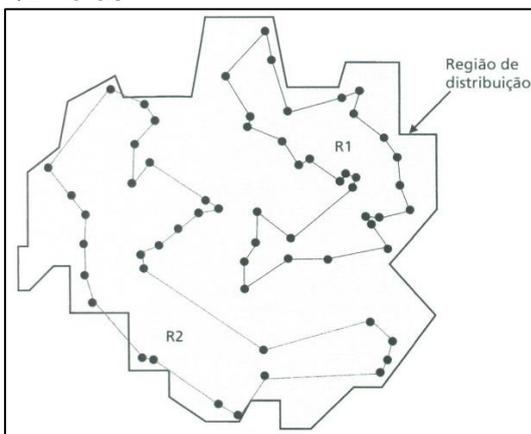
Etapa 4: para um par de pontos tirado da sequência de combinações verifica-se se os dois pontos já fazem parte do roteiro já iniciado, senão devem ser incluídos no roteiro.

Etapa 5: a cada ponto inserido no roteiro deve-se verificar se esse ponto foi aceito de forma positiva com relação as restrições da rota.

Etapa 6: o processo termina quando todos os pontos estiverem inseridos nos roteiros.

A figura 3 mostra o resultado da construção de um roteiro para dois veículos com restrição de tempo e volume, sendo o volume máximo transportado de 6 toneladas e ao tempo máximo de duração da rota 8 horas e 30 minutos.

Figura 3 - Aplicação do método Clarke e Wright: Veículo de 6 toneladas com jornada de 8 e 1/2 horas



Fonte: Novaes, 2007, p. 323

O método das economias

Esse método é um pouco mais difícil de ser trabalhado, mas dá melhores resultados, como explana Ballou (2006, p. 205), “Esse método consegue superar muitas restrições práticas, principalmente em função de sua capacidade de, simultaneamente, elaborar roteiros e sequenciar paradas nesses roteiros”.

O objetivo desse sistema é minimizar as distâncias percorridas pelos veículos a fim de reduzir os custos dos transportes.

O sequenciamento de roteiros

O sequenciamento de roteiros é feito a fim de minimizar os espaços entre um roteiro e outro. É um método bem interessante para ser aplicado, porém deve ser feito um plano geral para todos os caminhões. Conforme Ballou (2006, p. 208), “Alguns clientes podem ter suas entregas feitas nas semanas 1ª e 3ª, e outros nas semanas 2ª e 4ª. A cuidadosa atribuição de paradas e carregamentos durante a semana, desta forma conseguindo o equilíbrio dos carregamentos semanais[...]”.

Existem diversas ferramentas para a construção de roteiros eficientes e que se adaptem às necessidades da organização, sendo os *softwares* de roteirização uma delas.

Softwares de roteirização

Existem no Brasil diversos tipos de *softwares* que ajudam a organização a elaborar sistemas alternativos de logística. Conforme Novaes (2007), há algum tempo só existia comunicação com os motoristas por meio de rádio e com dificuldades, pois nem sempre havia comunicação por questões de área de transmissão. O contato muitas vezes era feito via telefone quando estivesse disponível, mas tudo isso foi mudando e foram sendo incluídas novas tecnologias, como o uso de celulares, *paggers* alfanuméricos, *scanners* portáteis e pequenos computadores de bordo. Muitos veículos hoje estão equipados com GPS (*Global Positioning System*) que fornecem a latitude e longitude do caminhão em tempo real.

Os *softwares* de roteirização, como explica Fleury *et. al.* (2000), utilizam-se de diversas maneiras para interagir com o usuário. Em sua maioria, usam-se interfaces gráficas para controlar e variar parâmetros por meio de menus, possibilitando assim

gerar relatórios para analisar os resultados de cada veículo, também podem ser feitos por meio de mapas, que permitem uma análise mais detalhada dos resultados.

Selecionando um software de roteirização

Para escolher um bom *software* de roteirização, deve-se primeiramente entender o propósito para o qual vai ser adquirido. A maioria dos *softwares* roteirizadores funcionam partir de rastreadores via satélite.

Escolher um bom *software* é uma decisão importante, pois pode-se evitar muitos transtornos futuros com escolha de um *software* que atenda todas as exigências para as rotas de entrega, sem contar que a instalação de um sistema via satélite em caminhões nas frotas é um custo muito elevado.

Há também muitos benefícios. Conforme Caixeta-Filho e Gameiro (2001, p. 209), relata-se que histórico de empresas pesquisadas cujo sistema de roteirização permitiu mudar as rotas e trajetos, redução no tempo ocioso dos caminhões, diminuição do número de rotas e redução de horas extras, socorro a veículos quebrados, posicionamento instantâneo do veículo, tudo isso foi benéfico, mas muitas empresas constataram um aumento de custos com a instalação dos roteirizadores.

Analisar-se-á o sistema de rotas do município de Orleans – SC, onde há restrições quanto às estradas de rodagem municipais não pavimentadas e pavimentadas que passam pela cidade.

Procedimentos Metodológicos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa. Quanto a sua natureza esta é uma pesquisa aplicada com objetivo de uma pesquisa exploratória. Quanto aos procedimentos é pesquisa operacional e também um estudo de caso, pois foi estudado a empresa como um todo em seu cotidiano e com pesquisa de campo, é feito o estudo diretamente na empresa e vivenciando o que realmente está acontecendo.

Após o estudo de caso que é feito na organização, foi feito o diagnóstico e um prognóstico para descobrir os seus pontos fortes e pontos fracos e propor ações de melhoria.

Resultados e Discussão

Como os transportes são terceirizados, deve haver um elo entre transportadores e empresa, especialmente quando são feitas as rotas, bem como definidas as distâncias entre as entregas. Se houver entregas com menores distâncias entre um ponto e outro, conseqüentemente se reduzirão os custos dos transportadores

Quanto menor for a distância e quanto menos o caminhão se deslocar de um ponto ao outro, haverá menos manutenção e se a programação for feita corretamente há de se ganhar em volume nas entregas, pois os clientes estarão cientes de que no dia combinado o caminhão de entregas estará passando em sua propriedade. Far-se-á o pedido antes das entregas. Neste caso, há uma política de ganha-ganha, pois a empresa ganha com a diminuição de tempo de mão de obra para formular as rotas e os transportadores em ganho de tempo, diminuição de custos e aumento de ganho em tonelage nas cargas.

Com as programações de rotas, estabelecer-se-á o dia para cada entrega em suas respectivas comunidades. Com o plano de rotas à disposição, todos os funcionários sabem dizer onde o caminhão fará as entregas, pois há um cronograma determinado. Conforme Ballou (2006, p. 208), "Alguns clientes podem ter suas entregas feitas nas semanas 1ª e 3ª, e outros nas semanas 2ª e 4ª. A cuidadosa atribuição de paradas e carregamentos para a semana, conseguindo, desta forma, o equilíbrio dos carregamentos semanais [...]". As notas fiscais ficarão arquivadas em seus respectivos dias de entrega em gavetas etiquetadas conforme foi formulado no sistema de rotas. Para a rota 01, as entregas serão na segunda-feira, rota 02 na terça-feira, rota 03 na quarta-feira, rota 04 na quinta-feira e rota 05 na sexta-feira, ficando o sábado para que haja a devida manutenção do caminhão para que esteja em perfeito estado para fazer as rotas da semana seguinte e assim por diante.

Serão distribuídos panfletos nas comunidades e anexados às notas fiscais às entregas de mercadorias, com as rotas estabelecidas e com as comunidades para cada dia da semana, principalmente nos encontros dominicais de cada comunidade, cuja maioria dos produtores ou familiares frequentam. Assim, os clientes da Cooperativa ficam cientes do sistema de roteirização e em qual dia que as entregas serão efetuadas na sua propriedade. Também será estabelecido um limite de pedido mínimo de 300 kg por cliente. Qualquer venda que seja feita abaixo disso, haverá uma taxa de R\$ 10,00 (Dez Reais), forçando os clientes a comprarem quantidades acima

de 300 kg, diminuindo a incidência de cargas abaixo do esperado para a rota. Existem clientes que fazem mais de uma compra por semana. Com o sistema de rota, o cliente programar-se-á para uma compra maior a fim de passar a semana inteira até que o caminhão vá novamente fazer as entregas em sua propriedade, aumentando também a tonelage do caminhão para a mesma rota, comparado ao sistema antes da implantação da roteirização.

Como as rotas de entrega serão com menores distâncias e com mais carga para os mesmos produtores, haverá mais cargas por dia com o caminhão de entregas com tonelage máxima de 6 toneladas sendo cumprida. O caminhão faz atualmente uma carga por dia, poderá fazer duas ou mais.

Com a redução das distâncias das entregas de um ponto ao outro e redução da rota num contexto geral, assim como o aumento da tonelage das cargas nas rotas de entrega, reduzir-se-ão os custos por rota de entrega e por tonelage, que é o cálculo utilizado pelos transportadores. Quanto mais volume for carregado, menor será o custo dos transportadores, também a manutenção do caminhão será menor, pois fará menos quilometragem e estará menos exposto ao risco de estragar. As distâncias, se comparadas com as que o transportador faz atualmente, são bem menores com o novo sistema de roteirização.

O veículo utilizado é uma camioneta M.Benz, com capacidade para 6 toneladas, é o veículo com as características mais adequadas para se enquadrar no sistema de rotas da Cooperativa, pois o acesso às propriedades, muitas vezes é difícil, assim um veículo com menores dimensões e com menor volume de carga terá menos problemas para locomover-se e entregar a mercadoria na propriedade.

O sistema de roteiro foi o de ligar o ponto mais próximo e ficou com as rotas divididas para os dias da semana com a distância total de ponto a ponto de cada uma delas. Conforme Novaes (2007), o método *Clarke e Wright* permite reduzir ao máximo a distância percorrida e gera roteiros que respeitam as restrições de tempo e de capacidade.

Quadro 1- Rotas propostas para a Auriverde

Sistema de Roteirização		
<p>Rota 01 – Camioneta Nivaldo Segunda-feira L. Barra do Rio Novo L. Rio Novo L. Rio Laranjeiras L. Curral Falso L. Três Barras L. Rio Hipólito L. Boa Vista L. Barra do Rio Hipólito L. Capivaras Baixo L. Rio Laranjeiras de Baixo L. Ponte Preta RETORNO TOTAL DA ROTA : 83,89 KM</p> <p>Rota 04 – Camioneta Nivaldo Quinta-Feira L. Corridas L. Palmeira Baixa L. Palmeira do Meio L. Sesmaria L. Palmeira Alta L. KM 107 L. Oratório RETORNO TOTAL DA ROTA : 55 KM</p>	<p>Rota 02 - Camioneta Nivaldo Terça-feira L. Morro da Erva L. Santa Clara L. Pindotiba L. Rio Coral L. Mar Grosso L. Taipa L. Ranchinho L. Serraria RETORNO TOTAL DA ROTA : 49 KM</p> <p>Rota 05 – Camioneta Nivaldo Sexta-feira L. Rio Belo L. Santa Augusta L. Vila Nova L. Barracão L. Furninhas L. Rio Cachorrinhos L. Santa Cruz L. Rio das furnas L. Rio Pinheiros Alto L. Rio Pinheiros Baixo RETORNO TOTAL DA ROTA : 64,60 KM</p>	<p>Rota 03 – Camioneta Nivaldo Quarta -feira L. Rio Novo L. Rio Novo de Cima L. Rio Carlota L. Rodeio da Anta L. Rodeio do Açúcar L. Brusque do Sul L. Morro da Palha L. Chapadão L. Rio Minador L. Brusque do Sul L. Rio Carlota RETORNO TOTAL DA ROTA : 74,30 KM</p> <div style="text-align: center;">  </div>

Fonte: Kempfer, 2011

Com o sistema de roteirização aplicado, haverá melhora significativa para os transportadores. O roteiro trabalha com 5 rotas semanais, cada rota deve proporcionar 2 entregas por dia, sendo que cada dia será calculado a distância de um roteiro e meio, pois o caminhão não fará a rota inteira para a primeira entrega, ficando o restante para a segunda em roteiro cheio.

O volume transportado para maior eficiência e diminuição de custos para os transportadores é de carga completa de 12 toneladas por dia (seis toneladas por carga). O total de dias trabalhados é de 40 dias, com 80 cargas transportadas. Assim, o volume total das entregas em dois meses pela roteirização é de 480 toneladas.

A quilometragem de uma rota semanal é de 326,79 quilômetros, assim um roteiro e meio totaliza 490,185 quilômetros, o que em 8 semanas dá um total de 3921,48 quilômetros.

As despesas de manutenção totalizam atualmente R\$1.644,30 (Um mil seiscentos e quarenta e quatro reais e trinta centavos), se foram percorridos 5012 quilômetros, há um custo por quilômetro rodado de R\$ 0,33 (trinta e três centavos). No sistema de roteirização terá uma distância percorrida de 3921,48 quilômetros, multiplicando-se aos R\$ 0,33 (trinta e três centavos), terá um total de despesas de

manutenção de R\$ 1286,53 (um mil duzentos e oitenta e seis reais e cinquenta e três centavos).

As despesas de consumo de Diesel, no sistema atual, são de R\$ 3092,82 (três mil e noventa e dois reais e oitenta e dois centavos), se divididos por 5012 quilômetros, terá um custo por quilômetro aproximado de R\$ 0,62 (sessenta e dois centavos). Com a aplicação da roteirização, multiplicando-se a distância percorrida de 3921,48 quilômetros pelo custo do diesel por quilometro terá uma despesa de R\$ 2419,88 (Dois mil quatrocentos e dezenove reais e oitenta e oito (centavos).

As outras despesas terão leve alteração devido ao imposto ter um aumento se comparado a receita maior. O total das outras despesas será de R\$ 3124,48 (três mil, cento e vinte e quatro reais e quarenta e oito centavos)

O total das despesas com a implantação do sistema de roteirização proposto é de R\$ 6830,89 (seis mil oitocentos e trinta reais e oitenta e nove centavos).

Se multiplicadas 480 toneladas transportadas na roteirização pelo valor pago por tonelada pela empresa ao transportador terá uma receita de R\$ 10560,00 (dez mil quinhentos e sessenta reais).

O lucro líquido, com o sistema de roteirização implantado, será de R\$ 3729,11 (três mil setecentos e vinte e nove reais e onze centavos), o que representa 35,31% das entradas, conforme pode-se ver na tabela abaixo os dados atualizados se utilizado o sistema de roteirização proposto por esta pesquisa.

Quadro 2 - Relação Entradas/Saídas/Lucro Líquido com o sistema de roteirização

Km rodados	Volume Ton.	R\$/Ton	Entradas	Despesas	Lucro líquido
3921,48	480	R\$ 22,00	R\$ 10.560,00	R\$ 6.830,89	R\$ 3.729,11

Fonte: Kempfer, 2011

Com o levantamento dos dados, pode-se perceber melhora significativa para o transportador que terá menos despesas e receita maior, em consequência, maior lucro. Para a organização, também há enorme ganho, pois os transportadores, obtendo maior lucratividade, poderão permanecer motivados, o que trará benefícios, não somente financeiros, mas também de bom relacionamento entre os dois elos da cadeia logística.

O transporte, conforme Gomes; Ribeiro (2004), representa entre um e dois terços dos custos totais logísticos, por isso há grande preocupação com a máxima utilização de equipamentos e pessoal de transporte.

Considerações Finais

Os resultados obtidos no decorrer desta pesquisa trouxeram possibilidades de roteirização que podem ser aplicadas à organização. A partir dos dados levantados, percebeu-se a existência de dificuldades na criação de rotas de entrega eficientes para o desenvolvimento das entregas de mercadorias para os clientes. Há muita dificuldade com relação às distâncias de um ponto ao outro que os caminhões precisam percorrer para efetuar as entregas. São longas as distâncias a serem percorridas e muitas vezes as cargas que são levadas têm pouco peso e o valor do frete não compensa os custos incorridos na entrega. Este fato faz o transportador ter custos elevados em algumas entregas.

O sistema de roteirização vem de encontro com todas essas dificuldades de entregas de mercadorias, pois visa orientar os colaboradores, clientes e transportadores para um único sistema de rotas, podendo-se otimizar as entregas de mercadorias para os pontos dos roteiros nos determinados dias da semana, diminuindo-se as distâncias de entregas ponto a ponto e aumentando o volume transportado para um mesmo destino. O sistema também deve auxiliar a organização no controle das rotas por parte de todos os colaboradores, reduzindo as incertezas quanto à orientação aos clientes, o que traz benefícios para os clientes que terão a mercadoria toda a semana disponível em sua propriedade.

Que esta pesquisa sirva de estímulo para aplicação em outras organizações ou outros setores, cujo problema de roteirização também se faz presente.

Referências

- BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2006.
- BOWERSOX, Donald J.; CLOSS, David J. **Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Atlas, 2001.
- CAIXETA-FILHO, Jose. V. GAMEIRO, Augusto. H. (org.) **Transporte e Logística em Sistemas Agroindustriais**. São Paulo: Atlas, 2001.
- FLEURY, Paulo F.; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati. **Logística Empresarial: a perspectiva Brasileira**. São Paulo: Atlas, 2000.
- GOMES, Carlos F. S; RIBEIRO, Priscila C. C.. **Gestão da Cadeia de Suprimentos Integrada à tecnologia da Informação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004

KEMPLER, Alexandro Augusto. **LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO: Estudo de roteirização**. 85p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração em Agronegócio) – Centro Universitário Barriga Verde (UNIBAVE), Orleans. 2011.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição: estratégia, operação e avaliação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 3 ed.

POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais**. São Paulo: Atlas, 2001.

O EMPREENDEDORISMO A PARTIR DA VISÃO DE ACADÊMICAS DE ADMINISTRAÇÃO E COMÉRCIO EXTERIOR

**Bruna Borguezan Budny¹; Débora Volpato; Julio Cesar Zilli³; Adriana de
Carvalho Pinto Vieira⁴**

¹Curso de Administração-Comércio Exterior. UNESC. bruna_budny@hotmail.com

²Curso de Administração-Comércio Exterior. UNESC. deboravolpato@gmail.com

³Curso de Administração-Comércio Exterior. UNESC. zilli42@hotmail.com

⁴Curso de Administração-Comércio Exterior. UNESC. dricpvieira@gmail.com

Resumo: O estudo objetivou identificar os desafios para o empreendedorismo a partir da visão de acadêmicas dos cursos de graduação em Administração e Comércio Exterior de uma universidade comunitária do Sul catarinense. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa descritiva, quanto aos fins, e bibliográfica e de campo, quanto aos meios de investigação. A população alvo envolveu 349 acadêmicas devidamente matriculadas no segundo semestre de 2016. A amostra foi constituída por 200 acadêmicas que participaram efetivamente da pesquisa. Para a coleta de dados, utilizou-se o questionário, a partir da técnica quantitativa, com análise de frequência. Verificou-se que as acadêmicas desejam ter um negócio próprio, visto que o principal motivo para empreender é a independência. Entretanto, ainda não sabem quais os tipos de negócios desejam abrir. Dentre as dificuldades encontradas para a abertura de um negócio próprio destacou-se a burocracia, taxa de juros e carga tributária.

Palavras chave: Empreendedorismo. Universidade. Graduação. Mulher. Negócio.

Introdução

O empreendedorismo se caracteriza quando um indivíduo empreendedor vai atrás de uma oportunidade lucrativa e busca iniciar uma nova proposta de valor para construir uma organização que visa o crescimento e alta lucratividade, e isso envolve a criação de novos sistemas, recursos ou processos para produzir novos bens ou serviços e satisfazer a novos mercados (BATEMAN; SNELL, 2006).

No Brasil, nota-se uma alta taxa de fechamento de novas empresas devido à utilização do empreendedorismo por necessidade, visto que, uma vez desempregado, o brasileiro torna-se empresário, monta um negócio e começa a geri-lo sem a devida competência. A atividade empreendedora não se refere somente à abertura de um negócio, mas a todas as etapas da sua vida pessoal, social e profissional, com reflexos maiores e menores dependendo da situação (BATEMAN; SNELL, 2006).

Segundo Souza e Guimarães (2005) há muito para melhorar no ensino do empreendedorismo nas universidades brasileiras. Por meio de uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2013), professores e alunos sugeriram melhorias para o ensino, tais como: criação de redes de integração, aprimoramento dos eventos de formação de docentes, apoio e fomento às atividades de empreendedorismo, disseminação da cultura empreendedora, aprimoramento de disciplinas e recursos de ensino nas Instituições de Ensino Superior (IES), pesquisas futuras e gestão de informações sobre atividades de empreendedorismo, entre outras sugestões.

Diante deste contexto, é importante expor que as mulheres acabaram aparecendo no mercado de trabalho, como colaboradoras e como empreendedoras também, gerindo seus negócios. Cabe salientar ainda que o perfil da mulher atual é diferente daquele do começo do século.

As mulheres são perfeitamente capazes de cuidar de si, conquistar o que desejam e promover mudanças, além de trabalhar e de exercer cargos de liderança. Assim como os homens, elas também desempenham as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa. Embora ainda existam preconceitos em relação ao trabalho feminino, elas estão ganhando espaço em áreas que antes era de domínio masculino, conquistando respeito e mostrando um excelente profissionalismo (PROBST, 2015). Assim, o estudo se justifica no sentido de comprovar a importância das mulheres no mercado de trabalho.

A partir deste contexto, o estudo objetivou identificar os desafios para o empreendedorismo a partir da visão de acadêmicas dos cursos de graduação em Administração e Comércio Exterior de uma universidade comunitária do Sul catarinense.

As mulheres no mercado de trabalho

De acordo com o Artigo 113, inciso um da Constituição Federal “Todos são iguais perante a lei”. Desde o século XVII, quando o movimento feminista começou a ganhar corpo, as mulheres vêm tentando pôr essa lei em prática (PROBST, 2015).

Isto começou de fato com a I e a II Guerras Mundiais (1914 – 1918 e 1939 – 1945), quando os homens iam para as batalhas e as mulheres assumiam os negócios de casa e da família. Porém a guerra acabou levando com ela alguns homens que lutavam pelo país. Já alguns dos sobreviventes voltaram mutilados ou impossibilitados

de voltar ao mercado de trabalho. Perante esta situação algumas mulheres sentiram-se na obrigação de assumir o posto do marido, levando adiante seus projetos, deixando filhos e casa de lado (PROBST, 2015).

Estudos do Sebrae (2013), mostram a evolução da participação da mulher empreendedora. Em 2001 eram 5,8 milhões de mulheres empreendedoras no país, já em 2011 esse número passou para 7 milhões. Enquanto isso, os homens passaram de 14,4 milhões em 2001, para 15,8 milhões em 2011, ou seja, o número de mulheres empreendedoras aumentou 21%, enquanto o número de homens empreendedores aumentou 10%.

Como consequência, a participação da mulher passou de 29% (2001) para 31% (2011) do total de empreendimentos no país. A proporção de mulheres empreendedoras com 50 anos ou mais passou de 25% (2001) para 31% (2011). O índice de escolaridade, ensino superior incompleto ou mais, é muito maior entre as mulheres, 18%, do que entre os homens 11%. As mulheres têm uma presença maior nos serviços de comércio, enquanto os homens têm uma maior presença nos setores de agricultura e construção (SEBRAE, 2013).

Estudos mostram que no universo de trabalho as mulheres são preferidas para funções de rotina, com isso, a cada dez pessoas afetadas pelas lesões por esforço repetitivo (LER), oito são mulheres (PROBST, 2015). Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com os clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”. Acaba sendo um ponto positivo, uma vez que demonstram esse estilo peculiar de administrar, conseguindo sintonizar a vida pessoal e profissional.

O homem está deixando de ser o chefe de casa e dividindo esse papel com a mulher, até mesmo transferindo responsabilidades de sustentar e cuidar dos filhos. O total de famílias brasileiras chefiadas por mulheres aumentou de 200 mil (1993) para 2,2 milhões (2006). Em 13 anos, esse modelo de família se expandiu 10 vezes, evoluindo de 3,4% para 14,2%, conforme a pesquisa Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça, realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2008), juntamente com o Fundo de Desenvolvimento das Nações Unidas para Mulher. Essa maior representatividade das mulheres nas famílias tem uma relação direta com a sua entrada no mercado de trabalho, e o aumento do divórcio reflete uma gradual mudança no comportamento da sociedade brasileira.

Procedimentos Metodológicos

Entende-se a metodologia como um caminho traçado para se atingir um objetivo. A pesquisa qualiquanti se propõe a conhecer em profundidade uma situação, problema, comportamento ou a opinião de um grupo de pessoas. Os dados obtidos estatisticamente são discutidos e interpretados, tendo como interesse avaliar o grupo de pessoas, uma amostra, conhecendo em profundidade e gerando um perfil coletivo e qualitativo (MICHEL, 2015).

A pesquisa qualitativa ocorre em um cenário natural pelo qual o pesquisador vai até o seu alvo para coletar os dados, permitindo desenvolver o máximo de detalhes sobre a pessoa ou local. Esse tipo de pesquisa permite com que o pesquisador faça a interpretação dos dados. Já na pesquisa quantitativa o pesquisador precisa do cálculo da amostragem. É a partir desse cálculo que são feitas alegações acerca da população (CRESWELL, 2007). Desta forma, esta pesquisa pode ser caracterizada como uma abordagem qualiquanti, realizada por meio de um questionário aplicado com perguntas abertas e fechadas.

Quanto aos fins de investigação, caracteriza-se como uma pesquisa descritiva (SANTOS, 2004), apresentando os desafios para o empreendedorismo a partir da visão de acadêmicas dos cursos de graduação em Administração e Comércio Exterior. Já quanto aos meios de investigação, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo (SANTOS, 2004).

A pesquisa de campo foi realizada com as acadêmicas dos cursos de Administração e Comércio Exterior de uma universidade comunitária do Sul catarinense. Os cursos possuem durabilidade de quatro anos e contam com 767 alunos matriculados nos períodos matutino e noturno, composto por 46% de mulheres (349 acadêmicas). A amostra foi delimitada por 200 questionários (124 acadêmicas do curso de Administração e 75 do curso de Comércio Exterior) validados para a pesquisa. Conforme o cálculo da amostra de Barbetta, o erro amostral foi de 4,62%.

Os dados de origem primária (MARTINS, 2004), foram coletados por meio de um questionário com perguntas abertas e fechadas, aplicado diretamente junto às acadêmicas em sala de aula nos períodos matutino e noturno, durante o segundo semestre de 2016.

Os dados foram analisados por meio de uma análise de frequência, iniciando pelo perfil socioeconômico de forma generalista, ingresso no curso de graduação, abertura do próprio negócio, motivos para empreender e não empreender, tipologia e

dificuldades para a abertura do próprio negócio. Martins (2004) argumenta que os dados coletados devem ser analisados a partir dos pontos de convergência e divergência encontrados, devendo o pesquisador manter postura indiferente para não interferir na obtenção dos dados.

Resultados e Discussão

Destacam-se a seguir o perfil socioeconômico dos cursos (de forma sintetizada), ingresso no curso de Administração e Comércio Exterior, abertura do próprio negócio, motivos para empreender e não empreender, tipologia e dificuldades para abrir o próprio negócio.

Perfil socioeconômico

Tabela 1 – Perfil geral dos cursos.

PERFIL GERAL DOS CURSOS	% GERAL	RESULTADOS
Idade	90,00%	Entre 16 e 25 anos
Estado civil	87,00%	Solteiras
Cidade de origem	39,00%	Criciúma
Cidade onde reside atualmente	47,50%	Criciúma
Com quem reside	69,50%	Família
Quantas pessoas residem com você	54,00%	Duas ou três pessoas
Participação na vida econômica da família	38,50%	Trabalha e independente financeiramente
Atividade remunerada	59,00%	Emprego fixo em empresa privada
Renda mensal individual	66,50%	Entre 1 e 2 salários mínimos
Renda mensal familiar	31,50%	De 3 até 5 salários mínimos
Maior contribuição com a renda familiar	47,50%	Pai

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

O perfil geral dos cursos aponta para acadêmicas jovens, solteiras, residindo em Criciúma com uma família, inseridas no mercado de trabalho em empresas privadas e com renda individual entre 1 a 2 salários mínimos, onde o pai é o membro familiar com maior contribuição de renda.

Ingresso no curso de Administração e Comércio Exterior

Quando questionadas sobre o motivo de ingresso no curso de Administração, destacou-se que 15,32% têm a intenção de dar continuidade aos negócios da família; 13,51% porque gostam da área de atuação do curso; 12,61% se identificam com o curso; 12,61% veem oportunidades na área; 10,81% consideram que o curso possui uma ampla área de trabalho; 7,21% querem adquirir/aprimorar seus conhecimentos na área; 6,31% desejam ter seu próprio negócio; e 5,41% já atuam na área.

Tabela 2 – Motivo da escolha pelo curso.

