



VII Congresso Internacional de Educação Unibave
VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - SENPEX
II Feira de Tecnologia e Inovação

O protagonismo de quem se transforma para transformar

Anais do VII Congresso Internacional de Educação e VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - SENPEX

Orleans - 6 a 8 de outubro de 2016



ANAIS

VII Congresso Internacional de Educação UNIBAVE
VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - SENPEX
O protagonismo de quem se transforma para transformar
Orleans – Santa Catarina – 06, 07 e 08 de outubro de 2016

Ana Paula Bazo
Leonardo de Paula Martins
Marlene Zwierewicz
(Organizadores)

ISBN: 978-85-67456-14-0

ANAIS

VII Congresso Internacional de Educação e
VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - SENPEX
Orleans - Santa Catarina – 06, 07 e 08 de outubro de 2016.

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do UNIBAVE

C749a Congresso Internacional de Educação e Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão: o protagonismo de quem se transforma para transformar - SENPEX – UNIBAVE (7. : 2016 : Orleans, SC).

Anais – VII Congresso Internacional de Educação e VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão [recurso eletrônico]: o protagonismo de quem se transforma para transformar – SENPEX - UNIBAVE: 06, 07 e 08 de out em Orleans, SC. / Organizadores: Ana Paula Bazo; Leonardo de Paula Martins e Marlene Zwierewicz.

Modo de acesso: periodicos.unibave.net
ISBN: 978-85-67456-14-0

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. Educação. 3. Extensão. I. Bazo, Ana Paula org. II. Martins, Leonardo de Paula. org. III. Zwierewicz, Marlene. org. IV. Título.

CDD: 370.7

COMITÊ CIENTÍFICO

Comitê científico externo

Antonio Pantoja Vallejo - Universidade de Jaén - UJA - Espanha

Juan Miguel González Velasco - Universidade San Andrés - Bolívia

Marilza Vanessa Rosa Suanno - Universidade Federal de Goiás - Brasil

Saturnino de la Torre - Universidade de Barcelona - UB - Espanha

Teresa Salinas - Universidade Ricardo Lima - Peru

Vera Lúcia de Souza Silva - Universidade Regional de Blumenau - FURB – Brasil

COMITÊ CIENTÍFICO

Comitê científico interno (UNIBAVE – Brasil)

Adalberto Alves de Castro
Adriana Zomer Moraes
Ana Paula Bazo
André Freccia
Andréa Andrade Alves
Andressa Corneo Gazola
Camila Lopes Eckert
Cláudio Sérgio da Costa
Daniel Magagnin
Diego José Cifuentes
Dimas Ailton Rocha
Diogo Lentz Meller
Elder Tschoseck Borba
Felipe Silva Mathes Basso
Glaucea Warmeling Duarte
Greice Lessa
Guilherme Doneda Zanini
Guilherme Valente de Souza
Hermann Joseph Braun
Ismael Dagostin Gomes
Jacira Aparecida de Souza Wagner Zanatta
Jadina de Nez
Janaina Veronezi Aberton
João Fabricio Guimara Somariva
Josué Alberton
Julio Preve Machado
Karla Pickler Cunha
Leonardo de Paula Martins
Lívia Gonçalves da Silva Valente
Lorena Paratella
Lucas Crotti Zanini
Luiza Liene Bressan da Costa
Márcia Raquel Ronconi de Souza
Marlene Zwierewicz
Mauro Maciel Arruda
Miriam Aparecida Silveira Mazzuco
Miryam Cruz Debiasi
Nacim Miguel Francisco Júnior
Pollyana Feldhaus Schlickmann
Richard da Silva
Rodrigo Moraes Kruehl
Rose Maria Adami
Rovânio Bussolo
Solange Vandresen
Vanessa Isabel Cataneo
Vilmar Vandresen
Willian Casagrande Candioto

APRESENTAÇÃO

No dia 23 de setembro de 1974, a Lei Municipal nº 491 criou no município de Orleans (SC) a Fundação Educacional Barriga Verde - Febave, que iniciou suas atividades administrando as escolas municipais e desenvolveu importantes projetos para melhorar a qualidade da educação. No setor educacional, além de atuar com o ensino municipal, criou cursos técnicos de Contabilidade e Secretariado e o Curso Supletivo de I e II Grau, oportunizando a muitas pessoas ampliar sua escolaridade. Implantou também, uma escola de Ensino Básico com projeto pedagógico diferenciado, ainda em funcionamento e atualmente denominada Escola Barriga Verde - EBV, que atende também alunos de outros municípios. Em 1998 iniciou suas atividades na Educação Superior com o curso de Administração de Empresas, possibilitando, posteriormente, a criação do Centro Universitário Barriga Verde - Unibave.

A Febave trouxe para a sua região de inserção mais entusiasmo, pois além de suprir necessidades de educação, cultura e promoção social, também se firmou como uma base de desenvolvimento. A Instituição tem como princípio essencial, demonstrar que a educação é o mais importante produto social que temos para formar uma sociedade com equilíbrio em todos os segmentos.

A exemplo disso, em 2 de dezembro de 2014, o Unibave, por meio da Portaria nº 734, publicada pelo Ministério da Educação - MEC, foi qualificada como Instituição Comunitária de Educação Superior - Ices. Esse reconhecimento valoriza os programas e projetos desenvolvidos pela Instituição, que têm beneficiado diretamente as comunidades dos municípios da sua região de inserção.

Essa conquista vem ao encontro da visão do Unibave, que é ser reconhecida como instituição comunitária de excelência educacional e promotora do desenvolvimento sustentável. Essa visão pode ser percebida nas atividades que o Unibave desenvolve, destacando o 'VII Congresso Internacional de Educação Unibave: o protagonismo de quem se transforma para transformar'.

Nessa edição, o VII Congresso Internacional de Educação Unibave aconteceu juntamente ao VII Seminário de Ensino, Pesquisa e Extensão - Senpex e a II Feira de Tecnologia e Inovação, ampliando possibilidades para a interação com a comunidade e entre diferentes áreas do conhecimento, além da valorização de instituições e profissionais que se transformam para transformar.

Nos anais que ora são apresentados, além das experiências e conhecimentos que foram socializados durante os referidos eventos, ficam também registrados nossos agradecimentos a todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a realização.

Elcio Willemann
Reitor do Unibave

SUMÁRIO

Área temática:

Estudos e Experiências em Práticas Educativas, Criativas e Inclusivas

| | |
|---|-----|
| A ALIMENTAÇÃO COMO PATRIMÔNIO CULTURAL: EXPERIÊNCIA EDUCATIVA ENTRE MUSEU E ESCOLA (<i>Valdirene Böger Dorigon; Karolinne Paula Tonietto; Edileni Della Justina; Juciéli Mattos; Sandra Frasson Menegasso Mason</i>) | 22 |
| A AMBIENTALIZAÇÃO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: UMA ABORDAGEM NO CURSO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS BACHARELADO DA UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE (UNESC) (<i>Nicolli Domingues Naspolini; Valeska Paulo Fernandes; Miriam da Conceição Martins</i>) | 33 |
| A DOCÊNCIA E OS DIFERENTES MODOS DE CONCEBER A FILOSOFIA (<i>Giovani Alberton Ascari; Deise Viviane Coan; Luiza Liene Bressan; Willian Casagrande Candioto; Juliana Natal da Silva</i>) | 46 |
| A GESTÃO DO CUIDADO: PROCESSOS PEDAGÓGICOS PENSADOS NUMA PERSPECTIVA PROTETIVA, ÉTICA E ESTÉTICA (<i>Sílvia Cardoso Rocha</i>) | 59 |
| A IMPORTÂNCIA DA LITERATURA INFANTIL NO PROCESSO DE ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO (<i>Rosilane Damazio Cachoeira; Carolina Silva de Oliveira</i>) | 71 |
| A PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE EDUCATIVA NA GESTÃO ESCOLAR (<i>Alcionê Damasio Cardoso; Miryan Cruz Debiasi; Marlene Beckauser; Maria Marlene Schillickmann; Juliana Mazon</i>) | 83 |
| A PARTICIPAÇÃO DE MULHERES NA ATIVIDADE LEITEIRA: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE ORLEANS/SC (<i>Vandreça Vigarani Dorregão; Giovana Ilka Jacinto Salvaro</i>) | 98 |
| A RELAÇÃO HISTÓRICA ENTRE ESCOLA, EDUCAÇÃO FÍSICA E ESPORTE (<i>Carolina Machado de Oliveira; Júlio César Nasário; Franciane Maria Araldi; Fernando Kissner; Luciano Fonseca de Oliveira</i>) | 111 |
| ADAPTAÇÃO NA EDUCAÇÃO INFANTIL (CRECHE 01 a 03 ANOS): REFLEXÕES DE PROFESSORES E PAIS DE UM CENTRO DE EDUCAÇÃO INFANTIL PARTICULAR DE CRICIÚMA-SC (<i>Mirozete Iolanda Volpato Hanoff, Simone das Graças Nogueira Feltrin, Eliane Aparecida Figueiredo Rodrigues</i>) | 121 |
| ANÁLISE CRÍTICA TEXTUAL EM DISCIPLINA DO CURSO DE MEDICINA VETERINÁRIA DO UNIBAVE (<i>André Freccia; Fernanda Brunel da Silva; Rosani Hobold; Adriana Zomer de Moraes; Guilherme de Souza Valente</i>) | 134 |
| ARTE LITERÁRIA: UMA POSSIBILIDADE DE INTEGRAÇÃO ENTRE A UNIVERSIDADE E A COMUNIDADE (<i>Juliana Natal da Silva; Edina Furlan Rampineli; Vanessa Isabel Cataneo; Viviani Zilli; Richard da Silva</i>) | 143 |
| AS DIFERENÇAS CULTURAIS NAS ESCOLAS DO FUTURO: O PARADIGMA DA COMPLEXIDADE COMO POSSIBILIDADE DE ABERTURA (<i>Jonathas Vilas Boas de Sant'Ana; João Henrique Suanno</i>) | 153 |

| | |
|--|-----|
| AVALIAÇÃO DO MODELO DE ACESSIBILIDADE PARA O GINÁSIO MUNICIPAL DA CIDADE DE LAURO MÜLLER (<i>Gabriel Siqueira Sombrio; Júnior Serafim Corrêa; Matheus Pereira; Tatiane Cardoso Velho; Thiago Pottmeier Meurer</i>) | 169 |
| AVALIAÇÃO ESCOLAR DE APRENDIZAGEM: IMPORTÂNCIA DE SUA COMPREENSÃO EM ARTICULAÇÃO COM AS CONCEPÇÕES DE EDUCAÇÃO PARA A PRÁTICA PEDAGÓGICA (<i>Isabela Cristina Wessler; Isabela Letícia Alves; Joseane Wanderlind; Mariany Mendes; Miryan Cruz Debiasi</i>) | 179 |
| CARACTERIZANDO O SUJEITO SURDO (<i>Alini Mariot</i>) | 192 |
| CLUBINHO DE MATEMÁTICA: UM PROJETO DO ENSINO DA MATEMÁTICA QUE TEM O PODER DE ABRIR AS PORTAS (<i>Diana Morona, Maria Albertina Guizzo</i>) | 205 |
| CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DA BOBINA DE TESLA COMO UM INSTRUMENTO DIDÁTICO NO ENSINO DA FÍSICA (<i>Ana Elise Chuch; Bruna Destro Jung; Helliton Silva Machado; Micaella Borgert Miguel; Rosivete Coan Niehues</i>) | 219 |
| CONTEXTO ESCOLAR: A APRENDIZAGEM ATRELADA AOS HÁBITOS DE ESTUDO NA EDUCAÇÃO DOS ALUNOS DA PRIMEIRA SÉRIE DO ENSINO MÉDIO (<i>Rosana Bertoncini Quarezemin; Vanessa de Medeiros</i>) | 230 |
| DA DOCÊNCIA PARA A GESTÃO: OS DESAFIOS DESSA TRANSPOSIÇÃO (<i>Maria Marlene Schlickmann¹; Alcionê Damasio Cardoso¹; Miryan Cruz Debiasi</i>) | 241 |
| DA ECOLOGIA GERAL À ECOLOGIA PROFUNDA: AVANÇOS PARA UM DIÁLOGO DE INTERFACE (<i>Fábio Boeing; Tayse Borghezan Nicoladelli</i>) | 255 |
| DA EVASÃO À PERMANÊNCIA NO E DO ENSINO SUPERIOR: ESPRAIANDO A TESSITURA DO PROGRAMA ACOLHER DO UNIBAVE (<i>Marlene Zwierewicz; Vandreça Vigarani Dorregão; Ana Paula Debiasi Meurer; Sônia Lazzaretti Martins; Fernanda Zanette de Oliveira</i>) | 267 |
| DESCOMPLICANDO AS EXATAS: AULAS EXPERIMENTAIS COMO MOTIVADORAS NO PROCESSO ENSINO APRENDIZAGEM DAS DISCIPLINAS – MATEMÁTICA, FÍSICA E QUÍMICA (<i>Jaqueline Velho Araújo; Marcilene Alberton dos Santos; Almir Francisco Correa; Vanessa de Medeiros; Rosana Bertoncini Quarenzemin</i>) | 278 |
| DESDE OS PRIMÓRDIOS ATÉ HOJE EM DIA (<i>Juliano Carrer</i>) | 288 |
| DIFERENTES ABORDAGENS DO ENSINO NA FORMAÇÃO DO PROFESSOR UNIVERSITÁRIO (<i>Daniel Pezente; Janaina Veronezi Alberton; Márlon Domingos; Ricardo Luiz Bittencourt</i>) | 297 |
| (ECO) FORMAÇÃO DE PROFESSORES NA EDUCAÇÃO BÁSICA: UMA EXPERIÊNCIA A PARTIR DE PROJETOS CRIATIVOS ECOFORMADORES (<i>Jeane Pitz Pukall; Vera Lúcia de Souza e Silva</i>) | 309 |
| EDUCANDO NA ESCOLA CRIATIVA E SUSTENTÁVEL: RELATO DE EXPERIÊNCIAS DE PRÁTICAS EDUCATIVAS ECOFORMADORAS (<i>Jeane Pitz Pukall; Mara Rúbia Bertoldi; Sandra Quarantani; Simone Moritz; Solange Campestrini</i>) | 325 |
| EDUCSUL: CONTRIBUIÇÃO DO ENSINO SUPERIOR DO UNIBAVE PARA A AUTOAVALIAÇÃO DO ENSINO FUNDAMENTAL DO SUL CATARINENSE (<i>João Fabrício Guimarães Somariva; Márcia Bianco; Marlene Zwierewicz</i>) | 339 |

| | |
|---|-----|
| ENCONTROS INTERCULTURAIS: HISTÓRIA REGIONAL E SUAS POSSIBILIDADES PARA EDUCAÇÃO NA DIVERSIDADE (<i>Beatriz D'Agostin Donadel; Ide Maria Salvan Maccari</i>) | 352 |
| ENSINO DE HISTÓRIA E EDUCAÇÃO PATRIMONIAL: EXPERIÊNCIAS EM CURSOS DE PEDAGOGIA (<i>Beatriz D'Agostin Donadel; Rafaela Duarte</i>) | 368 |
| EXTENSÃO NO CURRÍCULO: ESTRATÉGIAS PARA CURSOS DE GRADUAÇÃO DO IFSC (<i>André Dala Possa</i>) | 378 |
| FILOSOFIA COM CRIANÇAS: NOVAS PRÁTICAS, NOVOS OLHARES (<i>Alex Sander da Silva; Aline Costa Rocha; Diandra Zuchinali; Jéferson Luís de Azeredo; Keven Ronsane</i>) | 392 |
| FORMAÇÃO CONTINUADA DE PROFESSORES: AÇÃO QUE TRANSFORMA E CRIA NOVAS PERSPECTIVAS DO APRENDER E ENSINAR (<i>Maria José da Silva Morais; Maria José de Pinho</i>) | 407 |
| FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DA EDUCAÇÃO FÍSICA A PARTIR DA PERSPECTIVA CRÍTICO-SUPERADORA (<i>João Fabrício Guimara Somariva; Tânia Mara Cruz</i>) | 423 |
| GÊNERO E AGRICULTURA: A (DES)VALORIZAÇÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS POR MULHERES AGRICULTORAS NO PROCESSO DE INTERAÇÃO ENTRE CAMPO/CIDADE (<i>Fabia A. Galvane; Giovana Ilka J. Salvaro</i>) | 437 |
| GÊNERO E INFÂNCIA: A CONSTITUIÇÃO DE SUBJETIVIDADES FEMININAS E MASCULINAS NO CONTEXTO ESCOLAR (<i>Vanessa de Medeiros; Richard da Silva</i>) | 447 |
| HORTA SUSPensa: POSSIBILIDADES PEDAGÓGICAS POR MEIO DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL PARA ALUNOS DO ENSINO FUNDAMENTAL (<i>Edileni Della Justina; Luiz Coelho; Elaine Burgrever Kuhnen; Rosilane Damazio Cachoeira</i>) | 461 |
| INDÍCIOS DE AMBIENTALIZAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NA UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC (<i>Valeska Paulo Fernandes; Maria Laura Soares Bernardo; Nicolli Domingues Napolini; Miram da Conceição Martins</i>) | 470 |
| LITERATURA INFANTIL: IMPORTÂNCIA E PRESSUPOSTOS (<i>Juciani Kuhnen; Letícia Cristina Obertier; Luiza Liene Bressan; Rafaela Monteguti; Giovani Ascari Alberton</i>) | 481 |
| METODOLOGIAS DE ANÁLISE DA QUALIDADE DO LEITE: A PREPARAÇÃO DO ALUNO PESQUISADOR (<i>Jaqueline Velho Araújo; Simone Burgrever Schmitz; Thuany Bussolo Burato</i>) | 491 |
| MOBILIDADE ACADÊMICA NAS UNIVERSIDADES DE SANTA CATARINA: O ESPAÇO DOS ESTUDANTES DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS (<i>Zeli Felisberto, Januário José Monteiro, Milla Lúcia Ferreira Guimarães, Andréia Cittadin, Dourival Giassi</i>) | 499 |
| MOVIMENTOS SOCIAIS, SUJEITOS E PROCESSOS EDUCATIVOS: O ESTADO DA ARTE SOBRE O GT 03 DA ANPED (<i>Caroline Martello; Miriã Machado; Mônica Grando</i>) | 513 |
| O ENSINO COMO PRÁTICA EDUCATIVA INOVADORA (<i>Edna Maria Cruz Pinho; Maria José de Pinho</i>) | 525 |