INGRESSO NO CURSO	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Adquirir/aprimorar conhecimentos	8	7,21%	3	4,29%	11	6,08%
Afinidade	2	1,80%	1	1,43%	3	1,66%
Alta empregabilidade na área	1	0,90%	1	1,43%	2	1,10%
Ampla área de trabalho	12	10,81%	4	5,71%	16	8,84%
Área em crescimento	0	0,00%	4	5,71%	4	2,21%
Aumentar a renda	2	1,80%	0	0,00%	2	1,10%
Carreira Profissional	1	0,90%	0	0,00%	1	0,55%
Curso conceituado	2	1,80%	0	0,00%	2	1,10%
Dar continuidade aos negócios da família	17	15,32%	0	0,00%	17	9,39%
Identificação com o curso	14	12,61%	7	10,00%	21	11,60%
Influência familiar e de amigos	1	0,90%	2	2,86%	3	1,66%
Interesse em culturas/países diferentes	0	0,00%	13	18,57%	13	7,18%
Já possui curso técnico	4	3,60%	2	2,86%	6	3,31%
Já possui negócio próprio	2	1,80%	0	0,00%	2	1,10%
Necessidade profissional	0	0,00%	1	1,43%	1	0,55%
Oportunidades	14	12,61%	4	5,71%	18	9,94%
Pais empresários	3	2,70%	1	1,43%	4	2,21%
Para ter seu próprio negócio	7	6,31%	1	1,43%	8	4,42%
Porque gosta da área de atuação	15	13,51%	19	27,14%	34	18,78%
Possui curso de inglês	0	0,00%	5	7,14%	5	2,76%
Trabalha na área	6	5,41%	2	2,86%	8	4,42%
TOTAL	111	100,00%	70	100,00%	181	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

Já no curso de Comércio Exterior, 27,14% das entrevistadas optaram pelo curso, pois gostam da área de atuação; 18,57% porque se interessam em outras culturas e países; 10% se identificam com o curso; 7,14% possuem curso de Inglês; 5,71% acreditam ser área em crescimento; 5,71% consideram uma ampla área de trabalho; e 5,71% escolherem pelas oportunidades.

Quando comparado os cursos nota-se a diferença de interesses. As acadêmicas do curso de Administração escolheram o curso porque a família já possui um negócio próprio ou já trabalham na área. Enquanto isso, no curso de Comércio Exterior as acadêmicas consideram uma ampla área de trabalho e em crescimento, possuem interesse em culturas e países diferentes e algumas até já possuem curso de Inglês. Confirma-se com isso que a maioria das entrevistas escolheu o curso, pois gostam da sua área de atuação, correspondendo a 18,78%.

Abertura do próprio negócio

Tabela 3 – Interesse em abrir seu próprio negócio.

ABERTURA DO PRÓPRIO NEGÓCIO	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Sim	63	50,81%	38	50,00%	101	50,50%
Não	61	49,19%	38	50,00%	99	49,50%
TOTAL	124	100,00%	76	100,00%	200	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

Quando se trata em abrir seu próprio negócio nota-se que os interesses estão bem divididos. Entre as acadêmicas do curso de Administração, 50,81% querem abrir um negócio próprio, já 49,19% não tem interesse em ter seu próprio negócio. No curso de Comércio Exterior, nota-se a mesma divisão, 50% desejam abrir seu próprio negócio e 50% não querem. Denota-se então que, 50,50% das acadêmicas querem ser empreendedoras, e 49,50% não têm interesse em empreender.

Motivo de empreender em seu próprio negócio

De acordo com Roveda (2016), há muitos bons motivos para empreender, tais como ser o dono do seu próprio tempo; a equipe ser escolhida pelo proprietário; ter a chance de fazer o que quer; o sucesso estar nas próprias mãos; estruturar o futuro; deixar uma contribuição para a sociedade; poder impulsionar suas finanças e explorar ideias; entre outros, mas o principal deles é a independência.

Quando questionadas sobre o porquê desejam ter seu negócio próprio, as respostas variadas, porém nem todas as acadêmicas responderam. No curso de Administração destacaram-se principalmente a independência (21,28%), querem ter o próprio negócio (19,15%); querem ter uma renda extra e querem ser a própria

empreendedora (10,64%) respectivamente. Já no curso de Comércio Exterior, o motivo maior foi à renda extra (20,59%); independência (14,71%) e sempre tiveram vontade (11,76%).

Tabela 4 – Motivos para empreender.

INTERESSE EM ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Aplicação dos conhecimentos	3	6,38%	3	8,82%	6	7,41%
Autonomia	3	6,38%	2	5,88%	5	6,17%
Crescimento	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Garantir o sustento	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Horário Próprio	0	0,00%	1	2,94%	1	1,23%
Independência	10	21,28%	5	14,71%	15	18,52%
Já tem negócio próprio	2	4,26%	2	5,88%	4	4,94%
Mãe empreendedora	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Para poder administrar	1	2,13%	2	5,88%	3	3,70%
Para poder inovar	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Para ser a própria empreendedora	5	10,64%	2	5,88%	7	8,64%
Para ser do seu jeito	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Para ter o próprio negócio	9	19,15%	3	8,82%	12	14,81%
Para não receber ordens	0	0,00%	2	5,88%	2	2,47%
Renda extra	5	10,64%	7	20,59%	12	14,81%
Seguir o ramo da família	1	2,13%	0	0,00%	1	1,23%
Sempre teve vontade	3	6,38%	4	11,76%	7	8,64%
Ser bem-sucedido	0	0,00%	1	2,94%	1	1,23%
TOTAL	47	100,00%	34	100,00%	81	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

Comparando os dois cursos e corroborando com Roveda (2016), a independência foi o principal motivo para a abertura de um negócio próprio, correspondendo a 18,52%.

Motivos para não empreender em seu próprio negócio

De acordo com Deruiz (2013) empreender pode ser muito bom para a economia, mas às vezes não tão bom para o empreendedor. É preciso abdicar algumas coisas, uma delas é a tranquilidade e tempo com a família, pois nos primeiros 60 meses da abertura do negócio as pessoas tendem a trabalhar mais do que qualquer trabalho comum. É preciso também conhecer o mercado onde irá atuar.

Tabela 5 – Motivos para não empreender.

SEM INTERESSE EM ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Alta taxa de impostos	1	2,94%	0	0,00%	1	1,82%
Deseja trabalhar em uma multinacional	0	0,00%	1	4,76%	1	1,82%
Dificuldade para abrir um negócio	0	0,00%	1	4,76%	1	1,82%
Dificuldade em consolidar uma empresa	1	2,94%	0	0,00%	1	1,82%
Família já possui negócio próprio	7	20,59%	1	4,76%	8	14,55%
Gosta de trabalhar na empresa onde está	1	2,94%	1	4,76%	2	3,64%
Há muita burocracia	1	2,94%	2	9,52%	3	5,45%
Já existem muitas empresas	0	0,00%	1	4,76%	1	1,82%
Mercado difícil e competitivo	3	8,82%	0	0,00%	3	5,45%
Muitas despesas	0	0,00%	3	14,29%	3	5,45%
Não tem interesse	7	20,59%	3	14,29%	10	18,18%
Outras prioridades	1	2,94%	2	9,52%	3	5,45%
Outro interesse profissional	1	2,94%	0	0,00%	1	1,82%
Por enquanto não pretende	7	20,59%	2	9,52%	9	16,36%
Prefere trabalhar em uma empresa	0	0,00%	1	4,76%	1	1,82%
Pretende prestar concurso público	1	2,94%	1	4,76%	2	3,64%
Requer grande investimento	1	2,94%	1	4,76%	2	3,64%
Responsabilidade muito grande	1	2,94%	1	4,76%	2	3,64%
Sobrecarga de atividades	1	2,94%	0	0,00%	1	1,82%
TOTAL	34	100,00%	21	100,00%	55	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

A família já possui negócio próprio, não tem interesse e por enquanto não pretende abrir um negócio, representaram 20,59% dos acadêmicos de Administração respectivamente. Por outro lado, no Comércio Exterior destacaram-se despesas para empreender e também sem interesse. De forma geral, percentualmente entre os dois cursos, não tem interesse em abrir um negócio próprio, representaram 18,18%.

Tipologia do negócio

Ao comparar os cursos, nota-se que a maioria das acadêmicas que desejam ter um negócio próprio ainda não sabe o que abrir (27,78%); daquelas que sabem o que querem, ressalta-se o ramo alimentício (10%); ramo lojista (8,89%); salão de beleza; loja de roupa e empresa de consultoria com 4,44% respectivamente.

Tabela 6 – Tipologia de negócio.

TIPOLOGIA	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Academia	2	3,85%	0	0,00%	2	2,22%
Assessoria de cobrança	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Ainda não sabe	14	26,92%	11	28,95%	25	27,78%
Algo com veículos	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Área de marketing	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Confecção	3	5,77%	0	0,00%	3	3,33%
Cosméticos	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Empresa de assessoria ambiental	0	0,00%	1	2,63%	1	1,11%
Empresa de comunicação visual	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Empresa de consultoria	2	3,85%	2	5,26%	4	4,44%
Empresa farmacêutica	0	0,00%	2	5,26%	2	2,22%
Entretenimento e lazer	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Escritório de importação	0	0,00%	1	2,63%	1	1,11%
Estúdio fotográfico	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Financeira	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Indústria	0	0,00%	1	2,63%	1	1,11%
Loja de decoração	1	1,92%	1	2,63%	2	2,22%
Loja de peças de carro	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Loja de roupas	1	1,92%	3	7,89%	4	4,44%
Lojista	5	9,62%	3	7,89%	8	8,89%
Maquiagem	2	3,85%	1	2,63%	3	3,33%
Na área de design de interiores	0	0,00%	1	2,63%	1	1,11%
Inovação e/ou sustentabilidade	0	0,00%	1	2,63%	1	1,11%
Organização Industrial	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Produtos naturais	2	3,85%	0	0,00%	2	2,22%
Promoter de eventos	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Ramo alimentício	6	11,54%	3	7,89%	9	10,00%
Ramo da moda	0	0,00%	2	5,26%	2	2,22%
Revestimento cerâmico	0	0,00%	2	5,26%	2	2,22%
Salão de beleza	3	5,77%	1	2,63%	4	4,44%
Spá	1	1,92%	0	0,00%	1	1,11%
Trading	0	0,00%	2	5,26%	2	2,22%
Transportadora	2	3,85%	0	0,00%	2	2,22%
TOTAL	55	100,00%	38	100,00%	93	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

Outros negócios também foram citados como: spá, *trading*, transportadora, academia, promotor de eventos, *design* de interiores, escritório de importação, assessoria ambiental, confecção, empresa farmacêutica, etc. Por fim, confirma-se que a maioria das entrevistadas ainda não sabe o que desejam abrir, correspondendo a 27,78%.

Dificuldades para a abertura de um negócio próprio

Tabela 7 – Dificuldades para a abertura de um negócio próprio.

DIFICULDADES PARA A ABERTURA DE UM NEGÓCIO PRÓPRIO	ADM	% ADM	COMEX	% COMEX	TOTAL	% PART. GERAL
Obtenção de crédito	43	9,43%	19	6,62%	62	8,34%
Concorrência	47	10,31%	27	9,41%	74	9,96%
Taxa de juros e carga tributária	60	13,16%	32	11,15%	92	12,38%
Burocracia	53	11,62%	41	14,29%	94	12,65%
Logística	8	1,75%	5	1,74%	13	1,75%
Suportar as despesas durante o processo de registro	36	7,89%	26	9,06%	62	8,34%
Definir o ramo de atuação	36	7,89%	27	9,41%	63	8,48%
Obter licenças e alvarás	20	4,39%	12	4,18%	32	4,31%
Encontrar um bom ponto comercial	35	7,68%	18	6,27%	53	7,13%
Contratar bons funcionários	33	7,24%	21	7,32%	54	7,27%
Capacitação profissional	22	4,82%	13	4,53%	35	4,71%
Aplicação de recursos	17	3,73%	9	3,14%	26	3,50%
Viabilidade	21	4,61%	23	8,01%	44	5,92%
Gerenciamento do negócio	25	5,48%	14	4,88%	39	5,25%
TOTAL	456	100,00%	287	100,00%	743	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da pesquisa (2016).

De acordo com Desidério (2015), empreender no Brasil não é uma tarefa muito fácil, existem vários obstáculos para a abertura de uma empresa, tais como: *i)* Burocracia: o empreendedor precisa apresentar documentos guias, registros em cartório, entre outros; *ii)* Impostos: a legislação fiscal e tributária no país é muito complexa, tendo o empreendedor que procurar assessoria de especialistas, uma vez que as cobranças de alguns impostos são diferentes em diversos estados como o ICMS; *iii)* Logística: o território brasileiro é bastante grande e a qualidade da malha viária não é favorável; *iv)* Mão de obra: a falta de mão de obra qualificada é a maior dificuldade enfrentada pelos empresários, uma vez que é preciso contratar um profissional gabaritado para treinar os colaboradores da empresa.

Ao comparar os resultados dos cursos nota-se que são semelhantes, uma vez que a maioria das entrevistadas acredita ser a burocracia a maior dificuldade enfrentada pelos empreendedores (12,65%); taxa de juros e carga tributária (12,38%); concorrência (9,96%); definição do ramo de atuação (8,48%); suportar as despesas durante o processo de registro do empreendimento e acreditam ser a obtenção de crédito a maior dificuldade (8,34%) respectivamente. Destacaram-se também

entraves relacionados com a logística; despesas durante o processo de registro; definir o ramo de atuação; obter licenças e alvarás; encontrar um bom ponto comercial; contratar bons funcionários; capacitação profissional; aplicação de recursos; viabilidade; e gerenciamento do negócio.

Confirma-se com isso que a maioria das entrevistadas acredita que as maiores dificuldades para a abertura de um negócio próprio são: burocracia (12,65%); e taxa de juros e carga tributária (12,38%).

Considerações Finais

O empreendedorismo é a disposição para identificar os problemas e as oportunidades, é iniciar uma proposta de valor para construir uma organização que visa crescimento e alta lucratividade. Empreender é inovar, ou seja, a inovação é fundamental no ato de empreender visto que é uma combinação de recursos produtivos.

Dessa forma, o estudo objetivou identificar os desafios para o empreendedorismo a partir da visão de acadêmicas dos cursos de graduação em Administração e Comércio Exterior de uma universidade comunitária do Sul catarinense.

Com relação ao objetivo de apresentar o perfil socioeconômico das estudantes do curso objeto de estudo, constatou-se que a maioria das entrevistadas possui em 16 e 25 anos (90%) e solteiras (87%). 59% das acadêmicas possuem emprego fixo em empresa privada, sendo que 38,50% delas são independentes financeiramente, ganhando entre 1 e 2 salários mínimos.

No que se refere aos tipos de negócio, as acadêmicas possuem maior interesse em: academia, assessoria, marketing, confecção, cosméticos, comunicação visual, consultoria, empresa farmacêutica, entretenimento e lazer, escritório de importação, lojas de roupas, decoração, carro e acessórios para carro, promoter, ramo alimentício, moda, salão de beleza, trading, entre outros negócios.

Quanto a identificação das principais dificuldades encontradas para o início do empreendimento, verificou-se que burocracia (12,65%) e taxa de juros e carga tributária (12,38%) caminham lado a lado quando o assunto é dificuldade, já que empreender no Brasil possui alguns entraves. Obtenção de crédito, concorrência, logística, despesas no processo de registro, ramo de atuação, licenças e alvarás, ponto comercial, funcionários qualificados, aplicação de recursos, viabilidade e

gerenciar o negócio também foram caracterizados como obstáculos ou dificuldades.

Assim, pode-se identificar a importância desse estudo no sentido de apresentar as maiores dificuldades das acadêmicas para que tenham seus objetivos de empreender realizados. Para estudos futuros, sugere-se esse modelo de pesquisa em outros cursos para compreender se esta angústia nas dificuldades de abrir o próprio negócio permanece, e assim ofertar cursos e capacitações para que essas dificuldades sejam enfrentadas.

Referências

BATEMAN, T. S.; SNELL, S. **Administração: novo cenário competitivo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. .

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

DERUIZ, A. **5 bons motivos para você não abrir um negócio**. 2013. Revista Exame. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/5-bons-motivos-para-voce-nao-abrir-um-negocio>>. Acesso em: 08 out. 2016.

DESIDÉRIO, M. **Os 4 principais obstáculos para abrir uma empresa no Brasil**. 2015. Revista Exame. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/os-4-principais-obstaculos-para-abrir-uma-empresa-no-brasil>>. Acesso em: 04 out. 2016.

MARTINS, R. B. **Metodologia científica: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos**. Curitiba, PR: Juruá, 2004.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

PROBST, E. R. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. 2015. Disponível em: <http://www.rhportal.com.br/artigos/rh.php?idc_cad=xg7w7vuh9>. Acesso em: 22 abr. 2016.

ROVEDA, V. **Dez razões para abrir seu próprio negócio**. 2016. Conta Azul. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/10-razoes-para-abrir-seu-proprio-negocio/>>. Acesso em: 08 out. 2016.

SANTOS, A. R. dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. 6. ed. rev. Rio de Janeiro: DP & A, 2004.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas. **As mulheres empreendedoras no Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://observatorio.sebraego.com.br/midias/downloads/15072013082103.pptx>>. Acesso em: 03 maio 2016.

SOUZA, E. C. L. de; GUIMARÃES, T. de A. **Empreendedorismo além do plano de negócio.** São Paulo: Atlas, 2005. .

VILLAS BOAS, Andréa. **Valor Feminino: desperte a riqueza que há em você.** São Paulo: Ed. Do autor, 2010.

O IMPACTO NAS ROTINAS DIÁRIAS MEDIANTE A ADOÇÃO DA E.C 87/2015 QUE TRATA DA DIFAL: UM ESTUDO EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO TÊXTIL LOCALIZADA NO SUL DE SC

Angelo Assis Burin¹; Jádina De Nez²; José Antonio Redivo³; José Sadi Borges⁴; Marcelo Benincá⁵

¹Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave.assis@mullereyng.com.br

² Professor Centro Universitário Barriga Verde Unibave.jadinadenez@gmail.com

³ Professor Centro Universitário Barriga Verde Unibave.joseantonio@carminati.com.br

⁴ Professor Centro Universitário Barriga Verde.borges.sadi@gmail.com

⁵ Acadêmico Centro Universitário Barriga Verde. Unibave. marcelobeninca@hotmail.com

Resumo: O DIFAL (Diferencial de Alíquota) é criado a partir do ICMS- Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços com o intuito de equilibrar a arrecadação entre os estados. O presente estudo tem como objetivo geral identificar o impacto nas rotinas diárias, mediante a adoção da Emenda Constitucional 87/2015 que trata da DIFAL, em uma empresa têxtil localizada no Sul de Santa Catarina. Constituíram objetivos específicos deste estudo: apresentar uma abordagem conceitual dos assuntos relacionados ao tema; identificar como era a rotina da empresa no que se refere ao ICMS interestadual; apontar os procedimentos atuais na empresa relacionados ao DIFAL. Os objetivos foram atingidos mediante a adoção de pesquisa descritiva, aplicada com estudo de caso. Os resultados apontam que a empresa está cumprindo com que determina a legislação atual do DIFAL e aponta também um aumento de gastos administrativos e maior volume nas rotinas diárias.

Palavras-chave: Emenda Constitucional 87/2015. Diferencial de alíquotas. Imposto Sobre Mercadorias e Serviços – ICMS. Alíquota.

Introdução

Conforme legislação específica atual, o ICMS (Imposto Sobre Mercadorias e Serviços) é um dos principais tributos do sistema tributário nacional. Cada estado da federação tem uma regulamentação própria e sua obrigatoriedade se dá nas transações que consistem circulação de mercadorias, prestação de serviços de transportes intermunicipais, interestaduais e comunicação.

Para Baleeiro (2010) o ICMS está classificado como espécie 'imposto' e está previsto no artigo 155, II da Carta Magna onde torna-se obrigatória sua competência aos Estados membros da República e ao Distrito Federal e veio para substituir o antigo IVC (Imposto Sobre vendas e Consignação). Baleeiro (2010, p.367) ainda assume que:

A receita fundamental dos Estados-Membros, a partir de 1936, quando entrou em execução, no particular, a discriminação de rendas da CF de 1934, foi o imposto de renda e consignações. A União criara em 1923 (Lei nº 4.625, de 31.12.1922), com o nome imposto sobre vendas mercantis, um papel líquido e certo, com força cambial semelhante à das letras de câmbio e promissórias (Lei nº 2.044, de 1908), para facilidade de descontar nos bancos as faturas de vendas dos comerciantes e industriais, quando reconhecidos e assinados pelos compradores (art. 219 do Código Comercial). O Congresso as atendeu e foi instituída a emissão da duplicata de fatura para ser aceita pelos devedores, em troca do imposto de 0,3% (Rs 3\$ por contos de réis), não só nas vendas a prazo, mas também nas vendas à vista, registradas em livros próprios. Na época ficaram conhecidas como 'contas assinadas.

[...]

Do ponto de vista econômico, o ICM é o mesmo IVC, que concorria com cerca de $\frac{3}{4}$ partes da receita tributária do Estados-Membros. Arguia-se que só diferia do imposto de consumos e do imposto de indústrias e profissões sobre comerciantes e industriais, pelo *nomem juris*, pois os três sangravam a mesma realidade econômica: a introdução da mercadoria no círculo comercial.

Salienta-se que essa substituição ocorreu com a reforma tributária na Emenda Constitucional 18/65 como explana Sabbag (2009, p. 939-940):

O ICMS, imposto estadual, sucessor do antigo Imposto de Vendas e Consignações (IVC), foi instituído pela reforma tributária da Emenda Constitucional n. 18/65 e representa cerca de 80% da arrecadação dos Estados. [...] Ademais, é imposto que recebeu um significativo tratamento constitucional – art. 155, § 2º, I ao XII, CF. O tratamento constitucional dado a exação em tela é robustecido pela Lei Complementar n. 87/96, que substitui o Decreto-lei n. 406/68 e o Convênio ICMS n. 66/88, esmiunçando-lhe a compreensão, devendo tal forma ser observada relativamente aos preceitos que não contrariem a Constituição Federal.

Como afirma Cassone (2009, p.45) o ICMS ocorre no momento do fato gerador e esse conceito foi explanado pelo relator Rubens Gomes de Souza como comenta Harada (2006, p. 428):

Rubens Gomes de Souza, que foi Relator da Comissão elaboradora do Projeto de Reforma Tributária, sustenta que o fato gerador do imposto é a saída física de mercadoria do estabelecimento mercantil, industrial ou produtos, sendo irrelevante o título jurídico de que tal saída decorra e bem assim o fato desse título envolver ou não uma transmissão de propriedade'. Acrescenta, ainda, que a saída física tributada é aquela que configura uma etapa no processo de circulação de mercadoria, assim entendido o complexo das sucessivas

transferências desta, desde o seu produtor, expressão que inclui o fabricante, até o seu consumidor final'. O importante é salientar que do ponto de vista material não há diferença entre coisa e mercadoria. A diferença que existe não é substância, mas apenas uma destinação. Uma coisa é denominada de mercadoria quando destinada a comercialização, segundo a doutrina tradicional.

O motivo para criação do ICMS foi a necessidade de se criar um imposto não-cumulativo, já que a cumulatividade do IVC extrapolava a capacidade do contribuinte e do destinatário final, onerando-os de forma demasiada.

Quando não há o princípio da não cumulatividade, corre-se o risco de incorrer na bitributação. A não cumulatividade sempre acompanhou a tributação sobre o consumo, evitando assim, uma carga tributária onerosa.

O conceito de não cumulatividade é exposto de por Sabbag, (2009, p. 950):

[...] O ICMS será não-cumulativo, compensando-se o que for devido em cada operação relativa a circulação de mercadorias e prestações de serviços de transporte interestadual ou intermunicipal e do serviço de comunicação com o montante cobrado nas operações anteriores pelo mesmo ou por outro Estado. Podemos ainda entender a regra constitucional da não cumulatividade como postulado em que o imposto só recai sobre o valor acrescentado em cada fase de circulação do produto, evitando assim a ocorrência do chamado efeito cascata', decorrente da incidência do imposto sobre o imposto, ou sobreposição de incidências. Poderá também recair sobre as comunicações intermunicipais, tendo em vista que a Constituição, no art. 156, III, assevera que compete aos Municípios instituir o ISS de qualquer natureza 'não compreenderá no art. 155, II.

O tributo ICMS não é cumulativo devido à compensação, ou seja, há incidência do tributo somente sobre o valor acrescentado a cada fase de circulação.

O ICMS possui algumas particularidades que se pode chamar de ramificações tributárias, dentre as quais destaca-se o Diferencial de Alíquota Interestadual. Seu recolhimento é obrigatório por parte dos contribuintes e é a "diferença entre alíquota interna e a interestadual sobre operações de aquisição de mercadorias de outra unidade da Federação, destinados ao consumo ou ao ativo imobilizado do estabelecimento (KOCH, 2010, p.87)".

Assim sendo, quando existirem operações interestaduais e o destinatário for contribuinte de ICMS, caberá ao Estado do destinatário o recolhimento da diferença entre a alíquota interestadual e a alíquota interna como previsto na Carta Magna art. 155, § 2º, inc. VII, alínea "a", e VIII, alterada pela (E.C. nº 3/93):

Art.155.(...)

(...)

§ 2º O imposto previsto no inciso II atenderá ao seguinte:

(...)

VII - em relação às operações e prestações que destinem bens e serviços a consumidor final localizado em outro Estado, adotar-se-á:

a) a alíquota interestadual, quando o destinatário for contribuinte do imposto;

b) a alíquota interestadual, quando o destinatário não for contribuinte dele;

VIII - na hipótese da alínea "a" do inciso anterior, caberá ao Estado da localização do destinatário o imposto correspondente à diferença entre a alíquota interna e a interestadual.

O artigo 155 da Carta Magna comprova que cabe ao estado do destinatário o recolhimento diferencial de alíquota e não ao estado onde está sendo destinada a mercadoria em questão.

A Emenda Complementar 87/2015

Com a intenção de tornar mais equilibrada a arrecadação entre os estados, a Casa Civil através da E.C 87/2015 incluiu o art. 99 e alterou o § 2º do art. 155 da Constituição Federal para tratar da sistemática de cobrança do imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação incidente sobre as operações e prestações que destinem bens e serviços a consumidor final, contribuinte ou não do imposto, localizado em outro Estado.

Segundo E.C 87/2015 o efeito do disposto no inciso VII do § 2º do art. 155, no caso de operações e prestações que destinem bens e serviços ao consumidor final não contribuinte localizado em outro Estado, o imposto correspondente à diferença entre a alíquota interna e a interestadual será partilhado entre os Estados de origem e de destino, na seguinte proporção:

- I - para o ano de 2015: 20% (vinte por cento) para o Estado de destino e 80% (oitenta por cento) para o Estado de origem;
- II - para o ano de 2016: 40% (quarenta por cento) para o Estado de destino e 60% (sessenta por cento) para o Estado de origem;
- III - para o ano de 2017: 60% (sessenta por cento) para o Estado de destino e 40% (quarenta por cento) para o Estado de origem;

- IV - para o ano de 2018: 80% (oitenta por cento) para o Estado de destino e 20% (vinte por cento) para o Estado de origem;
- V - a partir do ano de 2019: 100% (cem por cento) para o Estado de destino.

Como citado, ocorreram mudanças no cálculo do Diferencial de Alíquota a partir da E.C 87/2015, onde tornou-se obrigatório o recolhimento em vendas feitas para outros Estados com consumidor final não contribuinte de ICMS, o repasse do percentual de destino é de 20% em 2015 e chega a 100% em 2019.

Diante deste contexto levanta-se o seguinte questionamento: Qual o impacto causado nas rotinas diárias de uma empresa do segmento têxtil localizada no Sul de SC com a adoção da EC 87/2015?

Esta pesquisa tem como objetivo geral identificar o impacto nas rotinas diárias mediante a adoção da EC 87/2015 que trata da DIFAL, numa empresa têxtil localizada no Sul de SC. Constituem objetivos específicos deste estudo: Apresentar uma abordagem conceitual dos assuntos relacionados ao tema; identificar como era a rotina da empresa no que se refere ao ICMS interestadual; apontar os procedimentos na empresa relacionados ao DIFAL.

A realização deste estudo justifica-se pela importância do tema, e basicamente sob três aspectos, o teórico, o prático e o social. Quanto ao aspecto social, a realização do estudo contribui para a divulgação do tema, sendo possível que qualquer pessoa tenha acesso ao seu conteúdo. Quanto ao aspecto prático, a própria empresa objeto do estudo poderá utilizar os resultados obtidos. Por fim, quanto ao aspecto teórico, os resultados da análise resultarão em um volume bibliográfico que ficará disponível no acervo de uma instituição de ensino superior, podendo ser consultado por profissionais, acadêmicos, professores e demais pessoas interessadas no assunto. Os objetivos estabelecidos serão atingidos por meio de procedimentos metodológicos definidos e explicados ainda nesse artigo

Procedimentos Metodológicos

Com relação aos objetivos, o presente estudo classifica-se como pesquisa descritiva, na qual o pesquisador faz seu trabalho sem emitir qualquer opinião. O pesquisador descreve, caracteriza, analisa e interpreta fatos do mundo físico sem emitir opinião própria.

De acordo com Gil (2002, p. 42):

As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma das características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

As pesquisas descritivas, como o próprio nome menciona, descrevem uma situação, um universo, sempre com a imparcialidade do pesquisador e por meio de técnicas como questionários e observações sistêmicas.

Esta pesquisa é desenvolvida mediante uma abordagem qualitativa. Conforme Godoy (1995) uma pesquisa qualitativa tenta compreender os fenômenos conforme as perspectivas de um objeto a ser estudado. Assim sendo, no presente estudo procura-se compreender as novas rotinas da empresa mediante a adoção da EC87/2015.

Será feito um estudo de caso numa empresa do segmento têxtil da região sul de SC. Serão analisados documentos e observados todos os procedimentos realizados na rotinas diárias da empresa.

De acordo com Gil (2002, p. 54):

O estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados.

A presente pesquisa, conforme já mencionado, tem como objeto de estudo uma empresa do segmento têxtil, localizada em Forquilha no Sul de SC. A técnica de instrumento de pesquisa para a obtenção dos dados é a análise documental, as notas fiscais, as rotinas, os procedimentos diários. Foram mantidas conversas com a diretores e colaboradores da empresa, no sentido de obter informações precisas sobre o assunto investigado.

Resultados e Discussão

A empresa, objeto deste estudo vem atuando no mercado há mais de 15 anos e tem como seus principais produtos o *Big Bag* e a *Sacaria* que são utilizados principalmente no transporte de fertilizantes, minérios, produtos agrícolas, insumos

cerâmicos e produtos químicos. Hoje o seu quadro de funcionários gira em torno de aproximadamente duzentos colaboradores e seus clientes estão espalhados por todo o território nacional.

Procedimentos antes da E.C 87/2015

Anteriormente, conforme incisos VII e VIII do § 2º do art. 155 da Constituição Federal, em suas vendas a empresa não recolhia o diferencial de alíquota, pois o mesmo é de responsabilidade do Estado de localização do destinatário, sendo assim a obrigatoriedade para o recolhimento era somente quando adquiria materiais de uso e consumo com CFOP 2556 ou imobilizado com CFOP 2551. Essas notas fiscais de compra são lançadas no ERP e os valores do diferencial são destacados tanto no cabeçalho quanto nos itens. Na apuração do ICMS o diferencial de alíquota é lançado como outros débitos e somado aos débitos do ICMS normal. A contabilização desses valores ocorre conforme demonstrado nas tabelas de 1 a 3.

Tabela 1 – Exemplo de contabilização de ICMS e Difal antes da E.C 87/2015.

ICMS Vendas	10.000,00
DIFAL Compra Imobilizados	2.500,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 2 – Exemplo de apuração do ICMS.

ICMS Vendas	10.000,00
Outros Débitos DIFAL	2.500,00
Saldo Devedor	12.500,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 3 – Exemplo de contabilização.

D – ICMS S/ Vendas	Despesa	10.000,00
D – DIFAL S/ Compras	Despesa	2.500,00
C – ICMS Recolher	Passivo	12.500,00

Fonte: Dados da pesquisa.(2016).

Reconhece-se os valores de ICMS normal sobre vendas e DIFAL sobre compras com lançamentos a débito no grupo de despesas em contas separadas, e como contrapartida, credita-se esses valores em uma conta a recolher no grupo passivo.

Implantação do DIFAL

Com a E.C 87/2015, a empresa passou a ter obrigação de recolhimento de um percentual de 80% para o Estado de origem e 20% para o Estado de destino no ano de 2015, quando efetuar vendas para consumidor final não contribuinte de ICMS localizado em outro Estado. Os percentuais vão diminuindo gradativamente 60%/40% 2016, 40%/60 2017, 20%/80% 2018 e 0%/100% 2019 do Estado de origem para o destino. O percentual do Estado destino, deve ser recolhido no momento da geração da nota fiscal de venda, deve-se gerar uma guia de pagamento para cada nota fiscal emitida. Nas tabelas de 4 a 7 demonstra-se como ficaram as novas contabilizações, escrituração nas obrigações acessórias EFD ICMS/IPI e DIME.

Tabela 4 – Exemplo de nota fiscal de venda para Rio Grande do Sul.

Alíquota P/ Vendas	18%
Alíquota Interestadual	12%
Valor da Nota Fiscal	2.171,40
ICMS Destacado 12%	260,57
DIFAL	6%
UF Remetente 60%	3,6%
UF Destino 40%	2,4%
DIFAL Remetente	78,17
DIFAL Destino	52,11

Obs. Deve-se anexar a guia de 52,11 na nota fiscal.

Fonte: Dados da pesquisa.(2016).

Tabela 5 – Exemplo de contabilização ICMS e Difal Após E.C 87/2015.

ICMS vendas	10.000,00
DIFAL Origem	78,17
DIFAL Destino	52,11
DIFAL Compras	2.500,00

Fonte: Dados da pesquisa.(2016).

Tabela 6 – Exemplo de apuração do ICMS.

ICMS Vendas	10.000,00
Outros Débitos (DIFAL Origem)	78,17
Outros Débitos (DIFAL Compras)	52,11
Outros Débitos (DIFAL Compras)	2.500,00
Saldo Devedor	12.578,17

Fonte: Dados da pesquisa.(2016).

Tabela 7 – Exemplo de contabilização.

D – ICMS P/ Vendas	Despesa	10.000,00
D – DIFAL E.C 87/2015 Origem	Despesa	78,17
D – DIFAL E.C 87/2015 Destino	Despesa	52,11
D – DIFAL Compras	Despesa	2.500,00
C – ICMS Recolher	Passivo	12.578,17
C – ICMS Destino Recolher	Passivo	52,11

Fonte: Dados da pesquisa.(2016).

Reconhece-se os valores de ICMS normal sobre vendas, DIFAL sobre compras, DIFAL E.C 87/2015 origem e DIFAL E.C 87/2015 destino com lançamentos a débito no grupo de despesas em contas separadas, como contrapartida creditamos ICMS normal já somado o valor do DIFAL E.C 87/2015 origem e DIFAL sobre compras em conta do grupo passivo ICMS Recolher, no mesmo grupo passivo creditamos separadamente o valor do DIFAL E.C 87/2015 em conta DIFAL destino a recolher.

EFD Sped Fiscal

Tabela 8 – Registro – E300.

UF	SC
Período	01/07/2016 até 31/07/2016

Fonte: Dados da pesquisa.(2016) manual do Sped Fiscal

Tabela 9 – Registro – E310.

Valor de Débitos Saídas e Prestações Origem / Destino	78,17
Valor Ajustes Outros Créditos / Estorno de Débitos	78,17
Valores Recolhidos / Recolher	0,00

Fonte: Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Tabela 10 – Registro – E311.

Código Ajuste	SC239999
Descrição	Est. Déb. Aj. Apuração Icms Normal
Valor Ajuste	78,17

Fonte: Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Tabela11 – Registro – E300.

UF	RS
Período	01/07/2016 até 31/07/2016

Fonte Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Tabela 12 – Registro – E310.

Valor de Débitos Saídas e Prestações Origem / Destino	52,11
Valor Saldo Devedor Difal da UF Antes das Deduções	52,11
Valores Recolhidos / Recolher Difal da UF Origem / Destino	0,00

Fonte Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

A escrituração por Estados deve ser feita nos registros E300 e E310, no Estado origem o DIFAL deve ser estornado para posteriormente ser registrado como outros débitos na apuração do ICMS normal, a escrituração desse estorno é no registro E311 com o código de ajuste SC239999, assim o saldo devedor no registro E310 deve ficar zerado. Já para o Estado destino, o saldo devedor permanece no registro E310.

Tabela 13 – Registro – E110.

Valor Total Débitos do Imposto	10.000,00
Valor Total de Ajustes de Débitos	2.578,17
Valor do Saldo Devedor	12.578,17

Fonte Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Tabela 14 – Registro – E111.

Código do Ajuste	SC000007
Descrição	ICMS Dif. Alíquota Nota Fiscal Entrada
Valores Ajuste	2.500,00

Fonte Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Tabela 15 – Registro – E111.

Código do Ajuste	SC000010
Descrição	Débito Recebido do Saldo Devedor DIFAL
Valores Ajuste	78,17

Fonte Dados da pesquisa.(2016) e manual do Sped Fiscal

Na apuração do ICMS normal, os valores do DIFAL que a Empresa paga na aquisição de materiais de uso e consumo, imobilizado, devem ser escriturados no registro E111 com o código de ajuste SC000007. O DIFAL E.C 87/2015 do Estado origem, também é escriturado como ajuste no registro E111 e o código do ajuste para incorporar esse valor a apuração do ICMS normal é SC000010.

DIME – Declaração de informações de ICMS e movimento econômico**Tabela 16** – Registro 25/13

045	(+) Débito diferencial de alíquota de operação ou prestação a consumidor final de outra UF. Art. 2º da portaria SEF nº 004/2016
010	(+) Débitos de diferencial de alíquota devido ao Estado
040	(=) Total de débitos.
120	Saldo devedor (Tot. Débitos – Tot. Créditos + Tot. Pagamentos)
130	(=) Saldo devedor a compensar em conta gráfica

Fone: Manual da Dime.

Em relação a obrigação acessória DIME detalha-se o DIFAL E.C 87/2015 no registro 25 item 045 e registro 13 itens 10, 40, 120 e 130.

Procedimentos necessários para empresa se adequar ao DIFAL

Para implementar na sua rotina de trabalho os processos que foram evidenciados anteriormente, a empresa precisou realizar investimentos na contratação de um novo colaborador, implementações tecnológicas em seu sistema de gestão e por fim treinamentos.

Segundo depoimento colhido junto à contadora responsável, o investimento nessas áreas foi considerável. Hoje o processo está incorporado à rotina diária da empresa. Os gastos originados por tal implantação, inclusive o próprio DIFAL não foram repassados aos clientes. Assim sendo, é mais uma obrigação tributária imposta pelo Governo e essas imposições cada vez mais vem se tornando um desafio aos empresários de todo país.

Conforme análise dos dados obtidos no estudo, observa-se que a empresa está empenhada em cumprir as determinações da E.C 87/2015. Foram implantados novos procedimentos, rotinas, aquisição de *software* específico e treinamento para todo pessoal envolvido na prática das atividades.

Pelo fato de os procedimentos envolverem apuração de valores tributários relacionados ao ICMS, envio de guias para pagamento dentre outros, é necessário a conferência de documentos, exigindo mais horas da equipe responsável. Havendo apuração de valores, contabilização, faz-se necessário o controle e a manutenção de tal contabilização.

Considerações finais

O Diferencial de Alíquotas - DIFAL foi criado a partir do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS visando uma distribuição justa da receita tributária entre os estados envolvidos na operação de compra e venda.

Apontou-se as rotinas desenvolvidas na empresa relacionadas ao DIFAL anteriores e posteriores à edição da E.C 87/2015. Constatou-se que para cumprir com as determinações da referida, foram necessários investimentos tais como: aquisição de *software*, treinamento de pessoal, contabilização e controle. Ressalta-se que mesmo tendo relativos gastos com a adoção da EC 87/2015, a empresa objeto deste estudo está procedendo em conformidade com a legislação da DIFAL e portanto, livre de possíveis autuações por conta da fiscalização.

Sugere-se que sejam realizados periodicamente na empresa, estudos relacionados ao tema Diferencial de Alíquotas DIFAL em função da dinamicidade da legislação pertinente.

Referências

- BALEEIRO, Aliomar. **Direito Tributário Brasileiro**. 1ª Ed. São Paulo: Forense, 2010.
- BRASIL. Lei 87/2015, de 16 de abril de 2015. Altera o § 2º do art. 155 da Constituição Federal e inclui o art. 99 no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 17 abr. 2015.
- CASSONE, Vittorio. **Direito Tributário: Fundamentos Constitucionais da Tributação**. 20 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GIL, A. C. **Métodos técnicos de pesquisa social**. 5 ed. 7 Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2002.
- GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo: v.35, n.2, p. 57-63, abril 1995.
- HARADA, Kiyoshi. **Direito Financeiro e Tributário**, 15 ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- KOCH, Deonísio. **Manual do ICMS**. Juruá, 2 ed. 2010.
- SABBAG, Eduardo. **Manual de Direito Tributário Ideal para concursos públicos**. São Paulo: Saraiva, 2009.

O NASCIMENTO E A EXPANSÃO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS – SC

Jádina De Nez¹; Mário Sérgio Bortolatto²; Murilo Fenili Niero³; Rovanio
Bússolo⁴; Willian Casagrande Candioto⁵

¹Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave.jadinadenez@gmail.com

² Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave. mariobortolatto@hotmail.com

³ Acadêmico.Centro Universitário Barriga Verde Unibave. murilo_fn@hotmail.com

⁴Professor.Centro Universitário Barriga Verde. rovaniob@gmail.com

⁵ Professor. Centro Universitário Barriga Verde Unibave.williancasagrande@hotmail.com

Resumo: O processo de transformação comercial e industrial da cidade de Orleans-SC foi alavancado com a construção da estrada de ferro em 1884 que permitiu comercializar os bens produzidos nesta colônia às demais daquela região, representando um meio de transporte rápido e o mais moderno que se tinha naquele período. Este estudo teve como objetivo geral conhecer os setores pioneiros da indústria e comércio do município de Orleans. Por meio de pesquisa bibliográfica, exploratória e qualitativa constatou-se que, paralelo ao comércio, os engenhos de açúcar e farinha instalados no interior do município foram os pioneiros da industrialização de Orleans. Depois, pequenas madeireiras e importantes indústrias surgiram. Algumas empresas enfrentaram problemas financeiros e familiares. Orleans teve sua economia fortalecida com a iniciativa de empresários visionários que rumaram a produção do município para derivados de polietileno, implementos rodoviários e para o ramo de molduras.

Palavras-chave: Desenvolvimento Econômico. Expansão do Comércio. Expansão da Indústria.

Introdução

O município de Orleans, localizado no Sul do Estado de Santa Catarina, conhecido popularmente por “cidade das colinas”, tem uma economia diversificada que contempla os setores industriais, minerais, agropecuários, comerciais e rurais.

Orleans já havia sido previsto nos relatórios dos engenheiros que pretendiam explorar as terras da nova colônia que estava se formando por volta de 1881 no extremo sul catarinense. Esta, tratava-se de um dote de terras que pertencia ao patrimônio da princesa Isabel, herdado em seu casamento com o Conde D’Eu em 1865 (LOTTIN, 1998). As terras do patrimônio tinham cerca de 98 léguas de extensão, e em 2 de dezembro de 1882, após as medições da extensão territorial pelos engenheiros serem concluídas, recebe o nome de Grão-Pará. Pela Lei Provincial nº

1218 de 2 de outubro de 1888, Orleans tornou-se distrito da Colônia de Grão-Pará (DALL'ALBA, 1986).

Tão logo iniciada a produção naquela colônia, logo ela passaria a ser a sede de despacho dos derivados agropecuários e carvão mineral, por meio de uma importante obra, a estrada de ferro, idealizada pelo Visconde de Barbacena e empreitada pela James Perry e Cia, inaugurada em 1 de setembro de 1884 nas margens do Rio Tubarão. A estrada de ferro, permitiu ao novo distrito o surgimento de casas, alguns pequenos comércios, as primeiras fábricas de banha e a instalação de madeireiras, sendo a população predominantemente portuguesa, vindos de Laguna nos primeiros cinquenta anos de existência de Orleans. Ela também possibilitou a entrada dos imigrantes italianos e alemães que contribuiriam para alavancar as indústrias e os comércios do distrito. Em 30 de agosto de 1913 o então distrito de Orleans consegue sua emancipação política e passa a ser um município (LOTTIN, 2004).

Apesar da atividade de agricultura e pecuária terem sido as primeiras a serem cultivadas na região, da qual o imigrante tirava seu sustento e vendia o excedente da produção, Dall'Alba (1986) afirma que o elemento primordial em Orleans foi o comerciante. Após a criação das casas de comércio, desenvolvimento da agricultura e pecuária, Orleans pôde contar com o nascimento da indústria, no que se pode afirmar que a primeira indústria dentro do município foi um engenho de grãos construído pela empresa de Grão-Pará, numa comunidade de Orleans, em 1883. Logo, colonos empreendedores deram sucessão à construção de engenhos de açúcar e de farinha de mandioca, fábricas de caixa de charutos, bebidas, madeireiras, marcenarias, dentre outras (DALL'ALBA, 1986).

Muitas destas empresas progrediram e cresceram, outras, entretanto, sucumbiram por uma infinidade de motivos os quais aqui não são possíveis relatar. Com base na bibliografia que descreve em detalhes grande parte dos empreendimentos, este estudo apresenta, como objetivo geral, conhecer os setores pioneiros da indústria e comércio do município de Orleans. Para responder esta inquietação pretende-se alcançar os seguintes objetivos específicos: descrever o histórico empresarial e comercial do município de Orleans, investigar os fatores que fizeram de Orleans um atrativo para a instalação de comerciantes e pequenos empresários nos anos de 1883 a 1950; verificar as atividades pioneiras que deixaram

de existir, as que permaneceram e as que nasceram após a primeira fase de industrialização no município de Orleans.

Procedimentos Metodológicos

O artigo é de natureza básica e, segundo Medeiros (2014), um trabalho de graduação para ser considerado pesquisa científica deve produzir ciência. A pesquisa básica objetiva gerar conhecimentos úteis à ciência sem gerar aplicação prática; ela envolve verdades universais.

Classifica-se o método de abordagem como qualitativo que Creswell (2010) caracteriza como sendo uma sistemática construída com base na interpretação do pesquisador acerca do significado dos dados. Este tipo de método dispensa o uso de análises estatísticas, os dados coletados tendem a ser descritivos retratando o maior número possível de elementos existentes na realidade estudada. Neste trabalho, focou-se a descrição acerca das características das indústrias e comércios da cidade de Orleans, fundada em agosto de 1913, apresentando os principais comerciantes e também os produtos popularmente comercializados naquele período de desenvolvimento da cidade (entre 1883 e 1950).

Do ponto de vista dos objetivos, a pesquisa é exploratória que tem por finalidade abrir uma investigação acerca de um fenômeno, onde existe pouco conhecimento e assim, proporcionar maior familiaridade com o problema afim de construir hipóteses. Geralmente esses estudos exploratórios envolvem pesquisa bibliográfica e análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2009).

Quanto ao procedimento técnico, é classificada como pesquisa bibliográfica, constituída a partir de material já publicado, como livros, revistas, jornais, etc. Ela permite ao pesquisador o acesso a uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente (PRODANOV; FREITAS, 2013). As fontes utilizadas neste artigo foram consultadas no acervo particular da Sr. Hélia Zomer Fenili Mello, em livros escritos por historiadores e estudiosos da cidade de Orleans, destacando-se o Padre João Leonir Dall'Alba e o professor Jucely Lottin, e algumas informações retiradas em meio eletrônico, buscando-se o material de metodologia, pela plataforma Google, digitando as palavras chaves de metodologia da pesquisa, para busca de artigos científicos e manuais.

Definido que a pesquisa seria bibliográfica, passou-se a seguir algumas etapas, tais como a escolha do tema. Este foi escolhido levando-se em consideração a

quantidade de conteúdo disponível, o ineditismo e tema pouco conhecido. Assim, fez-se o levantamento de material e logo em seguida a formulação do problema de acordo com o interesse da pesquisa. Foi fundamental delimitar a extensão da pesquisa, pois assuntos históricos são sempre amplos e cheios de informação, mas este artigo foi pontual e se reservou a descrever o nascimento e a expansão tanto da indústria quanto do comércio de Orleans, nos períodos de 1883 a 1950.

O material foi selecionado e passou por um fichamento. A ficha deve conter informações sucintas e, por ser de fácil manipulação, permite o ordenamento dos assuntos, evitando a cada pesquisa, ler material que não contém o assunto desejado (MARCONI; LAKATOS, 2010). As fichas, portanto, foram colocadas em meio aos livros contendo informações básicas do assunto, permitindo uma pesquisa mais rápida e eficaz, localizando os assuntos e filtrando o material. Elas facilitaram também na hora de revisões e correções.

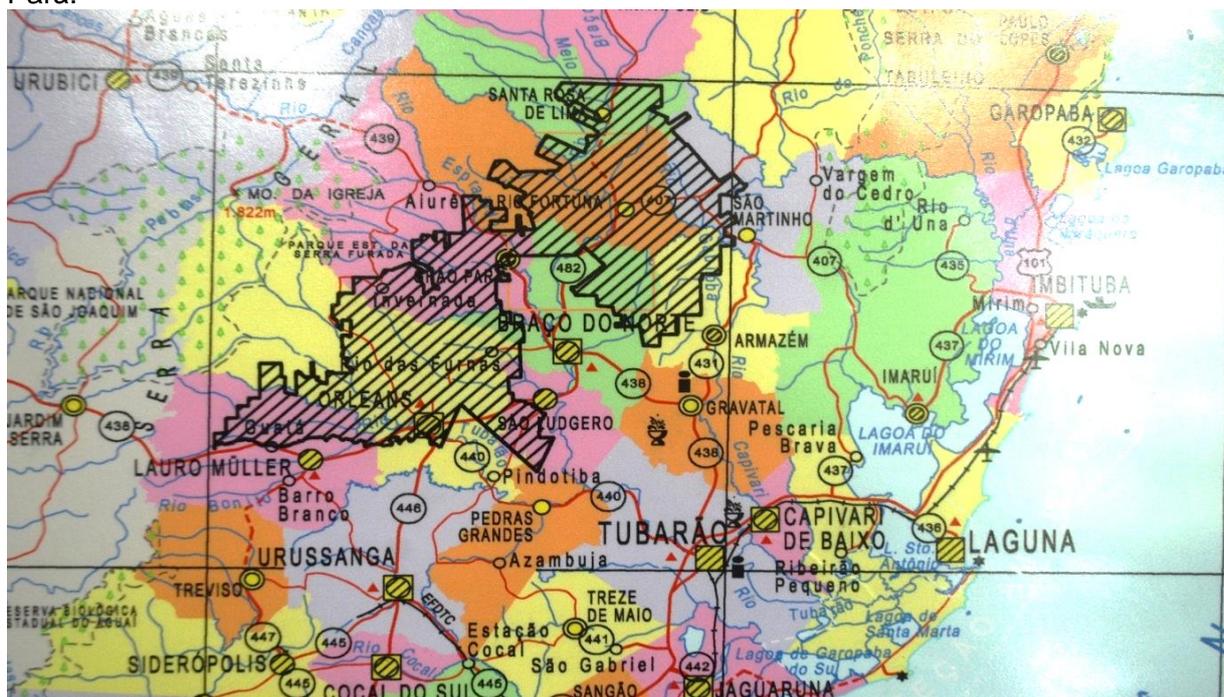
Para melhor ilustrar os leitores sobre os assuntos abordados neste artigo, utilizou-se fotos de algumas indústrias e casas de comércio de Orleans, características dos tempos de fundação da cidade (1883-1950), retiradas da bibliografia consultada.

O Dote Imperial e a emancipação de Orleans

Com o casamento da princesa Isabel com o Conde D'eu, em 15 de outubro de 1864, a corte do país constituída pelo Imperador Dom Pedro I e a Imperatriz Teresa Cristina, concedeu à Princesa Isabel um dote em terras de 98 léguas, a escolher entre Santa Catarina e Sergipe (LOTTIN,1998). A opção dos príncipes pelas terras de Santa Catarina foi influenciada pela avaliação do terreno, feita pelos engenheiros que optaram pelas terras de Tubarão e Braço do Norte devido à fertilidade do solo e a descoberta ocasional do carvão mineral na região de Lauro Muller pelos tropeiros pouco antes do casamento real, em 1822 (LOTTIN, 1998).

Assim, tendo em vista a grande quantidade de imigrantes portugueses, alemães, italianos e poloneses que já estavam sendo atraídos pelo Comendador Caetano Pinto Júnior à frente da empresa Terras e Colonização para essas terras, em 1882 é criada a Colônia de Grão Pará, que abrangia os municípios de Orleans, Lauro Muller, Grão Pará, Rio Fortuna, Santa Rosa, Braço do Norte, São Ludgero, e partes de Armazém (DALL'ALBA, 1986). A figura 1 ilustra a abrangência das terras da Princesa Isabel que constituíram a colônia de Grão-Pará.

Figura 1 – Mapa político atual com a demarcação em preto da extensão da colônia de Grão-Pará.



Fonte: CEDOHI (2015).

Efetivado um importante plano de colonização e consolidado um projeto maior que seria a exploração de carvão mineral nas encostas da Serra Geral catarinense, tal como a construção da estrada de ferro que beneficiaria toda a região sul de Santa Catarina, foi criado o distrito de Orleans: “foi por ocasião da visita de Sua Alteza o Conde D’Eu, numa viagem especial pela estrada de ferro, no dia 26 de dezembro de 1884, que ele optou por esta localização, dando-lhe o nome de Orleans” (LOTTIN, 1998, p.14).

A escolha inicial do local apontava para as proximidades dos Rios Oratório e Laranjeiras com o Rio Tubarão, deixando a cidade entre três pontes, o que alertou os engenheiros sobre o risco de enchentes (LOTTIN, 1998).

“Foi a razão determinante para que o conde D’Eu escolhesse o local da cidade para antes das três pontes. Em 18 de maio de 1887, uma grande enchente confirmou essa preocupação, destruindo-as totalmente. Reconstruíram mais tarde somente a de Orleans, a única necessária, e a estrada de ferro seguiu até Lauro Muller pela margem direita do Rio Tubarão, aliás o caminho natural”. (LOTTIN, 1998, p.16).

Segundo afirma Lottin (2004), após definição oficial do local da cidade e do nome Orleans, batizado pelo Conde D’Eu em homenagem à sua família na França, começaram, em janeiro de 1885, os trabalhos de planejamento da cidade,

comandados pelo diretor Leslie e executados pelo Agrimensor Berlink, com a abertura das primeiras ruas e venda de lotes aos imigrantes portugueses, que viram na cidade potencial em instalar comércio e iniciar as atividades. Berlink foi o principal responsável pelo planejamento das amplas ruas da cidade numa época em que não existia nem sequer o projeto do automóvel.

Pela Lei Provincial nº 1218, de 2 de outubro de 1888, foi criado o Distrito de Orleans do Sul, começando seu desenvolvimento. Com a criação do distrito, Orleans deixou de ter uma administração especial como colônia, englobando, a partir daí, uma área maior que abrangia a área de mineração [...] (LOTTIN, 2004, p.19).

A emancipação de Orleans foi resultado de um trabalho de lideranças políticas de Tubarão, liderados pelo Deputado Acácio Moreira, e efetivado pela Lei Estadual nº 981 de 30 de agosto de 1913, com instalação em 20 de outubro desse mesmo ano (LOTTIN, 2004).

De acordo com Lottin (2004), os primeiros habitantes de Orleans eram os ditos “nacionais” que eram os portugueses e seus descendentes vindos de Laguna, com intuito de iniciar as atividades comerciais e industriais. Com a estrada de ferro em funcionamento surgiram as primeiras atividades comerciais, sendo as famílias Pinho, Frankemberg e Teixeira os pioneiros a impulsionar a economia do município.

A Ferrovia Dona Teresa Cristina

A Construção de uma estrada de ferro representava um novo progresso às colônias que estavam se formando. Por meio dela, toda a produção de suínos, carvão e alimentos era escoada e comercializada, por ser de fato o transporte mais rápido, comparado à existência apenas dos carros de boi (DALL’ALBA, 1986).

Com a descoberta ocasional do carvão mineral por tropeiros nas encostas da serra do Rio do Rastro em 1830, e a notícia espalhando-se rapidamente até à corte imperial do Brasil, via-se na região um potencial energético muito grande (DALL’ALBA, 1971). Mas, trazer o minério a carro de bois ou cargueiros era mera utopia. As estradas não suportariam tantas idas e voltas em meio à lama e picadas estreitas (DALL’ALBA, 1986).

Assim, em 20 de maio de 1874, Dom Pedro II concede apoio financeiro à companhia inglesa *James Perry e Cia* para construir a ferrovia e, por conseguinte, explorá-la por 80 anos. No dia 18 de dezembro de 1880, iniciaram os trabalhos de

construção em Imbituba e, percorreria 128 quilômetros até Lauro Muller. A primeira locomotiva foi a Visconde de Barbacena, inaugurando a estrada em Primeiro de Setembro de 1884, três anos e meio depois do início de sua construção. Em dezembro do mesmo ano (1884), a corte imperial, Conde D'Eu, visita a ferrovia e chega a Orleans batizando a cidade (DALL'ALBA, 1971).