| | |
|---|-----|
| O MUSEU COMO FERRAMENTA DE ENSINO E APRENDIZAGEM NOS PROJETOS DESENVOLVIDOS PELA REDE INTERNACIONAL DE ESCOLAS CRIATIVAS – RIEC BRASIL: UMA PERSPECTIVA DIDÁTICA ECOFORMADORA E TRANSDISCIPLINAR (<i>Silvino Jorge de Assis; Marcia Bianco; Andréa Andrade Alves; Rosani Hobold Duarte</i>) | 539 |
| O TRABALHO DE CAMPO COMO INSTRUMENTO NO PROCESSO ENSINO APRENDIZAGEM DO ENSINO FUNDAMENTAL II (<i>Rose Maria Adami; Juliana Debiasi Menegasso; Renata Bussolo Campos; Tayse Borghezani Nicoladelli; Graziela Elias</i>) | 553 |
| PEER INSTRUCTION: EXPERIÊNCIA DE ENSINO APRENDIZAGEM NO CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL (<i>Elenice P. Juliani Engel; Almerinda Tereza Bianca Bez Batti Dias</i>) | 568 |
| PERFIL DE DESCARTE DE ÓLEO DE COZINHA EM ESCOLAS DA REDE PÚBLICA ESTADUAL DE EDUCAÇÃO BÁSICA SITUADAS NO MUNICÍPIO DE TUBARÃO, SC (<i>Eduardo Aquini; Isonel Maria Comelli Pavei; Douglas Bardini Silveira</i>) | 583 |
| PRÁTICAS PEDAGÓGICAS CRIATIVAS: POSSIBILIDADES E LIMITES (<i>Raquel de Oliveira Costa Pereira Knop</i>)- | 593 |
| PRECONCEITO ÉTNICO-RACIAL E DISCRIMINAÇÃO NO CONTEXTO ESCOLAR SOB O PONTO DE VISTA DE PROFESSORES DA EDUCAÇÃO BÁSICA (<i>Maria Marlene Schlickmann</i>) | 606 |
| PROJETO “SOB PRESSÃO”: A PRÁTICA DE ATIVIDADES FÍSICAS COMO AGENTE INFLUENCIADOR NO RITMO DAS FUNÇÕES VITAIS (<i>Maria Juliana de Pieri Briguento; Renata Righetto Jung Crocetta; Rosilane Damazio Cachoeira</i>) | 617 |
| PROJETO CRIATIVO ECOFORMADOR NA EDUCAÇÃO INFANTIL (<i>Denise Coan Albino; Rosecler Hanoff Damázio</i>) | 627 |
| PROJETO CRIATIVO ECORFORMADOR NOS ANOS INICIAIS: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA NA ALFABETIZAÇÃO (<i>Eliane de Fátima Prim Santos; Vera Lúcia de Souza e Silva</i>) | 637 |
| PROJETO INTEGRADOR COM BASE NA LEI Nº 10.639/03: UMA PROPOSTA INTERDISCIPLINAR DE ATENÇÃO À DIVERSIDADE (<i>Richard da Silva; Vanilda Maria Antunes Berti</i>) | 653 |
| PROJETO INTEGRADOR: CRIATIVIDADE NO ENSINO DA TEMÁTICA ÉTNICO-RACIAL (<i>Renata Righetto Jung Crocetta; Marilete Willemann; Jeferson Luiz de Azeredo; Clynton Pizoni; Emanuel Antunes Matias</i>) | 667 |
| PROJETO MEMÓRIAS DE UMA BIBLIOTECA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA (<i>Carine Estevam Marcílio Mota; Élia da Silva; Rosa Angela de Oliveira; Idemar Ghizzo</i>) | 682 |
| RACISMO, PRECONCEITO E DISCRIMINAÇÃO: HERANÇA HISTÓRICA E CULTURALMENTE CONSTRUÍDA (<i>Marilete Aparecida Willemann; Renata Jung Crocetta; Marcilene Alberton dos Santos; Vandrega Vigarani Dorregão; Silvana Niehues da Silva</i>) | 693 |
| RELATO DE EXPERIÊNCIA DA IMPLANTAÇÃO DO RECREIO DIRIGIDO NA ESCOLA BARRIGA VERDE (<i>Renata Righetto Jung Crocetta; Clynton Pizoni; Denise Coan Albino; Rosilane Damazio Cachoeira</i>) | 709 |

| | |
|---|-----|
| REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS: UMA ABORDAGEM POR MEIO DAS REPRESENTAÇÕES SEMIÓTICAS (<i>Vanessa Isabel Cataneo; Marleide Coan Cardoso; Bazilio Manoel de Andrade Filho</i>) | 721 |
| SEMEANDO O BRILHO DO NATAL: EXPERIÊNCIA EXTENSIONISTA EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR COMUNITÁRIA (<i>Vanessa Isabel Cataneo; Elcio Willemann; Edina Furlan Rampineli; Juliana Natal da Silva; Valdirene Böger Dorigon</i>) | 735 |
| TENDÊNCIAS PEDAGÓGICAS DA EDUCAÇÃO BRASILEIRA: CARACTERÍSTICAS E IMPLICAÇÕES (<i>Andréa Mateus; Bruna Becker; Bruna Vieira dos Santos; Dheborá Martins; Helen Vargas Bertolino; Milena Perin</i>) | 747 |
| TEORIA E PRÁTICA COMO COMPONENTES INDISSOCIÁVEIS: RELATOS DE EXPERIÊNCIA COMO ESTUDANTE DE EDUCAÇÃO FÍSICA (<i>Vanessa da Silva da Silveira; Bruno Dandolini Colombo</i>) | 757 |
| TRANSEXUALIDADE E RELAÇÕES DE TRABALHO (<i>Lays Jasper; Letícia Souza; Natália Volpato Hobold; Natanael de Medeiros; Thuane Oenning Kuntz</i>) | 769 |
| TRANSTORNO DE DÉFICIT DE ATENÇÃO E HIPERATIVIDADE E O USO DE PSICOTRÓPICOS: SOB A VISÃO DOS PROFESSORES DOS ANOS INICIAIS (<i>Fernanda Regina Crozeta Bussolo; Marlene Beckhauser de Souza; Maria Marlene Schlickmann</i>) | 779 |
| UM CURRÍCULO PARA A EDUCAÇÃO SUPERIOR COM BASE NA CONSTRUÇÃO DE COMPETÊNCIAS E HABILIDADES (<i>Maria de Fátima Viegas Josgrilbert; João Henrique Suanno; Sebastião Gabriel Chaves Maia; Alessandra Viegas Josgrilbert</i>) | 793 |
| UM ESTUDO SOBRE OS EGRESSOS DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DO CENTRO UNIVERSITÁRIO BARRIGA VERDE DO ANO DE 2011 (<i>Daniela Niehues; Jadina De Nez; Alessandra Knoll; Felipe Basso</i>) | 808 |

**Área temática:
Estudos e Experiências em Saúde**

| | |
|---|-----|
| ABORDAGEM DAS PRINCIPAIS PLANTAS DO GÊNERO MIKANIA QUANTO SUAS CARACTERÍSTICAS FARMACOLÓGICAS (<i>Alice Mariot; Bianca Aparecida Fornasa; Fernando Mateus Scremim; Joice Tavares Carrer</i>) | 822 |
| ÁCIDOS GRAXOS TRANS: RELAÇÃO ENTRE O CONSUMO E DOENÇAS CARDIOVASCULARES (<i>Fernando Mateus Scremin; Luiz Fábio Bianco; Fabrício Eládio Felisbino; Candice Steckert da Silva ; Raquel Michels Della Giustina</i>) | 831 |
| ALTERAÇÕES DO SONO NA TERCEIRA IDADE (<i>Cláudio Sérgio da Costa; Adalberto Alves de Castro; Matheus Leonardo Ghisi De Nez; Priscila da Silva Cunha</i>) | 846 |
| ANSIEDADE: UM ESTUDO SOBRE FOBIA SOCIAL (<i>Amanda Kesting; Débora Mendes Corrêa; Kermelin Aparecida Alves; Cláudio Sérgio da Costa; Adalberto Alves de Castro</i>) | 856 |

| | |
|--|-----|
| APROFUNDANDO A PSICOLOGIA SOCIAL COMUNITÁRIA: VIVÊNCIAS NOS CENTROS DE REFERÊNCIA DA ASSISTÊNCIA SOCIAL – CRAS DE GRAVATAL E ORLEANS SC (<i>Danielle Engels da Silva; Izadora Eger de Moraes; Juliana Cidade Soares; Karine da Silva Holthasen; Rodrigo Moraes Kruehl</i>) | 868 |
| AROMATERAPIA: POSSIBILIDADES PARA O TRATAMENTO DA ANSIEDADE (<i>Fernando Mateus Scremin; Morgana Maria Cascaes Montanha; Fabrício Eládio Felisbino; Candice Steckert da Silva; Jéssica Guizoni Felisbino Alves</i>) | 880 |
| BOMBEIRO MILITAR: UM ESTUDO SOBRE A REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA PROFISSÃO (<i>Yasmin Vicente Rafael; Adriana Zomer de Moraes; Felipe Basso; Pollyana Feldhaus Schlickmann</i>) | 894 |
| CONDIÇÕES DE TRABALHO E FATORES OCUPACIONAIS DA EQUIPE DE ENFERMAGEM DA ONCOPEDIATRIA: UM ESTUDO EM UM HOSPITAL DA REGIÃO SUL DE SANTA CATARINA (<i>Morgana da Silva Del Canalle; Kelli Pazeto Della Giustina; Dandara da Silva Walter; Jaqueline Caetano; Morgana Maria Cascaes Montanha</i>) | 906 |
| CONHECIMENTO DOS PROFISSIONAIS DE UMA UNIDADE BÁSICA DE SAÚDE DE UM MUNICÍPIO DA REGIÃO SERRANA DE SANTA CATARINA SOBRE AS HEPATITES B E C (<i>Jailson Rodrigues; Leonardo de Paula Martins; Alexandre Piccinini; Ana Paula Bazo</i>) | 921 |
| CONTROLE MICROBIOLÓGICO DE PRODUTOS COSMÉTICOS MANIPULADOS POR ALUNOS DO CURSO DE FARMÁCIA DO UNIBAVE (<i>Alexandre Piccinini; Fernando Matheus Scremin; Luiz Fabio Bianco; Cleonice Maria Michelon</i>) | 934 |
| CREAS: EFETIVANDO DIREITOS PARA ADOLESCENTES EM CUMPRIMENTO DE MEDIDAS SOCIOEDUCATIVAS (<i>Ingrith Camilo Laurentino; Natália Volpato Hobold; Natanael de Medeiros; Taiana Bernardo Beza; Thuane Oenning Kuntz</i>) | 941 |
| EDUCAÇÃO EM SAÚDE NA ATENÇÃO BÁSICA: DIFICULDADES E ESTRATÉGIAS PARA PROMOÇÃO DA SAÚDE DA POPULAÇÃO ASSISTIDA (<i>Lucas Corrêa Preis; Aline Lemos Marciano; Greice Lessa; Jaqueline Caetano; Kassiane Dutra</i>) | 954 |
| EDUCAÇÃO EM SAÚDE NA ESCOLA: EXPERIÊNCIA EXITOSA PARA A PRÁTICA PROFISSIONAL EM ENFERMAGEM (<i>Giseli Orben; Kassiane Dutra; Simara Medeiros Martins; Silvia Salvador do Prado; Giseli Boeng Della Giustina</i>) | 964 |
| ESQUIZOFRENIA: CARACTERÍSTICAS, INFLUÊNCIA GENÉTICA, ALTERAÇÕES CEREBRAIS E O AUXÍLIO DO CENTRO DE ATENÇÃO PSICOSSOCIAL (CAPS) NO TRATAMENTO DA DOENÇA (<i>Débora Bergmann; Juliana Costa Gomes da Costa; Jenifer Vieira Rodrigues; Cláudio Sérgio da Costa; Adalberto Alves de Castro</i>) | 974 |
| FATORES ASSOCIADOS ÀS FALHAS DO TRATAMENTO CONTRA A BACTÉRIA HELICOBACTER PYLORI: UMA REVISÃO DA LITERATURA (<i>Micheli Rodrigues de Souza; Alexandre Piccinini; Luiz Fábio Bianco; Ana Paula Bazo</i>) | 983 |
| FATORES DETERMINANTES PARA A DESISTÊNCIA DE JOVENS ATLETAS EM MODALIDADES INDIVIDUAIS DO MUNICÍPIO DE CRICIÚMA (SC) (<i>Dário Leopoldo dos Santos Neto; João Fabrício Guimara Somariva</i>) | 997 |

- HIPOTIREOIDISMO: INTERFERÊNCIAS FARMACOCINÉTICAS DA LEVOTIROXINA E PATOLOGIAS RELACIONADAS (*Raquel de Melo Scheid; Charlene Martins; Rick Wilhiam de Camargo; Morgana Maria Cascaes Montanha; Adalberto Alves de Castro*) 1008
- ÍNDICE DE MORTALIDADE POR CÂNCER DE MAMA EM SANTA CATARINA NO PERÍODO DE 2005-2014 (*Karla Pickler Cunha; Lenise de Souza Geremias; Marcela Rohden*) 1018
- INSATISFAÇÃO SEXUAL NA RELAÇÃO CONJUGAL: UMA ABORDAGEM COGNITIVA COMPORTAMENTAL (*Pátia Francy Kùlkamp da Silva; Rosane Romanha*) 1028
- LEVANTAMENTO EPIDEMIOLÓGICO DOS MAUS TRATOS CONTRA A CRIANÇA E ADOLESCENTE (*Lilian Fabianni Bastos; Alana Patrício Stols Cruzeta; Giseli Orben; Karla Pickler Cunha*) 1041
- MOTIVOS DE ATRASO NO ESQUEMA VACINAL: UMA PESQUISA DE REVISÃO (*Jaqueline Caetano; Kassiane Dutra; Greice Lessa; Aline Lemos Marciano; Lucas Corrêa Preis*) 1051
- PERFIL EPIDEMIOLÓGICO: ESTUDO DO SUICÍDIO NA REGIÃO CARBONÍFERA CATARINENSE DE 1996 A 2014 (*Paloma Bittencourt*) 1061
- POLÍTICA NACIONAL DE EDUCAÇÃO PERMANENTE EM SAÚDE – PNEPS: OS CAMINHOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA POLÍTICA PÚBLICA (*Luciano Silveira Pacheco de Medeiros; Priscyla Waleska Targino de Azevedo Simões; Luciane Bisognin Ceretta; Marco Antônio de Medeiros; Lisiane Tuon*) 1071
- POSSÍVEIS CAUSAS ENVOLVIDAS NO DESENVOLVIMENTO DO CÂNCER DE MAMA EM UM MUNICÍPIO DO SUL DE SANTA CATARINA (*Francieli Canton; Candice Steckert da Silva; Fabrício Eládio Felisbino; Andressa Córneo Gazola*) 1082
- RISCO OCUPACIONAL DOS QUIMIOTERÁPICOS: A ROTINA DA EQUIPE MULTIPROFISSIONAL DE UM HOSPITAL DA REGIÃO SUL DE SANTA CATARINA (*Dandara da Silva Walter; Kelli Pazeto Della Giustina; Sirlí Resin; Morgana da Silva Del Canale; Aline Lemos Marciano*) 1096
- TAXA DE MORTALIDADE POR INFARTO AGUDO DO MIOCÁRDIO EM SANTA CATARINA NO PERÍODO DE 2005 A 2014 (*Lucas Corrêa Preis; Ana Paula Bazo; Giseli Orben; Kelli Pazeto Della Giustina; Greice Lessa*) 1110
- TRANSEXUALIDADE: UM OLHAR SOBRE SUAS DEFINIÇÕES E A VIOLÊNCIA (*Aline Kemper; Gabriela Vidal; Lucas Silva; Miriam Fialho*) 1124
- UM ESTUDO SOBRE O USO DE SUBSTÂNCIAS PSICOATIVAS POR ACADÊMICOS DE UM CENTRO UNIVERSITÁRIO LOCALIZADO AO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA (*Geison Antunes João; Sirlí Resin; Luciano Corrêa; Karla Pickler Cunha; Rodrigo Moraes Kruehl*) 1133

Área temática:
Estudos e Experiências em Administração e Ciências Contábeis

| | |
|--|------|
| A ATUAÇÃO DE EMPRESAS DA AMUREL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL (Luan Philippi Machado, Andreza Baschiroto Soethe; Flávio Schlickmann) | 1146 |
| A INFLUÊNCIA DAS VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS SOBRE O RETORNO DAS EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO: UMA ABORDAGEM SETORIAL (Joana de Aguiar Estevão; Anderson Correa Benfatto; Mônica Da Rosa Mendonça; Thiago Rocha Fabris) | 1159 |
| A INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA O CICLO DE VIDA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR VAREJISTA (Maria Eirilucia Cruz Macêdo; Maria Socorro Carola do Nascimento) | 1173 |
| A PARTICIPAÇÃO DE EXECUTIVAS BRASILEIRAS E MEXICANAS EM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS (Manuela Goulart; Julio César Zilli; Adriana Carvalho Pinto Vieira; Michele Domingos Schneider, Débora Volpato) | 1188 |
| A PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA PESQUISA REALIZADA NAS INDÚSTRIAS DO MUNICÍPIO DE ORLEANS SC (Maira Fernandes Wiggers; Luiz De Noni; Marcos Volpato Lubave; Rovânio Bussolo; Vilmar Vandressen) | 1203 |
| A UTILIZAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE LAURO MÜLLER/SC (Paola Freiburger; Silvia Verona Zanol) | 1218 |
| ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE VOLKSWAGEN E MARCOPOLO CONFORME RELATÓRIOS GRI (Alessandro Cruzetta; Danilo Barbosa de Arruda; Fabrício Schambeck; Berto Varmeling; Mario Sergio Bortolatto) | 1233 |
| ANÁLISE DA IMPLANTAÇÃO DO ESOCIAL EM DUAS EMPRESAS DA CIDADE DE BRAÇO DO NORTE (Hélita Delfino Bredun; Michele Barreto Cattaneo; Pedro Zilli; Regiane Silva; Valdirene Baggio Pereira) | 1248 |
| ANÁLISE DOS ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE O PROCESSO DE COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO: UM LEVANTAMENTO SOBRE AS MELHORES PRÁTICAS EM ORGANIZAÇÕES (Haniel Joaquim; Thiago Henrique Almino Francisco; Yuri Borba Vefago) | 1259 |
| ANÁLISE GERENCIAL NA PRODUÇÃO DE SUÍNOS (UPL) DE UMA PROPRIEDADE RURAL (Solange Fontanella; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco; Ismael Mazzuco; Hermann Joseph Braun; José Sadi Borges Junior) | 1270 |
| ASPECTOS RELEVANTES DA RESOLUÇÃO DO CFC Nº 1.502/2016, QUE DISPÕE SOBRE O CADASTRO NACIONAL DE PERITOS CONTÁBEIS (Juliano Dela Vedova; Luiz De Noni; Edvania dos Reis Garcia; Fernando Marcos Garcia) | 1286 |
| BENEFÍCIOS DO MARKETING PLANEJADO (Bruna Marchetti; Rovânio Bussolo; Karen Q. Cavichioli Homann; Jacira Aparecida de Souza Wagner Zanatta) | 1302 |
| CONTROLADORIA E CONTROLES INTERNOS: PESQUISA REALIZADA NAS INDÚSTRIAS DO SEGMENTO DE PLÁSTICO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS (Jerusa Redivo Jung; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco; Ismael Mazzuco) | 1316 |

| | |
|---|------|
| CONTROLE DO ESTOQUE DE EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL (Gabriela Longo Silvestre; Rovânio Bussolo; Jean Bussolo Antunes; Andreza Baschiroto Soethe) | 1332 |
| CONVERGÊNCIAS ENTRE SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES BRASILEIRAS EM UMA BASE DE DADOS (Camila Machado Bardini; Mariana Pereira Westrup; Maristela Quartiero De Faveri; Melissa Watanabe) | 1345 |
| DESENVOLVIMENTO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA EMPRESA: BRASIPLA INDÚSTRIA E COMERCIO LTDA (Mario Sergio Bortolatto; Emerson Luciano; Jennifer Zomer Spindola; Felipe Wanderlind; Murilo Leal) | 1360 |
| DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA: UM ESTUDO DAS COMPETÊNCIAS ADOTADAS PELA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS (Jaqueline Bitencourt Lopes; Ana Paula Silva dos Santos; Cristina Keiko Yamaguchi) | 1370 |
| ECONOMIA SOLIDÁRIA E SOCIAL: UMA ARTICULAÇÃO COM O EMPODERAMENTO/EMPOWERMENT (Anderson Correa Benfatto; Ana Paula Silva dos Santos; Karoline Brasil de Oliveira; Cristina Keiko Yamaguchi) | 1384 |
| ESTILOS DE LIDERANÇA E SUA INFLUÊNCIA NA CULTURA ORGANIZACIONAL (Viviane Bussolo Mazzuco; Adriana Zomer de Moraes) | 1399 |
| ESTUDO DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE INTERNO EM UMA EMPRESA DO RAMO PLÁSTICO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS/SC (Vanilda Maria Antunes Berti; Fernanda da Silva) | 1413 |
| O ESTUDANTE COMO PROTAGONISTA DO PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM NA CONSTRUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO (Ricardo Pieri; Kátia Aurora Dalla Libera Sorato; Almerinda Tereza Bianca Bez Batti Dias) | 1426 |
| O IMPACTO DA APLICAÇÃO DA NOVA LEGISLAÇÃO DO EMPREGADO DOMÉSTICO – UMA PESQUISA COM OS EMPREGADORES E EMPREGADOS DO MUNICÍPIO DE SÃO LUDGERO – SC (Marina Michels; Jádina De Nez; Luiz de Noni; Marcos Volpato Lubave; José Sadi Borges Júnior) | 1438 |
| O PROCESSO DE FORNECIMENTO DE INSUMOS INDIRETOS NA CONFECÇÃO: UMA ANÁLISE DESCRITIVA (Bruna Inácio da Rosa; Michele Domingos Schneider; Júlio César Zilli; Adriana Carvalho Pinto Vieira; Débora Volpato) | 1451 |
| OS CUSTOS DE PRODUÇÃO CONFORME O SISTEMA DE CUSTEIO ABC: UM ESTUDO DE CASO NUMA EMPRESA FABRICANTE DE MATERIAIS DE LIMPEZA DO SUL DE SC (Elton John de Melo Batista; Jádina De Nez; Luiz De Noni; Marcos Lubave Volpato; Volnei Margotti) | 1466 |
| PRODUTOR RURAL: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE TRIBUTAÇÃO PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA EM DUAS PROPRIEDADES RURAIS DE ORLEANS-SC (Rubia Cancelier Eing; Luiza Leandro da Silva; Alessandra Knoll) | 1480 |
| PRÁTICAS DA INICIAÇÃO CIENTÍFICA: A CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO (Priscila Machado Zanela Luana Figueira Reus; Ana Paula Silva dos Santos; Cristina Keiko Yamaguchi) | 1491 |

| | |
|---|------|
| PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DA COOPERATIVA PIONEIRA DE ENERGIA NO MUNICÍPIO DE FORQUILHINHA – SC (<i>Ramiris da Rosa Peruchi; Julio César Zilli; Adriana Carvalho Pinto Vieira; Michele Domingos Schneider</i>) | 1510 |
| QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOCENTE E DESEMPENHO DISCENTE: UM ESTUDO NAS UNIVERSIDADES CATARINENSES QUE OFERTAM GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS (<i>Eduardo T. Castanha; Andréia Cittadin; Dourival Giassi; Januário J. Monteiro; Milla Guimarães</i>) | 1525 |
| SISTEMA DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL DAS OBRIGAÇÕES FISCAIS, PREVIDENCIÁRIAS E TRABALHISTAS (eSOCIAL): OS DESAFIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE ROTINAS DIANTE DA GESTÃO ORGANIZACIONAL (<i>Melissa Chanazis Valentini; Adriana Carvalho Pinto Vireira; Cristina Keiko Yamaguchi</i>) | 1540 |
| TERCEIRO SETOR E SERVIÇOS: REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER (<i>Adriana Zomer de Moraes; Mirele Cruz Debiasi Périco</i>) | 1555 |
| TRANSFORMAR A PERSPECTIVA DE TRABALHO ATRÁVES DO SOCIODRAMA (<i>Lays Jasper; Letícia Souza; Thuane Oenning Kuntz; Alexandra Sombrio Cardoso</i>) | 1566 |
| UMA ANÁLISE DOS TRAÇOS DO CONSUMIDOR: OS DESAFIOS SOB A PERSPECTIVA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO (<i>Marina de Bettio Topanotti; Thiago Henrique Almino Francisco; Yuri Borba Vefago</i>) | 1578 |

**Área temática:
Estudos e Experiências em Direito**

| | |
|---|------|
| A ATIVIDADE PROBATÓRIA DO MAGISTRADO NO PROCESSO DE CONHECIMENTO À LUZ DO NOVO CPC (<i>Amanda Santa Helena; Edson Lemos; Fábio Boeing; Pedro Zilli Neto; Márcia Zomer Rossi Mattei</i>) | 1594 |
| A PROPRIEDADE PREDIAL E TERRITORIAL URBANA NO MUNICÍPIO DE BRAÇO DO NORTE/SC (<i>Wilson Schlickmann Junior; Fabrício Trevisol Bordignon</i>) | 1609 |
| A RESPONSABILIDADE DOS VEREADORES POR SEUS VOTOS NOS PROJETOS DE LEI (<i>Pedro Antonio Crocetta</i>) | 1624 |
| ANÁLISE DAS CONDIÇÕES DA AÇÃO E DOS PRESSUPOSTOS PROCESSUAIS NO NOVO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL (<i>Edson Lemos; Leziane Santana da Silva; Victor Jorge de Bitencourt; Pedro Zilli Neto; Márcia Zomer Rossi Mattei</i>) | 1635 |
| CONCILIAÇÃO, MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM: EQUIVALENTES JURISDICIONAIS SISTÊMICOS PARA A JUSTIÇA E CELERIDADE PROCESSUAL (<i>Fábio Boeing; Edson Lemos; Maria Helena Backes</i>) | 1645 |
| CONSELHO TUTELAR: ATUAÇÃO DO ÓRGÃO E NÍVEL DE CONHECIMENTO DA POPULAÇÃO DE LAURO MÜLLER – SC (<i>Lais Zanini Lopes; Michele Barreto Cattaneo</i>) | 1660 |
| DEMOCRACIA E POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA INTER-RELAÇÃO IMPORTANTE PARA A CONCRETIZAÇÃO DA CIDADE E LEGITIMIDADE POLÍTICA (<i>Alexandre de Almeida Turela; Diogo Lentz Meller</i>) | 1670 |

| | |
|--|------|
| DEMOCRACIA EM XEQUE: A ESCOLA SABE DO QUE ESTÁ FALANDO? (<i>Elielton dos Santos Gonçalves; Wanderson Maurício Aguiar da Silva; William Kennedy do Amaral Souza</i>) | 1686 |
| DIREITOS FUNDAMENTAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES E POLÍTICAS PÚBLICAS: A EXTRAFISCALIDADE COMO MEIO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA O FUNDO DA INFÂNCIA E ADOLESCÊNCIA (<i>Diogo Lentz Meller; Alexandre de Almeida Turela</i>) | 1698 |
| EDUCAÇÃO PARA A IGUALDADE DESDE UMA PERSPECTIVA DE GÊNERO NO ENSINO JURÍDICO (<i>Luiza Simões Cozer</i>) | 1713 |
| EXPLORAÇÃO DE CARVÃO MINERAL A CÉU ABERTO NA REGIÃO DE SANTANA/ URUSSANGA/SC: A NÃO RECUPERAÇÃO DAS ÁREAS DEGRADADAS (<i>Mariane Albino; Fabricio Trevisol Bordignon; Fernando Pavei; Michele Barreto Cattaneo; Ramirez Zomer</i>) | 1725 |
| IMPORTÂNCIA DAS ENTIDADES SOCIAIS PARA A INTEGRAÇÃO DOS IMIGRANTES HAITIANOS E AFRICANOS NO MUNICÍPIO DE ORLEANS/SC (<i>Patrício Raduvanski Torres; Joélia Walter Sizenando Balthazar</i>) | 1741 |
| INSTITUIÇÕES COMUNITÁRIAS DE ENSINO SUPERIOR: UMA DISCUSSÃO SOBRE A NATUREZA JURÍDICA (<i>Marlene Alberton Monteguti; Vilmar Vandresen; William Casagrande Candiotto</i>) | 1753 |
| PERÍCIA AMBIENTAL: ANÁLISES QUÍMICAS APLICADAS NA BARRAGEM DA SAMARCO (<i>Daniely Gonçalves; Fernando Scremin; Jéssica de Oliveira; Maiane Virgínio; Almir Corrêa</i>) | 1766 |
| POR UMA NARRATIVA DESCONTÍNUA DA DEMOCRACIA: POSSIBILIDADES DE RESSIGNIFICAÇÃO ATRAVÉS DE UMA CRÍTICA AO MODELO LIBERAL REPRESENTATIVO (<i>Diogo Lentz Meller</i>) | 1777 |
| RESPONSABILIDADE CIVIL DOS PAIS COM SEUS FILHOS: UMA REFLEXÃO NO ÂMBITO EDUCACIONAL DO MUNICÍPIO DE SÃO LUDGERO/SC (<i>Flávia Raldi Werncke; Márcia Zomer Rossi Mattei; Regiane Viana da Silva</i>) | 1793 |

Área temática:

Estudos e Experiências em Tecnologia e Informação

| | |
|--|------|
| A INDÚSTRIA TÊXTIL ALÉM DO VESTUÁRIO (<i>Fabiana Sartori Magagnin; Jaqueline Velho Araújo</i>) | 1810 |
| ACESSIBILIDADE DA PREFEITURA MUNICIPAL, DA CÂMARA DE VEREADORES E DA SAMAE ETA/ETE DE UM MUNICÍPIO DE PEQUENO PORTE DO SUL DE SANTA CATARINA (<i>Bianca Ballmann; Bruna Bett de Carvalho; Thalía Serafim Corrêa; Glauce Warmeling Duarte; Camila Lopes Eckert</i>) | 1827 |
| ANÁLISE PREDITIVA UTILIZANDO MINERAÇÃO DE DADOS EM UMA EMPRESA DO RAMO DE ALIMENTOS (<i>Raphael Fuchter; Wesley Fuchter; Rudiney Marcos Herdt; Max Pereira; Alessandro Zanini</i>) | 1837 |

- APLICATIVO ANDROID PARA AUXILIAR NA GESTÃO DE INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO DE INTERNET VIA RÁDIO (*Alencar Heidemann; Marcelo de Moraes Schambeck; Nacim Miguel Francisco Júnior; Richard da Silva*) 1848
- BIOMONITORAMENTO DO AR COM O BIOINDICADOR CORAÇÃO ROXO (*Tradescantia pallida* (Rose) D.R. Hunt) NO MUNICÍPIO DE MORRO DA FUMAÇA, SANTA CATARINA, BRASIL (*Julio Becker Pavani; Kristian Madeira; Miriam da Conceição Martins*) 1863
- BOBINA DE TESLA: A EFICIÊNCIA DA ENERGIA SEM FIO (*Ana Paula Cipriano; Nathalia Policarpo; Anderson Volpato Alves*) 1878
- DIAGNÓSTICO DAS CONDIÇÕES DE ACESSIBILIDADE DAS RUAS DO ENTORNO DA IGREJA MATRIZ DO MUNICÍPIO DE BRAÇO DO NORTE (*Bruna Hilário Espindola; Caroline Schlickmann; Cíntia Rodrigues Madalena; Gabriel Siqueira Sombrio; Moniky Ignêz de Bona Soares*) 1888
- DIRETRIZES PARA IMPLANTAÇÃO DA SEPARAÇÃO E COLETA SELETIVA DE RESÍDUOS SÓLIDOS NO UNIBAVE, CAMPUS ORLEANS, SC (*Hélder Righetto Jung; James Polz; Marcia Raquel Ronconi de Souza; Mauro Zavarize; Renata Righetto Jung Crocetta*) 1899
- ENERGIA GEOTÉRMICA: APLICAÇÕES NO BRASIL (*Elaine Oliveira Brizola Silva; Solange Vandresen*) 1910
- ESTIMATIVA DA VAZÃO PARA FUTURA INSTALAÇÃO DE UM SISTEMA DE DRENAGEM NA RUA DE ACESSO AO BLOCO F, DO CENTRO UNIVERSITÁRIO BARRIGA VERDE – UNIBAVE, EM ORLEANS/SC (*Gabriela Pereira; Bruno de Pellegrin Coan; Antônio de Luca; Odir Coan*) 1919
- ESTUDO DA REUTILIZAÇÃO DO RESÍDUO DE POLIMENTO DE PORCELANATO: UMA BREVE REVISÃO (*Dailson Renato Umbelino; Daniel Magagnin; Josué Alberton; Karina Donadel Carvalho; Silvia Maria Martelli*) 1934
- ESTUDO DA UTILIZAÇÃO DE AGREGADOS DE BORRACHA E POLIMENTO DE PORCELANATO PARA CONFECÇÃO DE BLOCOS DE PAVIMENTOS (*Carolina Bittencourt; Daiane Ascari; Filipe Rossi; Glaucea Warmeling Duarte; Josué Alberton*) 1949
- FAZIO - PROTÓTIPO DE GERENCIAMENTO FINANCEIRO PARA O CLUBE DE MÃES DO MUNICÍPIO DE SÃO LUDGERO (*Lucas Guilherme Burato da Silva; Roberval Silva Bett; Nacim Miguel Francisco Júnior; Johnny Pereira*) 1960
- GESTÃO DE CUSTOS E A MÁ QUALIDADE NA ELABORAÇÃO DE ORÇAMENTOS EM OBRAS DE CONSTRUÇÃO DE EDIFÍCIOS: O CASO DE UMA CONSTRUTORA COM CINCO ANOS NO MERCADO DO SUL DO ESTADO DE SANTA CATARINA (*Júlio Preve Machado; Camila Lopes Eckert; Claudio da Silva; Gabriel Siqueira Sombrio; Odir Coan*) 1974
- ISO 14000: CONSIDERAÇÕES ACERCA DE SEU PANORAMA BRASILEIRO, BENEFÍCIOS E CRÍTICAS ENFRENTADAS DIANTE DE SUA IMPLANTAÇÃO (*Fabiana Sartori Magagnin; Macson Rodrigues*) 1986

| | |
|--|------|
| O CENÁRIO DA ESCOLARIDADE E DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOS TRABALHADORES DA CONSTRUÇÃO CIVIL: ESTUDO DE CASO EM FLORIANÓPOLIS/SC (<i>Maria Luiza Tremel de Faria; Leticia Mattana; Lisiane Ilha Librelotto; João Carlos Souza</i>) | 1997 |
| PL CONSULTA: CONSULTA AO PLANO DE ENSINO (<i>Diego Bianco Boger; Marcelo de Moraes Schambeck; Nacim Miguel Francisco Júnior</i>) | 2011 |
| PROBLEMAS NA QUALIDADE DA ÁGUA ENGARRAFADA (<i>Larissa Miranda; Luana Furlan Orbem; Milene Marques Da Corejo; Taynara França Silvério; Luciano Giassi</i>) | 2022 |
| PRODUÇÃO DE ESTOPA: OPORTUNIDADE DE RECICLAGEM DE RESÍDUO TÊXTIL (<i>Cleber Zomer; Dimas Ailton Rocha; Glaucea Warmeling Duarte; Josué Alberton; Solange Vandresen</i>) | 2033 |
| PROTÓTIPO PARA ADMINISTRAÇÃO DE IGREJAS (<i>Lemuel Pereira; Nacim Miguel Francisco Junior; Richard da Silva; Ricardo Alexandre Vargas Barbosa</i>) | 2047 |
| TALHA EXPONENCIAL: IMPORTÂNCIA E CONSTRUÇÃO COMO PROJETO INTEGRADOR NAS DISCIPLINAS BÁSICAS DE ENGENHARIA (<i>Bruno Bibiano; Leonardo Moraes; Marcos Crotti Zanini; Lucas Crotti Zanini; Rosivete Coan Niehues</i>) | 2060 |
| TRATAMENTO TÉRMICO DE METAIS E METALOGRAFIA: AULA PRÁTICA COMO INSTRUMENTO DE APRENDIZAGEM (<i>Cristina Loch Stopasolli; Jardel Kestring; Hilar Heidmann Michels; Almir Francisco Corrêa; Lucas Crotti Zanini</i>) | 2070 |