A estrada de ferro passa, então, a ter seu importante papel em transportar os produtos agrícolas vindos das colônias recém-formadas no sul do estado de Santa Catarina. Orleans passava a ser a sede do despacho de toda a produção daquele distrito e, por onde também ingressariam os novos imigrantes, de diversas nacionalidades à região. Assim, casas de comércio e pequenas indústrias vieram a se instalar na região, sendo os pioneiros os engenhos, a madeireira Frankemberg e em seguida, os Teixeiras, vindos de Laguna, impulsionaram as atividades comerciais. Começava ali o tão almejado desenvolvimento da cidade de Orleans (LOTTIN, 1998).

As primeiras atividades comerciais e industriais no município de Orleans

Para bem entender como nasceram as primeiras atividades comerciais e industriais, é importante ressaltar que a agricultura e pecuária estão diretamente ligadas ao surgimento do comércio e da indústria. A atafona (engenho) foi a pioneira das atividades industriais de Orleans.

Conforme destaca Dall'Alba (1986), o comerciante seria o responsável pela "fundação da cidade". Isto porque documentos históricos registram que os primeiros moradores foram todos comerciantes. Trata-se do ano de 1885, estando em funcionamento casas de comércio da família Pinho, Cabral e Teixeira além de carregadores, caixeiros, escriturários e operários das casas de banha.

"Num segundo momento estabeleceram-se elementos ligados à estrada de ferro e pequenas indústrias artesanais, que produziam e vendiam o produto de seu labor. Os poucos elementos da empresa também eram comerciantes, na prática, ligados à venda de terras" (DALL'ALBA, 1986, p.193).

Lottin (1998) afirma, contudo, que com a abertura da sede da colônia em Grão-Pará e com o início das vendas de terras, era dever da empresa Colonizadora fornecer os subsídios básicos aos colonos, como roupas e utensílios, com pagamento após as primeiras colheitas das safras. Com a formação de Orleans, ali também a empresa

implantou sua casa comercial. E foi de extrema importância pois era dali que os colonos podiam se abastecer, inclusive de sementes.

“As casas comerciais se abasteciam pelo porto de Laguna, via Gravatal ou pela estrada de ferro, de boa parte dos produtos e na própria região de Braço do Norte ou Azambuja com artigos coloniais. Contavam ainda com o abastecimento de carne e queijo dos tropeiros serranos, que passavam com frequência na colônia. Com os tropeiros já se iniciava um sistema de troca do charque e queijo com açúcar, sal e cachaça” (LOTTIN, 1998, p.214).

Dall’Alba (1986) registrou em seu livro “Colonos e Mineiros no Grande Orleans” as memórias de um funcionário da casa Pinho, João Ramiro Machado, nascido em 1899, sobre o cenário do comércio de Orleans por volta de 1913. Ele destacou o comércio dos Pinho, o piquete para tropas e um galpão para repouso dos tropeiros. Outras casas de comércio surgiram depois, como a dos Teixeira, dos Herval, dos Machado e a dos Bittencourt. Havia também o comércio de cereais, de propriedade de Amadeu Fabre. Orleans contava ainda com uma farmácia, uma selaria de Hugo Carlos Claumman, um alfaiate Sr. Gastão Cordini, uma padaria pertencente aos Cordini e outra dos Frankemberg. A família de Manoel Bertoncini possuía fábrica e comércio de gasosa (bebida típica da época, era uma espécie de refrigerante).

Por volta de 1920, Orleans já contava com mais casas de comércio surgindo, além de um hotel de José Cordini. Havia um bar de esquina e um armazém de “secos e molhados” (Dall’Alba, 1986). A figura 2 é uma obra pintada à mão que reproduz o comércio de secos e molhados de propriedade de Luiz Verani Cascaes, da cidade de Orleans. Os “secos e molhados” funcionavam como uma espécie de supermercado.

Figura 2 – Ilustração da casa de secos e molhados de Luiz Verani Cascaes.



Fonte: Souza (2013).

Dall’Alba (1986) afirma que os caixeiros viajantes traziam as mercadorias para Orleans, chegando de trem, descarregando as arcas de produtos. Alguns comerciantes e fabricantes recorriam a Porto Alegre para comprar matérias primas, principalmente para fabricação da gasosa.

Quanto ao cenário industrial da cidade de Orleans, segundo Dall’Alba (1986), o engenho, utilizado para moer milho, foi o primeiro registro de indústria, em 1883, dando sequência à instalação de engenhos de açúcar e de farinha de mandioca.

A própria empresa colonizadora instalava engenhos e atafonas para resolver problemas importantes, como o consumo do milho produzido e a fabricação de farinha (tanto de milho quanto de mandioca), base para fabricação de pão e polenta, dois importantes alimentos para os agricultores de Orleans, inclusive, o mesmo produto podia ainda ser comercializado (LOTTIN, 2004).

A figura 3 apresenta o registro fotográfico da primeira atafona, ou engenho, construído numa comunidade no interior de Orleans com estrutura basicamente constituída por pedras.

Figura 3 – Primeiro engenho construído no interior do município de Orleans, na localidade de Rio Pinheiros Alto.



Fonte: Pizzolatti, *et al* (2010).

Os engenhos de açúcar serviram a todos os imigrantes vindos a Orleans pela variedade de produtos derivados da cana de açúcar. A cultura da cana apresentava certa rentabilidade pois se comercializa melado, açúcar mascavo e cachaça. Os tropeiros vindos da Serra do Rio Rastro faziam um sistema de troca com esses produtores, em geral negociavam sal, carne salgada e queijo por esses derivados da cana. Porém estes engenhos não conseguiram se manter ativos por muito tempo (LOTTIN, 2004). Neste contexto, Dall' Alba (1986, p. 199) também afirma:

“Os engenhos de açúcar pouco progrediram. Em geral, tocados a boi, nunca passaram de pequenas indústrias familiares, continuando até os últimos anos, com métodos rudimentares, tanto para fornagem de açúcar, como para alambicagem do melado ou da garapa”.

Devido ao desmatamento para plantio de lavouras, as madeireiras movidas a água foram se multiplicando, e a grande quantidade de madeira serrada era inclusive destinada à fabricação das casas dos imigrantes, além de sua utilização para a construção e manutenção da estrada de ferro. Esta última atividade iniciou-se em 1884 e foi até 1974, quando uma enchente destruiu a ferrovia. Outra parte das toras de madeira eram descidas rio abaixo onde a empresa de Hugo Frankemberg as recolhia e utilizava na fabricação das caixas de charuto. Ele iniciou suas atividades antes de 1900, possuindo máquinas importadas da Alemanha, especializando-se em

caixas de cedro para charutos e contava com 10 operários; porém a fábrica foi vendida anos mais tarde (LOTTIN, 1998). A figura 4 apresenta o retrato da antiga sede da fábrica de caixas de charutos:

Figura 4 – Fábrica de caixas de charutos da família Frankenberg.



Fonte: Dall'Alba (1986).

Houve uma grande transformação no ramo madeireiro após a redução da reserva florestal e a produção e o consumo de madeira se destinou apenas ao consumo local (LOTTIN, 1998).

No início do século XX, as fábricas de móveis e marcenarias se instalaram em Orleans, com produção de móveis, tacos e assoalhos, promovendo Orleans nas diversas praças consumidoras do estado e, em Porto Alegre, inclusive. Isto ocorreu devido à existência, em abundância da madeira de lei e à facilidade do transporte pela ferrovia. Atribui-se o pioneirismo à família Frankenberg, porém pelo número de fábricas de móveis surgidas e pela qualidade delas, Orleans poderia ser considerada facilmente a cidade das marcenarias (LOTTIN, 1998).

Destacam-se, neste cenário, a marcenaria Orleanense, fundada em 1920 por Harry Steckert, e transferida mais tarde para Orlando Leão Soares; a marcenaria Moderna, fundada em 1922, de Zeferino Zomer, que deu origem a rede de Lojas Zomer; a marcenaria Estrela, atuante nas décadas de 20 e 30, de João Wendhausen, que fazia móveis finos de alto padrão e utensílios para igrejas (confessionários e batistérios). Não se tem registro do término de suas atividades (LOTTIN, 1998). Na figura 5, a marcenaria de Orlando Soares.

Figura 5 – Família Soares e funcionários em frente à marcenaria de Orlando Leão Soares em 1958.



Fonte: Pizzolatti, *et al* (2010).

Pertencia a um alemão a fábrica de bebidas, instalada em 1912 por Jorge Henrickson, sendo a matéria prima trazida diretamente da Alemanha. Com a guerra e as importações proibidas, a fábrica teve que ser fechada (DALL'ALBA, 1986).

Em 1946 a família de Olívia Baggio Zomer se estabelece com uma fábrica de colchões, inicialmente fabricados de crina e evoluindo mais tarde para colchões de mola, sendo que esta ficou famosa por todo sul catarinense. As atividades se encerraram em 1965 devido a modificações na estrutura familiar (LOTTIN, 1998).

Tantas outras madeireiras e marcenarias surgiram, muitas delas de propriedades de pequenos agricultores, também algumas olarias, fábricas de café, mas nenhuma foi forte o suficiente para se manter nos dias atuais. Ou porque dependiam de importação de matéria-prima, em outros casos a tecnologia rudimentar e o clima desfavorável, ou ainda em outras, havia a questão familiar. Porém este estudo limitou-se a descrever o histórico somente das principais atividades e das principais indústrias, não sendo possível, portanto, descrever todas as empresas e famílias com detalhes.

A nova face das atividades de Orleans

Graças a visão moderna de alguns empresários, a partir de 1950, as atividades industriais do município passaram a ser direcionadas para gêneros mais promissores

da economia como os de embalagens plásticas, molduras, implementos rodoviários e madeira beneficiada (LOTTIN, 2004).

Orleans, em meados da década de 90, contava com mais de 100 indústrias de médio e grande porte, produzindo para o Brasil todo e com destaque no Mercosul. Como ocupava e ainda ocupa mão-de-obra de municípios vizinhos, torna-se um importante polo industrial para a região (LOTTIN, 2004).

Consequência de uma iniciativa empresarial triunfante, a Zomer Indústria de Plástico, direcionou a produção para derivados de polietileno, traçando para a cidade um novo e importante rumo na economia. A empresa, que iniciou com produção de mangueiras em 1967, ganhou mercado nacional com produção de filmes flexíveis, embalagens plásticas e produtos descartáveis em 1974 (LOTTIN, 1998). A partir disso, outras empresas surgiram em Orleans no ramo de plásticos, destacando-se principalmente com a produção de embalagens plásticas e produtos descartáveis.

Orleans ainda conta com madeireiras, fábrica de implementos rodoviários e fábrica de molduras, surgidas por volta de 1980. Estas, tiveram que se adaptar a novas tecnologias de produção e desenvolver produtos diferenciados para se manter no mercado. Quanto ao comércio, os famosos armazéns de “secos e molhados” passaram por uma série de transformações e, hoje os supermercados abastecem a população com alimentos e outros insumos. As mercearias foram quase que em grande parte substituídas por redes de lojas de móveis e utensílios domésticos, que possuem inclusive filiais em outros estados. Permaneceram ainda em Orleans lojas de vestuário e calçados, porém nada mais é fabricado por aqui (LOTTIN, 2004).

Considerações Finais

A cidade de Orleans teve um crescimento acelerado após a inauguração da estrada de ferro em 1884. Uma importante obra que fez com que o até então Distrito de Orleans atraísse colonos que estavam instalados em Laguna e assim, tão logo chegados a Orleans, iniciaram as atividades comerciais, com larga contribuição dos tropeiros vindos da Serra do Rio do Rastro, que faziam um sistema de troca de mercadorias.

O desenvolvimento não chegou a todas as indústrias e comércios de Orleans. É o caso da fábrica de caixa de charutos, da de bebidas e a de colchões. Estas passaram por dificuldades financeiras, familiares e políticas. Apostaram em produtos que em pouco tempo fugiram dos interesses dos moradores da cidade de Orleans. O

mesmo ocorreu com os engenhos de açúcar. A falta de processos mais modernos tornou a produção mais difícil e eles perderam lugar aos engenhos de farinha de milho e mandioca que eram alimentos valiosos para os colonos.

Por fim, Orleans atingiu seu progresso com sua emancipação em agosto de 1913, e teve sua economia alavancada com o nascimento de indústrias de plástico, de implementos rodoviários e de molduras. Não foi possível investigar neste artigo o quanto essas empresas contribuíram para o município de Orleans, em termos de renda e emprego, e quais delas são remanescentes das pioneiras, devido a limitação das referências utilizadas. Mas o assunto fica como sugestão para trabalhos futuros.

Referências

CEDOHI - **Centro de Documentação histórica Plínio Benício**: Museu ao ar Livre Princesa Isabel, Orleans SC. 2015.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3º ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. 296 p.

DALL'ALBA, João Leonir. **Pioneiros nas Terras dos Condes**. Imprensa oficial do Estado. Florianópolis, 1971. 207 p.

_____. **Colonos e mineiros no grande Orleans**. Instituto São José, Florianópolis, 1986. 265 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. - 6. ed. – 2.reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009. 216 p.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. – 4 ed. – 12. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009. 175 p.

LOTTIN, Jucely. **Orleans 2000: história e desenvolvimento**. Florianópolis: Elbert, 1998. 304 p.

_____. **Orleans em dados 2004 – história**. Florianópolis: Elbert, 2004. 176 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7.ed. – 5. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2010. 228 p.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 12º ed. São Paulo: Atlas, 2014. 331p.

PIZZOLATTI, Delavi; *et al.* **Fotos e fatos de Orleans**. Disponível em: <
<http://www.fotosefatosdeorleans.com.br/?pg=principal>>. Acesso em: 30 out. 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano. FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico (recurso eletrônico): métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2° ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2016.

SOUZA, Celso de Oliveira. **Orleans: cem anos de história política**. Orleans: Fundação Educacional Barriga Verde, 2013. 280 p.

O PERFIL DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE GESTÃO DE CUSTOS EM EMPREENDIMENTOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA

**Anderson Correa Benfatto¹; Idianete Paula Seque²; Júlia Constante Pereira³;
Ana Paula Silva dos Santos⁴; Andréia Cittadin⁵**

1 Ciências Econômicas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
andersonbenfatto@gmail.com

2 Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
idianeteseque2013@hotmail.com

3 Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
julia_constantep@hotmail.com

4 Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
apsantos@unesc.net

5 Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
aci@unesc.net

Resumo: A busca por alternativas relacionadas à melhoria dos processos, diferenciação dos produtos e serviços, controle e redução dos gastos, formação de preço de venda adequado, entre outras, deve ser constante. O objetivo desse artigo consiste em verificar o perfil da produção científica sobre gestão de custos em empreendimentos da economia solidária. A metodologia de pesquisa empregada foi descritiva, com abordagem qualitativa e pesquisa bibliográfica. Os resultados evidenciam que: o ápice das pesquisas sobre o tema economia solidária foi no período compreendido entre 2011 a 2012 no âmbito nacional e 2011 a 2017 no âmbito internacional; apenas um autor nacional se destaca com sete publicações, bem como a universidade que ele integra e tem-se um autor internacional com nove publicações. Conclui-se que existe escassez de estudos sobre economia solidária com abordagem de gestão de custos.

Palavras-chave: Gestão de custos. Economia solidária. Empreendimentos solidários.

Introdução

Qualquer tipo de organização, independentemente do porte, ramo de atuação, natureza jurídica, precisa disponibilizar produtos e serviços de qualidade e a preço acessível ao consumidor para se manter sustentável.

Entende-se por sustentabilidade a capacidade de se auto sustentar e de se auto manter (PHILIPPI, 2001). O desenvolvimento sustentável, de acordo com o Relatório Brundtland, elaborado em 1987, por uma comissão formada no âmbito do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – PNUMA, “atende às necessidades do presente, sem comprometer a capacidade de as futuras gerações atendera às próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

Com isso, a busca por alternativas relacionadas à melhoria dos processos, diferenciação dos produtos e serviços, controle e redução dos gastos, formação de preço de venda adequado, entre outras, é constante. Para tanto, é necessário que os gestores possuam informações que subsidiem o processo decisório.

A área de custos além de ser utilizada para mensurar os custos dos produtos ou dos serviços, valorizar os estoques e apurar os resultados, auxilia no planejamento e controle e no processo de tomada de decisões. Em relação ao controle a contabilidade de custos é responsável em fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsões de gastos. Quanto à decisão, disponibiliza informações sobre a área produtiva, como por exemplo: corte de produtos, administração de preços de venda, opção de compra e produção, dentre outros fatores (MARTINS, 2003).

Contudo, muitas empresas não usam informações geradas pela contabilidade de custos, sobretudo as de pequeno e médio porte, deixando de usufruir dos benefícios oferecidos por esta área. Fato que pode comprometer a gestão no controle de gastos, e conseqüentemente no valor dos preços dos produtos e serviços. Além disso, há organizações que utilizam os custos apenas para obedecer às normas legais, dispensando atenção aos sistemas de custeio. Com isso, desprezam a análise dos custos como geradores de informações gerenciais para a tomada de decisões (CORRÊA; CAON, 2002).

A carência de informações desta natureza torna a gestão empresarial pouco confiável, pois o custo é desconhecido, o preço de venda não possui bases sólidas e os resultados podem ser comprometidos. Nesse sentido, ressalta-se que seu uso é extremamente importante para as organizações de modo geral, independente de seu tamanho, visto que esta área da contabilidade é responsável em controlar, demonstrar e informar aos gestores dados relacionados aos custos de produção de bens e serviços necessários ao processo decisório.

Neste contexto, inserem-se os empreendimentos de Economia Solidária, uma forma alternativa ao capitalismo, que possibilita a produção baseada na cooperação e não na competição, sendo que os integrantes se associam para produzir, comercializar ou trocar (SINGER, 2002).

Uma das características dos empreendimentos econômicos solidários trata-se do estabelecimento do preço justo, o que transcende o valor da troca, pois oportuniza a capacidade de compra do consumidor, sem lucros exagerados, mas priorizando por

remuneração digna e pela continuidade do empreendimento. Nota-se, deste modo, que a gestão dos custos pode auxiliar na determinação do preço justo de venda (NASCIMENTO; RÉGO; DIAS, 2016).

Nesse sentido, conhecer os aspectos abordados nas pesquisas científicas sobre essa temática é importante para a compreensão da realidade acadêmica, além de permitir identificar como os empreendimentos solidários estão utilizando os conceitos da gestão custos na prática. Nesse contexto, surge a seguinte questão de pesquisa: Há estudos sobre gestão de custos com enfoque em empreendimentos de economia solidária? O objetivo desse estudo consiste em verificar o perfil da produção científica sobre gestão de custos em empreendimentos da economia solidária. Para tanto, traçou-se os seguintes objetivos específicos: i) realizar levantamento bibliográfico sobre o tema no contexto nacional e internacional; ii) identificar as características das trabalhos encontrados sobre o assunto; iii) verificar as abordagens sobre gestão em estudos de economia solidária nas palavras-chave dos artigos analisados.

Destaca-se que estudos sobre o perfil da produção científica ganham relevância na academia e contemplam diversas temáticas. Entretanto, ainda são desconhecidos estudos que abordam os conceitos da gestão de custos vinculados aos empreendimentos de economia solidária. Para Calbino e De Paula (2013) nas últimas décadas houve avanço da temática economia solidária em diversas instâncias da sociedade. Porém, ainda é pequeno o número de trabalhos que apresentam o panorama da produção científica sobre o tema, o que acaba dificultando a compreensão das produções. Nesse sentido, os autores realizaram um metaestudo em relação a economia solidária na Administração em congressos, periódicos, nas dissertações e teses da Capes, entre os períodos de 1970 a 2010. Os resultados indicaram evolução da produção para um tema multidisciplinar, a maioria trabalhos são teórico-empíricos, de natureza qualitativa e baseados em de estudo de caso.

O estudo de Ramos, De Muylder e Freire (2014) objetivou identificar nos artigos produzidos no período de 1999 a 2008, nos Encontros Nacionais da Associação de Programas de Pós-graduação em Administração (EnANPAD), a ocorrência do termo artesão relacionando-o com empreendedorismo. Os achados indicaram que o termo “artesão” girou em 0,99% e o radical “empreend” alcançou o índice de 16,45% nos trabalhos analisados. Os autores concluíram que o tema empreendimento artesanal não evidencia o interesse da pesquisa na área de administração.

Alves (2016) buscou identificar e avaliar as publicações sobre economia solidária, no intuito de compreender o estado de evolução do tema por meio de estudo bibliométrico. Foram encontrados 93 artigos publicados sobre o assunto entre 2001 e 2013, dos quais foram analisados o aumento ou diminuição do número de publicações a cada ano, os principais autores e redes de relações entre eles, e outros.

A realização desse artigo se justifica tendo em vista a relevância do tema para os empreendimentos de economia solidária, uma vez que na maioria dispõem de recursos escassos e por estarem inseridos em um sistema capitalista altamente competitivo (SILVA; MELLO, 2016).

A importância do estudo, frente a sua justificativa está no mapeamento de pesquisas com relação ao tema central, visto que possibilita aprofundar-se em novas formas de aplicação de custos, bem como a compreensão do resultado desta utilização. Já sua oportunidade encontra-se na disponibilidade do acesso às bases de dados, por parte da instituição de ensino, o qual a pesquisa foi desenvolvida.

Esse artigo está estruturado em cinco seções, que incluem a introdução. A segunda seção apresenta conceitos sobre a economia solidária e gestão de custos. Na terceira seção descrevem-se os procedimentos metodológicos; na quarta tem-se a análise e discussão dos resultados; e na quinta seção expõem-se as conclusões e sugestões para futura pesquisa.

Economia solidária e gestão de custos

Nos sistemas de mercados capitalistas de desenvolvimento em uma amplitude rural e urbana, as atividades produtivas e organizações econômicas são orientadas pelos possuidores de capital. Esta forma de organização reflete na exclusão de certo grupo de uma classe social. A exclusão social tornou-se responsável pela criação da Economia Solidária (AZEVEDO; ALIÓ; SILVA, 2016).

Nesse sentido, a Economia Solidária surgiu com a evolução da Economia Social na Europa em virtude das diversas revoluções sociais, políticas e econômicas nos meados do século XVIII e XIX. Teve como principal característica a função de organizar e aglutinar os que se encontravam à margem social de produção e geração de renda, devido às necessidades que foram geradas pelas lacunas do Estado e pelas desigualdades criadas pelos sistemas industriais de produção. À medida que os indivíduos se organizavam conseguiam diminuir as disparidades sociais e de renda, gerando bem estar e inserção social (CAEIRO, 2008; GAIGER, 2009).

A Economia Social tem origem a partir da sociedade civil organizada e regida pelo princípio da autogestão, por meio de cooperativas, associações, concessão de segurança social, saúde e desenvolvimento no bem estar comum. Por intermédio do empreendedorismo social os indivíduos organizados conquistavam a capacidade de se sustentarem e de se estabelecerem dentro do mercado (CAEIRO, 2008; DEFOURNY, 2009).

Para Gaiger (2009), nos início do Século XX, as ações do Estado e mercado foram mais voltadas em resolver os problemas e brechas sociais, a Economia Social se estabelece como contribuição secundária, enfraquecendo seu caráter econômico e adquirindo características de restauração social. Com essa separação do social e econômico, foi necessário o surgimento de uma alternativa ao sistema de mercado, concebendo seus apoiadores a denominação Economia Solidária, termo utilizado atualmente na América Latina.

A Economia Solidária desenvolveu-se como uma forma de geração de trabalho e renda, sendo pauta na autogestão. Desta forma, a Economia Solidária tem em seu conceito a gestão baseada em seus próprios colaboradores, fortalecendo o coletivo de maneira democrática. Em suma, a economia solidária visa à igualdade de direitos (LISBOA, 2005; SINGER, 2008; LOPES, 2016).

Neste contexto, Lopes (2016) completa, associando o conhecimento e técnicas com a autogestão, para a transformação de realidades. Com base no que afirma os autores, se faz necessário explanar o conceito de sustentabilidade e do tripé da sustentabilidade. O termo sustentabilidade tem seu conceito definido na *Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano*. O evento realizado pela *Organização das Nações Unidas (ONU)*, em 1972 em Estocolmo na Suécia, onde se caracterizou a sustentabilidade como um sistema ou um processo, que existe por um tempo determinado ou indeterminado (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

Com a publicação do relatório denominado como *Our Common Future (Nosso Futuro em Comum)*, trata a sustentabilidade não apenas de caráter ambiental, mas também propõe a criação de sistemas e políticas públicas e privadas, que almejem o equilíbrio social e econômico, tendo em vista esse cenário foi desenvolvido o conceito da *Triple Bottom Line (tripé da sustentabilidade)* elaborado pelo inglês *John Elkington*, com o princípio de três vértices, a sustentabilidade ambiental, econômico e social, também delineado por planeta, lucro e pessoas (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

A *Triple Bottom Line* tem seus princípios determinados por ambiental, que consiste na gestão dos sistemas e organizações, não tendo como objetivo apenas o lucro, econômico é classificado como honesto e realizável, priorizando a distribuição de renda e por último o social, em que utilizado o termo respeitável e suportável, que tem como objetivo respeitar em todas as atitudes a dignidade humana. Esse conceito busca valorizar e sempre respeitar o caráter de preencher as necessidades atuais, sem prejudicar as futuras (PEREIRA; SILVA; CARBONARI, 2011).

O cenário nacional da economia solidária no Brasil é descrito por Azevedo, Alió e Silva (2016) por um número médio de 19.708 empreendimentos econômicos solidários, com uma média de 1.423.631 trabalhadores, localizados principalmente na zona rural das regiões Sul e Nordeste, associados à agricultura familiar.

O que chama a atenção na pesquisa de Nascimento, Rêgo e Dias (2016), é que há fragilidade nas atividades de gestão, sobretudo em relação aos controles, o que tem gerado problemas quanto à viabilidade dos empreendimentos solidários. A determinação do preço sem considerar os gastos incorridos não permite efetivamente cobrir as obrigações das entidades e a geração de sobras.

Nesse contexto, Nascimento, Rêgo e Dias (2016, p. 89), ressaltam ainda que “é importante adotar metodologias de custeio economicamente viáveis, capazes de garantir o adequado gerenciamento dos recursos e subsidiar a tomada de decisão”.

Segundo Maher (2001), a contabilidade de custos é a área da contabilidade que mede, registra e relata informações sobre custos. Ela é responsável pelo fornecimento de informação que subsidiam o processo de tomada de decisões objetivando gestão eficaz (KOLIVER, 2008).

A contabilidade de custos tem finalidade de medir e relatar as informações financeiras e não financeiras relativas ao custo de aquisição ou consumo de recursos em uma organização e de disponibilizar informações para a contabilidade gerencial e para a contabilidade financeira (HANSEN; MOWEN, 2001; HORGREN, 2004).

Para Stark (2007) este instrumento foi desenvolvido com o objetivo de atingir finalidades específicas, que podem estar relacionadas ao fornecimento de dados de custos para a medição dos lucros, à determinação de rentabilidade e de avaliação de patrimônio. Sua utilização além de cumprir as normas e imposições legais da contabilidade financeira, deve preocupar-se em atender à demanda de informações que suportem melhor o processo de tomada de decisões, o que é extremamente

fundamental para a gestão de custos de qualquer tipo de empreendimento (BRUNI, 2008).

Procedimentos metodológicos

Essa seção expõe o enquadramento metodológico e os procedimentos de coleta e análise de dados utilizados no estudo.

Enquadramento metodológico

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, pois segundo Gil (2002) busca apresentar as características de determinada população ou fenômeno, bem como estabelecer relações entre variáveis. Assim, este estudo tem o intuito de delinear o perfil da pesquisa científica sobre gestão de custos com ênfase em empreendimentos de economia solidária.

A abordagem do problema configura-se como qualitativa. Para Richardson (1999), os estudos qualitativos são aqueles que podem descrever a complexidade de certos problemas, analisar a interação de variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos de grupos sociais.

Para tanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica na base de dados *Scientific Periodicals Electronic Library (Spell)*, que consiste em um repositório gratuito de pesquisas científicas constituído no ano de 2012. A base atua nas áreas de Administração, Ciências Contábeis e Turismo e tem por objetivo de “[...] promover o acesso, organização, disseminação e análise de produção científica de distintas áreas do conhecimento [...]”. O repositório é desenvolvido pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Desenvolvimento (ANPAD) e o Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Sociais (IBEPES) (SPELL, 2016).

De forma complementar foi utilizado o repositório internacional *Scopus*, caracterizado como a maior base de dados avaliada por pares, composta por resumo, citações, livros e anais de evento. Sua composição gira em torno de 22 mil títulos de mais de 5 mil editores, em áreas como ciência, tecnologia, medicina, ciências sociais e artes e humanidades (SCOPUS, 2015).