Área temática:

Estudos e Experiências em Ciências Agroveterinárias

| | |
|---|------|
| ADUBAÇÃO NITROGENADA EM PASTAGENS: A IMPORTÂNCIA PARA O AUMENTO DA PRODUÇÃO DE FORRAGEM (<i>Marcelo Suzuki Calixto</i>) | 2082 |
| ANALGESIA MULTIMODAL EM CIRURGIA DE AMPUTAÇÃO DE MEMBRO TORÁCICO POR MASTOCITOMA – RELATO DE CASO (<i>Luara da Rosa; Carla Dezan de Lorenzi Cancelier; Karen Suzane Fuchs; Laura Vieira Tonon</i>) | 2093 |
| ANÁLISE TÉCNICA AMBIENTAL DAS CONDIÇÕES PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE REAPROVEITAMENTO DE PNEUS USADOS NO MUNICÍPIO DE ORLEANS, SC (<i>Juliana Cardoso Hoffmann; Marcia Raquel Ronconi de Souza; Elder Tschoseck Borba; James Polz; Claudio Silva</i>) | 2106 |
| AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS ASSOCIADOS EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS E SERVIÇOS PRESTADOS PELO POSTO DE ATENDIMENTO DA COOPERATIVA CRESOL NO MUNICÍPIO DE LAURO MÜLLER (SC) (<i>Eduardo Gonzaga Bett; Luiz Osvaldo Coelho; Teresinha Baldo Volpato; Eduardo do Nascimento Aquini; Andréa Andrade Alves</i>) | 2119 |
| AVALIAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DE ESPÉCIES FLORESTAIS EXÓTICAS EM ÁREA DEGRADADA PELA MINERAÇÃO DE CARVÃO A CÉU ABERTO (<i>Eduardo Gonzaga Bett; James Alexandre Polz; Marcia Raquel Ronconi de Souza; Elder Tschoseck Borba; Mauro Zavarize</i>) | 2130 |

- AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL DA AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO/RS (*Gilmar Luiz Mumbach; Ari Sothe; Marcos José Hensel; Camila Adaime Gabriel; Verner Lauxen*) 2140
- AVALIAÇÃO MICROBIOLÓGICA E FÍSICO-QUÍMICA DA CARNE MOÍDA RELACIONADA À VALIDADE (*Maria Luciola Colombi da Silveira; Samara Paula Mattiello; Diego Heinzen; Ana Isabel Pereira Cardoso*) 2151
- BOAS PRÁTICAS DE FABRICAÇÃO: IMPLEMENTAÇÃO EM ENTREPOSTO E AÇOUGUE TIPO B DE UM SUPERMERCADO (*Ana Cláudia Pereira Cardoso; Andressa Steffen Barbosa; Ana Isabel Pereira Cardoso*) 2164
- CANDIDIASE EM ESPÉCIME DE CALOPSITA (NYMPHICUS HOLLANDICUS) – RELATO DE CASO (*Laura Tonon; Livia Gonçalves da Silva Valente; Vitória Vargas; Larissa Américo; Carla Cancellier*) 2173
- CONSERVAÇÃO DE ALIMENTOS POR MEIO DO MÉTODO DE IRRADIAÇÃO: UMA ÊNFASE NA PRESERVAÇÃO DE FRUTAS E LEGUMES (*Jennifer Zomer Spindola; Mateus Godinho; Matusalem Fornasa Demetrio; Rafael Mello Cardoso; Luciano Giassi*) 2182
- CORREÇÃO DA ACIDEZ E DISPONIBILIDADE DE NUTRIENTES NO SOLO EM FUNÇÃO DA APLICAÇÃO DE RESÍDUO ALCALINO DA INDÚSTRIA DE PAPEL E CELULOSE (*Letícia Moro; Marcia Aparecida Simonete; Maria Tereza Warmling; Patrícia da Silva Paulino; Maria Izabel Warmling*) 2192
- DESEMPENHO DE FORRAGEIRAS DE INVERNO SOB DOIS NÍVEIS DE LUMINOSIDADE EM SISTEMA SILVIPASTORIL (*Luiz Henrique Roecker; Janaina Veronezi Alberton; Guilherme Doneda Zanini; Taís Michelin Maciel*) 2203
- DRENAGEM ÁCIDA DE MINERAÇÃO DO CARVÃO NA BACIA CARBONÍFERA DO ESTADO DE SANTA CATARINA E SEUS EFEITOS EM PEIXES (*Eduardo do Nascimento Aquini; José Eduardo Amaral; Luiz Oswaldo Coelho; Douglas Bardini Silveira; Jonis Baesso Ghizzo*) 2214
- EFEITO DE DOSES DE CALCÁRIO E GESSO EM ATRIBUTOS QUÍMICOS DE SOLO CULTIVADO COM *Eucalyptus dunnii* (*Camila Adaime Gabriel; Marcia Aparecida Simonete; Letícia Moro; Priscylla Pflieger; Gilmar Luiz Mumbach*) 2226
- ESTUDO DA PLURIATIVIDADE NA AGRICULTURA FAMILIAR EM LAURO MULLER – SC (*Teresinha Baldo Volpato; Morgana de Souza Elias; Guilherme Doneda Zanini; Andréa Andrade Alves; Eduardo Bett*) 2235
- FITOTERAPIA: SUSTENTABILIDADE NO CONTROLE DE ECTOPARASITAS NA BOVINOCULTURA (*Henrique Lima dos Santos*) 2245
- HIPERPLASIA FIBROADENOMATOSA DOS FELINOS: RELATO DE CASO (*Daniel S. L. Bernardes; Denise R. Gastaldon; Vitória C. Vargas; Laura Vieira Tonon; Livia Gonçalves da Silva Valente*) 2257
- LISTERIOSE EM OVINOS: OCORRÊNCIA DE 11 SURTOS NA REGIÃO DA SERRA CATARINENSE (*Camila Zomer Spindola; Carla Dezan de Lorenzi Cancellier; Elizabeth Baggio Batista; Thierry Grima de Cristo; Luara da Rosa*) 2266

-
- PESQUISA DA LEISHMANIOSE EM CÃES NOS MUNICÍPIOS DE SÃO FRANCISCO DO SUL E JOINVILLE, SC (*Elizabeth Baggio Batista; Camila Zomer; Thierry Cristo Grima; Flávia Henrique; Deolinda Maria Vieira Filha Carneiro*) 2277
- RESÍDUOS DE CAMA AVIÁRIA: DISPONIBILIDADE DE NUTRIENTES E VIABILIDADE PARA O CULTIVO DE MILHO E SOJA (*Gilmar Luiz Mumbach; Luciano Colpo Gatiboni; Carlos Augusto Augustin; Guilherme Kender Drosemeier; Jaíne Naiara Bonin*) 2286
- TUMORES CARDÍACOS PRIMÁRIOS E METASTÁTICOS EM CÃES E GATOS: ESTUDO RETROSPECTIVO (2011-2015) (*Thierry Grima de Cristo; Camila Zomer Spindola; Elizabeth Baggio Batista; Claudia Martins Galindo; Renato Silva de Sousa*) 2297
- USO DO ANTI-INFLAMATÓRIO MELOXICAM NA CLÍNICA DE EQUINOS (*Guilherme Valente de Souza; Israel Ricardo; Gabriel Pereira Berti; Fernanda Carlini Cunha dos Santos; Murilo Farias Rodrigues*) 2310

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

A ATUAÇÃO DE EMPRESAS DA AMUREL NO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Gestão Estratégia das Organizações.

Luan Philippi Machado¹, Andreza Baschiroto Soethe¹ Flávio Schlickmann¹

¹ Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE

Resumo: Com o constante desenvolvimento social, avanços tecnológicos e acessibilidade econômica, é comum observar as ligações comerciais entre diferentes países e culturas. Por isso, o comércio internacional está se difundindo de forma contínua, e gradativa, o que disponibiliza uma maior fonte de acesso a novas ideias e socializações. O presente artigo pretende demonstrar o quão importante é o comércio entre diferentes países, buscando associar as melhores técnicas e a relação dessas economias. Com o enfoque em empresas da região da Amurel, buscou-se caracterizar primeiramente a globalização de forma ampla, a importância dos processos de importação e exportação, e posteriormente, um enfoque principal na economia brasileira, nos pequenos empreendimentos, e os passos à internacionalização. De forma linear, os assuntos foram dispostos de maneira sequencial, tornando o entendimento facilitado, demonstrando a real importância das negociações internacionais para as empresas da Amurel.

Palavras - chave: Comércio Internacional. Globalização. Amurel.

Introdução:

O mercado está cada dia mais competitivo, e para muitas empresas o mercado nacional não suporta mais a concorrência acirrada, ou até mesmo não supre a quantidade de produtos disponíveis à comercialização. A exportação está se tornando o destino de muitas empresas no processo de ampliação de mercado, abrindo verdadeiras portas competitivas, modernizando processos e qualificando profissionais. Assim como a importação, tornou-se o meio de empresas nacionais adquirirem produtos necessários para a industrialização dos seus, e a comercialização futura. O presente estudo tem por interesse, apontar as melhores maneiras de atuação que uma empresa pode ter na inserção ao comércio internacional.

Para que se possa inserir em um novo mercado, torna-se necessária a avaliação das capacidades técnicas e operacionais de uma empresa, assim como o constante aperfeiçoamento das novas tarefas a serem tomadas neste processo. Assim, constitui-se um importante passo para o caminho à internacionalização, de

maneira que a instituição dispense uma maior atenção em assuntos agora também internacionais, como a escolha e obtenção de novos clientes/fornecedores, legislações vigentes e novas entrantes, capacidade produtiva e financeira, apoio profissional especializado, dentre outros (MINERVINI, 2008).

Através de entrevistas com empresas regionais que atuam no comércio internacional, tem-se por objetivo com este trabalho destacar quais os principais pontos a serem estudados por empresas que atuam ou irão atuar no comércio internacional, seja por meio de importação ou exportação. Quais as principais fontes de informação a serem seguidas, procedimentos e técnicas que devem e que não devem ser usadas pelas empresas.

Com uma abordagem de pesquisa qualitativa, o presente estudo baseou-se nos principais autores da área, de forma a confrontar os dados do estudo com a coleta de dados nas pesquisas das instituições entrevistadas, que são estas empresas do mercado regional, com participação no mercado internacional.

De forma a facilitar o entendimento dos assuntos tratados, a apresentação do tema foi disposta partindo de forma ampla, até o enfoque principal. Foram tratados assuntos mais abrangentes como a globalização e as formas de atuação no mercado, seja pela importação ou exportação, a inserção da economia brasileira, as formas de atuação de empresas da região neste novo mercado, e suas possíveis problemáticas.

Considerando este tema, de real importância no mundo atual, faz-se necessário esta pesquisa para a obtenção de informações claras e construtivas, para que assim, a exploração deste tipo de comércio seja eficiente.

Globalização

Dias (2004), afirma que a globalização tem como características: constante transformações, devido a Terceira Revolução Científico-Tecnológica; unificação das escalas produtivas, agora mundial, dividia entre diferentes escalas entre os países; produtos globais, produzido em partes, por países diferentes; queda de barreiras alfandegárias, para a facilidade na abertura comercial; início de blocos econômicos regionais; diminuição da autonomia, nos centros de controle de política.

O processo de globalização permite as empresas, um crescimento mútuo, onde o desenvolver de parcerias possibilitem ganhos econômicos. Dom Raymundo Damasceno apud (COUTINHO, 2008, p. 25) “A globalização tem aspectos positivos.

Cria vínculos entre os países, favorece o intercâmbio cultural entre pessoas, promove o acesso a bens de consumo e serviços, a preços mais acessíveis”

O mundo globalizado e as novas oportunidades de crescimento, demonstram que a união de grandes economias, nas trocas de seus produtos e serviços, tornam-se grandes ferramentas para o desenvolvimento econômico, “os negócios internacionais representam importância crescente na atividade econômica de grande parte das nações” (LUDOVICO, 2009, p. 11).

Inicia-se então o processo primordial para as empresas, a internacionalização, sendo “processo por meio do qual a empresa inicia suas operações fora do seu mercado de origem”(RABOCH; AMAL 2008). E é com esse processo que a integração de diferentes países que os consumidores acabam conhecendo os produtos de outras culturas, que com suas distancias tornavam-se até então impossíveis de conhecer.

Coutinho (2008, p. 71) diz, “Eu não creio que a globalização vá aumentar o desemprego ou a pobreza. Mas, a globalização pode implicar aumento das desigualdades”. O que demonstra que este processo não nos agride, apenas aos olhos de quem o quer ver.

Integração Econômica

A associação de diferentes economias, passa também pelo processo de adaptação e adequações de sua economia. A necessidade de novas práticas comerciais torna-se evidente, pois é o momento em que se criam laços econômicos para que, possa existir essa interação. Com diferentes perspectivas, Menezes e Filho esboçam alguns entendimentos.

Para alguns, a integração econômica se verifica quando os preços de todos os produtos iguais são equiparados em uma dada região. Haveria um só mercado em que se cobraria o mesmo preço para o mesmo bem. Para outros, a integração seria simplesmente a eliminação de barreiras econômicas entre duas ou mais economias. Um terceiro entendimento vê a integração como resultado da eliminação de todos os impedimentos para o comércio entre mais de um país e que, além disso, haja alguns mecanismos de coordenação geral nas economias integradas; o principal sinal da integração entre países seja a inexistência de alfândegas e postos de cobranças entre os parceiros integrados.(MENEZES, FILHO, 2006, p. 1)

Contudo, para que possa existir essa integração econômica entre os países, e possam assim expandir suas economias, são necessários seguir alguns passos e

ajustamentos, é indispensável ter uma política sólida, para que possa haver confiança dentre o mercado financeiro e garantir o Índice de Desenvolvimento Econômico.

Internacionalização

O mundo globalizado e as novas oportunidades de crescimento, demonstram que a união de grandes economias, nas trocas de seus produtos e serviços, tornam-se grandes ferramentas para o desenvolvimento econômico, “os negócios internacionais representam importância crescente na atividade econômica de grande parte das nações” (LUDOVICO, 2009, p. 11).

Inicia-se então o processo primordial para as empresas, a internacionalização, sendo “processo por meio do qual a empresa inicia suas operações fora do seu mercado de origem”(RABOCH; AMAL 2008). E é com esse processo que a integração de diferentes países que os consumidores acabam conhecendo os produtos de outras culturas, que com suas distancias tornavam-se até então impossíveis de conhecer.

O mercado internacional, traz consigo dificuldades ou obstáculos a serem driblados para um bom desenvolvimento e aproveitamento. Diante disso, Henrique (2010), descreve que alguns pontos merecem atenção especial, na hora de comercializar com outro país: O retorno pode vir no longo prazo: o receio com os primeiros contatos e negócios, podem não trazer vendas rentáveis, no entanto é desta forma que se inicia o processo de confiança e negociação; necessidade de adaptações no produto: assim como o país é diferente, a cultura e os costumes também são, e neste momento pequenas alterações nos produtos faz-se necessário para o progresso; necessidade de uma equipe especializada: novos países, novas línguas e uma necessidade primordial para haver uma boa comunicação, o domínio da língua do nosso cliente ou fornecedor; dor de cabeça causada por entraves logísticos no Brasil: demoras de chegadas, greves fiscais ou até mesmo deterioração de mercadorias, são problemas realmente desagradáveis, porém existente no mercado.

Desta forma empresas que estão no processo de internacionalização, devem de forma segura analisar suas reais necessidades, e a melhor forma de agir.

AMUREL

AMUREL, Brasil, descreve que para melhor coordenar, fortalecer a ação administrativa, econômica e social dos municípios de sua região, o estado de Santa

Catarina dividiu seus municípios em microrregiões, e assim constituiu-se a Amurel, estimulando uma cooperação intermunicipal para desenvolver as potencialidades de cada município.

O planejamento para o desenvolvimento, descreve a importância existente em vínculos que agregam conhecimento e experiências no convívio de busca por melhores oportunidades.

AMUREL, Brasil, comenta também que a finalidade dessa união de municípios se dá para além de fortalecer as capacidades tecnológicas e sociais destes, prestar assistência no planejamento local e regional de todos os municípios envolvidos, que são estes: Armazém, Braço do Norte, Capivari de Baixo, Grão Pará, Gravatal, Imaruí, Imbituba, Jaguaruna, Laguna, Pedras Grandes, Rio Fortuna, Sangão, Santa Rosa de Lima, São Ludgero, São Martinho, Treze de Maio e Tubarão. Fazendo com que assim se tenha uma união construtiva e que promova o desenvolvimento comum entre os municípios.

Procedimentos Metodológicos

O presente artigo tem o objetivo de analisar como se dá a participação de empresas da Amurel no comércio internacional. Com as constantes inovações e mudanças no mercado internacional, este estudo foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica, que pode dar uma compreensão maior do tema, e análise geral dos autores estudados.

[...] pode ser considerada um procedimento formal com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais. Significa muito mais do que apenas procurar a verdade: é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos. (LAKATOS, 2008, p. 43)

Para melhor estudar a realidade pesquisada, juntamente com os dados obtidos, fez-se necessário uma pesquisa, com uma abordagem qualitativa.

Pesquisa Qualitativa: considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. 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. (TAFNER, 2006, p. 122).

Para que se pudesse obter um conhecimento da realidade estudada, foi desenvolvido uma pesquisa exploratória, em forma de questionário aberto, para coletar as informações das entidades participantes da pesquisa, conseguindo assim mais informações da realidade vivida por essas empresas, e assim confrontar com os dados bibliográficos que se obteve para associar a prática com a teoria.

A fim de conseguir um conhecimento coerente a realidade vivida, as informações obtidas através dos questionários aplicados buscaram obter informações da região sul do estado de Santa Catarina. A Amurel – Associação de Municípios da região de Laguna – é formada por municípios que atuam no comércio internacional, e em diferentes setores, proporcionando assim uma forma de analisar também os diferentes ramos de comércio que a região pratica.

A Amurel que é constituída de 17 municípios, possui dentro desta regiões, distintas empresas e setores que participam do comércio internacional. Contudo, mesmo a pesquisa sendo aplicadas na maioria dos municípios, entre os meses de maio a agosto de 2012, foram obtidas respostas de apenas três empresas, situadas nos municípios de Gravatal, São Ludgero e Tubarão.

Resultados e Discussão

Com o objetivo de unir a realidade das empresas da região da Amurel ao conhecimento teórico, fez-se necessário a aplicação de um questionário em diferentes empresas da região, e com ramos distintos, para assim comparar e efetuar as possíveis conclusões diante do tema proposto. As empresas serão caracterizadas como empresas X, Y e Z, a X atuante no ramo metalúrgico, a Y que atua no ramo de molduras e a Z no ramo de confecção de roupas de cama, e serão analisadas suas colocações perante os dados pesquisados, que seguem:

A primeira pergunta realizada foi em relação ao segmento que a empresa trabalha. E como é hoje a posição da empresa no mercado, (crescimento, estabilidade ou declínio). As respostas foram: Empresa X - Nossa empresa trabalha no setor Metalúrgico, na produção de máquinas e equipamentos para cerâmica vermelha. Hoje no Brasil estamos entre as três maiores empresas do setor. Sendo que, entre as três empresas a única que possui capital totalmente nacional. Atualmente estamos presente em quase todos os países da América do Sul. Neste mercado também somos considerados pioneiros.

Empresa Y - Fábrica de esquadrias de madeira. Estabilidade. Empresa Z - A *** atua no segmento de cama, com foco em Travesseiros e Edredons de Penas e Plumas de Ganso. Hoje a *** está entre as líderes do segmento no mercado nacional, seguindo em crescimento.

A análise que se faz é que é possível perceber, que assim como se dá a atuação de uma empresa, se dá o comportamento de mercado. As atividades em crescimento proporcionam a empresa, maiores seguranças do que os setores em vezes menos favorecidos. Mesmo se tratando de diferentes ramos de atividade, a pequena região abrangida pela Amurel, possui fortes empresas atuantes no mercado internacional, até mesmo como líderes de mercados.

A pergunta 2 foi sobre como surgiu a possibilidade de a empresa trabalhar não somente com o mercado nacional, mas também atender outros países? E a quanto tempo já estão trabalhando com o mercado exterior? Empresa X - Iniciamos nossas exportações em 1982. Através da demanda por nossos produtos. A partir disto, a empresa viu uma oportunidade. Empresa Y - Surgiu através de contato em feiras. Atender outros países com o intuito de expandir as vendas e ter outra opção de economia. A *** começou a exportar no ano de 2003. Empresa Z - A *** já exportou para Países do MERCOSUL, mas com a baixa do dólar e com maior competitividade lá fora, pautou por focar no mercado nacional e no momento não está exportando.

Pode se perceber, que a demanda de certos produtos, e a obtenção de novos contatos, são essenciais para que se possa inserir em novos mercados. Mesmo antes da abertura comercial que se deu a partir da década de 90, as empresas da região já iniciavam suas práticas comerciais com diferentes países. E a interação e aproximação de atuantes no mercado pode beneficiar a empresa em melhores práticas, como cita Minervini:

A forma mais rápida e concreta seria visitar uma grande feira internacional do setor em que atuamos. Lá, é possível saber como estamos em relação a design, apresentação de produto, concorrência, tendência etc. Em alternativa à visita a feiras podemos realizar uma pesquisa prévia, para identificar mercados em que podemos encontrar condições de entrar de forma mais rentável, com custo e risco mínimos. (MINERVINI, 2008 p. 6).

A terceira pergunta foi sobre quais as adequações e as novidades que a empresa precisou dispensar mais atenção? Empresa X - O principal ponto para entrarmos em novos mercados foi a necessidade de termos profissionais qualificados,

com conhecimentos técnicos, para atender os clientes com qualidade e eficiência. Quanto ao produto, não foi preciso fazer grandes adequações, somente a tradução dos manuais e catálogos para o espanhol. Empresa Y - Espécie da madeira (cedroarana). Alteração em alguns modelos de portas (fora do padrão normal – mercado interno). Logística. Empresa Z – A empresa não respondeu à pergunta.

Pode-se constatar a necessidade de profissionais capacitados, bem como adequações a de produtos e/ou rotulagens, e a forma de distribuição. Dentre as preparações em que as empresas buscam na adequação de um novo mercado, os órgãos governamentais, disponibilizam também sites, como ferramentas de consulta e auxílio na obtenção de informação e solução nos problemas. Minervini (2008), relata que alguns mecanismos de apoio ao exportador que são sites de entidades indicadas a este fim, como o MDIC (www.mdic.gov.br), Siscomex (<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/siscomex/siscomex.htm>), Aprendendo a Exportar (www.aprendendoaexportar.gov.br), Vitrine do Exportador (www.vitrinedoexportador.gov.br). Dentre outros que dão suporte aos iniciantes e já atuantes no mercado internacional.

Quando perguntado se a empresa hoje atende com que frequência o mercado nacional e internacional? Existe sazonalidade para estes dois mercados?

A empresa X respondeu: Temos uma presença atuante no mercado nacional e internacional, seja na venda de máquina ou peças. A sazonalidade que encontramos é mais no mercado nacional, na região nordeste, onde temos o período de chuvas. Porém é difícil identificar a sazonalidade no mercado internacional, pois os clientes geralmente compram nossas máquinas quando querem aumentar sua produção ou montar uma nova cerâmica. Com relação a peças a procura depende da manutenção que cada ceramista faz em seu equipamento. Empresa Y - Hoje a *** atende 99% o mercado interno pelo fato de que a economia brasileira está em ascensão e o ramo da construção civil mantém o mesmo ritmo, enquanto que alguns países estão em crise financeira. Geralmente no segundo semestre aumentam as vendas, pelo fato de que o povo brasileiro tem o costume de fazer reformas ou construir para o final de ano. Empresa Z - Atende o mercado nacional de forma geral, conforme já citado na pergunta nº 2.

É evidente observarmos que mesmo com a demanda internacional de alguns setores manter-se atrativa, as empresas visam atender todo o mercado nacional, da mesma forma que a economia brasileira está auxiliando para que este processo

incentive ainda mais o desenvolvimento do país. O que também influencia para que alguns setores não tenham uma atratividade tão grande, é a comodidade do empresário brasileiro em querer resultados imediatos, e não se preparar para o ritmo internacional, como demonstra Minervini (2008), quando nos remete que os principais erros é a falta de pesquisa de mercado, planejamento de serviço de pós-venda, visão de curto prazo, falta de homogeneidade e transparência etc.

Quando perguntado se a matéria prima utilizada pela empresa, também é advinda de outros países? (se sim) A empresa é de alguma forma dependente de fornecedores internacionais? Empresa X - Atualmente trabalhamos somente com matéria prima comprada no Brasil. Empresa Y - Não. A matéria-prima é 100% brasileira. Inclusive a *** está investindo e usando cada vez mais a madeira reflorestada (eucalipto). Empresa Z - A *** importa suas principais matérias-primas: Penas, Plumas e Tecido. Isso devido à grande demanda e também pelo fato de ter uma matéria-prima de melhor qualidade no mercado externo. Devido a penas e plumas serem mais comuns em países europeus, onde se encontra maior quantidade e qualidade, a *** acaba tornando-se sim uma dependente desse mercado.

Constata-se aqui, como se dá a dependência de cada setor, na obtenção de suas principais matérias-primas. É a relação dessas economias que possibilita o desenvolvimento e crescimento de diferentes setores no Brasil, o que estimula ainda mais esse envolvimento. Percebe-se também a importância que as empresas brasileiras estão dando para a preservação e renovação dos recursos naturais, onde buscam na obtenção de suas matérias-primas proteger o ambiente natural e renovável. Assim como, nota-se a importância do envolvimento com outros países para a obtenção da matéria-prima, que através da importação, consegue desenvolver produtos de qualidade e desenvolver sua empresa e diferenciar a qualidade de seus produtos.

Foi perguntado também se a empresa tende hoje a inserir-se em novos mercados? (Se sim) O que a empresa considera hoje como um ponto fraco, ou uma dificuldade ainda a ser trabalhada para obter novos clientes em países diferentes? Empresa X - Pretendemos atuar em toda América do Sul e América Latina. Porém a dificuldade que temos é encontrar profissionais qualificados para atuar nesses mercados. Pois é fundamental a visita aos ceramistas para que a venda se concretize. Empresa Y - Como já citei anteriormente, a *** continuará investindo mais no mercado interno, porém não deixará de atender o mercado externo. Meses atrás a moeda não

favorecia, o que era um ponto fraco, porém hoje, está viável. Uma dificuldade, para a ***, é o surgimento de novos produtos, geralmente produzidos na China, a base de polietileno com pó de madeira, que esta sendo usado na fabricação de portas e outros materiais. A *** está investindo e tentando abrir mercado externo com a madeira em eucalipto. Empresa Z - O objetivo principal no momento é a excelência em artigos de cama, sem pensamento em novos mercados. A dificuldade é o costume do País que não é acostumado a esse tipo de produto, sendo mais comum em países europeus.

Remetendo à globalização em que estamos inseridos e o constante desenvolvimento, percebe-se que a busca pela excelência deve ser constante, por isso para que se possa ter um diferencial frente ao mercado, é necessário investimentos em qualidade de produto, aperfeiçoamento de sistemas e métodos de produção, produtos similares e com qualidade, qualificação profissional etc. assim, a empresa não limita-se em depender apenas da posição dos mercados, ela antecipa-se em inovar e diferenciar suas ações.

Perguntou-se o que a empresa considera como vantagem, frente a este mercado, como fundamental para atuar em outros países? Empresa X - A vantagem que temos é a durabilidade e resistência de nossos equipamentos. Além de uma assistência técnica qualificada para atendê-los. Empresa Y - Madeira nobre (matéria-prima). Qualidade do produto. Empresa Z não respondeu.

Em se tratando de clientes internacionais, sem dúvidas as exigências em qualidade, durabilidade, resistência, serão ainda maiores, com isso depende da empresa desenvolver e investir na qualidade dos produtos que deseja comercializar e expor a seus clientes. O que permite também aos clientes uma maior confiabilidade na obtenção destes produtos e serviços, vinculando também a imagem do país de origem, como exemplo o Brasil, que possui boa aceitação na economia internacional, devido a sua hospitalidade e compromisso com os países, passivo de guerras e ataques terroristas, tudo remete a uma boa relação e aceitação do mercado que se tem negociação.

Quais fatores externos (economia, política, etc.) são considerados pela empresa como pontos críticos que limitam o crescimento empresarial como um todo? Empresa X - Hoje podemos considerar o fator político. Pois atuamos em mercados como Bolívia, Colômbia, Venezuela e Argentina. País no qual o governo impõe restrições às importações. Como o que está acontecendo na Argentina, por exemplo. Empresa Y - A questão burocrática no momento do embarque. Valor alto das tarifas e

impostos. Empresa Z - Com certeza o abuso fiscal, impostos fora do comum e falta de incentivo às empresas.

Observa-se, que ainda prevalecem os interesses individuais de alguns países, os obstáculos políticos que criam barreiras econômicas, e a burocratização nos processos legais de compra e venda. Minervini (2008), também cita o quão importante é para o novo exportador ou importador conhecer, o perfil profissional de seu cliente/fornecedor, a programação fiscal internacional, selecionar bem seus mercados, a melhor forma de obter uma logística competitiva, integração empresarial, etc. Isso mostra, como se dá a importância em tentar prever os riscos em que se possa inserir, para tentar evitar possíveis decepções.

Quem é o profissional responsável frente à negociação com outros países? Existem parcerias com empresas especializadas em comércio exterior? Empresa X - Não temos parceria com nenhuma empresa de comércio exterior. Nossas exportações são todas diretas. Com negociações feitas através de nossos representantes ou com a própria empresa. Empresa Y - A *** têm representantes para alguns países como a Angola e venda direta p/ alguns países da América central. Empresa Z - No momento os responsáveis por exportação na empresa são departamento de marketing e vendas, e temos sim parcerias com empresas de comércio exterior.

A qualificação tanto profissional como da própria empresa é sem dúvida, forte ferramenta para que se tenha êxito na comercialização e conquista de novos mercados. As empresas da região demonstram o seu interesse nesse crescimento quando investem no seu pessoal, qualificando seus colaboradores e aliando-os no crescimento empresarial, o que nos remete ao pensamento de Minervini(2008), quando nos lembra que a instituição deve estar preparada para este novo mercado, e não privando este conhecimento à direção de planejamento e estratégia, pois o todo é que constrói a empresa.

No caso de a empresa estar exportando ou já ter exportado, a mesma contou ou conta com capital próprio ou buscou recurso junto a bancos financiadores para exportação? Empresa X - A *** conta somente com recursos próprios para exportar Empresa Y - A *** usou recursos próprios nas exportações. Pois são difíceis os acessos a recursos de bancos para exportação. Empresa Z – A empresa não respondeu à pergunta.

Percebe-se então, que mesmo com as ferramentas de financiamento à exportação, as empresas utilizam de seus recursos financeiros para a inserção no

mercado internacional, e destacam também a dificuldade no acesso aos financiamentos disponíveis, o que de certa forma limita novos crescimentos, a burocratização e várias exigências para apoiar as empresas no processo de internacionalização, limitam muitas vezes o acesso a recursos de melhorias e investimentos. Contudo, a lida com essa dificuldade caracteriza como empresas potenciais para o comércio internacional, que sabem gerir seus recursos na inserção de novos mercados.

Considerações Finais

A internacionalização das empresas não é hoje uma novidade no mercado econômico, muitos são os que utilizam destes novos mercados para buscar maior competitividade, rentabilidade, parceiros comerciais, etc., a integração das economias está proporcionando o desenvolvimento comum.

O presente estudo teve o intuito de demonstrar os cenários em que estão inseridas as empresas que de alguma maneira seja pela importação ou exportação participam do comércio internacional. Com um estudo bibliográfico dos principais estudiosos da área, pode se obter um conhecimento do ambiente em que estão inseridas estas empresas, quem são os parceiros que dão subsídios de ajuda para que se possa concretizar a comercialização com diferentes países, e as semelhanças que se tem com casos práticos de acertos e erros que costuma-se presenciar frente a este panorama.

Obeve-se também informações de empresas da região da Amurel que participam no mercado internacional, expondo suas experiências de mercados internacionais, suas práticas de obtenção de sucesso e aprendizado, suas problemáticas de inserção e atuação em diferentes culturas e as influências externas e econômicas que limitam ou possibilitam uma melhor atuação.

Assim, pode-se constatar como o mercado internacional, já antigo, porém inovador a cada dia, pode desempenhar função importante nas empresas atuantes no mercado econômico. Como existe, mesmo em pequenas regiões, capacidades produtivas e competitivas atuantes no mercado internacional, onde as empresas entrevistadas demonstraram a participação e até mesmo mostraram-se líderes dos setores em que atuam no comércio local e internacional, a importância em fazer novas parcerias, que possibilitem o desenvolvimento comum, reduzindo os custos e os riscos que se enfrentam em um novo mercado,

Conclui-se que as trocas de conhecimentos, mercadorias e serviços, são necessárias para que aja um desenvolvimento constante do mercado econômico, o processo globalizado em que estamos inseridos, proporciona melhores e mais maneiras de lidarmos com situações difíceis que necessitam de pessoas qualificadas e preparadas para atuar diante dessas adversidades.

Como um processo em constante evolução e inovação, o comércio internacional necessita de uma atenção contínua, para que possa adicionar competitividade ao negócio, a busca de informação é essencial para o sucesso.

Referências

- AMUREL. **Organização Brasileira**. Disponível em: <[HTTP://www.amurel.org.br/conteudo/?item=1720&fa=431](http://www.amurel.org.br/conteudo/?item=1720&fa=431)>. Acesso em: 10 nov 2012.
- CIGNACCO, Bruno Roque. **Fundamentos de Comercio Internacional para pequenas e medias empresas**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- COUTINHO, Dirceu M. **Entenda globalização**. São Paulo: Aduaneiras, 2008.
- LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. São Paulo: Atlas, 2008.
- LUDOVICO, Nelson. **Como preparar uma empresa para o comercio exterior**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- MENEZES, Alfredo da Mota; FILHO, Pio Penna. **Integração regional: Blocos Econômicos nas Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- MINERVINI, Nicola. **O Exportador: ferramentas para atuar com sucesso no mercado internacional**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.
- RABOCH, Henrique; AMAL, Mohamed. **A Internacionalização de pequenas empresas: um estudo de caso na região do vale do Itajaí**. Santa Catarina: Dynamis, 2008.
- TAFNER, José. **Metodologia do trabalho Acadêmico**. Santa Catarina: Asselvi, 2006.