Pesquisou-se também, no site da Associação Brasileira de Custos (ABC) que apresenta os anais do Congresso Brasileiro de Custos (CBC), evento científico promovido pela Associação. O CBC é considerado o principal evento da área de custos e proporciona a divulgação da produção técnico-científica, além da interação entre a comunidade acadêmica, pesquisadores, professores, estudantes,

profissionais, empresários, consultores, contadores, administradores entre outros interessados na área de custos.

Procedimentos para coleta e análise de dados

A coleta de dados baseou-se nos termos: “gestão de custos em empreendimentos solidários”, “*cost management in solidarity enterprises*”, “gestão de custos na economia solidária”, “*cost management in the solidarity economy*”, “custos na economia solidaria”, “*costs in the solidarity economy*”, “economia solidária” e “*solidarity economy*”. A pesquisa foi aplicada em dois repositórios, um nacional, o *Spell* e um internacional, o *Scopus*. A primeira busca foi realizada no *Spell*, com o uso dos termos em língua portuguesa e inglesa, sem o uso das aspas, levando em consideração que a base não faz a aceitação desta formatação de buscas. Na base *Scopus* foram utilizadas aspas.

Considerando a mutação dos resultados frente à atualização do repositório, ressalta-se que a pesquisa no *Spell* e no *Scopus* foi aplicada no dia 05 de agosto de 2017. Assim na primeira aplicação da pesquisa, com relação as três primeiras expressões não foram obtidos resultados, como demonstra os Quadros 1 e 2:

Quadro 1 – Busca Spell

Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"gestão de custos em empreendimentos solidários"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"gestão de custos na economia solidária"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"custos na economia solidaria"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"economia solidária"	71	45

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Quadro 2 – Busca Spell

Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"cost management in solidarity enterprises"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"cost management in the solidarity economy"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"costs in the solidarity economy"	0	0
Palavras-Chaves	Spell	Scopus
"costs in the solidarity economy"	37	186

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A pesquisa gerou um resultado de 108 estudos no repositório *Spell*, retirado os estudos repetidos entre as buscas em inglês e português, chegou-se a uma amostragem de 74 pesquisas. As buscas no repositório *Scopus*, demonstraram um

resultado de 231 estudos, após retirar os trabalhos repetidos totalizaram 206 pesquisas.

Da mesma forma que o repositório *Spell* e *Scopus*, na base de dados anais do Congresso Brasileiro de Custos promovido pela Associação Brasileira de Custos (ABC), no dia 05 de agosto de 2017, consultou-se com os mesmo termos, havendo apenas um estudo com o termo “economia solidária”.

Essa busca resultou em 1 (um) artigo em língua espanhola, que tem como objetivo analisar os desafios da prática da educação financeira em Incubadoras Universitárias de Cooperativas Populares e Empreendimentos Solidários da região Nordeste do Brasil.

Logo, foram selecionados 280 artigos, sendo 74 da base de dados *Spell* e 206 da base *Scopus*, os quais compõem o portfólio da pesquisa. Os artigos foram selecionados por meio de cópia nos formatos Adobe Reader PDF® e os dados foram tabulados, organizados e registrados no Microsoft Excel®.

Resultados e Discussão

Nessa seção apresentam-se os resultados da pesquisa expondo as características das publicações.

Características das publicações

Dos estudos selecionados na pesquisa na base de dados *Spell* elaborou-se o Quadro 3 que apresenta o número das publicações por período.

Quadro 3 – Quantidade de publicações por período Spell

Ano	Quantidade de Publicação	Ano	Quantidade de Publicação
2017	1	2008	1
2016	6	2007	2
2015	7	2005	5
2014	6	2004	1
2013	7	2003	2
2012	10	2001	1
2011	11	1999	1
2010	7	1998	1
2009	5	Total	74

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Nota-se que as pesquisas sobre economia solidária iniciaram no ano de 1998, com apenas uma publicação, sendo que se observa um aumento significativo de

publicações de estudos sobre o tema a partir de 2009. O ápice das pesquisas ocorreu no período compreendido entre 2011 e 2012, correspondendo a 14,86% e 13,51% das pesquisas respectivamente, mantendo-se posteriormente até 2016. Assim, de 2009 a 2016 a frequência dos estudos equivale a 81,08% do portfólio analisado.

De forma complementar a pesquisa foi replicada no repositório *Scopus*. Os resultados são expostos no Quadro 4.

Quadro 4 – Quantidade de publicações por período *Scopus*

Ano	Quantidade de Publicação	Ano	Quantidade de Publicação
2018	1	2010	6
2017	29	2009	11
2016	28	2008	2
2015	43	2007	3
2014	36	2006	2
2013	13	2005	1
2012	14	2004	2
2011	14	2003	1
		Total	206

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

O repositório internacional, apresenta volume de publicação superou ao repositório nacional. O aumento de publicação sobre a temática também começou a se fortalecer a partir de 2009, demonstrando maior ênfase nos anos de 2014 e 2015. Os estudos disponibilizados pelo repositório *Spell* encontram-se disponíveis em revistas científicas, que são evidenciadas na Tabela 1:

Tabela 1 – Revistas das Publicações *Spell*

Periódico	Quantidade de Publicação	Percentual
Cadernos EBAPE.BR	9	12%
Organizações & Sociedade	8	11%
Desenvolvimento em Questão	5	7%
Revista Eletrônica Gestão e Serviços	4	5%
Revista Capital Científico – Eletrônica	4	5%
Administração Pública e Gestão Social	4	5%
Demais Publicações	40	54%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

O Cadernos EBAPE BR foi o periódico que mais publicou trabalhos sobre o tema, apresentando 9 (nove) artigos. A revista Organizações e Sociedade, posiciona-se no segundo lugar, com 8 (oito) estudos, seguindo pelo periódico Desenvolvimento em Questão, com 5 (cinco) artigos.

De forma complementar pode-se visualizar os periódicos utilizados na base de dados internacional, conforme é exposto na Tabela 2:

Tabela 2 – Revistas das Publicações Scopus

Periódico	Quantidade de Publicação	Percentual
Revesco Revista De Estudios Cooperativos	7	3,4%
Psicologia E Sociedade	7	3,4%
Espacios	6	2,9%
Sociologias	6	2,9%
Demais Publicações	152	73,79%

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Na base de dados *Scopus*, por tratar-se de um repositório internacional, disponibiliza uma gama de trabalhos publicados em revistas no âmbito internacional. Os dados apontam o uso, sobretudo dos periódicos: Revesco Revista de Estudios Cooperativos; Psicologia e Sociedade; Espacios; e Sociologias.

No Quadro 5 expõe-se os autores que pesquisam sobre o tema na base de dados *Spell*:

Quadro 5 – Principais autores Spell

Autores	N. de artigos publicados
Genauto Carvalho de França Filho	7
Eduardo Vivian da Cunha	3
Luis Miguel Luzio dos Santos	3
Marco Aurélio Bernardes	3
Rosinha Machado Carrion	3
Washington José de Souza	3
Demais Autores	142
Total de Autores	148

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Assim como no trabalho de Alves et al. (2016), Genauto Carvalho de França Filho, doutor em sociologia, atuante na Universidade Federal da Bahia, é o autor com maior número de publicações, responsável por 7 (sete) dos estudos encontrados sobre a temática.

O Quadro 6 apresenta esses resultados na base de dados *Scopus*:

Quadro 6 – Principais autores Scopus

Autores	Quantidade
Gaiger, L.I.	9
Rakopoulos, T.	5
Baptista, A.A.	4
Gutberlet, J.	4
Malta, M.C.	4
North, P.	4
Cato, M.S.	3
Grasseni, C.	3
Laville, J.L.	3
Lima, J.C.	3
Parente, C.	3
Retolaza, J.L.	3
Demais Autores	177
Total de Autores	189

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

No portfólio bibliográfico analisado, as Instituições de Ensino Superior (IES) que mais apresentaram estudos sobre temática estão elencadas na Tabela 3.

Tabela 3 – Quantidade de artigos por IES Spell

IES	Quantidade de Publicação	Percentual
Universidade Federal da Bahia – UFBA	10	7,4%
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN	7	5,2%
Universidade Metodista de São Paulo - UMESP	5	3,7%
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS	5	3,7%
Universidade Estadual de Londrina - UEL	5	3,7%
Demais Instituições	38	
Total Instituições	43	

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Em consonância com os estudo de Alves et al. (2016), a Universidade Federal da Bahia – UFBA, foi a IES que mais possui estudos com 10 (dez) artigos, instituição na qual participa Genauto Carvalho de França Filho.

Em seguida tem-se a Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS e Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN, com 5 (cinco) artigos cada.

A Tabela 4, apresenta os dados referentes as pesquisas filiadas às universidades brasileiras

Tabela 4 – Quantidade de artigos por IES Scopus

IES	Quantidade de Publicação	Percentual
Universidade de Sao Paulo – USP	7	3,4%
Universidade Federal do Rio Grande do Sul	7	3,4%
Universidade do Vale do Rio dos Sinos	7	3,4%
Universidade Federal de Sao Carlos	5	2,4%
Universidad del Pais Vasco	5	2,4%
Demais Instituições	165	
Total de Instituições	170	

Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A instituição que mais se destaca pelas publicações sobre o tema em nível internacional é uma instituição paulista, seguida por instituições do Rio Grande do Sul, dado este que modifica o cenário anteriormente encontrado na base *Spell*.

Considerações Finais

O artigo objetivou verificar se há pesquisas sobre gestão de custos em empreendimentos de economia solidária. Os resultados evidenciaram um cenário com ausência de estudos com esse enfoque.

Baseando-se a análise apenas no termo Economia Solidária nota-se um crescimento dos estudos, principalmente entre os anos de 2011 a 2013 no âmbito nacional e 2014 a 2016 na base de dados internacional, evidenciando que a economia solidária se mostra um tema crescimento que ainda demanda por investigações científicas mais aprofundadas, principalmente, na área de gestão de custos. Existem 8 (oito) periódicos que publicam trabalhos sobre a temática e o número de publicação por autores também não configura a existência de um especialista na área.

Deixa-se como sugestão para estudos futuros ampliar a análise observando número de autores por trabalho; tipologia de pesquisa; fontes de pesquisa; referências mais utilizadas; autores mais citados e temas abordados.

Referências

ALVES, J. N. et al . The Solidarity Economy at the heart of the debate: a bibliometric work of brazilian studies. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro , v. 14,n. 2,p. 243-257, jun. 2016 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512016000200243&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 17 ago. 2016.

BRUNI, A. L.. **A administração de Custos, Preços e Lucros: Com Aplicações na HP12C e Excel**. 2º Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

- CALBINO, D.; DE PAULA, Ana Paula Paes. Economia solidária: uma investigação sobre o estado da arte. **Gestão Contemporânea**, n. 14, 2013.
- CAEIRO, J. M. C.. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Katálysis**, v. 11, n. 1, p. 61-72, 2008.
- COMISSÃO Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso Futuro Comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.
- CORRÊA, H. L.; CAON, M. **Gestão de serviços, lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes**. São Paulo: Atlas, 2002.
- DEFOURNY, J. Economia social. In.: CATTANI, A. D.; LAVILLE, J.-L.; GAIGER, L. I.; HESPANHA, P. **Dicionário internacional da outra economia**. São Paulo: Almedina Brasil Ltda, 2009. p. 188 – 192.
- GAIGER, L. I. Antecedentes e expressões atuais da economia solidária. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 84, p. 81-99, março 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.
- HANSEN, D. R.; MOWEN, M. M. **Gestão de Custos: Controle e Qualidade**. 1º ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
- HORGREN, C. T.; DATAR, S. M.; FOSTER G. **Contabilidade de Custos Volume 2: Uma Abordagem Gerencial**. 11º ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
http://www.iptan.edu.br/publicacoes/anuario_producao_cientifica/arquivos/revista1/resumos_expandidos/Resumo_expandido03.pdf. Acesso em: 03 fev. 2016.
- LOPES, I. S. *et al.* Comunicação, economia solidária e desenvolvimento social. **Rev. Ciênc. Ext.** v.12, n.2, p.26-36, 2016.
- KOLIVER, O.. **Contabilidade de Custos**. 22º ed. Curitiba:Juruá, 2008
- LISBOA, A. de M. Economia Solidária e Autogestão: Imprecisões e Limites. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 3, 2005, p.109-115.
- MAHER, M. **Contabilidade de Custos: Criando Valor para a Administração**. 1º ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- NASCIMENTO, R. N. O. do; RÊGO, T. de F.; DIAS, T. F. Gestão de custos e formação de preço: um estudo das práticas adotadas pelos empreendimentos econômicos solidários. **Revista Ambiente Contábil**. Natal – RN, v. 8, n.1, p. 76-92, jan./jun.16. Disponível em: <http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/Ambiente/article/viewFile/2594/2187>. Acesso em: 03 fev. 2016.
- PEREIRA, A. C.; SILVA, G. Z. da; CARBONARI, M. E.E. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- PHILIPPI, L. S. A Construção do Desenvolvimento Sustentável. In.: LEITE, A. L. T. de A.; MININNI-MEDINA, N. **Educação Ambiental**. 2. ed, v. 5. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2001.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. e ampl São Paulo: Atlas, 1999. 334p.

RAMOS, G. M. P. D.; DE MUYLDER, C. Fernandes; FREIRE, D. A. L.. O artesão e o empreendedorismo: um estudo bibliométrico da produção acadêmica em eventos EnANPAD de 1999 a 2008. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 4, n. 1, p. 76, 2014.

SCOPUS. **About Scopus**. 2015. Disponível em:
<<http://www.elsevier.com/solutions/scopus>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

SILVA, F. B. da; MELLO, M. P. de S. **Estudo de custos e formação de preço para empreendimentos da economia solidária**. Disponível em:
<http://www.iptan.edu.br/publicacoes/anuario_producao_cientifica/arquivos/revista1/resumo_expandidos/Resumo_expandido03.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2016.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SINGER, P. Economia solidária. **Estud. av.**, São Paulo, v. 22, n. 62, p. 289-314, 2008. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142008000100020&lng=en&nrm=iso> Acesso em: 09 ago. 2016.

SPELL. Objetivos. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/sobre/objetivos>>. Acesso em: 11 ago. 2016.

STARK, J. A. **Contabilidade de Custos**. 1º ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

PROGRAMA DE ORIENTAÇÃO DIRIGIDA AOS EMPREENDEDORES – PODE: RELATO DE EXTENSÃO

**Anderson Correa Benfatto¹; Jucélia da Silva Abel²; Marina Kikusa Mendes³;
Mônica da Rosa Mendonça⁴; Thiago Rocha Fabris⁵**

1Ciências Econômicas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
andersonbenfatto@gmail.com

2Secretariado Executivo. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
jabel@unesc.net

3Ciências Econômicas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
marinakikusamendes@hotmail.com

4Ciências Econômicas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
monicadarosa@outlook.com

5Ciências Econômicas. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc.
thiagofabris@unesc.net

Resumo: Os micros e pequenos empreendedores possuem dificuldades de créditos para a manutenção de seus empreendimentos. As causas da mortalidade de micro e pequenos empreendimentos no Brasil são associadas: ao comportamento dos empreendedores; à falta de planejamento; à gestão ineficiente e problemas pessoais. O PODE é um projeto de extensão que tem como objetivo principal orientar e dar assistência dirigida, com base na coleta de dados socioeconômicos dos empreendimentos participantes. A metodologia caracterizou-se como pesquisa descritiva, exploratória e de observação, com abordagem qualitativa em um empreendimento denominado Empreendimento 1 do ramo de confecção. Com visitas orientadas, foi possível detectar as principais dificuldades na gestão. A partir das análises, algumas ações foram sugeridas: registrar todas as movimentações diárias, separando as contas pessoais das contas do negócio; aquisição de um livro caixa e a formulação de planilhas no Microsoft Excel, com objetivo de registrar todas as movimentações pertinentes à atividade do empreendimento.

Palavras-chave: Microcrédito. Empreendedorismo. Orientação dirigida.

Introdução

Atualmente, os micros e pequenos empreendedores possuem muitas dificuldades de crédito e isso se dá principalmente pela falta de acesso à orientação e à capacitação técnica de gestão, o que os deixam vulneráveis às mudanças que sistematicamente ocorrem no ambiente econômico.

As políticas específicas que levam crédito às microatividades produtivas, a despeito de desempenharem um papel fundamental na redução das desigualdades

sociais, ainda carecem de complementações, tais como a maior sustentação teórica e empírica.

Nesse contexto, a orientação, a coleta e o acompanhamento de dados socioeconômicos são fundamentais para o efetivo uso do crédito como inclusão produtiva perene, na medida em que auxilia no combate e na prevenção da “mortalidade” dos empreendimentos, o que justifica o trabalho executado pelos bolsistas e professores orientadores do projeto, que não só auxilia os beneficiários diretos, como toda a comunidade, por meio dos resultados obtidos neste estudo.

O presente artigo refere-se ao projeto de extensão Programa de Orientação Dirigida aos Empreendedores – PODE, que tem como objetivo geral apoiar, por meio de orientação e assistência dirigida e com base na coleta e no acompanhamento de dados socioeconômicos, os tomadores de microcrédito junto à Credisol, visando à longevidade de seus empreendimentos como geradores de emprego e renda.

A instituição de crédito solidário – Credisol – tem sede em Criciúma e é parceira do PODE. Sua formação se deu no ano de 1999, e foi a segunda organização constituída dentro do programa catarinense de microcrédito. Opera como organização da sociedade civil de interesse público, desde 2002.

De seu surgimento até o final de 2015, foram R\$ 140,69 milhões injetados na economia regional, por meio de 40.889 operações de crédito a microempreendedores, com um valor médio por operação de aproximadamente R\$ 3 mil.

Este relato refere-se a um micro empreendimento indicado pela Credisol, denominado de “empreendimento 1”, do ramo de confecção de roupas íntimas, femininas e masculinas; apresenta os objetivos específicos que foram traçados para o alcance do objetivo geral: diagnosticar as dificuldades encontradas entre os micros empreendedores clientes da Credisol na gestão de seu empreendimento; promover a melhoria do planejamento e gestão dos micros empreendimentos nas áreas econômica, contábil e comportamental; elaborar indicadores de monitoramento dos desempenhos econômico e contábil para os micro empreendimentos financiados pela Credisol.

Na sequência, apresenta-se a fundamentação teórica com conceitos e dados publicados cientificamente, bem como a metodologia utilizada para o desenvolvimento das orientações dirigidas, que permitiram apresentar os dados obtidos com suas análises.

Micro empreendimento

O empreendedorismo é um fenômeno complexo que vem sendo estudado há algum tempo em algumas disciplinas, de forma a gerar as mais diversas opiniões sobre o seu significado e suas características.

Pode-se definir o empreendedorismo de forma bem resumida, como a ação de criar algo novo e criativo, ou usar dos processos já existentes fazendo com que eles funcionem de modo a otimizar ao máximo os recursos. O empreendedorismo não fica ligado apenas à criação de um novo produto ou empresa, mas também ao ato de inovar para gerar benefícios tanto para o indivíduo quanto para a sociedade onde este está inserido. As principais características de um empreendedor estão sempre ligadas ao lado criativo e à disposição para assumir riscos calculados. (GOULART, 2013)

Alguns dos principais motivos que levam o indivíduo a empreender são: ser independente, não conseguir trabalhar sob ordem de outra pessoa, necessidade de ser reconhecido pelo seu trabalho e/ou como meio de sobrevivência. (GOULART, 2013)

O processo de inovação é o que faz com que o empreendedor se destaque dos demais indivíduos, e um dos fatores principais da inovação pode ser considerado o processo de competição dentro do mercado. Uma vez estando em um mercado competitivo, o indivíduo buscará sempre a inovação como forma de aumentar seus rendimentos.

A figura do microempreendedor surge no Brasil legalmente por volta dos anos 2000, com intuito de formalizar os trabalhadores informais existentes no país e para complementar a receita previdenciária. Regulamentado através da Lei nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e modificada novamente pela Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008, que entrou em vigor em 1º de janeiro de 2009. (GOULART, 2013)

O MEI – Microempreendedor Individual – enquadra-se no regime de tributação do simples nacional e tem acesso a auxílio técnico, prestado pelo Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE. Tem crédito de programas como o Juro Zero, do Governo do Estado de Santa Catarina e as linhas de microcrédito em geral, além de ter seus impostos unificados em alíquota única, a fim de facilitar seu pagamento. Conta, ainda, com todo o suporte já oferecido para as micro e pequenas empresas, acesso aos benefícios previdenciários como o auxílio-doença, maternidade, pensão por morte (para familiares) e auxílio-reclusão. (GOULART, 2013)

Para se enquadrar na modalidade de microempresário, o indivíduo deve preencher os seguintes requisitos: receita bruta anual não superior a R\$ 60.000,00, enquadrar-se no regime Simples Nacional de tributação, enquadrar-se nas atividades autorizadas, não ter filiais e não ter mais do que um funcionário com salário mínimo ou com o piso da categoria. (GOULART, 2013)

Uma maneira de fortalecer esses micro empreendimentos é por meio do crédito, porém, estes têm dificuldades de acesso ao sistema financeiro tradicional. Como solução para este problema, têm-se as linhas de microcrédito.

O microcrédito e as OSCIPs

As Organizações de Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) são instituições que atuam junto ao público de baixa renda, oferecendo-lhes linhas de crédito para microempresas e pequenos empreendedores informais (BARONE et al, 2002).

Para entender como atuam essas instituições, é necessário uma pequena introdução ao microcrédito e às instituições de microfinanças. O microcrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor aos já referenciados, microempreendedores de baixa renda, que não têm acesso ao sistema financeiro tradicional, por não terem como oferecer garantias reais. Esses empréstimos possuem um sistema metodológico próprio (BARONE et al, 2002).

Este crédito é uma forte política de desenvolvimento, pois gera trabalho e renda às famílias e ao país, bem como é uma ferramenta de combate à pobreza e à exclusão. O microcrédito surgiu em 1976, com o professor de economia, Muhammad Yunus que, com seus próprios recursos, fez empréstimos junto aos produtores (BARONE et al, 2002).

Após estas experiências, Yunus funda o Banco Grammen, conhecido também como banco dos pobres, que fazia concessões de baixo custo, menor burocracia e mais acessibilidade. Isso ainda ocorre atualmente, porém, são cobrados juros de mercado nos empréstimos. A metodologia do empréstimo consiste no aval solidário, onde grupos de tomadores de crédito se reúnem para serem os avalistas uns dos outros dentro da comunidade e se comprometem com a instituição, também na análise e acompanhamento dos produtores por meio de Agentes de Crédito da instituição (BARONE et al, 2002).

Ainda no mérito desta experiência, observa-se que a maior clientela é formada por mulheres; a prática revelou que são melhores pagadoras e, ainda, que a renda gerada tem maior retorno na qualidade de vida da família quando tomado e investido por elas. Com o passar do tempo, muitas instituições de microcrédito foram se formando ao redor do mundo, porém, a metodologia de abordagem é similar em todas elas (BARONE et al, 2002).

São pontos fundamentais da metodologia: Crédito Produtivo (não é necessário uma garantia real, pode-se usar o aval solidário e também um avalista que preencha os requisitos da instituição); Orientação, acompanhamento e análise por meio dos Agentes de Crédito da própria instituição; Menor burocracia e maior rapidez de acesso ao crédito (BARONE et al, 2002).

As instituições alternativas ao programa do microcrédito hoje são formadas por três áreas: o poder público, as instituições de iniciativa privada e as organizações da sociedade civil de interesse público (BARONE et al, 2002).

As OSCIPs são entidades privadas sem fins lucrativos, as quais podem ser fomentadas pelo setor público ou privado, e que desempenham um papel social típico do setor público. (SEBRAE, 2017)

É uma entidade do terceiro setor, sendo a OSCIP um enquadramento jurídico regulamentado pela lei Nº 9790, de 3 de março de 1999:

[...] Art. 1º Podem qualificar-se como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público as pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos que tenham sido constituídas e se encontrem em funcionamento regular há, no mínimo, 3 (três) anos, desde que os respectivos objetivos sociais e normas estatutárias atendam aos requisitos instituídos por esta Lei. (Redação dada pela Lei nº 13.019, de 2014) (Vigência)

§ 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se sem fins lucrativos a pessoa jurídica de direito privado que não distribui, entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados ou doadores, eventuais excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, bonificações, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplica integralmente na consecução do respectivo objeto social.

§ 2º A outorga da qualificação prevista neste artigo é ato vinculado ao cumprimento dos requisitos instituídos por esta Lei. [...]

[...] Art. 3º A qualificação instituída por esta Lei, observado em qualquer caso, o princípio da universalização dos serviços, no respectivo âmbito de atuação das Organizações, somente será conferida às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujos objetivos sociais tenham pelo menos uma das seguintes finalidades:

- I – promoção da assistência social;
- II – promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico;
- III – promoção gratuita da educação, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;
- IV – promoção gratuita da saúde, observando-se a forma complementar de participação das organizações de que trata esta Lei;
- V – promoção da segurança alimentar e nutricional;
- VI – defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável;
- VII – promoção do voluntariado;
- VIII – promoção do desenvolvimento econômico e social e combate à pobreza;
- IX – experimentação, não lucrativa, de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito;
- X – promoção de direitos estabelecidos, construção de novos direitos e assessoria jurídica gratuita de interesse suplementar;
- XI – promoção da ética, da paz, da cidadania, dos direitos humanos, da democracia e de outros valores universais;
- XII – estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos que digam respeito às atividades mencionadas neste artigo.
- XIII – estudos e pesquisas para o desenvolvimento, a disponibilização e a implementação de tecnologias voltadas à mobilidade de pessoas, por qualquer meio de transporte. (Incluído pela Lei nº 13.019, de 2014) (Vigência)

Entre essas OCIPs, está a instituição de crédito solidário – Credisol, com sede em Criciúma. Foi a segunda organização constituída dentro do programa catarinense de microcrédito e hoje se apresenta como uma das mais sólidas. De seu surgimento até o final de 2015, foram R\$ 140,69 milhões injetados na economia regional, através de 40.889 operações de crédito a microempreendedores, com um valor médio por operação próximo a R\$ 3 mil. Trata-se de razoável contribuição frente aos problemas sociais da região, através da geração de emprego, renda e oportunidade de crescimento para o empreendedorismo com um custo extremamente baixo (BARONE et al, 2002).

Taxa de mortalidade

Os micro empreendimentos ou os pequenos empreendimentos enfrentam várias dificuldades em seus nascimentos e ao longo do tempo, muitas vezes ocasionando a morte do empreendimento. Tais dificuldades são consideradas como causas ou razões condicionantes para mortalidades ou sobrevivência dos empreendimentos. (MIRANDA, 2017)

O número de micro e pequenos empreendimentos abertos nos últimos anos tem se alargando, o índice de mortalidade nos estágios iniciais do mesmo também tem se elevado. Os principais motivos da mortalidade dos micro empreendimentos nos primeiros anos de existência ou vida no mercado são as questões burocráticas, dificuldades de crédito, as taxas tributárias muito altas, a falta de financiamento e a falta de orientação e capacitação. (MIRANDA, 2017)

Também são causas da mortalidade dos micro empreendimentos os erros e imperfeições que o dia a dia apresenta da administração da empresa, na qual se entende como falta de experiência de dinheiro, local errado e difícil obtenção de crédito, tudo pelo pouco tempo de existência ou mesmo por não efetuar antes um estudo de viabilidade. A ausência do capital de giro e a ausência de planejamento estratégico também contribuem muito para a mortalidade. (DORNELAS, 2006)

Outros fatores que contribuem para a mortalidade ou desaparecimento precoce de empreendimentos destacados foram: a falta de experiência do empreendedor, baixo nível de escolaridade, falta de habilitação na gestão empresarial do empreendedor, falta de planejamento estratégico, falta de consultoria especializada, dificuldades para pagar os impostos e tributos e dificuldades de atrair e manter clientes. (NASCIMENTO, 2011)

A taxa de mortalidade dos empreendimentos no Brasil passou de 26,4% em 2005 para 24,4% em 2007, pois o setor de serviço e de construção apresentaram as maiores taxas de mortalidade, de 27,8 e 27,5, respectivamente. Os setores de comércio apresentaram 22,3% e o de indústria, 20,1%. E todas essas elevadas taxas de mortalidades relacionam-se ao comportamento empreendedor pouco desenvolvido, à falta de planejamento, à gestão pouco eficiente do negócio e aos problemas pessoais dos empreendedores. (SEBRAE, 2013)

Procedimentos Metodológicos

A metodologia utilizada para o desenvolvimento das orientações e assistência dirigida caracteriza-se como pesquisa descritiva, exploratória e de observação, com abordagem qualitativa.

O projeto iniciou suas atividades por meio de reuniões periódicas no decorrer do primeiro semestre/2016, com o intuito de delinear as ações a serem implementadas pelos bolsistas, para desenvolver o planejamento das principais ações.