Dados para contato:

Autor: Andreza Baschiroto Soethe

E-mail: andrezabask@hotmail.com

A INFLUÊNCIA DAS VARIÁVEIS MACROECONÔMICAS SOBRE O RETORNO DAS EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO: UMA ABORDAGEM SETORIAL

Gestão e estratégia das organizações

Joana de Aguiar Estevão¹; Anderson Correa Benfatto¹; Mônica Da Rosa Mendonça¹; Thiago Rocha Fabris¹

¹ Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: Este trabalho tem como objetivo geral analisar a relação, de longo prazo, existente entre as variáveis macroeconômicas e as séries dos lucros trimestrais (bruto, líquido e por ação) das empresas de capital aberto brasileiras por setores, durante o período de 2000 a 2014. A metodologia utilizada refere-se ao modelo de cointegração e raiz unitária dos lucros trimestrais e das variáveis macroeconômicas que convergem no longo prazo. Os resultados encontrados apontam que algumas variáveis macroeconômicas convergem com as séries dos lucros, ou seja, possuem uma relação de equilíbrio no longo prazo.

Palavras-chave: Lucros. Variáveis macroeconômicas. Empresas de capital aberto.

Introdução

Os lucros utilizados na pesquisa são referentes aos lucros bruto, líquido e por ação. Para explicar tais conceitos, deve-se saber que lucro nada mais é do que a diferença entre as receitas e as despesas. Nas suas atividades, as companhias obtêm receita. É o que acontece quando a sociedade presta serviços ou vende produtos, recebendo assim o valor correspondente (CVM, 2003).

Essa pesquisa tem como foco verificar as influências do comportamento das variáveis macroeconômicas sobre o retorno das empresas por cada setor, ela irá mostrar a influência no retorno das ações e se propõe a verificar a influência que as variáveis macroeconômicas têm sobre esses lucros.

O principal objetivo desse trabalho é analisar qual a influência das variáveis macroeconômicas sobre o retorno das empresas de capital aberto, e os objetivos específicos são: i) identificar os setores das empresas; ii) identificar as variáveis macroeconômicas; iii) descrever o lucro líquido, bruto e por ação das empresas; iii) verificar se existe causalidade entre as variáveis macroeconômicas e os resultados das empresas.

O trabalho está dividido em quatro seções, incluindo essa introdução. Na segunda seção são apresentados os procedimentos metodológicos, já na terceira são os resultados e discussão e por fim na seção quatro são apresentadas as considerações finais.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa que foi utilizada nesse trabalho é de natureza explicativa, que permite ter conhecimento sobre a importância das variáveis macroeconômicas sobre o retorno dos lucros do mercado de ações. Segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010), a pesquisa explicativa visa identificar os fatores que contribuem para ocorrer os fenômenos, aprofunda o conhecimento da realidade porque explica a razão e o porquê das coisas, exige maior investimento em síntese, teorização e reflexão a partir do objeto de estudo. Ainda, visa identificar os fatores que contribuem para a ocorrência dos fenômenos ou variáveis que afetam o processo. Sendo assim, essa pesquisa mostrou como e porque as variáveis macroeconômicas influenciam nos lucros das empresas de diferentes setores.

Foi realizada uma pesquisa documental nas bases de dados do IPEA, Banco Central e Economatica. Lakatos e Marconi (1991) explicam que a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se chama de fontes primárias.

As variáveis macroeconômicas coletadas foram investimento, consumo, PIB, taxa de juros SELIC, inflação e balança comercial, entre o período de 2000 a 2014, sendo que as variáveis nominais foram deflacionadas e transformadas em reais. Foram coletadas também as séries dos lucros bruto, líquido e por ação trimestrais do mesmo período.

No processo de análise, foi utilizada uma abordagem quantitativa por meio de técnicas simples como percentual, média, desvio padrão, até as mais complexas como coeficiente de correlação e análise de regressão. A abordagem quantitativa considera o que pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas. (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010). No presente trabalho, também foram utilizados modelos VAR (Vetor Auto Regressivo), que segundo Matos (2000), é considerado apropriado para análises de relações interligadas e dos impactos dinâmicos provocados por distúrbios aleatórios.

Com a intenção de minimizar problemas de identificação de parâmetros estruturais e de escolha de variáveis endógenas e de identificação, Sims (1980) sugeriu uma especificação alternativa, conhecida como vetorial de autorregressão (VAR). A opinião de Sims (1980) é que se houver simultaneidade em um conjunto de variáveis, não deve ter nenhuma distinção entre variáveis endógenas e exógenas a princípio. Cada uma dessas variáveis é explicada por seus valores defasados e pelos valores defasados das demais variáveis do modelo.

Para Lopes (2012), O VAR analisa o impacto dinâmico das perturbações aleatórias sobre o sistema de equações. Vem sendo utilizada em alternativa a abordagem tradicional de equações simultâneas e, basicamente é uma extensão do processo autorregressivo univariado.

Uma condição para aplicar a metodologia do (VAR) é que a série temporal seja estacionária, ou seja, não apresente tendência ou sazonalidade. Segundo Gujarati (2006) uma série temporal é estacionaria quando sua média e variância forem constantes ao longo do tempo e o valor da covariância entre dois períodos de tempo depender apenas da distância ou defasagem entre os dois períodos, e não do período de tempo efetivo em que a covariância é calculada. O autor observa que um teste de estacionariedade simples é baseado na função de auto correlação.

Gujarati (2006) explica que como a covariância e a variância são mesuradas nas mesmas unidades de medida, é um número sem unidades e ele se situa entre -1 e +1, como qualquer coeficiente de correlação. O autor fala de outro teste de estacionariedade que é muito popular, que é o teste de raiz unitário, onde o ponto de partida é o processo estocástico de raiz unitário.

A ideia do teste de raiz unitária é fazer a regressão da equação abaixo e verificar se o coeficiente estimado é estatisticamente igual a +1. Se for, o processo é não estacionário. Do contrário, o processo é estacionário. Lembrando que nos testes de raiz unitária é a hipótese nula indica que o processo é não estacionário. Para resolver este problema, Dickey e Fuller (1979) elaboraram várias simulações e encontraram a distribuição do estimador de ρ quando $\rho = 1$, permitindo estabelecer os níveis de significância apropriados, o que deu origem à aplicação prática dos testes de raiz unitária.

Estima-se a equação em 1ª diferença e testado a hipótese nula que equivale à hipótese nula $\rho=1$, ou seja, o modelo é um passeio aleatório, a série é não estacionária. O autor diz que para estimar a equação acima e fazer a sua regressão

em relação a série original defasada de 1 instante. Verificar se o coeficiente angular estimado desta regressão é zero.

Se for estatisticamente igual a zero, pode-se concluir que $p=1$ trata-se de um processo não estacionário. Se distribuição do estimador for menor que 0, então $p-1 < 0$ e então $p < 1$ e a série é estacionária. Para o teste de cointegração, foi utilizado o método Johansen (1988). Nesse caso, as estatísticas para identificar as relações de cointegração são os autovalores obtidos por meio da razão verossimilhança.

Resultados e Discussão

Variáveis macroeconômicas

Serão esclarecidas algumas variáveis da macroeconomia como, Produto Interno Bruto (PIB), Consumo, Investimento, Gastos do Governo, Inflação, Desemprego e Balanço de Pagamentos.

Blanchard (2011) explica a diferença entre PIB nominal e PIB real, o nominal é a soma das quantidades de bens finais multiplicadas por seus preços correntes. Com isso, entende-se que o PIB nominal calcula os preços correntes, ou seja, o preço a que determinado bem ou serviço é oferecido ou comprado. Já o real, é calculado como a soma das quantidades de bens finais multiplicados por preços constantes, em vez de preços corrente. O autor ainda explica que o PIB é composto por três variáveis importantes: consumo, investimento e gastos do governo.

O consumo são bens e serviços adquiridos pelos consumidores, como alimentos, viagens, carros, imóveis, etc. “As decisões de consumo dependem de muitos fatores, o principal é a renda ou, mais precisamente a renda disponível, que é a renda que resta depois que os consumidores receberam transferências do governo e pagaram seus impostos” (BLANCHARD, 2011, p. 20).

Já o investimento para a economia significa a aplicação de capital em meios que levam ao crescimento da capacidade produtiva (instalações, máquinas, meios de transporte (SACHS; LARRAIN, 2000).

Logo em seguida, vêm os gastos do governo. Para Sachs e Larrain (2000), a poupança e investimento do governo têm um efeito importante sobre a poupança e o investimento nacional global e também sobre a conta corrente.

Já a inflação é definida, por Sachs e Larrain (2000), como a alteração percentual do nível de preços. “Na prática, a inflação normalmente é medida pela

variação do índice de preços ao consumidor (IPC), que é o preço médio da cesta de bens e serviços consumidos por uma família representativa” (SACHS; LARRAIN, 2000, p. 349).

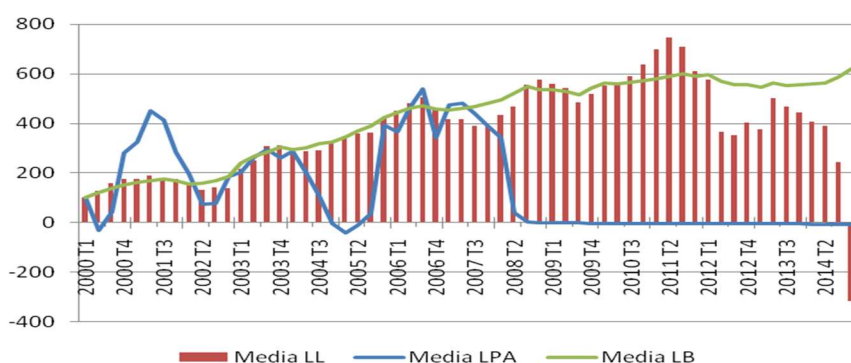
A taxa de desemprego é definida por Blanchard (2011) como a razão entre o número de desempregados e a força de trabalho: o emprego é o número de pessoas que tem trabalho; desemprego é o número de pessoas que não tem trabalho, mas está a procura.

Para Dornbusch, Fischer e Startz (2009, p.272), “o balanço de pagamentos é o registro das transações de residentes de um país com o restante do mundo.” Existem duas principais contas no balanço de pagamentos, a conta corrente ou de transações correntes e a conta capital, de acordo com Dornbusch, Fischer e Startz (2009, p.272): “a conta corrente registra o comércio de bens e serviços, bem como os pagamentos de transferências.”

Apresentação e análise dos dados

Os dados abaixo referem-se à média das séries dos lucros por ação, bruto e líquido dos setores de administração de empresas e empreendimentos, comércio varejista, construção, empresas de eletricidade, gás e água, hotel e restaurante, indústria manufatureira, informação, trimestralmente entre os anos de 2000 a 2014. No gráfico abaixo está ilustrado o valor médio dos lucros dos respectivos setores.

Gráfico 1- Séries dos lucros líquido, bruto e por ação (2000 a 2014)

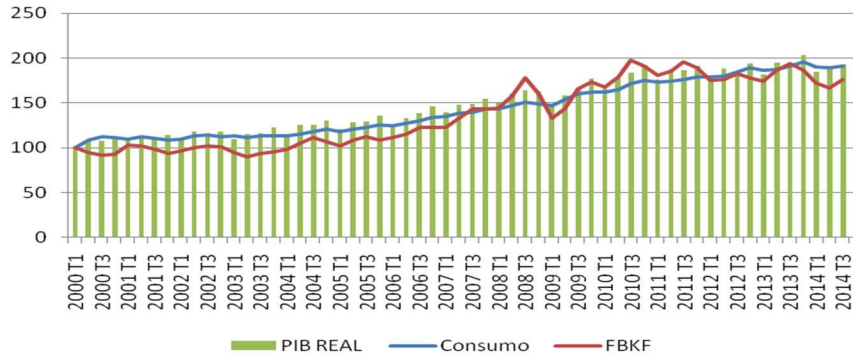


Fonte: Autores - Económica (2000-2014)

A média dos setores no lucro bruto apresenta uma tendência crescente ao longo dos anos. Já a série do lucro líquido e por ação, conforme observado no gráfico 1, apresenta volatilidade no período analisado, sendo que o lucro líquido apresenta

grandes quedas e grandes crescimentos chegando uma queda de -4% no primeiro trimestre de 2005 e a um crescimento de 538% no terceiro trimestre de 2006, e a partir de 2008 se mantém estável.

Gráfico 2 - Série das variáveis PIB, Consumo, Investimento (2000-2014)

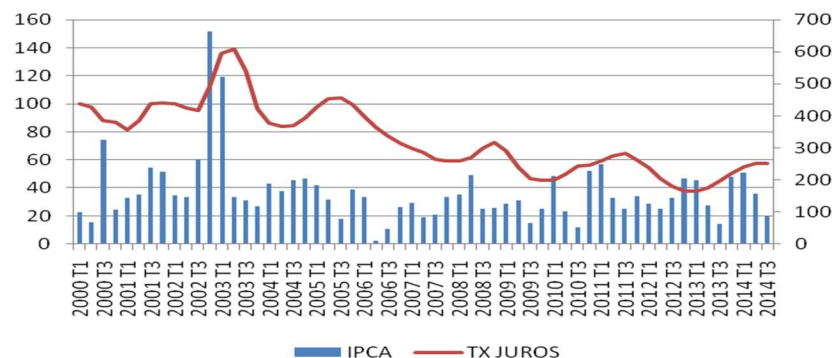


Fonte: Autores - Ipeadata (2000-2014)

Os dados acima (base 2000=100) referem-se variáveis macroeconômicas que serão relacionados com os lucros e assim verificar se existe causalidade entre eles, lembrado que as variáveis utilizadas são as reais. No gráfico acima está ilustrado três das variáveis macroeconômicas coletadas, PIB, consumo e investimento.

Pode-se perceber que as três variáveis têm uma tendência de crescimento ao longo dos anos, porém o investimento se mostrou um pouco mais volátil, tendo uma queda significativa em 2008 e voltando a crescer em 2009.

Gráfico 3 - Série das variáveis IPCA, Taxa de Juros Selic (2000-2014)



Fonte: Autores - Ipeadata (2000-2014)

Os dados acima referem-se as variáveis do IPCA e taxa de juros Selic. Observa-se que, conforme sugere a teoria, existe uma relação negativa entre taxa de juros e inflação, pois a medida que aumenta a taxa de juros a inflação tende a baixar.

Resultado da relação a curto e longo prazo entre as variáveis macroeconômicas e os lucros

Primeiramente apresenta-se os testes de estacionariedade das variáveis macroeconômicas, e posteriormente das series dos lucros por ação, líquido e bruto. Para verificar a estacionariedade das séries foi utilizado o teste de Dickey-Fuller. O critério de Akaike foi utilizado para a definição do número de defasagens ótimas. Segundo Brockwell e Davis (1996) o critério de Akaike é consistente, pois suas estimativas convergem em probabilidade para os verdadeiros valores à medida que a amostra tende ao infinito.

Os resultados dos testes de raiz unitária, para as variáveis macroeconômicas, são apresentados na tabela 1. Conclui-se que as variáveis macroeconômicas não são estacionárias em nível. Por outro lado, pode-se afirmar que as séries são estacionarias em primeira diferença, com exceção do consumo, ou seja, as variáveis podem ter relação de longo prazo com os lucros das empresas, pois a literatura sugere que as variáveis devem ser estacionárias em primeira diferença para ter relação de longo prazo.

Tabela 1 - Teste de Raiz Unitária para as Variáveis Macroeconômicas

| Variáveis Macroeconômicas | Dickey-Fuller Nível | Dickey-Fuller 1º Diferença |
|---------------------------|---------------------|----------------------------|
| FBKF - Investimento | 0.7301 | 0.0108** |
| Consumo | 0.1050 | 0.3543 |
| PIB | 0.6220 | 0.0074*** |
| Taxa de juros | 0.1308 | 0.0000*** |
| IPCA - Inflação | 0.8819 | 0.0406** |
| Balança Comercial | 0.7082 | 0.0091*** |

*10%, **5%, ***1% - Eviews

Fonte: Autores (2016).

As Tabelas 2, 3 e 4 mostram os resultados de estacionariedade das séries dos lucros por ação, bruto e líquido para o valor médio dos setores estudados. Observa-se na coluna “N1” o percentual das empresas de cada setor que respeitaram a estatística para que elas tenham uma relação de longo prazo, ou seja, não são

estacionárias em nível, porém estacionárias em primeira diferença. Ressalto que os resultados das empresas podem ser consultados no anexo 1.

Tabela 2 - Teste de raiz unitária para as séries do lucro por ação em 1ª diferença

| Setores LPA | Estacionariedade | | | |
|---|------------------|-------|--------------|------|
| | Empresas | Nível | 1º Diferença | N1 |
| Administração de empresas e empreendimentos | 5 | 40% | 100% | 60% |
| Comércio varejista | 6 | 33% | 100% | 67% |
| Construção | 4 | 50% | 100% | 50% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 19 | 11% | 89% | 79% |
| Hotel e restaurante | 1 | 0% | 100% | 100% |
| Indústria manufatureira | 46 | 15% | 96% | 80% |
| Informação | 3 | 33% | 100% | 67% |

*10%, **5%, ***1% - Eviews

Fonte: Autores (2016)

Nas séries do lucro por ação os setores Hotel e Restaurante apresentaram mais séries que respeita a hipótese para que o lucro e as variáveis macroeconômicas tenham uma relação de longo prazo.

Tabela 3 - Teste de Raiz Unitária para as séries do lucro bruto em 1ª diferença

| Setores LB | Estacionariedade | | | |
|---|------------------|-------|--------------|------|
| | Empresas | Nível | 1º Diferença | N1 |
| Administração de empresas e empreendimentos | 5 | 0% | 20% | 20% |
| Comércio varejista | 6 | 0% | 100% | 100% |
| Construção | 4 | 0% | 50% | 50% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 19 | 16% | 74% | 58% |
| Hotel e restaurante | 1 | 0% | 100% | 100% |
| Indústria manufatureira | 46 | 15% | 87% | 72% |
| Informação | 3 | 0% | 33% | 33% |

*10%, **5%, ***1% - Eviews

Fonte: Autores (2016)

Nas séries do lucro bruto os setores que apresentaram mais séries que respeitam a hipótese para que o lucro e as variáveis macroeconômicas tenham uma relação de longo prazo foram Comércio varejista e Hotel. E o setor que menos apresentou a hipótese foi o de administração de empresas e empreendimentos, com um percentual de 20%.

Nas séries do lucro líquido pode-se observar que os setores de Hotel e Restaurante não apresentam nenhuma série que respeita a hipótese de relação em longo prazo.

Tabela 4 - Teste de Raiz Unitária para as séries do lucro líquido em 1ª diferença

| Setores LL | Estacionariedade | | | |
|---|------------------|-------|--------------|-----|
| | Empresas | Nível | 1º Diferença | N1 |
| Administração de empresas e empreendimentos | 5 | 40% | 100% | 60% |
| Comércio varejista | 6 | 17% | 100% | 83% |
| Construção | 4 | 50% | 75% | 25% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 19 | 5% | 89% | 84% |
| Hotel e restaurante | 1 | 0% | 0% | 0% |
| Indústria manufatureira | 46 | 11% | 96% | 85% |
| Informação | 3 | 33% | 100% | 67% |

*10%, **5%, ***1% - Eviews

Fonte: Autores (2016)

Após a verificação da integração das series realizou-se o teste de cointegração proposto por Johansen (1988). Os resultados encontrados corroboram a evidência sobre lucros trimestrais de que estes apresentam certa dependência temporal. O percentual de cada um dos vetores de cointegração foram apresentados conforme seus respectivos níveis de significância. Nas tabelas 5 e 6 se pode observar os resultados dos lucros por ação.

Tabela 5 - Cointegração Johansen (Traço) 1%, 5% e 10% - Lucro Por Ação.

| TESTE DO TRAÇO | | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|-------|------|-------|-------|------|------|-----|------|
| Setores LPA | Empresas | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até2 | 3a5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 3 | 0% | 33% | 67% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Comércio varejista | 4 | 0% | 50% | 50% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Construção | 2 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 15 | 0% | 53% | 47% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Hotel e restaurante | 1 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Indústria manufatureira | 37 | 0% | 54% | 46% | 0% | 19% | 81% | 0% | 3 | 97% |
| Informação | 2 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

Observa-se que no teste do traço no setor da indústria manufatureira a maioria das empresas possuem até 5 vetores de cointegração para o nível de significância de 1%, e 97% das empresas possuem mais de 5 vetores de cointegração para o nível de significância de 10%. Vale destacar que todas as empresas da amostra apresentaram mais de 2 vetores de cointegração conforme observado na tabela 5.

Tabela 6 - Cointegração Johansen (auto-valor) 1%, 5% e 10% - Lucro Por Ação.

| TESTE MÁXIMO AUTO VALOR | | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|-------|----|-------|-------|-----|-------|-------|------|
| Setores LPA | Empresas | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 3 | 33% | 67% | 0% | 33% | 33% | 33% | 33% | 0% | 67% |
| Comércio varejista | 4 | 75% | 25% | 0% | 50% | 25% | 25% | 0% | 50% | 50% |
| Construção | 2 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 15 | 87% | 13% | 0% | 33% | 60% | 7% | 20% | 40% | 40% |
| Hotel e restaurante | 1 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% |
| Indústria manufatureira | 37 | 86% | 14% | 0% | 59% | 24% | 16% | 43% | 19% | 38% |
| Informação | 2 | 50% | 50% | 0% | 50% | 50% | 0% | 50% | 0% | 50% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

No teste de Máximo auto valor a maioria dos setores apresentou até 2 vetores de cointegração nos níveis de significância de 1% e 5%. E nenhum setor apresentou mais de cinco vetores de cointegração no nível de 1%. Nas tabelas 7 e 8 foram observados os resultados dos lucros brutos, como segue:

Tabela 7 - Cointegração Johansen (Traço) 1%, 5% e 10% - Lucro Bruto

| TESTE DO TRAÇO | | | | | | | | | | |
|---|---------|-------|-------|------|-------|-----|------|-------|-------|------|
| Setores LB | Empresa | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3 - 5 | 5+ | até 2 | 3-5 | 5+ | até 2 | 3 - 5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 1 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Comércio varejista | 6 | 0% | 83% | 17% | 0% | 33% | 67% | 0% | 33% | 67% |
| Construção | 2 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Empresa: eletricidade, gás e água | 11 | 0% | 55% | 45% | 0% | 9% | 91% | 0% | 9% | 91% |
| Hotel e restaurante | 1 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Indústria manufatureira | 33 | 0% | 58% | 42% | 0% | 15% | 85% | 0% | 12% | 88% |
| Informação | 1 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

Pode-se perceber na tabela 7 que no teste do traço os setores de administração, construção, hotel e restaurante e apresentaram mais de 5 vetores de cointegração nos níveis de significância 1%, e 10%, já o setor de serviços teve até 2 vetores de cointegração em todos os níveis.

Tabela 8 – Cointegração Johansen (auto valor) 1%, 5% e 10% - Lucro Bruto

| TESTE MAXIMO AUTO VALOR | | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|------|----|-------|-------|-----|-------|-------|------|
| Setores LB | Empresas | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3 -5 | 5+ | até 2 | 3 - 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 1 | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% |
| Comércio varejista | 6 | 100% | 0% | 0% | 50% | 50% | 0% | 50% | 17% | 33% |
| Construção | 2 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 50% | 50% | 0% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 11 | 91% | 9% | 0% | 64% | 27% | 9% | 27% | 27% | 45% |
| Hotel e restaurante | 1 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% |
| Indústria manufatureira | 33 | 82% | 18% | 0% | 52% | 33% | 15% | 33% | 24% | 42% |
| Informação | 1 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

No teste de Máximo auto valor da tabela 8, nenhum setor apresentou mais de 5 vetores de cointegração no nível de significância 1%, enquanto todos os setores tiveram até 2 vetores nos níveis 1%,5% e 10%. E por fim nas tabelas 9 e 10 foram observados os resultados dos lucros líquidos para os setores.

Tabela 9 – Cointegração Johansen (Traço) 1%, 5% e 10% - Lucro Líquido

| TESTE DO TRAÇO | | | | | | | | | | |
|---|---------|-------|------|------|-------|-----|------|-------|-----|------|
| Setores LL | Empresa | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3-5 | 5+ | até 2 | 3-5 | 5+ | até 2 | 3-5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 3 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Comércio varejista | 5 | 0% | 60% | 40% | 0% | 20% | 80% | 0% | 20% | 80% |
| Construção | 1 | 0% | 100 | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |
| Empresa: eletricidade, gás e água | 16 | 0% | 63% | 38% | 0% | 13% | 88% | 0% | 0% | 100% |
| Hotel e restaurante | 0 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Indústria manufatureira | 39 | 0% | 59% | 41% | 0% | 23% | 77% | 0% | 3% | 97% |
| Informação | 2 | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

Na tabela 9 para o teste do traço foi possível observar que nenhum setor teve menos de 3 vetores de cointegração em todos os níveis, sendo que no nível de significância 10% os setores de administração, construção, empresa de eletricidade, informação e serviços apresentaram mais de 5 vetores de cointegração.

Nos resultados do máximo auto valor na tabela 10, os níveis 1% e 5% apresentaram até 2 vetores de cointegração para a maioria dos setores, enquanto os setores hotel e restaurante não apresentaram nenhum vetor de cointegração para nenhum nível.

Tabela 10 – Cointegração Johansen (auto valor) 1%, 5% e 10% - Lucro Líquido

| TESTE MAXIMO AUTO VALOR | | | | | | | | | | |
|---|----------|-------|-------|----|-------|-------|-----|-------|-------|------|
| Setores LL | Empresas | 1% | | | 5% | | | 10% | | |
| | | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ | até 2 | 3 a 5 | 5+ |
| Administração de empresas e empreendimentos | 3 | 67% | 33% | 0% | 33% | 0% | 67% | 0% | 0% | 100% |
| Comércio varejista | 5 | 80% | 20% | 0% | 60% | 20% | 20% | 0% | 60% | 40% |
| Construção | 1 | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% |
| Empresa de eletricidade, gás e água | 16 | 88% | 13% | 0% | 38% | 63% | 0% | 25% | 38% | 38% |
| Hotel e restaurante | 0 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Indústria manufatureira | 39 | 87% | 13% | 0% | 59% | 26% | 15% | 44% | 21% | 36% |
| Informação | 2 | 100% | 0% | 0% | 50% | 50% | 0% | 50% | 0% | 50% |

Fonte: Autores (2016) - Eviews

Considerações finais

O presente trabalho analisou se as variáveis macroeconômicas (PIB, Consumo, Taxa de juros, Inflação, Balança comercial e Investimento) possuem uma relação de longo prazo com o lucro bruto, líquido e por ação, além de verificar a causalidade existente entre as séries.

A metodologia proposta utilizou-se a análise de cointegração, testes de causalidades e testes de estacionariedade. Os resultados mostram que os lucros das empresas e as variáveis macroeconômicas, em sua maioria, convergem para o equilíbrio de longo prazo, ou seja, possuem uma relação de longo prazo. As séries dos lucros e as variáveis macroeconômicas apresentam-se não estacionários em nível e estacionárias em primeira diferença.

No que diz respeito à relação de longo prazo existente com as séries do lucro bruto, principalmente nos setores de informação. Os setores apresentaram uma forte causalidade no lucro líquido, das variáveis macroeconômicas para o lucro, o que indica que as variáveis macroeconômicas causam a série do lucro líquido. Para o lucro por ação, observa-se que as variáveis não mostraram uma relação de causalidade significativa para a maioria dos setores, porém foi possível verificar que as variáveis influenciam também no lucro por ação.

Encerra-se este trabalho, sugerindo que trabalhos futuros empreguem outras variáveis macroeconômicas, fornecendo, assim, mais informações a respeito do comportamento do mercado acionário brasileiro frente às macrovariações.

Referências

BLANCHARD, Olivier. **Macroeconomia**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. 598 p.

BROCKWELL, P. J.; DAVIS, R. A. **Introduction to Time Series and Forecasting**. New York. 2015. Disponível em: <<http://www.masys.url.tw/Download/2002-Brockwell.pdf>>. Acesso em: 31 maio 2015.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **O mercado de valores mobiliários brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2013.

DICKEY, D.A.; FULLER, W.A. A likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. **Econometrica**, v.49, n.4, p.1057-72, 1981

DORNBUSCH, Rudiger; FISCHER, S; STARTZ, Richard. **Macroeconomia**. 10. ed. São Paulo: Mcgraw-hill Interamericana do Brasil Ltda, 2009. 615 p.

GUJARATI D. **Econometria** (2006). Disponível: www.google.com.br/books?id=pt-BR&source=gbs_ge_summary. Acesso em: 14.jun.2015.

JOHANSEN, S. Statistical analysis of cointegration vectors. **Journal of Economic Dynamics and Control**, v. 12, p. 231-254, 1988.

KAUARK, F. MANHÃES, F. C. MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa: um guia prático**. Itabuna: Via Litterarum, 2010. 86 p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 1991. 270 p.

LIMA, F.G. **Estudo da correlação entre variáveis macroeconômicas e indicadores financeiros das empresas de capital aberto da Bovespa**. 2005. São Paulo: USP. Disponível em: www.ead.fea.usp.br/Semead/resultado.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2014.

LOPES, Geovane de O. **Endividamento das famílias brasileiras no sistema financeiro Nacional**. 2012. Dissertação Economia. Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: www.repositorio.unb.br>. Acesso em: 19 abr. 2015.

MATOS, Orlando C. de. **Econometria Básica**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A., 2000. 300 p.

SACHS, Jeffrey D.; LARRAIN, Felipe B. **Macroeconomia**: em uma economia global. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000. 848 p.

SIMS, C.A. Macroeconomics and reality. **Econometrica**, v.48, n.1, p.1-48, 1980.

Instituição de fomento: e Universidade do Extremo do Sul Catarinense (UNESC).

Dados para contato:

Autor: Anderson Correa Benfatto

E-mail: andersonbenfatto@gmail.com

A INFLUÊNCIA DO PLANEJAMENTO FINANCEIRO PARA O CICLO DE VIDA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO NO SETOR VAREJISTA

Gestão e estratégia das organizações

Maria Erilucia Cruz Macêdo¹; Maria Socorro Carola do Nascimento²

Centro Universitário Leão Sampaio, Faculdade Vale do Salgado

Resumo: Para uma empresa o planejamento financeiro apresenta-se como um instrumento de suma importância para a administração de uma organização, possibilitando ao gestor a tomada de decisões em tempo hábil, tendo em vista a atual conjuntura do mercado globalizado. Esse estudo visou analisar a influência do planejamento financeiro para as empresas do setor varejista de vestuário e de que forma este contribui para o ciclo de vida das mesmas. Para tanto, foi aplicada uma pesquisa em empresas cadastradas na Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL) da cidade. Para coleta de dados foi utilizado um questionário aplicado aos gestores das mesmas. Com a realização desta investigação, foi possível perceber que a percepção dos gestores acerca do planejamento financeiro é de que este é um instrumento altamente importante para a condução das empresas, refletindo de forma positiva na manutenção destas no mercado.

Palavras Chave: Ciclo de vida organizacional. Planejamento financeiro. Setor lojista.

Introdução

Para uma empresa, o planejamento financeiro apresenta-se como um instrumento de suma importância e necessário para a administração, que possibilita e gera ao empresário o comando para coordenar de forma otimizada as diversas atividades de seu estabelecimento, ajudando-o e orientando-o nas tomadas de decisões em tempo hábil.

É importante e válido ressaltar que tais decisões, não se limitam ao período de curto prazo, sendo assim, o planejamento financeiro diminui também os riscos a médio e a longo prazos, pois possibilita projeções e análises de fluxos financeiros que orientam as atividades da organização e reduzem os riscos de perdas financeiras.

Tendo em vista a atual conjuntura do mercado globalizado em que as organizações estão inseridas, o planejamento financeiro mostra-se como uma excelente ferramenta de gestão, um instrumento importante e necessário para a sobrevivência das empresas. Observando-se as empresas do setor objeto de estudo,

percebe-se que há uma redução no ciclo de vida das mesmas, implicando num alto índice de mortalidade. A questão é: Como o planejamento financeiro influencia nesse índice? A hipótese é de que as empresas que permanecem ativas no mercado possuam um planejamento financeiro efetivo e que este seja o elemento central que norteia o gestor, implicando assim na sustentabilidade da organização.

Como ferramenta, o planejamento financeiro ajuda a traçar metas, funcionando também como um guia para as empresas. Este artigo tem como objetivo geral mostrar a influência do planejamento financeiro para as organizações e de que forma ele contribui no ciclo de vida das mesmas. Como objetivos específicos, tem-se: (i) verificar se há um planejamento financeiro nas empresas em estudo, (ii) identificar as principais ferramentas de controle financeiro utilizadas no gerenciamento do negócio e (iii) analisar a influência do planejamento financeiro para o ciclo de vida das organizações. Para tanto, foi realizada uma pesquisa em empresas do setor varejista de vestuário da cidade de Icó - CE.

Os resultados apresentados por este estudo podem impactar de forma positiva nas empresas definidas na amostra, bem como podem contribuir para o desenvolvimento da região. Além disso, esta pesquisa pode possibilitar a construção de um planejamento financeiro seguro e efetivo e uma ampliação no ciclo de vida das organizações.

Planejamento financeiro

O processo de introdução e desenvolvimento de uma organização depende da habilidade administrativa, onde a manipulação de ferramentas de planejamento, estratégias, pesquisas e estudos tornam-se imprescindíveis, ainda mais num mercado globalizado, extremamente volátil e cheio de incertezas. Não obstante, o planejamento financeiro, dentre estas ferramentas, funciona como um guia de aplicação e de controle de recursos, para que a empresa possa atingir seus objetivos.

A cada 100 empresas abertas no Brasil, 48 declinam no intervalo de três anos. O fator preponderante para esse dado reside na ausência de um Plano de Negócios (IBGE, 2010). Dentro deste plano, encontram-se vários outros planos fragmentados, mas que atuam num só sentido: o condicionamento da organização no mercado. Um deles é o planejamento financeiro. De acordo com Oliveira (2012, p. 76) a ausência de um planejamento financeiro consistente na empresa “pode causar falta de liquidez e, por isso, a falência [...]”

Ainda quanto à ideia de planejar, este ato se faz antecipadamente, deslumbrando o melhor delineamento estrutural, produtivo e de resultados que se revertem em ampliação de recursos, solidificação mercadológica, possibilidades asseveradas de ascensão. Isto posto, a pretensão inicial da organização, em atuar no atendimento de uma determinada demanda, promoverá a definição de seus objetivos, métodos, prazos, bem como os responsáveis pela execução das ações que serão desenvolvidas (BRAGA, 1992).

A ausência de um planejamento financeiro incorre à organização o fracasso, fato corriqueiro em boa parte dos pequenos empreendimentos que surgem e, por decorrência inclusive desta falta planejamento, desaparecem com frequência no cenário mercadológico. Para Hansen e Mowen (2003, p. 245), o desastre financeiro pode ser ocasionado por falhas de planejamento.

Numa organização os recursos financeiros funcionam como o sangue – quando comparado à estrutura do corpo humano. O fluxo deste recurso, ou seja, onde serão aplicados, de onde sairão, quando preservar, quando investir, será vital à manutenção e/ou crescimento organizacional. O planejamento promove as ações coerentes para estes pensamentos. Segundo Teló (2001, p. 21), através do planejamento financeiro crie-se uma declaração do que deve ser feito, para que os objetivos relativos às finanças sejam alcançados.

Para Weston e Brigham (2000, p. 343), “O planejamento financeiro envolve a realização de projeções de vendas, renda e ativos baseado em estratégias alternativas de produção e marketing seguidas pela decisão de como atender às necessidades financeiras previstas.” A partir dessas projeções é possível delinear a quantidade de recursos que será investida, utilizada em custos e despesas, assim como o retorno que será alcançado.