A Credisol, parceira do projeto, indicou quatro empreendimentos, os quais foram procurados e convidados para participar. Dois deles se interessaram pelas orientações; nesse relato, apresenta-se o resultado de um empreendimento, denominado de “empreendimento 1”.

Em um primeiro momento, foram efetuadas três visitas, com o propósito de conhecer, diagnosticar e mensurar as principais dificuldades e obstáculos que o empreendedor vivencia em sua gestão. Para melhor verificar as dificuldades vivenciadas pelo empreendedor, os bolsistas aplicaram questionário socioeconômico, formulado com a qualificação do empreendimento e do empreendedor, sua formação, despesas e receitas pessoais e do empreendimento, faturamento e questões acerca das rotinas de gestão.

Com os dados em mãos, foram realizadas reuniões com bolsistas e professores orientadores para as primeiras instruções e encaminhamentos. Durante o segundo semestre/2016 e o primeiro/2017, em todas as semanas foram feitas uma visita com observação da gestão, descrição e exploração dos dados de entradas e saídas dos produtos, entre outros.

Resultados e Discussão

O empreendimento 1 não é formalizado e tem como atividade a confecção de roupas íntimas destinadas ao público masculino e feminino, constituído de quatro membros da mesma família e uma funcionária. A principal forma de comercialização é por meio de vendedoras externas. Com os resultados obtidos com o questionário, foram encontradas as seguintes dificuldades:

Quadro 1 – Principais dificuldades

Confusão ou mistura das contas pessoais com as contas do empreendimento
Inexistência de fluxo de caixa e de registro de estoque
Falta de registro de entradas e saídas, despesas e receitas, de maneira adequada
Utilização apenas de um caderno de anotações denominado “vendedoras”
Comercialização dos produtos no mesmo lugar de produção
Não possui fluxo de caixa
Não registra seus recebimentos das vendas no local

Fonte: Dos extensionistas

A mistura das contas pessoais com as contas do empreendimento dificulta aferir a real situação econômico-financeira do empreendimento. Por não haver fluxo de caixa, não registra seus recebimentos das vendas no local. Tais dificuldades têm por resultante a inferência das contas do empreendimento, não sendo capaz de saber o faturamento correto do empreendimento, ou não sendo possível controlar as despesas e calcular os custos que envolvem as atividades do negócio, podendo tornar o empreendimento inviável.

Diante das dificuldades, foram dadas as seguintes orientações: registrar todas as movimentações diárias da rotina, separando as contas pessoais das contas do negócio; aquisição de um livro-caixa e a formulação de planilhas no Microsoft Excel, com o objetivo de registrar todas as movimentações pertinentes inerentes à atividade do empreendimento.

O livro-caixa foi providenciado e os bolsistas desenvolveram as planilhas no Excel, passando a orientá-los no preenchimento a partir das visitas semanais que permitiram acompanhar e observar as rotinas e particularidades da atividade e gestão do empreendimento, como os processos de compra de estoque, produção, comercialização e recebimentos.

Por meio das observações e descrições das atividades, foi constatada a necessidade de criar uma planilha de “cheques”. No decorrer da orientação, observou-se que o empreendedor lançava os cheques para cobrir ou compensar a curto e médio prazo, gerando um passivo desconhecido.

Diante dessa necessidade, foi criada uma planilha no Excel; a primeira coluna foi denominada “data”, onde foram registradas as datas que os cheques deveriam ser pagos ou compensados; na segunda coluna, denominada “histórico”, foi registrado o nome do destinatário do cheque e outros dados relacionados ao lançamento; a terceira coluna, denominada “na rua”, foram registrados os valores dos cheques; na quarta coluna, denominada “pago”, foram lançados os valores já compensados e, na quinta coluna, denominada “saldo”, estão os valores atualizados dos saldos da conta “cheques”, conforme movimentação e atualização da planilha.

O empreendedor pode assim observar o resultado do saldo atualizado da conta “cheques”, que possibilitou visualizar a curto e médio prazo as contas a pagar do seu passivo contraído. Vale destacar que o mesmo ficou surpreso e muito preocupado ao se deparar com o valor dos débitos aos fornecedores, a médio e longo prazo. Com esse resultado, foi possível demonstrar a importância do registro das contas para a

construção de orçamentos e provisionamentos para a tomada de decisão, impossibilitando o conhecimento de sua real situação financeira.

Posteriormente, foi criada planilha semelhante à citada anteriormente, por serem de finalidades semelhantes, sendo qualificada de “cartão”. A primeira coluna foi denominada “data”, onde foram registradas as datas das compras; na segunda coluna, denominada “cartão”, foi registrado o nome do responsável pelo cartão de crédito, com a parcela do referido lançamento, junto com o total do número das parcelas a serem compensadas; a terceira coluna, denominada “histórico”, registra o fornecedor de quem foi adquirida a mercadoria; a quarta e quinta colunas, intituladas “lançado” e “pago”, respectivamente, foram registrado os valores lançados e pagos e, por fim, na sexta coluna, denominada “saldo”, apresenta-se o resultado total atualizado.

Na mesma direção, foi formulada a planilha denominada “cartão”, que na mesma lógica da planilha “cheques”, tem a finalidade de apreciar as contas a pagar a curto, médio e longo prazo que, somando com os resultados da planilha “cheques”, pode-se ter melhor percepção do passivo contraído.

Foi possível observar, conforme se confeccionavam as planilhas, as reações adversas e a surpresa diante dos resultados que foram provindos, por meio dos registros e apuração, demonstrando o desconhecimento dos valores e das contas que estavam sendo geridas. Com as orientações, o empreendedor iniciou um processo de mudanças na gestão de seu negócio, como fazer reuniões para avaliar melhor a necessidade da compra de estoque, corte ou diminuição de gastos diversos e produção.

Diante dos resultados das contas a pagar, o empreendedor demonstrou um forte interesse de conhecer suas contas a receber, com o propósito de se informar do seu faturamento real para provisionar e planejar seus pagamentos.

No livro-caixa físico, foram anotadas suas entradas das vendas efetuadas no local da produção que não foram intermediadas por vendedores e as saídas, que são as despesas diárias do empreendimento. Posteriormente, os valores registrados no livro-caixa serão lançados em uma planilha denominada “caixa diário”, a ser criada para compor o total das contas a pagar e a receber.

Por conseguinte, foi elaborada uma planilha nominada “vendedoras”, a qual tem como finalidade registrar o valor e a quantidade das peças entregues no condicional às vendedoras. Na primeira coluna, denominada “histórico”, estão

registrados o mês em que foi entregue a mercadoria e o nome da vendedora; na segunda coluna, intitulada “na rua”, estão os valores de todas as mercadorias entregues, em seguida, nas demais colunas, estão identificados os meses (parte superior), os valores a serem registrados conforme a prestação de contas (parte inferior) que não tem período definido, podendo ser diário, semanal ou mensal. E, por fim, na última coluna, “saldo” atualizado da contrapartida do valor total da mercadoria entregue com o que já foi pago. Vale ressaltar que a prática do “condicional” é um risco para o empreendimento, por isso, alertou-se quanto a isso.

O objetivo das planilhas criadas foi o de gerar um fluxo de caixa adaptado à atividade e à realidade do empreendedor em questão, para que o empreendedor possa acompanhar as movimentações econômicas e financeiras de seu empreendimento.

Considerações Finais

Os micro empreendimentos são de grande relevância para o desenvolvimento e crescimento da economia local e geração de empregos. O fornecimento de orientação aos microempreendedores tomadores de crédito voltado à produção supre uma lacuna exposta à concessão do crédito para uma parcela da população que não tem acesso aos recursos disponibilizados pelo sistema financeiro tradicional, sobretudo, para um segmento da população vulnerável socialmente.

A assistência e a orientação democratizam o acesso ao crédito, e ajudam o microempreendedor a resistir às vicissitudes do mercado, criando maiores perspectivas de crescimento e prosperidade. O empreendimento 1 assistido pelo PODE, por meio das orientações dirigidas, pode organizar os dados econômicos e financeiros em planilhas adequadas, o que resultou na melhor visibilidade e melhor qualidade na gestão.

Algumas limitações foram encontradas, uma delas foi a impossibilidade de separar as contas pessoais das do negócio; também não foi possível criar a planilha “estoque”, por ter a concepção de que a compra de matéria-prima deve ser feita conforme a necessidade, sem qualquer planejamento de demanda, etapas de produção ou ordem de produção.

As orientações continuarão até o final de 2017, o que permitirá maior acompanhamento das mudanças sugeridas e acatadas, bem como a inserção de novos controles.

Referências

BARONE, F. M. LIMA, P. F. DANTAS, V. REZENDE, V. **Introdução ao Microcrédito**. Brasília: Conselho da Comunidade Solidária. 2002. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/microcredito.pdf>> Acesso em: 10/08/2017, 15:20:33

BRASIL. **Lei Nº 9790, de 3 de março de 1999**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/htms/public/microcredito/microcredito.pdf> Acesso em: 28/07/2017

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3.ed., rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GOULART, André. **Perfil e características do microempreendedor individual: Clientes de uma agência bancária do município de Criciúma – SC**. 2013. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/2230/1/Andr%C3%A9%20Goulart.pdf>> Acesso em: 09/08/2017, 16:15:23

MIRANDA, V. S. DE. **EMPREENDEDORISMO: uma análise dos fatores condicionantes para a mortalidade de micro e pequenas empresas do município de Curaçá-BA**. Faculdade Adventista da Bahia. v. 10, p. 63–81, 2017.

NASCIMENTO, Marcelo. **Fatores determinantes da nortalidade de micro e pequenas empresas da região metropolitana de Florianópolis sob a ótica do contador**. Dissertação de Mestrado em Administração. Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. Florianópolis, 2011. Disponível em: <file:///C:/Projetos%20Sc%202017%201/MARCELO%20NASCIMENTO.pdf> Acesso em: 11/08/2017

SEBRAE. **O que é Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP**. 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/oscip-organizacao-da-sociedade-civil-de-interesse-publico,554a15bfd0b17410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 10/08/2017, 15:21:35

Instituição de fomento: Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC

RENDIMENTOS TRIBUTÁVEIS RECEBIDOS ACUMULADAMENTE - (RRA) NA DECLARAÇÃO DE AJUSTE ANUAL DO IMPOSTO DE RENDA PESSOA FÍSICA

Angelo Assis Burin¹; Jádina De Nez²; José Antonio Redivo³; José Sadi Borges⁴;
Luciana Wiemes⁵

¹Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave.assis@mullereyng.com.br

² Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave.jadinadenez@gmail.com

³Professor.Centro Universitário Barriga Verde Unibave.joseantonio@carminati.com.br

⁴ Professor.Centro Universitário Barriga Verde.borges.sadi@gmail.com

⁵ Academico.Centro Universitário Barriga Verde. Unibave. lucianawbn@yahoo.com.br

Resumo: No Brasil, conforme legislação vigente, todo cidadão que obtiver renda, deverá prestar contas ao fisco. Dependendo do valor auferido anualmente o contribuinte estará isento ou sofrerá a tributação do Imposto de Renda Pessoa Física. O presente trabalho tem como objetivo geral esclarecer como tributar os rendimentos recebidos acumuladamente na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física. O objetivo foi alcançado por meio de estudo da legislação vigente, de materiais bibliográficos e documentais. Foram apresentadas as formas legais da mencionada tributação, sendo que cada contribuinte deverá analisar minuciosamente seu caso para poder escolher a melhor forma de tributação. No caso do contribuinte apresentado como exemplo no estudo, a forma mais viável é a de ajuste anual.

Palavras-chave: Imposto de Renda Pessoa Física. Rendimentos recebidos acumuladamente. Forma de tributação.

Introdução

Atualmente, o avanço na utilização dos recursos tecnológicos permite que a Receita Federal do Brasil faça cruzamentos de dados com informações advindas de obrigações acessórias enviadas por pessoas físicas e jurídicas, constatando valores por meio de cruzamentos eletrônicos.

O Imposto sobre a renda é o tributo que incide sobre o produto do capital, ou seja, gerando riquezas através da geração do dinheiro ou do trabalho das pessoas. Seu fato gerador é a aquisição da disponibilidade econômica ou jurídica da renda (LIMA, 2010).

A possibilidade de cruzamentos de dados faz com que pessoas físicas e jurídicas estejam mais atentas. No caso de pessoa física é preciso atentar para a obrigatoriedade de declarar o Imposto de Renda de Pessoa Física.

O Imposto de Renda Pessoa Física é um imposto Federal apurado e pago pelos contribuintes, incidentes sobre a renda e proventos tributáveis de qualquer natureza.

No Brasil, o imposto de renda é cobrado mensalmente e, no ano seguinte, o contribuinte elabora uma declaração de ajuste anual de quanto deve do imposto, sendo que esses valores deverão ser homologados pelas autoridades tributáveis.

Art. 43 – O imposto, de competência da União, sobre a renda e proventos de qualquer natureza tem como fato gerador a aquisição da disponibilidade econômica ou jurídica:

I - de renda, assim entendido o produto do capital, do trabalho ou da combinação de ambos;

II - de proventos de qualquer natureza, assim entendidos os acréscimos patrimoniais não compreendidos no inciso anterior. (BRASIL, 1966).

Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física

Em 1924, após a instituição do Imposto de Renda no Brasil, foi criada a Declaração do Imposto de Renda que foi sofrendo alterações ao longo dos anos, primeiramente sendo entregue ao fisco em formulários de papel, passando pelo meio eletrônico disquete magnético e atualmente pela internet (CEIA, 2007).

Estas estão longe de ser as únicas alterações sofridas pela declaração do imposto de renda. Ao longo de sua história foi criada a legislação que a regulamenta, criação da Secretaria da Receita Federal do Brasil que redige e publica as instruções e regulamentos para o correto preenchimento das informações a serem prestados na referida declaração (CEIA, 2007).

A Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física é uma obrigação acessória imposta ao contribuinte pessoa física. Ceia (2007, p.141) “a Declaração de Ajuste Anual é o documento pelo qual o contribuinte demonstra às autoridades fiscais os seus rendimentos, imposto pago e deduções aplicáveis”.

Obrigatoriedade da apresentação da declaração

As pessoas físicas que estão obrigadas a apresentar a Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda são aquelas, que referente ao ano calendário anterior, excederam os limites estabelecidos pela Receita Federal do Brasil em relação aos rendimentos tributáveis, rendimentos isentos não tributáveis, bens e direitos, ganho de capital sobre a venda de um patrimônio, rendas decorridas da atividade rural e pessoa física que passou à condição de residente no Brasil.

Conforme previsto na Instrução Normativa RFB n. 1.613/2016 (BRASIL, 2016), está obrigada a apresentar a Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física referente ao exercício de 2016, a pessoa física residente no Brasil que, no ano-calendário de 2015, desde que se enquadre nas seguintes condições conforme o quadro abaixo:

Quadro 1 – Obrigatoriedade da apresentação da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física

Critérios	Condições
Renda	- recebeu rendimentos tributáveis, sujeitos ao ajuste na declaração, cuja soma anual foi superior a R\$ 28.123,91; - recebeu rendimentos isentos, não tributáveis ou tributados exclusivamente na fonte, cuja soma foi superior a R\$ 40.000,00.
Ganho de capital e operações em bolsa de valores	- obteve, em qualquer mês, ganho de capital na alienação de bens ou direitos, sujeito à incidência do imposto, ou realizou operações em bolsas de valores, de mercadorias, de futuros e assemelhadas; - optou pela isenção do imposto sobre a renda incidente sobre o ganho de capital auferido na venda de imóveis residenciais, cujo produto da venda seja destinado à aplicação na aquisição de imóveis residenciais localizados no País, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias contados da celebração do contrato de venda, nos termos do art. 39 da Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005.
Atividade rural	- relativamente à atividade rural: a) obteve receita bruta anual em valor superior a R\$ 140.619,55; b) pretenda compensar, no ano-calendário de 2015 ou posteriores, prejuízos de anos-calendário anteriores ou do próprio ano-calendário de 2015.
Bens ou direitos	- teve a posse ou a propriedade, em 31 de dezembro de 2015, de bens ou direitos, inclusive terra nua, de valor total superior a R\$ 300.000,00.
Condição de residente no Brasil	- passou a condição de residente no Brasil em qualquer mês e nessa condição se encontrava em 31 de dezembro de 2015.

Fonte: Receita Federal do Brasil (2016).

Dispensa da apresentação da declaração

Está desobrigada da apresentação da Declaração de Ajuste Anual, a pessoa física que não se enquadre em nenhuma das hipóteses de obrigatoriedade mencionadas no quadro 1 acima, ou conste como dependente em declaração apresentada por outra pessoa física, na qual tenham sido informados seus rendimentos, bens e direitos caso os possua, desde que o valor total dos seus bens

privativos não exceda R\$ 300.000,00. (Instrução Normativa RFB n. 1.613/2016, artigo 2º, § 1º)

O contribuinte pessoa física que não estiver na obrigação de apresentar a declaração, poderá apresentá-la caso queira, desde que não tenha constado em outra declaração como dependente. (Instrução Normativa RFB n. 1.613/2016, artigo 2º, § 2º).

Regime de Tributação Desconto Simplificado ou Deduções Legais

A Declaração de Ajuste Anual possui duas formas de tributação para apurar a base de cálculo do Imposto de Renda e, conseqüentemente o valor do Imposto de Renda devido, sendo deduções legais ou desconto simplificado.

No regime de tributação por deduções legais é, descontado do total dos rendimentos tributáveis as despesas dedutíveis como despesas médicas, despesas com instrução dentre outras, desde que devidamente comprovadas.

Ceia (2007, p.111) destaca que “a regra geral é que a tributação incida sobre a renda bruta, podendo ser diminuída desta os valores referentes às deduções legalmente previstas”.

Na forma de tributação com base no desconto simplificado, apura-se o valor correspondente a 20% do valor dos rendimentos tributáveis, limitado a R\$ 16.754,34 (valor do ano calendário 2015), em substituição de todas as deduções legais. (Instrução Normativa RFB n. 1.613/2016, artigo 3º, § 1º).

O contribuinte pode selecionar a forma que entender ser melhor ao seu caso, entretanto, esta escolha é definitiva para aquele ano calendário, não admitindo-se a possibilidade de mudança após o prazo da apresentação da declaração. (BRASIL, 2016).

Prazos de entrega e meios disponíveis para declarar a Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física

O prazo estabelecido pela Receita Federal do Brasil para a apresentação da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física normalmente inicia-se no início de março e finaliza no final do mês de abril de cada ano.

A entrega da Declaração de Ajuste Anual deve ser feita por meio da utilização de programa gerador da declaração em computador e a maneira de envio será:

- a) pela *Internet*, mediante utilização do programa de transmissão Receitanet atualizado para o endereço <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>;
- b) serviço “Retificação *on-line*”; ou
- c) em mídia removível, nas unidades da RFB, durante o seu horário de expediente, somente após o prazo de entrega. (BRASIL, 2016).

Em alguns casos é obrigatório o uso de Certificado Digital, deve transmitir a Declaração de Ajuste Anual com a utilização de certificado digital o contribuinte que, no ano-calendário anterior:

- a) recebeu rendimentos tributáveis, isentos e não tributáveis e tributados exclusivamente na fonte, cuja soma foi superior a R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais).
- b) realizou pagamentos de rendimentos a pessoas jurídicas, quando constituam dedução na declaração, ou a pessoas físicas, quando constituam, ou não, dedução na declaração, cuja soma foi superior a R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais), em cada caso ou no total. (BRASIL, 2016).

Entrega da declaração fora do prazo estabelecido pela Receita Federal

Em casos de envio da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física fora do prazo para quem está na obrigação de declarar, o procedimento de envio será o mesmo, porém serão sujeitos a pagarem multa pelo atraso da entrega.

O valor da multa é de 1% ao mês-calendário ou fração de atraso, calculada sobre o total do imposto devido nela apurado, ainda que integralmente pago.

A multa apresentada é objeto de lançamento de ofício e tem:

- I – como valor mínimo R\$ 165,74 (cento e sessenta e cinco reais e setenta e quatro centavos) e como valor máximo 20% (vinte por cento) do Imposto sobre a Renda devido; e
- II – por termo inicial, o 1º (primeiro) dia subsequente ao término do período fixado para a entrega da Declaração de Ajuste Anual e, por termo final, o mês da entrega ou, no caso de não apresentação, do lançamento de ofício. (BRASIL, 2016).

Para os casos de entrega em atraso, onde a declaração apresenta valor de Imposto de Renda a restituir, a multa devida não paga no vencimento da notificação, depois de acrescido os juros devidos pelo não pagamento da multa, será deduzida do

valor do imposto a ser restituído. Para os casos de não existir Imposto de Renda devido, a multa cobrada será a mínima de R\$ 165,74 (BRASIL, 2016).

Retificação da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física

A pessoa física que transmitiu sua Declaração de Ajuste Anual incorreta, com informações omissas, poderá retificar sua declaração.

A transmissão da declaração retificadora pode ser feita até final do mês de abril de cada ano, ou em até cinco anos depois, desde que a declaração não esteja sob procedimento de ofício.

Durante o período normal de entrega, a declaração retificadora pode ser entregue tanto no regime de tributação simplificado quanto no regime por deduções legais, ou seja, é permitida a troca de tributação. Fora do período normal de entrega: a declaração retificadora deve ser entregue no mesmo regime de tributação utilizado na declaração a ser retificada, ou seja, não é permitida a troca de tributação. A retificação deve ser elaborada pelo programa relativo ao exercício em que foi elaborada a declaração original (BRASIL, 2016).

Rendimentos Tributáveis Recebidos Acumuladamente – RRA

Neste item aborda-se o tema proposto “Rendimentos Tributáveis Recebidos Acumuladamente (RRA) na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física” de forma que nos apropriemos dos conhecimentos inerentes e a necessidade das pessoas físicas conhecerem alguns pontos importantes acerca da legislação, para que o contribuinte saiba como apurar e declarar o seu Imposto de Renda.

Tipos de rendimentos recebidos acumulados

Aposentadoria, pensão, transferência para a reserva remunerada ou reforma, pagos pela Previdência Social da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios e rendimentos do trabalho, inclusive, aos rendimentos decorrentes de decisões da Justiça do Trabalho.

Os Rendimentos recebidos acumuladamente de anos anteriores ao do recebimento tem o seguinte tratamento:

Os RRA, a partir de 11 de março de 2015, submetidos à incidência do imposto sobre a renda com base na tabela progressiva, quando

correspondentes a anos-calendário anteriores ao do recebimento, serão tributados exclusivamente na fonte, no mês do recebimento ou crédito, em separado dos demais rendimentos recebidos no mês.

§ 1º Aplica-se o disposto no *caput*, inclusive, aos rendimentos decorrentes de decisões das Justiças do Trabalho, Federal, Estaduais e do Distrito Federal.

§ 2º Os rendimentos a que se refere o *caput* abrangem o décimo terceiro salário e quaisquer acréscimos e juros deles decorrentes.

§ 3º O disposto no *caput* aplica-se desde 28 de julho de 2010 aos rendimentos decorrentes.

I - de aposentadoria, pensão, transferência para a reserva remunerada ou reforma, pagos pela Previdência Social da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios; e

II - do trabalho. (ART. 36, IN RFB n. 1.500/2014)

Base de cálculo do RRA

Para apuração da base de cálculo será, o total dos Rendimentos Recebidos Acumuladamente diminuindo as deduções permitidas pela legislação.

A base de cálculo será determinada mediante a dedução das seguintes despesas relativas ao montante dos rendimentos tributáveis, observado o previsto no art. 36:

I - importâncias pagas em dinheiro a título de pensão alimentícia em face das normas do Direito de Família, quando em cumprimento de decisão judicial, de acordo homologado judicialmente ou de separação ou divórcio consensual realizado por escritura pública; e

II - contribuições para a Previdência Social da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios.

Parágrafo único. Aplica-se o disposto no inciso I do *caput*, independentemente de o beneficiário ser considerado dependente. (ART.39 IN RFB n. 1.500/2014).

Poderão também ser deduzidas da base de cálculo despesas, relativas aos rendimentos tributáveis, com ação judicial necessária ao seu recebimento, inclusive de advogados, se tiverem sido pagas pelo contribuinte, sem indenização. (ART.38 IN RFB 1.500/2014).

Forma de tributação dos RRA

Os Rendimentos Recebidos Acumuladamente são tributados exclusivamente na fonte, mediante tabela progressiva fornecida pela Receita Federal do Brasil, são declarado na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física em ficha específica, podendo ser declarado de duas formas: Ajuste Anual ou por opção Exclusiva na Fonte.

Quando a opção da tributação dos rendimentos recebidos acumuladamente for Ajuste Anual, os valores relativos integrarão a base de cálculo do Imposto sobre a Renda na Declaração de Ajuste Anual, o Imposto de Renda será calculado com base na utilização da tabela progressiva anual. Optando por essa forma de tributação, o Imposto de Renda decorrente da tributação Exclusiva na Fonte efetuada durante o ano calendário pela fonte pagadora é considerado antecipação do Imposto de Renda devido apurado na Declaração de Ajuste Anual. (Art. 41 da IN RFB n. 1.500/2014)

A tabela progressiva a ser utilizada deve corresponder ao ano calendário a que se refere a Declaração de Ajuste Anual.

Tabela 1 – Tabela Progressiva anual a ser utilizada a partir do mês de abril do ano-calendário de 2015

Base de Cálculo em R\$	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do imposto (R\$)
Até 22.499,13	-	-
De 22.499,14 até 33.477,72	7,5	1.687,43
De 33.477,73 até 44.476,74	15	4.198,26
De 44.476,75 até 55.373,55	22,5	7.534,01
Acima de 55.373,55	27,5	10.302,70

Fonte: Receita Federal do Brasil (2016).

Quando a opção da tributação for Exclusiva na Fonte, o Imposto de Renda é calculado com base na utilização da tabela progressiva resultante da multiplicação da quantidade de meses a que se referem os rendimentos tributáveis recebidos acumulados, pelos valores constantes na tabela progressiva mensal correspondente ao mês do referido recebimento como disposto no Art. 37 da IN RFB n. 1.500/2014 (BRASIL, 2014).

A tabela progressiva ser utilizada deve corresponder ao ano do recebimento. A expressão “NM” refere-se ao número de meses dos rendimentos que estão sendo pagamentos acumuladamente.

Tabela 2 – Tabela Progressiva mensal a ser utilizada a partir do mês de abril do ano-calendário de 2015

Base de Cálculo em R\$	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do imposto (R\$)
Até (1.903,98 x NM)	-	-
Acima de (1.903,98 x NM) até (2.826,65 x NM)	7,5	142,79850 x NM
Acima de (2.826,65 x NM) até (3.751,05 x NM)	15,0	354,79725 x NM
Acima de (3.751,05 x NM) até (4.664,68 x NM)	22,5	636,12600 x NM
Acima de (4.664,68 x NM)	27,5	869,36000 x NM

Fonte: Receita Federal do Brasil (2016).

Fonte pagadora

Quando o RRA for recebido de mais de uma fonte pagadora, a apuração deverá ser feita separadamente por cada fonte pagadora e a cada mês. Quando houver mais de um pagamento pela mesma fonte pagadora de um mesmo mês o cálculo poderá ser unificado.

A opção pela forma de tributação, “Ajuste Anual” ou “Exclusiva na Fonte” deve ser a mesma para todos os RRA recebidos por um mesmo contribuinte.

Separadamente por fonte pagadora e para cada mês-calendário, com exceção da hipótese em que a mesma fonte pagadora tenha realizado mais de um pagamento referente aos rendimentos de um mesmo mês-calendário, sendo, neste caso, o cálculo realizado de modo unificado. (Letra “b” do inciso I do art. 51 da IN RFB n. 1.500/2014).

O preenchimento da declaração se dá através do programa que está disponível no site da Receita Federal do Brasil, www.receitafederaldo brasil.org.br.

Na aba Rendimentos Recebidos Acumuladamente:

O contribuinte deve preencher essa aba informando os Rendimentos tributáveis RRA, da forma como vai querer tributar, sendo elas: tributação pelo Ajuste Anual ou tributação Exclusiva na Fonte.

Quando o contribuinte optar pela forma Ajuste Anual, deve informar o nome da empresa, o número do CPF/CNPJ, os rendimentos tributáveis recebidos acumulados, a contribuição previdenciária oficial, pensão alimentícia paga a dependentes, o imposto de renda retido na fonte e o mês de recebimento dos rendimentos.

Quando o contribuinte pagar a custa com a ação judicial, tanto na opção pela forma de tributação Ajuste Anual ou Exclusiva na Fonte deverá ser informado o

pagamento referente à despesa com honorário advocatício, uma vez que essa despesa é dedutível da base de cálculo para Imposto de Renda.

Deve informar o código referente ao pagamento efetuado, o nome do advogado/escritório de advocacia, número do CPF/CNPJ e o valor pago da custa do Processo Judicial.

Assim sendo, por meio deste estudo, busca-se esclarecer o seguinte questionamento: Como tributar na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física os rendimentos recebidos de forma acumulada?

O presente trabalho tem como objetivo geral, esclarecer como tributar os rendimentos recebidos acumuladamente na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física. A partir deste objetivo eis os específicos: a) Como são tributados os rendimentos recebidos acumuladamente; b) Como informar os rendimentos recebidos acumuladamente na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física; c) Identificar qual a melhor forma de tributação dos rendimentos acumulados entre as seguintes opções: Ajuste Anual ou Exclusiva na Fonte.

Este estudo se mostra importante tendo em vista a carência de material escrito sobre o assunto. E, que por mais que a pessoa física não esteja na obrigação de entregar a Declaração de Ajuste Anual, pode estar declarando para poder restituir valor pago de Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF) em valor superior ao devido. A partir disto, espera-se que esta pesquisa auxilie, como tributar na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda os rendimentos recebidos de forma acumulada.

Procedimentos metodológicos

A metodologia caracteriza-se por um conjunto de técnicas essenciais para a elaboração de um trabalho científico.

De acordo com Barros e Lehfeld (2000, p.1):

A metodologia é entendida como uma disciplina que se relaciona com a epistemologia. Consiste em estudar e avaliar os vários métodos disponíveis, identificando suas limitações ou não em nível das implicações de suas utilizações. A metodologia, em um nível aplicado, examina e avalia as técnicas de pesquisa, bem como a geração ou verificação de novos métodos que conduzem à captação e processamento de informações com vistas à resolução de problemas de investigação.

Para poder atingir o objetivo desse estudo foi utilizada abordagem metodológica qualitativa, pois é o meio que permite que se tenham diversas formas de elaboração e formas de leitura dos dados coletados, o que possibilita ao pesquisador o melhor entendimento possível.

Abordagens qualitativas em pesquisas são aquelas “capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas tanto no seu advento, quanto na sua transformação, como construções humanas significativas”. (COSTA apud MINAYO, 2006, p.93).

Para o desenvolvimento e elaboração deste artigo foi utilizada pesquisa de caráter descritivo que “visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações variáveis” (SILVA; MENEZES, 2001, p. 21).

Este estudo apropria-se da pesquisa bibliográfica e documental. O meio bibliográfico dá-se por considerar as ideias de vários autores para aprofundar o conhecimento em determinada matéria e o meio documental dá-se pela análise da legislação brasileira, referente ao Imposto de renda pessoa Física.

Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições de diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa. (GIL, 2002, p.45)

Na execução da pesquisa foi analisada a legislação vigente do imposto de renda da pessoa física. Pelo fato de se apresentar um exemplo de cálculo desta modalidade tributária, os documentos comprobatórios de rendimento de um contribuinte foram analisados. Os valores apresentados referem-se ao cálculo do imposto de renda de uma pessoa física cuja identidade será preservada, bem como endereço residencial ou de trabalho, pois a legislação do imposto de renda tem vigência em todo território nacional, independente do endereço do contribuinte. Salienta-se que o contribuinte, cujos valores do rendimento foram tomados como exemplo, é residente no Brasil.

Resultados e discussão

Apresenta-se na sequência um exemplo para melhor entendimento das diferenças das formas de tributação dos RRA. No exemplo, são demonstrados e apurados os valores que são evidenciados em uma Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física no exercício de 2016.

Dados do contribuinte – ano calendário 2015/exercício 2016

No ano calendário de 2015 o contribuinte recebeu rendimentos tributáveis acumulados no valor bruto de R\$ 40.000,00, referente a 10 meses de diferenças salariais, sendo descontados:

- Honorários advocatícios (15%) R\$ 6.000,00;
- Previdência Social (11%) R\$ 4.400,00;
- Imposto de renda retido na fonte - IRRF (15% - Parcela a deduzir R\$ 3.547,98) R\$ 892,02.

Apuração do imposto devido - Ajuste Anual x Exclusiva na Fonte

Ao preencher a Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física, referente aos rendimentos recebidos acumuladamente, o contribuinte pode optar por uma das duas formas de tributação: Ajuste Anual ou Exclusiva na fonte. Já em relação aos demais rendimentos tributáveis informados na declaração, o contribuinte pode optar pela tributação com base no desconto simplificado ou com base nas deduções legais.

Portanto, quando o contribuinte escolhe a tributação de seus rendimentos com base no desconto simplificado, este desconto não inclui os valores recebidos acumuladamente quando tributados pela opção Exclusiva na Fonte.

Neste exemplo é mais vantajoso o desconto simplificado, uma vez que o contribuinte não tem despesas dedutíveis. Na sequência, as duas formas de tributação:

Tabela 3 – Rendimentos recebidos acumuladamente com tributação pelo Ajuste Anual

Soma	Descrição		Valor
(+)	Rendimentos Recebidos Acumuladamente (40.000,00 – 6.000,00)	R\$	34.000,00
(-)	Desconto Simplificado (20% dos rendimentos tributáveis)	R\$	6.800,00
(=)	Base de cálculo do imposto	R\$	27.200,00
(x)	Alíquota (Tabela Progressiva anual IR)	%	7,5%
(=)	Imposto de Renda devido (2.040,00 – 1.687,43)	R\$	352,57
(-)	Imposto antecipado de IRRF	R\$	892,02
(=)	Imposto à restituir	R\$	539,45

Fonte: Autores (2016).

Tabela 4 – Rendimentos recebidos acumuladamente com tributação Exclusiva na Fonte

Soma	Descrição		Valor
(=)	Rendimentos Recebidos Acumuladamente (40.000,00 – 6.000,00)	R\$	34.000,00
(-)	Desconto Previdência Social	R\$	4.400,00
(=)	Base de cálculo do imposto	R\$	29.600,00
(X)	Alíquota (Tabela Progressiva mensal IR)	%	15%
(=)	Imposto de renda devido (4.440,00 – 3.547,98)	R\$	892,02
(-)	Imposto antecipado de IRRF	R\$	892,02
(=)	Imposto de RRA à pagar	R\$	0,00

Fonte: Autores (2016).

Pode-se observar por meio das tabelas 3 e 4 que, optando-se pela forma de tributação de Ajuste Anual dos rendimentos recebidos acumuladamente, se obteve uma alíquota para cálculo do Imposto de Renda de 7,5%. Neste caso, o contribuinte irá restituir o valor de R\$ 539,45. Por outro lado, se o contribuinte optar pela forma de tributação Exclusiva na Fonte, os rendimentos recebidos acumuladamente serão tributados com base na alíquota de 15% e, neste caso, deixará de ter valores a restituir. Assim sendo, a forma de tributação mais viável para o exemplo apresentado é a de Ajuste Anual.

Considerações finais

Conforme a legislação vigente, o cidadão brasileiro encontra-se cada vez mais na situação de apresentar a Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física, mais conhecida como declaração de Imposto de Renda. A falta de conhecimento sobre a legislação possibilita que em determinadas situações, o contribuinte tenha desvantagens financeiras por não saber escolher a forma de tributação adequada, levando o mesmo a deixar de restituir valores ou até pagar Imposto de Renda.

Mediante estudo de material bibliográfico e documental, o presente artigo teve como objetivo esclarecer como tributar os rendimentos recebidos acumuladamente na Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física.

Por meio da verificação na legislação e das normas do ente recolhedor do tributo, a Receita Federal do Brasil, foi possível esclarecer quais os procedimentos a serem seguidos para a declaração do imposto de Renda Pessoa Física, quando do recebimento de rendimentos tributáveis acumuladamente.

Com a finalidade de proporcionar uma melhor compreensão, foi apresentado um exemplo de um contribuinte. Para o referido exemplo, a melhor forma de tributação dos RRA foi a Ajuste Anual, onde apurou-se o Imposto de Renda a restituir no valor de R\$ 539,45.

Importante observar atentamente os detalhes de cada caso, pois no caso em análise, fazendo a escolha pela tributação Exclusiva na Fonte, o contribuinte não terá valores a restituir.

Referências

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza.

Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica. 2. ed. São Paulo: Makron books do Brasil, 2000.

BRASIL. **Lei n. 5.172, de 25 de outubro de 1996.** Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5172.htm>. Acesso em: 22 out. 2016.

_____. Receita Federal. **Instrução normativa SRF n. 1.613, de 01 de fevereiro de 2016.** Disponível em:
<<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=71339&visao=anotado>>. Acesso em: 22 out. 2016.

_____. _____. **Instrução normativa SRF n. 1.613, de 01 de fevereiro de 2016.** Disponível em:
<<http://idg.receita.fazenda.gov.br/interface/cidadao/irpf/2016/declaracao/obligatoriedade>>. Acesso em: 22 out. 2016.

_____. _____. **Instrução normativa SRF n. 1.613, de 01 de fevereiro de 2016.** Disponível em:
<<http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/declaracoes-e-demonstrativos/dirpf/entrega-da-declaracao-do-irpf/retificacao-da-declaracao-do-irpf#modelo>>. Acesso em: 22 out. 2016.

_____. _____. **Instrução normativa SRF n. 1.500, de 29 de outubro de 2014.** Disponível em:

<<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=57670&>>.
Acesso em: 22 out. 2016.

CEIA, Nathália. **Imposto de Renda Pessoa Física (IRRF)**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2007.

COSTA, Arlindo. **Metodologia científica**. Mafra: [s.l.], 2006.

GIL, Antônio Carlos Gil. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIMA, Ana Valdívnia Ferreira de. **O planejamento tributário do imposto de renda pessoa jurídica**. Fortaleza: Faculdade Lourenço Filho, 2010.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

RENTABILIDADE FINANCEIRA NA PRODUÇÃO LEITEIRA E SUINÍCOLA DE UMA PROPRIEDADE RURAL NO MUNICÍPIO DE RIO FORTUNA-SC

**Alessandra Kuhnen¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco²; Marcos Lubave³;
Luiz De Noni⁴; Ismael Mazzuco⁵**

¹Ciências Contábeis. UNIBAVE. alerf_@hotmail.com

²Ciências Contábeis. UNIBAVE. miriam.asilveira@gmail.com

³Ciências Contábeis. UNIBAVE. marcoslubave@gmail.com

⁴Ciências Contábeis. UNIBAVE. luiznoni@brturbo.com.br

⁵Sistemas de Informação. UNIBAVE. ismaelmz@gmail.com

Resumo: A pesquisa teve como objetivo geral analisar a atividade leiteira e suinícola de uma propriedade, quanto à rentabilidade financeira que cada atividade contribui para o resultado. Foi utilizada a pesquisa descritiva por meio de estudo de caso em uma propriedade. Por meio da análise dos dados coletados em demonstrativos e documentos fiscais, constatou-se que tanto a atividade leiteira bem com a suinícola opera com resultados positivos, porém, tais resultados poderiam ser melhores se alguns fatores fossem revistos, como as despesas de financiamento da produção leiteira, que se reportou como um ponto que pede mais atenção. Os resultados demonstram que as duas atividades obtiveram lucro no período analisado, porém a atividade que foi mais rentável ao produtor foi a atividade suinícola. A apuração dos resultados pode ser importante para auxiliar o produtor na definição de investimentos futuros, visando ampliar ou reduzir determinada atividade com intuito de melhores resultados à propriedade.

Palavras-chave: Rentabilidade Financeira. Produção Leiteira. Produção Suinícola.

Introdução:

Com a evolução da tecnologia e as exigências do mercado consumidor em adquirir produtos com melhor qualidade e preços mais atrativos, faz com que o produtor rural desenvolva cada vez mais técnicas tanto na área de produção como também no gerenciamento financeiro de sua propriedade.

As empresas agropecuárias possuem a mesma complexidade, importância e dinâmica dos demais setores da economia (indústria, comércio e serviços), exigindo do produtor rural uma nova visão de administração dos seus negócios. A análise econômica faz com que o produtor conheça os resultados financeiros obtidos de cada atividade que possui, e consiga assim, tomar decisões, para obter melhores resultados (VILHENA, ANTUNES, 2010).

A identificação das receitas, custos e despesas de produção é essencial para qualquer tipo de atividade. Com esta análise é possível identificar onde estão as

deficiências da produção. Diante do exposto, levanta-se o seguinte problema de pesquisa: qual produção está sendo mais rentável economicamente para o produtor, a leiteira ou suinícola? Para responder a esta pergunta, tem-se como objetivo geral do estudo: Analisar a atividade leiteira e suinícola de uma propriedade, quanto à rentabilidade financeira. Constituem os objetivos específicos deste estudo: apurar os custos, despesas e receitas de cada atividade; analisar o resultado operacional de cada atividade e comparar a rentabilidade de cada atividade da propriedade rural.

Este estudo justifica-se pela importância de se ter um gerenciamento nas propriedades rurais. Permitindo à propriedade analisada identificar seus custos e resultados em cada atividade desenvolvida na propriedade. Fazendo com que se tenha o conhecimento de seu efetivo resultado em um determinado período.

Também servirá como orientação e motivação para outros produtores fazerem um estudo de suas propriedades, melhorando seus resultados, pois ainda é perceptível a carência de estudos voltados à temática pesquisada. Nesse aspecto, a pesquisa contribui também com a população em geral, acadêmicos e demais interessados em conhecer e ou desenvolver pesquisa na área rural.

Procedimentos Metodológicos

A metodologia utilizada para a realização dos estudos foi à pesquisa descritiva. De acordo com Gil (2011) as pesquisas deste tipo têm como objetivo a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Foram descrito as características da propriedade, referentes à produção leiteira e suinícola.

Quanto à abordagem para este trabalho é qualitativa, pois envolve o processo de coleta, análise, interpretação e redação dos resultados de um estudo. Uma vez que permite ao pesquisador compreender a “[...] complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos [...]” (RICHARDSON apud BEUREN, 2009, p. 91).

Quanto ao procedimento a pesquisa baseia-se em um estudo de caso, para obter informações da propriedade rural. Para Gil (2011, p.57) o estudo de caso pode ser conceituado da seguinte forma:

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento

amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados.

A pesquisa foi desenvolvida em uma propriedade rural localizada no interior do município de Rio Fortuna- SC. O período analisado foi- de janeiro a dezembro de 2015. A propriedade possui 35(trinta e cinco) hectares de terra, sendo3(três) de reflorestamento, 4(quatro) para produção de silagem, 8 (oito) de mata nativa e 20 (vinte) de pastagem. O produtor possui 40 (quarenta) vacas e toda a produção de leite é vendida para um laticínio.

Uma outra atividade da propriedade que foi analisada é a produção de suínos, esta atividade é realizada através de uma parceria, ou seja, o produtor possuiu os galpões, a fábrica de ração e entra com a mão de obra. Ele recebe os insumos para a ração, de seu parceiro, precisando apenas confecciona- lá. Os leitões ficam noventa dias na granja, depois disso já estão prontos para o abate. Os dois galpões têm capacidade para 1.610 suínos.

Foram analisadas todas as notas fiscais de compra e venda, valendo-se de todas as fontes de dados disponíveis no local, além disso, foi realizada uma entrevista não estruturada com o proprietário, para se obter o entendimento de como funciona a propriedade.

Resultados e Discussão

Neste capítulo serão apresentados e discutidos os resultados da pesquisa, bem como a análise das receitas, custos e despesas de cada uma das atividades analisadas, leiteira e suinícola. E por fim será feito o comparativo entre as atividades, para verificar os resultados e a rentabilidade financeira de ambas ao produtor rural.

Na atividade leiteira os principais dados a serem apresentados são o volume de produção mensal, preço unitário por litro e a receita obtida com a venda do leite no ano de 2015.

Tabela 03- Produção de leite do ano de 2015

Mês	Produção (Litros)	Preço Médio	Receita
Janeiro	12.334	R\$ 0,94	R\$ 11.532,29
Fevereiro	10.345	R\$ 0,94	R\$ 9.672,58
Março	8.619	R\$ 0,92	R\$ 7.886,39
Abril	9.051	R\$ 0,93	R\$ 8.417,43
Maio	8.562	R\$ 0,95	R\$ 8.133,90
Junho	10.666	R\$ 0,98	R\$ 10.452,68
Julho	13.117	R\$ 1,02	R\$ 13.379,34
Agosto	14.746	R\$ 1,05	R\$ 15.483,30
Setembro	16.159	R\$ 1,05	R\$ 16.966,95
Outubro	16.388	R\$ 1,02	R\$ 16.715,76
Novembro	16.481	R\$ 1,00	R\$ 16.481,00
Dezembro	15.937	R\$ 1,00	R\$ 15.937,00
TOTAL	152.405		R\$ 151.058,62

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a tabela acima, no ano de 2015 a propriedade teve uma produção de leite de 152.405 (cento e cinquenta e dois mil, quatrocentos e cinco) litros, totalizando uma receita anual de R\$ 151.058,62 (cento e cinquenta e um mil, cinquenta e oito reais e sessenta e dois centavos).

A seguir, apresenta-se, na tabela 4, os valores dos custos variáveis da produção de leite no período de janeiro a dezembro de 2015.

Tabela 04-Custos variáveis de produção de leite de janeiro a dezembro de 2015

Itens	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Ração	2.740,55	2.590,44	2.505,50	2.270,44	2.203,50	2.461,00	2.565,00	2.967,44	3.089,50	3.553,24	3.305,00	3.535,00
Silagem	350,00	350,00	490,00	840,00	1.050,00	1.120,00	1.155,00	1.050,00	1.015,00	350,00	350,00	280,00
Plantação de Azevém	0,00	0,00	0,00	0,00	698,62	698,62	698,62	698,62	698,62	0,00	0,00	0,00
Medicamentos	265,39	370,34	446,91	379,89	403,57	880,20	610,00	471,46	906,48	194,94	878,65	799,89
Custos Totais	3.355,94	3.310,78	3.442,41	3.490,33	4.355,69	5.159,82	5.028,62	5.187,52	5.709,60	4.098,18	4.533,65	4.614,89

Fonte: Dados da pesquisa.

Somando-se o custo apurado em cada um dos meses do referido ano, tem-se um custo variável anual total de R\$ 52.287,43 (cinquenta e dois mil, duzentos e oitenta e sete reais e quarenta e três centavos).

Na sequência, detalham-se informações referentes a cada uma das contas listadas na tabela:

- Ração- é produzida com o milho, farelo de soja, núcleo e sal mineral. Os valores gastos com a alimentação foram retirados das notas fiscais de compra;
- Silagem- insumo utilizado para alimentação dos animais. No período de abril a setembro, cada animal consome em média 12 kg, pois com a chegada do inverno, há pouca pastagem para o gado. Nos demais meses, que vai de outubro à março, a quantidade fornecida passa a ser de apenas de 4,5 kg. A silagem é produzida na propriedade, o produtor possui todos os maquinários necessários para a produção. Para se chegar ao valor mensal apurou-se o valor do custo do kg do insumo, que foi de R\$ 0,07 (sete) centavos, a quantidade fornecida no mês e o número de animais que foram alimentados;
- Plantação de azevém- é uma pastagem cultivada no período de maio à setembro, época em que as outras gramas quase não produzem por causa do frio intenso. O produtor tem custos com a compra da semente, a preparação da terra e a plantação. Para obter o valor mensal, somou-se todos os valores dos custos e dividiu-se por cinco meses, período em que são alimentados os animais com esta pastagem;
- Medicamentos- valor gasto no controle de vacinação e medicamentos de saúde animal;

A seguir, apresenta-se, na tabela 5, os valores dos custos fixos da produção de leite no período de janeiro a dezembro de 2015.

Tabela 05-Custos fixos de produção de leite de janeiro a dezembro de 2015

Itens	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Energia elétrica	255,53	236,95	220,75	230,89	225,17	221,93	240,50	288,49	320,94	296,70	308,85	395,19
Mão de obra	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00	1.576,00
Herbicida-Fungicida	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66	41,66
Material de higiene e limpeza	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00	83,00
Manutenção das Máquinas	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14	196,14
Depreciação das Matrizes e Reprodutor	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42	585,42
Depreciação Ordenha	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33	183,33
Depreciação do Resfriador	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38	83,38
Depreciação Galpão	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67	46,67
Depreciação Bomba Lavação	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68	16,68
Depreciação Aquecedor Água	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34	8,34
Depreciação Cerca Elétrica	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67	11,67
Depreciação dos Equipamentos	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49	481,49
Depreciação Tratores	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54	113,54
Custos Totais	3.682,85	3.664,27	3.648,07	3.658,21	3.652,49	3.649,25	3.667,82	3.715,81	3.748,26	3.724,02	3.736,17	3.822,51

Fonte: Dados da pesquisa.

Somando-se o custo fixo apurado em cada um dos meses do referido ano, tem-se um custo fixo anual total de R\$ 44.369,73 (quarenta e quatro mil, trezentos e sessenta e nove reais e setenta e três centavos).

Na sequência, detalham-se informações referentes a cada uma das contas listadas na tabela:

- Energia elétrica - é necessário o consumo de energia, para ligar a ordenha, manter o resfriador funcionando para o resfriamento de leite, aquecer a água para lavar a ordenha, uso da bomba de lavagem para limpeza do galpão. Os valores se referem às notas fiscais da empresa fornecedora de energia.
- Retirada para o proprietário - a mão de obra é feita pelo proprietário e sua esposa, para fins de cálculo, foi tomado como referência o valor do salário mínimo de R\$ 788,00 (setecentos e oitenta e oito) reais, totalizando por mês R\$ 1.576,00 (um mil, quinhentos e setenta e seis) reais.
- Herbicida/Fungicida - utilizado no controle de pragas e ervas daninha na pastagem;
- Material de higiene e limpeza- usados para limpeza da ordenhadeira e do resfriador; e para higienização dos tetos das vacas foi utilizado o pré e pós dipping;
- Depreciação das matrizes - as referidas matrizes possuem vida útil produtiva de 10 anos, sendo que seu valor total é de R\$ 68.000,00. O percentual de depreciação aplicado foi de 10% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 566,67.
- Depreciação do reprodutor - o referido animal possui vida útil reprodutiva de 8 anos, sendo que seu valor total é de R\$ 1.800,00. O percentual de depreciação aplicado foi de 12,5% ao ano, dividindo por 12 meses obteve-se o valor mensal de R\$ 18,75.
- Depreciação da ordenhadeira e cerca elétrica - possuem vida útil de 10 anos, sendo seu valor total de R\$ 23.400,00. O percentual da depreciação foi de 10% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 195,00.
- Depreciação do resfriador, aquecedor de água e bomba de lavagem - possuem vida útil de 10 anos, sendo seu valor total de R\$ 19.500,00. O percentual da depreciação foi de 7% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 108,40.

- Depreciação do galpão - possuem vida útil de 25 anos, sendo seu valor total de R\$ 14.000,00. O percentual da depreciação foi de 4% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 46,67.
- Depreciação de máquinas e equipamentos - ensiladeira, carreta, distribuidor de calcário, plantadeira, pulverizador, subsolador e grade de discos. O referido maquinário possui vida útil de 10 anos, sendo seu valor total de R\$ 52.000,00. A média do percentual da depreciação foi de 11% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 481,49.
- Depreciação dos tratores - possuem vida útil de 20 anos. O valor de um trator é 70.000,00, dividido por 8.000,00 horas, tem-se o valor de 8,75 de depreciação por hora trabalhada. Trabalhou 50 horas no ano, que multiplicado por 8,75 obtêm-se o valor de 437,50, dividido por 12, tem-se o valor mensal de 36,46. O outro trator tem o valor de 148.000,00, dividido por 8.000,00 horas, tem-se o valor de 18,50 de depreciação por hora trabalhada. Trabalhou 50 horas no ano, que multiplicado por 18,50 obtêm-se o valor de 925,00, dividido por 12, tem-se o valor mensal de 77,08.

O produtor possui a despesa do imposto federal Fun rural de 2,3%, que multiplicado pela receita anual de R\$ 151.058,62, obtêm-se uma despesa anual de R\$ 3.474,35. Há também as despesas de financiamentos, de dois tratores, um resfriador e uma ensiladeira, que são investimentos para a produção de leite. Tornando uma despesa financeira anual de R\$ 35.105,64 (trinta e cinco mil, cento e cinco reais e sessenta e quatro centavos).

Na atividade suinícola os principais dados a serem apresentados são a quantidade de suíno produzida ao parceiro, preço unitário por suíno e a receita obtida com a produção de suínos no ano de 2015.

Tabela 06- Produção de suíno no ano de 2015

Mês	Quantidade de Suíno	Preço por Uni.	Total
Janeiro	0		R\$ 0,00
Fevereiro	804	R\$ 12,00	R\$ 9.648,00
Março	797	R\$ 12,00	R\$ 9.564,00
Abril	0		R\$ 0,00
Mai	795	R\$ 12,00	R\$ 9.540,00
Junho	792	R\$ 12,00	R\$ 9.504,00
Julho	0		R\$ 0,00
Agosto	805	R\$ 12,00	R\$ 9.660,00
Setembro	0		R\$ 0,00
Outubro	790	R\$ 12,00	R\$ 9.480,00
Novembro	0		R\$ 0,00
Dezembro	803	R\$ 12,00	R\$ 9.636,00
Total	5.586		R\$ 67.032,00

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a tabela acima, no ano de 2015 a propriedade produziu 5.586 (cinco mil, quinhentos e oitenta e seis) suínos, totalizando uma receita anual de R\$ 67.032,00 (sessenta e sete mil, trinta e dois reais).

Na tabela 7, apresenta-se, os valores dos custos variáveis e fixos da produção de suíno no período de janeiro a dezembro de 2015.

Tabela 07- Custos variáveis e fixos de produção de suínos de janeiro a dezembro de 2015

Itens	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Energia elétrica	543,75	464,70	580,61	523,59	514,30	554,62	494,94	511,71	530,42	552,31	569,07	593,06
Mão de obra	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00
Reparo de Máquinas	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Depreciação das Máquinas	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00
Custos Totais	2.326,75	2.247,70	2.363,61	2.306,59	2.297,30	2.337,62	2.277,94	2.294,71	2.313,42	2.335,31	2.352,07	2.376,06

Fonte: Dados da pesquisa.

Somando-se todos os custos apurados da produção, tem-se um total de R\$ 27.829,08 (vinte e sete mil, oitocentos e vinte e nove reais e oito centavos).

Na sequência, detalham-se informações referentes a cada uma das contas listadas nas tabelas:

- Energia elétrica- é necessário o consumo para produção da ração, lavagem dos galpões, para jogar os dejetos dos suínos nas pastagens; O relógio da granja é o mesmo que o da casa do proprietário foi calculado 90% do consumo para granja e 10% para a casa.
- Retirada para o proprietário- a mão de obra é feita pelo proprietário, para fins de cálculo, foi tomado como referência o valor do salário mínimo de R\$ 788,00 (oitocentos e oitenta) reais. Para esta atividade é necessário apenas uma pessoa.
- Manutenção das máquinas- valor gasto com trocas de correia, peneira, óleo para motor.
- Depreciação das máquinas- O valor total do maquinário utilizado para esta atividade é de R\$ 226.800,00, e possui vida útil de 15 anos. Para fins gerenciais foi adotado como média o percentual de depreciação de 5% ao ano, dividindo por 12 obteve-se o valor mensal de R\$ 945,00.

Na produção de suínos o produtor não possui a despesa do imposto federal Funrural, pois é seu parceiro que tira as notas.

Há uma despesa de financiamento da fábrica de ração, no valor anual de R\$ 3.437,52 (três mil, quatrocentos e trinta e sete reais e cinquenta e dois centavos).

Com a identificação das receitas, custos e despesas, pode-se elaborar a Demonstração do Resultado do Exercício para cada atividade, permitindo assim comparar os resultados da atividade leiteira e suinícola.

Tabela 08- Demonstração do Resultado do Exercício das atividades

DRE	Produção Leiteira	%	Suinícola	%
Receita Bruta	R\$ 151.058,62	100%	R\$ 67.032,00	100%
(-) Fun Rural	R\$ 3.474,35	2,30%	-	-
Receita Líquida	R\$ 147.584,27	97,70%	R\$ 67.032,00	100%
(-) Custos Fixos	R\$ 41.127,84	27,23%	R\$ 21.396,00	31,92%
(-) Custos Variáveis	R\$ 55.694,32	36,87%	R\$ 6.433,33	9,60%
(=) Lucro Bruto	R\$ 50.762,11	33,60%	R\$ 39.202,67	58,48%
(-) Despesa de Financiamento	R\$ 35.105,64	69,15%	R\$ 3.437,52	8,76%
(=) Lucro Líquido	R\$ 15.656,47	30,84%	R\$ 35.765,15	91,23%

Fonte: Dados da pesquisa.

Com a tabela 8, percebe-se que a atividade suinícola teve melhor resultado nesse período, seu resultado líquido é mais que o dobro do resultado da produção leiteira. Os custos variáveis na produção leiteira representam 36,87%, enquanto que na produção suinícola apresenta apenas 9,60%. Na atividade leiteira, a despesa de financiamento é o que mais influenciou na obtenção do lucro.

Para análise da rentabilidade das atividades leiteira e suinícola, utilizou-se a Demonstração do Resultado do Exercício de cada atividade para obterem-se os componentes para o cálculo dos índices de rentabilidade e informações sobre os bens, coletados com o proprietário.

A seguir apresentam-se os indicadores de rentabilidade da atividade leiteira:

Tabela 09- Índices de rentabilidade da atividade leiteira

Rentabilidade	Composição	Índice
Giro do Ativo	147.584,27/413.702,85	0,36
Margem Líquida	15.656,47/147.584,27x100	10,61%
Rentabilidade do Ativo	15.656,47/413.702,85x100	3,78%

Fonte: Dados da pesquisa.

O giro do ativo conforme Matarazzo explica, refere-se à avaliação sobre as vendas líquidas levando em consideração a aplicação dos ativos. Portanto, na atividade leiteira o giro do ativo é de 0,36, ou seja, a empresa vendeu um valor de R\$ 0,36 para cada R\$ 1,00 de investimento.

A margem líquida está relacionada com o lucro obtido em relação a uma quantidade de venda líquida, assim, a empresa obteve um lucro de R\$ 10,61 para cada R\$ 100,00 de venda.

A análise da rentabilidade do ativo é dada pela taxa de retorno do investimento ativo total. Assim observa-se que para cada R\$ 100,00 investidos, há um ganho de R\$ 3,78. Também foram calculados os indicadores de rentabilidade da atividade suinícola, conforme demonstrado a seguir:

Tabela 10- Índices de rentabilidade da atividade suinícola

Rentabilidade	Composição	Índice
Giro do Ativo	67.032,00/262.565,40	0,26
Margem Líquida	35.765,15/67.032,00x100	53,36%
Rentabilidade do Ativo	35.765,15/262.565,40x100	13,62%

Fonte: Dados da pesquisa.

O giro do ativo na atividade suinícola foi de 0,26, ou seja, a empresa vendeu o valor de R\$ 0,26 para cada R\$ 1,00 de investimento. Quanto à margem líquida a empresa obteve um lucro de R\$ 53,36 para cada R\$ 100,00 de venda. Na análise da rentabilidade do ativo observa-se que para cada R\$ 100,00 investidos, há um ganho de R\$ 13,62. Com os índices apurados, e analisando os resultados, percebe-se que a atividade suinícola é mais rentável que a atividade leiteira.

Tabela 11- Comparativa dos Índices de rentabilidade

Rentabilidade	Atividade leiteira	Atividade suinícola
Giro do Ativo	0,36	0,26
Margem Líquida	10,61%	53,36%
Rentabilidade do Ativo	3,78%	13,62%

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se que na margem líquida e na rentabilidade do ativo a diferença entre os valores das duas atividades é muito alta, a margem líquida da atividade suinícola é de 53,36% enquanto na atividade leiteira é de apenas 10,61%, a rentabilidade do ativo da atividade suinícola é de 13,62% enquanto a da atividade leiteira é de 3,78%.

No giro do ativo, a atividade leiteira está mais alta, com R\$ 0,36, e a atividade suinícola com apenas R\$ 0,26. Obteve-se este resultado porque a receita da atividade leiteira é alta, porém tem-se muita despesa de financiamento, o que acaba comprometendo o resultado da atividade.

Essa grande diferença nos valores apurados chama muito a atenção, pois na atividade leiteira o investimento foi ainda maior. Conclui-se assim que o produtor

poderia realizar uma análise detalhada da atividade leiteira e ver se realmente é viável continuar desenvolvendo a atividade, com o retorno que este vem obtendo.

Considerações Finais

Com o presente trabalho percebe-se que as atividades analisada apresentam lucros, ainda, foi possível comparar os resultados apurados do período e identificar os fatores que estão influenciando na obtenção de lucro, como no caso da produção leiteira a despesa de financiamento representa aproximadamente 70% do lucro bruto. Percebeu-se ainda que a atividade suinícola apresenta a margem líquida e a rentabilidade do ativo maior que a atividade leiteira, apenas o giro do ativo está mais baixo na atividade suinícola, isto porque atividade leiteira possui uma receita bruta alta, porém a despesa de financiamento compromete o resultado da atividade.

A apuração dos resultados de cada atividade em análise é de suma importância para o gestor da propriedade, pois auxilia na definição de investimentos futuros, visando ampliar ou reduzir determinada atividade, ou ainda, na implantação de melhorias, a fim de aumentar a lucratividade da propriedade. Para estudos futuros, sugere-se aplicar esta pesquisa para outras propriedades, bem como outras atividades rurais. Recomenda-se também analisar nos próximos anos a mesma propriedade a fim de verificar se os índices encontrados, nesta pesquisa se mantêm, ou se sofrem mudanças.

Referências

BEUREN, Ilse Maria. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12 C e Excel**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Rural**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Rural**. 14. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MARION, José Carlos; SEGATTI, Sonia. **Contabilidade da Pecuária**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos; SANTOS, Gilberto José dos. **Administração de Custos na Agropecuária**. São Paulo: Atlas, 1993.

NETTO, Vicente Nogueira; GOMES, Aloísio Teixeira. **Importância Econômica e Social da Atividade Leiteira**. 2007. Disponível em: <http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/Agencia8/AG01/arvore/AG01_35_217200392358.html> Acesso em: 20 jun. 2016.

OLINQUEVITCH, José Leônidas; FILHO, Armando de Santi. **Análise de Balanços para Controle Gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SEBRAE. **Entenda a Cadeia Produtiva da Suinocultura**. 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-cadeia-produtiva-dasuinocultura,94f89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD#sistemas-de-produ%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 14 set. 2016.

VILHEN A, Naiara Larissa Jordão; ANTUNES, Maria Auxiliadora. **A importância da contabilidade rural para o produtor rural**. 2010. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/0288_0280_01.pdf>. Acesso em: 14 set. 2016.

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos: Uma abordagem prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E A SUSTENTABILIDADE EM INDÚSTRIA DE PLÁSTICO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE SANTA CATARINA

**Thayse Schlickmann¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco²; Marcos Lubave³;
Luiz De Noni⁴; Ismael Mazzuco⁵**

¹Ciências Contábeis. UNIBAVE. tataplastlife@hotmail.com

²Ciências Contábeis. UNIBAVE. miriam.asilveira@gmail.com

³Ciências Contábeis. UNIBAVE. marcoslubave@gmail.com

⁴Ciências Contábeis. UNIBAVE. luiznoni@brturbo.com.br

⁵Sistemas de Informação. UNIBAVE. ismaelmz@gmail.com

Resumo: A sustentabilidade e a responsabilidade social estão diretamente ligadas, pois trata-se de um equilíbrio dinâmico com o meio ambiente. A reciclagem apresenta-se como um componente para a questão de responsabilidade social quanto a sustentabilidade ambiental, e pode tornar-se a chave para a solução dos problemas ambientais contemporâneos. A partir desse contexto o objetivo geral deste trabalho consiste em analisar o papel da reciclagem na responsabilidade social e sustentabilidade em uma indústria plástica. A pesquisa caracteriza-se como sendo descritiva, qualitativa e o procedimento seria um estudo de caso. Com as análises feitas, verificou-se que a indústria de reciclagem procura sempre práticas sustentáveis e responsáveis para contribuir com tudo e com todos.

Palavras-chave: Reciclagem. Sustentabilidade. Responsabilidade social.

Introdução:

Com o aumento da industrialização, nos últimos 200 anos, pioraram os problemas ambientais no planeta, devido à interferência do homem no meio ambiente. É só notar os desastres que vem ocorrendo na natureza, tais como: tsunami, furacão, contaminação do ar, água e solo (DIAS, 2011).

Os problemas ambientais servem para alertar o homem dos perigos que estão ocorrendo na natureza, dessa forma, organizações não governamentais e ambientalistas desenvolveram estratégias para contemplar o ambiente como parte integrante do progresso da humanidade, e não como depósito dos restos da civilização industrial (DIAS, 2011).

Dias (2011, p. 54) diz que “[...] o desenvolvimento pode acontecer, se levar em consideração as necessidades das atuais e futuras gerações, sem prejuízo do ambiente”. Uma das estratégias encontradas para diminuir o impacto no ambiente é o reaproveitamento do lixo por meio da reciclagem, que é o processo de converter

materiais e produtos denominados como resíduos, lixo e descartes, como matéria-prima para gerar novos produtos.

Conforme o Compromisso Empresarial para Reciclagem - CEMPRES, diz que “[...] no ano de 2010, apenas 19% dos plásticos foram reciclados no país, ou cerca de 950 mil toneladas. O Brasil está no nono lugar no *ranking* de reciclagem mundial desse material, atrás de países como a Alemanha (34%)” (JUNIOR, 2012).

Nesse contexto, apresentar-se-á a seguinte problemática na pesquisa: qual o papel da reciclagem na responsabilidade social e sustentabilidade em uma indústria plástica?

O objetivo geral deste artigo é realizar uma análise da reciclagem, de modo a verificar como esta prática contribui para a responsabilidade social quanto ao item da sustentabilidade ambiental, adotada por uma empresa situada em Santa Catarina.

Este estudo justifica-se por esse assunto estar em destaque nos dias atuais, motivando as empresas, colaboradores e a sociedade em geral, para se conscientizarem e preservarem o meio ambiente, tendo dessa forma, melhor qualidade de vida.

Considerando que esse é um tema original, de acordo com conversa com o proprietário, onde o mesmo afirmou nunca ter autorizado realizar estudos na empresa. Dessa maneira, o proprietário autorizou realizar este estudo, em forma de análise interna dos processos, conversas e o que fosse necessário para a conclusão da pesquisa, sendo que o mesmo mostra-se interessado nos resultados.

Reciclagem

Os rejeitos dos processos produzidos, ao longo do desenvolvimento econômico e tecnológico gerados desde a origem da matéria-prima até o pós-consumo, lançados no ambiente, geram poluição, além da capacidade de absorção da natureza (ZUIN; QUEIROZ, 2015).

As indústrias, durante muito tempo, produziam e faturavam, mas, com o decorrer dos anos, a ideia mudou e a consciência nos tempos atuais é outra, os recursos naturais estão escassos e é preciso reduzir resíduos (WARTHA; HAUSSMANN, 2005).

Com o grande volume de resíduos sólidos, e em busca de materiais mais baratos, a reciclagem é a solução para minimizar esse problema reaproveitando tudo ou grande parte do material que viraria apenas lixo. Esses materiais são coletados,

separados e processados, para serem usados como matéria-prima, gerando um novo produto, diminuindo, assim, os problemas gerados por esses resíduos na natureza (ROCHA; ROSA; CARDOSO, 2009). São consideradas atividades de reciclagem, as ações que reutilizam materiais/ou produtos, diminuindo os problemas com os resíduos e aumentando seu ciclo de utilidade (PAIVA; RIBEIRO, 2004).

Os materiais considerados resíduos ou rejeitos podem ser aproveitados de maneira excepcional, nas indústrias de reciclagem, pois o empreendedor poderá obter lucro com essa matéria-prima. Além de favorecer o ambiente, gerar emprego e produzir novos produtos com esses materiais. “Cabe aqui frisar que, resíduos e rejeitos, não são considerados lixo ou materiais descartáveis, mas sim matérias-primas de alto valor” (MYMRINE, 2016).

Com os métodos de comunicação mais eficazes, é possível acompanhar o aumento da consciência humana sobre a grande quantidade de rejeitos industriais e municipais, sendo que ocasionam diversos problemas ambientais ao planeta. Esses rejeitos prejudicam por demais o ar, a terra superficial e subterrânea de todos os países, gerando, assim, vários problemas (MYMRINE, 2016).

Por outro lado, a saúde do meio ambiente e das comunidades estão abaladas, devido ao processo produtivo, que só se preocupa com o consumo e a produtividade, apenas com olhos no ponto de vista econômico, sem se preocupar com a sustentabilidade (STRAUCH; ALBUQUERQUE, 2008).

Os benefícios da reciclagem são diversos: melhorias na saúde do ambiente e dos seres vivos em geral; mudança de comportamento das pessoas diante da natureza – fauna e flora, e economia de matéria-prima.

Os principais benefícios da reciclagem são: a) diminuição da quantidade de lixo a ser disponibilizada; b) preservação de recursos naturais; c) economia de energia e d) geração de empregos diretos e indiretos (ROCHA; ROSA; CARDOSO, 2009, p. 230).

A diminuição de resíduos produzidos deve ser preocupação e prática de toda a população, para que se tenha um planeta melhor. A reciclagem é a saída para amenizar a quantidade de lixo produzida por cada cidadão e esta é uma prática que deveria ser rotineira para toda a população (WARTA; HAUSSMANN, 2005).

Responsabilidade Social

Responsabilidade Social é o plano que cada organização tem para atingir seus objetivos através de estratégias para evitar prejuízos e gerar benefícios para os *stakeholders* (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente etc.), que se interessam pelas atividades da empresa (DIAS, 2012).

Em 1960 teve-se o início da Responsabilidade Social das Empresas (RSE). O seu crescimento se constituiu nos EUA, sendo que, o seu estímulo foi para obter maior consciência da responsabilidade das empresas em relação aos direitos dos consumidores e da preservação do meio ambiente. A preocupação do empreendimento perante à sociedade, é de não pensar somente em seus próprios interesses, mas preocupar-se com o progresso da qualidade de vida de seus colaboradores, famílias e de toda a população em geral (REIS; MEDEIROS, 2009).

A Responsabilidade Social tem ligação direta com as empresas, por meio das transformações e mudanças que estão ocorrendo em todo o planeta, seja as empresas as fundamentais responsáveis pelos acontecimentos ou afetadas com a situação (DIAS, 2012). As empresas são as grandes interessadas em tornar melhor o meio em que estão inseridas, sempre buscando preservar a sociedade, melhorando assim, a sua imagem (CERTO et al., 2005).

Sustentabilidade

Percebe-se que a sustentabilidade está cada dia mais presente nas organizações, porém, é uma prática morosa, pois os seres humanos ainda estão muito arraigados apenas no lucro, sem se preocuparem com o *triple botton line* da sustentabilidade que abrange o social, econômico e ambiental (CENCI et al, 2016).

Quadro 1 - Dimensões da sustentabilidade

Dimensão	Características Sustentabilidade social
Sustentabilidade social	<ul style="list-style-type: none">- Criação de postos de trabalho;- Qualificação profissional;- Produção de bens dirigidos ao atendimento das necessidades básicas;- Desconcentração espacial de atividades e de população;- Democratização do poder local/regional.
Sustentabilidade econômica	<ul style="list-style-type: none">- Fluxo permanente de investimentos públicos e privados;- Manejo eficiente dos recursos;- Endogenização: contar com as próprias forças; capacidade de automanutenção.
Sustentabilidade Ambiental	<ul style="list-style-type: none">- Produzir respeitando os ciclos ecológicos dos ecossistemas;- Prudência no uso de recursos naturais;- Tecnologias e processos produtivos de baixo índice de resíduos;- Cuidados ambientais.

Fonte: Filippim (2008 adaptado de MONTIBELLER-FILHO, 2002).

Assim sendo, é necessário criar uma cultura em que a preservação dos recursos naturais e o desenvolvimento econômico e social não agridam o meio ambiente. Criando uma sociedade que satisfaça as gerações presentes, sem comprometer a capacidade e as oportunidades das gerações futuras, valorizando o equilíbrio dinâmico da sustentabilidade.

Sustentabilidade Ambiental

Sustentabilidade ambiental é o desenvolvimento socioeconômico da comunidade, para preservar o ambiente, assim, tendo uma sociedade mais equilibrada em relação às necessidades econômicas, ambientais e sociais a longo prazo. Conciliando práticas socialmente responsáveis para a preservação do meio ambiente e trazendo benefícios para todas as partes (LUCA et al, 2014).

É preciso atender as necessidades do presente, de forma que não afete o futuro das novas gerações. Em outras palavras, significa dizer que se deve manter o consumo dos recursos renováveis dentro do seu limite de reposição (FILHO; PFITSCHER; FREITAS, 2011).

Uma oportunidade de negócio pode ser encontrada em diversos segmentos da indústria, sendo iniciativas bem sucedidas com o reaproveitamento de resíduos,

transformando plásticos em novos produtos. Tornando-se fonte de receita para a empresa sem prejudicar o meio ambiente (ZUIN; QUEIROZ, 2015).

Atualmente as empresas estão sendo lideradas por uma nova geração que busca significado mais profundo para o seu viver, e a sustentabilidade é o impulso que os leva a missão diária nas empresas (SAVITZ, 2007).

Percebe-se que muitos dos líderes de setores específicos vêm elaborando definições, diretrizes e práticas de sustentabilidade nas suas indústrias, sacrificando, muitas vezes, os rendimentos econômicos imediatos em benefício de uma sustentabilidade que perdure (SAVITZ, 2007).

Reduzir, de maneira progressiva os impactos ambientais, é uma forma respeitosa para com o ambiente, melhorando, assim, a qualidade de vida do ser humano (DIAS, 2012).

Procedimentos metodológicos

O delineamento metodológico desta pesquisa quanto aos objetivos, caracteriza-se como descritiva. Na concepção de Gil (1999), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. Ex.: pesquisa referente à idade, sexo, procedência, eleição etc.. (GIL, 2008, p. 38).

Segundo Costa (2006, p. 62), a pesquisa científica, quanto à abordagem poderá ser: quantitativa ou qualitativa. Neste estudo será realizada uma pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa caracteriza-se por ser uma investigação mais detalhada do que está sendo feito (BAUER, 2013).

Na pesquisa qualitativa há uma relação ágil entre o sujeito e o mundo real que não podem ser traduzidos em números. A partir disso, Souza, Fialho e Otani (2007, p. 39-40) afirmam que:

A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave.

Quanto ao método utilizado, esta pesquisa pode ser classificada como estudo de caso. De acordo com Beuren (2013, p. 84), o estudo de caso é caracterizado como a pesquisa em apenas um único caso. O estudo é a forma de permitir conhecimento detalhado e específico.

Caracterização da empresa

Fundada em 1 de abril de 2006, em Santa Catarina, é uma empresa que tem como objetivo maior, a sustentabilidade das ações no planeta, sendo assim, faz a reciclagem de materiais para transformá-los em matéria prima granulada, para a produção de sacolas plásticas, sacos de lixo, lonas agrícolas, mangueiras, vasos, baldes, bacias e etc. Os principais tipos de materiais industriais (aparas) reciclados são: polietileno de baixa densidade, polietileno de alta densidade; polipropileno; estrutura laminadas; polinylom. Atualmente a empresa conta com 55 colaboradores.

Recentemente, em busca de novos produtos com origem plástica, a empresa adquiriu uma fábrica de telhas plásticas, cumeeiras, tapumes. Um produto totalmente novo na região, pouco conhecido, e que apresenta seus pontos positivos para ambos os lados. Para o lado da empresa, torna-se uma maneira de reciclar toneladas de materiais de difícil utilização no mercado, e para o lado do consumidor, pode adquirir um produto, tendo em sua consciência de estar ajudando o meio ambiente.

Processo Produtivo

A empresa compra aparas plásticas de indústrias de todo o Brasil e do exterior, aparas essas, por exemplo, com erro de impressão e embalagens pós-consumo.

O fluxo de processo da industrialização da empresa começa com o recebimento do material, onde o caminhão é pesado e descarregado no setor da prensa. Nesse mesmo setor, o material é separado e enfardado.

O material é posto em fardos, dá-se a entrada no estoque e conforme a necessidade, a produção vai sendo abastecida. O material, primeiramente, vai para os aglutinadores, é picado e fica totalmente descaracterizado. Após esse processo,

vai para o setor de extrusão, o setor de extrusão é composto por 3 máquinas. Na máquina 1, é feito o granulado PEBD, para fabricação de sacolas plásticas, sacos de lixos, lonas agrícolas, mangueiras e mais. Na máquina 2, é feito granulado PP, para fabricação de vasos, baldes, caixas de massa, cadeiras, bacias e mais; e na máquina 3, é feito mourão plástico para cerca. E, no setor da prensa, a máquina 4, é feito telha plástica (coberturas em geral), tapume plástico (fechamentos de obras) e cumeeira (coberturas em geral).

Figura 1 - Máquina 1 - granulado PEBD



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 2 - Máquina 2 - granulado PP



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 3 - Máquina 3 - mourão plástico



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 4 - Máquina 4 – telhas plásticas



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 5 - Máquina 4 – tapume plástico



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 6 - Máquina 4 – cumeeira plástica



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Reciclagem na Indústria em Santa Catarina

A seguir serão apresentados os dados obtidos por meio de pesquisa em relatórios da empresa. Para melhor entendimento, apresentar-se-á os números referentes às análises feitas.

Quadro 2 - Compra de aparas

COMPRAS						
	2012	2013	2014	2015	2016	Total:
Aparas	4.176,20	7.444,00	9.580,00	10.445,77	8.832,03	40.478

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A análise dos dados é do mês de maio de 2012 a setembro de 2016, onde os números acima mostram o resultado da compra e descaracterização de aparas na quantidade de 40.478 mil toneladas. E para o aterro sanitário foram 3% do total das compras do período mencionado.

Da compra e descaracterização das aparas do ano de 2012 a 2016, demonstrados anteriormente, a seguir constarão dados dos produtos fabricados com essas aparas descaracterizadas.

Quadro 3 - Produção

PRODUÇÃO						
	2012	2013	2014	2015	2016	Total:
Granulado PEBD	1.993,14	3.311,17	4.131,42	4.582,79	3.781,48	17.800
Granulado PP		5,1	2.017	4.046,38	3.131,52	9.200
Mourão		11.034	23.837	6.045	18.288	59.204
Telha	44.743	88.167	94.862	68.824	58.006	354.602
Cumeeira	5.594	10.571	10.727	7.198	4.722	38.812
Tapume	478	649	1.054	846	1.052	4.079

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com o processo de industrialização de compras das aparas plásticas, pós-industrial ou pós-consumo, a produção dos produtos, durante esse período foi de: granulado PEBD 17.800 mil toneladas; granulado PP: 9.200 mil toneladas; mourão plástico: 59.204 mil unidades; telhas plásticas: 354.606 mil unidades; cumeeira plástica: 38.812 mil unidades; tapume plástico: 4.079 mil unidades.

Os dados que constam a seguir, são de borras reaproveitadas do processo de industrialização. Na fabricação do granulado PEBD e PP, tem a troca da tela da extrusora, essa tela é onde o material passa por dentro para tirar suas impurezas, e nessa troca, gera um resíduo, chamado de borra, essa borra é um material resistente. Essas borras, até fevereiro de 2010 iam para descarte, desse período para frente, a empresa começou a picá-las, para retornarem o ciclo inicial de produção e serem reutilizadas.

Quadro 4 - Borrás

BORRAS						
	2012	2013	2014	2015	2016	Total:
Borrás reutilizadas	26,90	37,10	45,63	54,20	43,17	207,00
Despesa aterro sanitário	3.766,00	5.247,20	6.388,20	7.588,00	6.043,80	29.033,20

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Os dados apontados são de janeiro de 2012 até setembro de 2016, voltaram para o ciclo produtivo 207 toneladas. Se a empresa não encontrasse alguma solução e fosse descartado esse material, ela teria uma despesa de R\$ 29.033,20 com aterro, e além de tudo, seriam 207 toneladas a mais de lixo no meio ambiente.

Figura 7 – Borra de PEBD e PP



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

As aparas compradas vêm em fardos, soltos ou em bobinas. O material que vem solto, gerava grande problema para a empresa, pois vem dentro de caixas de papelão. Depois que o material é tirado, sobravam as caixas que iam tudo para o aterro sanitário.

Em agosto de 2012, uma solução, procurando medidas para diminuir essa despesa de aterro e esse material no meio ambiente, realizou-se parceria com uma empresa que realiza a coleta de papel. Então colocou-se no pátio da empresa um reservatório de entulho, onde todo o papelão que entra é depositado, e depois pesado e recolhido (vendido).

Quadro 5 – Papelão

PAPELÃO						
	2012	2013	2014	2015	2016	Total:
Papelão	4,82	20,91	45,45	48,20	24,62	144,00
Receita com vendas	867,60	3.893,00	9.646,00	9.606,90	4.465,80	28.479,30
Despesa aterro sanitário	674,80	2.926,00	6.363,00	6.748,00	3.473,40	20.185,20

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Figura 8 – Reservatório de entulho com papelão



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De agosto de 2012 até agosto de 2016, foram vendidas 144 toneladas de papelão, gerando uma receita com vendas de R\$ 28.479,30. Se esse material continuasse indo para o aterro sanitário, a empresa teria uma despesa de R\$ 20.185,20 no mesmo período mencionado. São 144 toneladas a menos de lixo no meio ambiente.

A empresa pesquisada está investindo pesado em uma rede de tratamento de água que é utilizada para refrigerar o maquinário. Essa água será tratada em vários tanques. Os resíduos retirados serão separados e irão para uma caixa onde todas as impurezas ficarão armazenadas e dado um destino correto. Toda a água tratada volta para ser reutilizada, está em teste na empresa, mas em breve inicia-se esse novo processo.

Considerações Finais

O crescimento econômico deve estar ligado à preservação do meio ambiente, pois, além da reciclagem proporcionar a prevenção à natureza, gera riqueza e empregos. Os benefícios que a reciclagem traz para o Planeta Terra são inúmeros,

então, foi a partir disso, que o ser humano começou a utilizar esse meio de transformar materiais usados em novos produtos.

O objetivo geral desse artigo foi o de verificar a responsabilidade social e sustentabilidade quanto a reciclagem em indústria de plástico localizada em Santa Catarina, onde foi realizada a pesquisa. Percebeu-se que as medidas que a empresa adotou para reaproveitar resíduos, deram resultados internos e, além de tudo, é uma forma de contribuir com o meio ambiente. A empresa, no período analisado, deixou de jogar, no meio ambiente, 351 toneladas de resíduos, e descaracterizou 40.478 mil toneladas de embalagens pós-industrial e pós-consumo.

Visando o reaproveitamento de resíduo, na indústria plástica, verificou-se os benefícios para a empresa e, qualidade de vida para a sociedade, sendo a mesma melhor vista perante os clientes e todo mercado, provando, dessa forma, que a busca por inovação é uma atitude de responsabilidade social.

Como sugestão de pesquisas futuras, poderia ser feito uma análise do retorno financeiro que a empresa tem com a atividade de reciclagem, para ser analisado a sustentabilidade econômica da empresa de reciclagem.

Referências

BEUREN, Ilse Maria; BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

CERTO, Samuel C. et al. **Administração Estratégica**: planejamento e implementação da estratégia. 2. ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2005.

CENSI, Rosangela. et al. **O Voluntariado Social e suas Inter-relações com a Sustentabilidade**. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/16053/17304>>. Acesso em: 29 ago. 2016.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

_____. **Responsabilidade social**: fundamentos e gestão. São Paulo: Atlas, 2012.

FILHO, Loriberto Starosky; PFITSCHER, Elisete Dahmer; FREITAS, Claudio Luiz de. **Sustentabilidade ambiental e responsabilidade social voluntária**: estudo em um escritório de contabilidade. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/12514/8329>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Junior, Afonso Capelas. **Reciclagem do plástico: o que você precisa saber**. São Paulo, 2012. Disponível em < <http://www.sacoplast.com.br/informes/reciclagem-do-plastico-o-que-voce-precisa-saber>>. Acesso em: 16 de set. 2016.

LUCA, Márcia Martins Mendes de. et al. **Análise da produção científica referente à temática de sustentabilidade em pesquisas da administração**. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/32411/analise-da-producao-cientifica-referente-a-tematica-de-sustentabilidade-em-pesquisas-da-administracao> . Acesso em: 15 set. 2016.

MYMRINE, Vsévolod. **Resíduos industriais e municipais com alta eficiência econômica e ambiental para geração de novos produtos**. Disponível em: <<http://sociedadeverde.org/br/reaproveitamento-residuos-industriais/>>. Acesso em: 28 ago. 2016.

PAIVA, Paulo Antônio de; RIBEIRO, Maisa Souza. **A Reciclagem na construção civil: como economia de custo**. São Paulo, 2004.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROCHA, Cesar Julio; ROSA, André Henrique; CARDOSO, Arnaldo Alves. **Introdução à química ambiental**. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

SAVITZ, Weber. **A empresa sustentável: o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SOUZA, Antonio Carlos de; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: métodos e técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

STRAUCH, Manuel; ALBUQUERQUE, Paulo Peixoto de. **Resíduos: como lidar com recursos naturais**. São Leopoldo, RS: Oikos, 2008.

WARTHA, Juliana; HAUSSMANN, Darclê Costa Silva. **Custo-benefício da reciclagem na indústria de confecções: um estudo de caso na empresa Dudalina S/A. Blumenau, 2005**.

ZUIN, Luís Fernando Soares; QUEIROZ, Timóteo Ramos. **Agronegócios: gestão e inovação e sustentabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2015.