O planejamento financeiro consiste em um meio de antecipação do futuro visando fortalecer o processo decisório para que os objetivos organizacionais sejam alcançados. É nesse contexto que reside a figura do administrador: na tomada de decisão. Assim, a utilização de um planejamento financeiro pode garantir à organização a ampliação de seu ciclo de vida dentro do mercado.

Processo de planejamento financeiro

Gerir uma organização baseado apenas na improvisação – ou senso comum – pode configurar um ato de imprudência, provocado talvez pela falta de conhecimento,

ou mesmo pelo “achismo” de que “vai dar certo”. Tendo em vista o acirramento comercial, seria um risco impensado para uma organização agir de maneira não planejada. Segundo Chiavenato (2003) assevera que as empresas não devem trabalhar na improvisação. Suas decisões devem ser ponderadas e planejadas antecipadamente, através do planejamento, que servirá como base segura na constituição organizacional.

Para tanto, faz-se pertinente enfatizar o processo de planejamento financeiro que tem início com o estabelecimento de planos a longo prazo, ou estratégicos, e em seguida com a formulação dos planos a curto prazo, ou operacionais.

Os planos financeiros de longo prazo projetam ações que terão retorno somente em um período que vai de 2 a 10 anos. Como escreveu Gitman (2001), são eles que aliados aos planos de marketing e produção, possibilitando realizar as metas estratégicas que guiam a empresa.

Há ainda outras formas de contar esse tempo planejado, o que condiz com a dependência estratégica adotada pela organização, sempre com base em seus objetivos.

[...] em alguns casos se tem o emprego de planos quinquenais, que são continuamente revistos à chegada de novas informações. Geralmente empresas, sujeitas a elevados graus de incerteza operacional ou ciclos de produção relativamente curtos, ou ambos, tenderão a empregar horizontes de planejamento mais curtos. Os planos financeiros de longo prazo tendem a focalizar a implementação de dispêndios de capital propostos, atividades de pesquisa e desenvolvimento, ações de marketing e relacionadas com o desenvolvimento de produtos, e importantes fontes de financiamento. (HÄRTER, 2010, p. 17).

Já os planejamentos de curto prazo projetam ações que terão retorno em um período de 1 a 2 anos. Segundo Gitman (2004, p. 93), esses começam “com a previsão de vendas. A partir daí são formulados planos de produção que levam em conta os tempos necessários para a preparação de equipamentos e incluem estimativas das matérias-primas exigidas.” Com base nessas estimativas a empresa pode fazer a programação de todas os custos e despesas associadas a produção.

Härter (2010, p. 18) também enfatiza a previsão de vendas, e a extensão que esta função organizacional alcança, tudo a partir de um planejamento pré-concebido.

Usando a previsão de vendas como insumo básico, desenvolve-se um plano de produção que leva em conta o tempo necessário para converter matéria-prima em produto acabado. Os tipos e quantidades de matéria prima necessárias durante o período de previsão podem ser estimados a partir do plano de produção. Com base nestas estimativas de consumo de matéria prima, pode-se programar quando e quanto comprar de matéria-prima. Pode-se estimar o montante de mão de obra necessária, seja em homens-horas ou em dinheiro. Os custos indiretos de fabricação podem ser estimados, e finalmente as despesas operacionais, especificamente as despesas com vendas e administrativas, podem ser estimadas com base no nível de operações necessário para sustentar as vendas previstas. (HÄRTER, 2010, p. 18).

Percebe-se, portanto, que ambos os tipos de planejamentos possuem seu nível de importância dentro da organização. O objetivo é suprir as necessidades da empresa no decorrer de um determinado espaço de tempo. Ressaltando que este objetivo só se torna culminante quando a fragmentação de ações – estabelecidos pelo planejamento – alcançam seus respectivos resultados. A organização que pretende atuar de forma segura e próspera, deverá, assim, tomar medidas de curto e de longo prazos, sem que ambas se percam, ou se distingam.

Outros dois tipos de planejamentos essenciais a uma organização são o planejamento de caixa e o planejamento de lucro, ambos vinculados a condição financeira da mesma. O planejamento de caixa trata-se de uma “atividade que consiste em estimar a evolução dos saldos de caixa da empresa, essas informações são fundamentais para a tomada de decisões.” (SANTOS, 2001, p. 57).

Enquanto o planejamento de caixa preocupa-se com a previsão de fluxos de caixa, o planejamento de lucro centra-se na projeção de lucro. Segundo Marion (2009), o planejamento de lucro trata da preparação de demonstrativos financeiros projetados, tais como: Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) e Balanço Patrimonial (BP). Esses demonstrativos reúnem uma série de indicadores que revelam a posição econômico-financeira atual e futura de uma organização.

Oliveira (2012) caracteriza o planejamento financeiro através de indicações para o futuro, da flexibilidade na aplicação e na participação direta dos responsáveis. Primeiro porque o planejamento configura-se em um guia para o futuro da organização; depois ele deve flexibilizar-se às flutuações pelas quais a organização passará no decorrer dos tempos, adaptando-se; em seguida, importa os princípios da responsabilidade e da autoridade, ressaltando o comprometimento consciente dos setores envolvidos.

Ciclo de vida organizacional

No que se diz respeito ao ciclo de vida, as organizações assemelham-se aos seres vivos, isso porque nascem, crescem, desenvolvem-se e morrem. Entretanto, diversas são as pesquisas que apontam os altos índices de empresas que vão à falência ainda no estágio inicial do negócio, o que geralmente engloba os primeiros dois anos de existência.

Com o estreitamento comercial provocado pela eclosão tecnológica, especialmente os recursos da Tecnologia da Informação, o surgimento de novas organizações acontece cada vez mais de forma acentuada. No entanto, boa parte destes empreendimentos não vingam, devido a fatores diversos. Para Chiavenato (2008, p. 15), “[...] nos novos negócios, a mortalidade prematura é elevadíssima, pois os riscos são inúmeros.” Ainda segundo ele, em 20% desses, a falência dá-se devido a fatores econômicos.

Silva e Colaboradores (2010) ressaltam que o elevado índice de mortalidade das pequenas empresas nos primeiros anos de existência, demonstra que estas ainda não possuem uma evolução no sentido de potencial efetivo, ou seja, a exploração da atividade comercial não atinge o nível que poderia atingir.

Entretanto, segundo Golde (1986, apud Moura e Oliveira, 2006, p. 4). “O processo natural de um gestor é esquivar-se do planejamento, porque o ato de planejar significa lidar com incertezas sobre as quais ele tem pouco controle. Além do mais, planejar denota demasiado tempo de produção, pesquisas, análises. Por vezes o empreendedor, que faz as vistas de administrador, acredita não ser necessário planejar vislumbrado pela demanda que o mercado apresenta, abnegando o instrumento de planejamento como forma de assegurar uma melhor introdução e manutenção de sua empresa.

Procedimentos Metodológicos

O presente estudo trata-se de uma pesquisa aplicada, de abordagem quantitativa. Segundo Richardson (1989, p.29), a abordagem quantitativa “caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas.”

Quanto às fontes de dados, esta investigação pode ser classificada como bibliográfica e de campo. Sabe-se que em trabalhos científicos é utilizada uma pesquisa bibliográfica preliminar. Já a pesquisa de campo consiste na observação de

fatos e fenômenos sem ocorrer a interpretação do pesquisador sobre eles (LAKATOS, 2001).

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritivas. Através da pesquisa exploratória obtêm-se maiores informações, familiaridade sobre determinado assunto, possibilitando melhor entendimento sobre o objeto investigado (ANDRADE, 2001). Para Silva (2001), a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento.

Quanto a localização geográfica, a pesquisa foi desenvolvida na cidade de Icó-CE, localizada na região Centro sul do estado do Ceará, distante aproximadamente 375 km da capital. Segundo dados atualizados da Câmara dos Dirigentes Lojistas (CDL) de Icó – CE, a cidade possui 136 empresas cadastradas, sendo 25 no setor varejista de vestuário. Como critério de inclusão, estão inclusas as empresas do setor vestuário, cadastradas na CDL, cujo gestores aceitaram participar da pesquisa. Como critério de exclusão, estão exclusas todas aquelas que não se enquadram nos requisitos anteriores.

Para coleta de dados foi utilizado como instrumento de pesquisa um questionário aplicado aos gestores das empresas contendo 16 questões objetivas e 01 questão subjetiva. Segundo Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 53) através da utilização do questionário têm-se “um meio de obter respostas às questões por uma fórmula que o próprio informante preenche.” Os dados foram processados utilizando-se o Microsoft Excel no período 16 a 18 de maio e os resultados são apresentados a seguir.

Resultados e Discussão

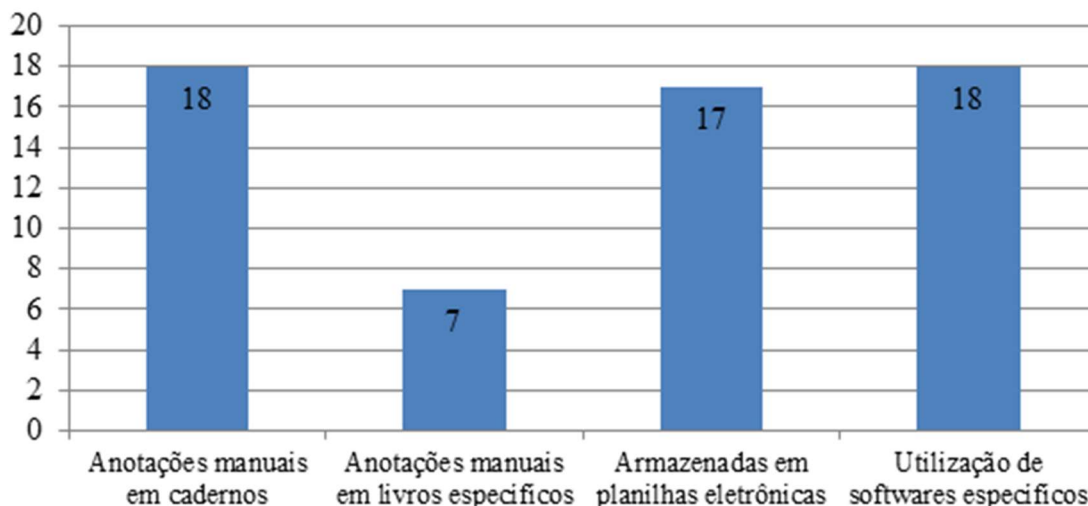
Gil (2010) acrescenta que a análise implica organização dos dados para exposição das respostas ao problema investigado. A interpretação tem como finalidade, promover uma interligação com outros conhecimentos, sobre o mesmo contexto, perfazendo uma discussão reflexiva sobre estes conhecimentos e o que se obteve com o novo trabalho.

O primeiro questionamento do estudo direcionou-se, à faixa etária do público-alvo da pesquisa. No que diz respeito à idade dos gestores das empresas, percebeu-se que 6 dos mesmos possuem menos de 30 anos de idade, 13 estão entre 30 e 40

anos de idade, 4 correspondem aos que estão entre 40 e 50 anos, 2 estão entre 51 e 60 anos. Quanto ao nível de escolaridade dos pesquisados, viu-se que 3 possuem o ensino fundamental incompleto, 6 possuem ensino médio incompleto, 7 ensino médio completo, 4 ensino superior incompleto, 3 ensino superior completo e somente 2 possuem pós-graduação.

Quanto ao nível de tempo de atividade em gestão, 4 possuem menos de 5 anos, 5 possuem entre 5 e 10 anos, 10 possuem entre 11 e 20 anos, 4 possuem entre 21 e 30 anos, 2 mais de 30 anos. Portanto, a maioria dos gestores encontra-se na faixa etária compreendida entre 30 e 40 anos, com escolaridade de nível médio e tempo de gestão entre 11 e 20 anos. Quando indagados acerca da busca de informações do segmento em que atuam, a maioria opta por participar de eventos na área.

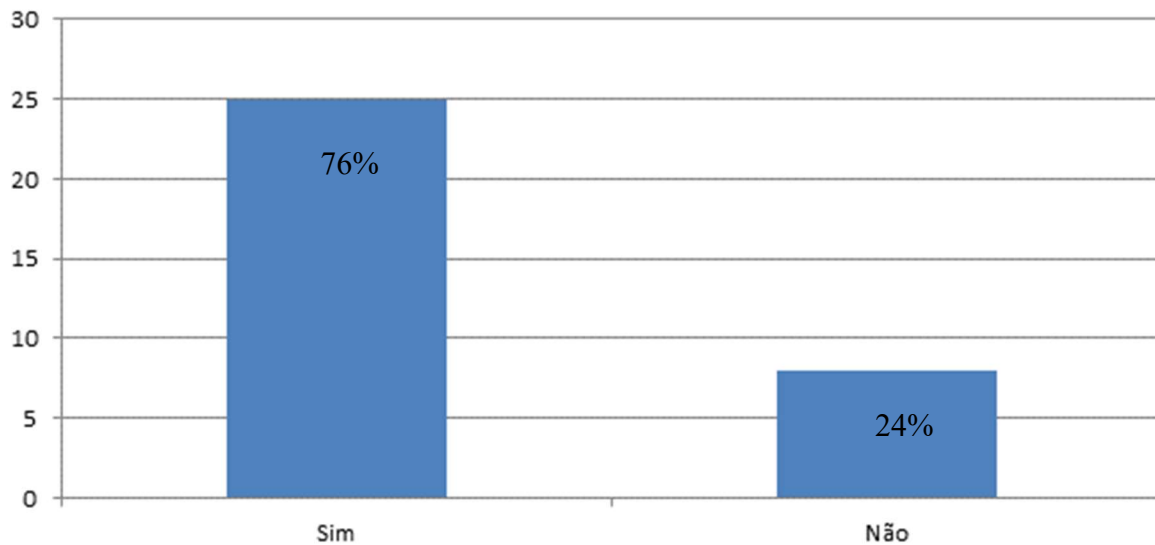
Gráfico 1 – Registro de informações administrativas.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Sampaio (2011, p.37) afirma que com a intensa concorrência do mercado globalizado os empresários não podem mais tomar suas decisões baseadas na experiência. “É necessário adequar-se às novas tecnologias, às novas mudanças impostas pela sociedade a fim de acompanhar as necessidades colocadas a cada dia.”

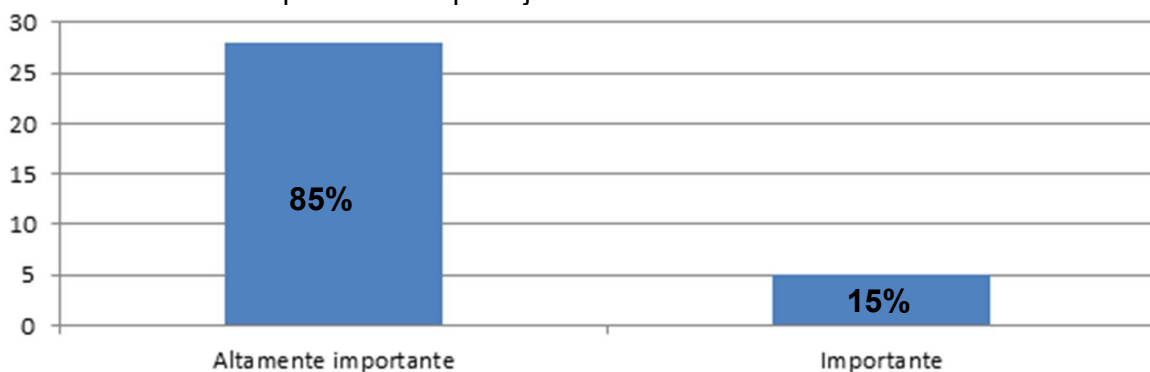
Gráfico 2 – Existência de capacitação sobre planejamento financeiro.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com o intuito de entender qual o nível de conhecimento dos gestores acerca do planejamento financeiro, perguntou-se aos mesmos se estes haviam, em algum momento, buscado capacitação específica nessa área. Observou-se que a maioria dos gestores sentiu a necessidade de capacitar-se na área. Com base nisso, indagou-se: Como você avalia a importância do planejamento financeiro para uma organização?

Gráfico 3 – Nível de importância do planejamento financeiro.



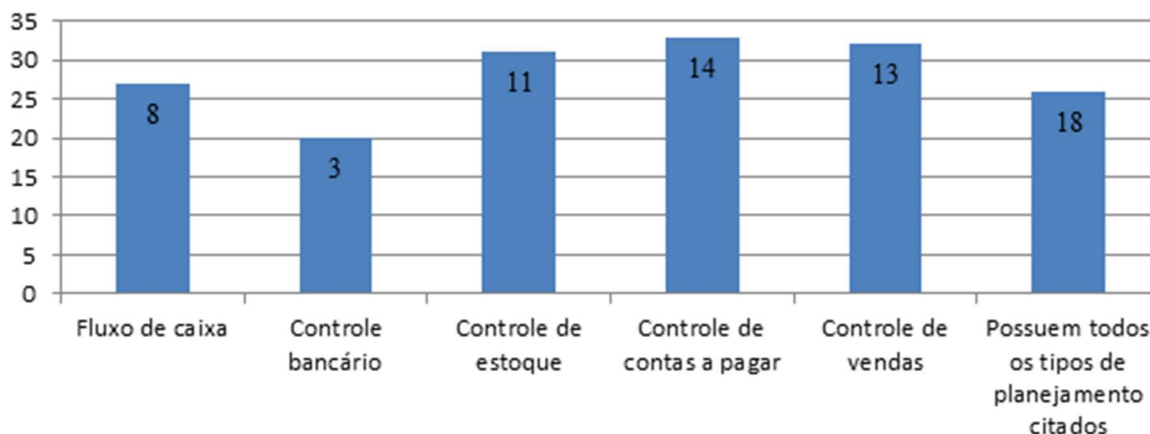
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A maioria dos pesquisados considera o planejamento financeiro altamente importante para a sustentabilidade da empresa no mercado. Segundo Gitman (2004, p. 92), a importância do planejamento financeiro dá-se porque este “oferece

orientação para a direção, a coordenação e o controle das providências tomadas pela organização para que esta atinja seus objetivos.”

Visando verificar quais os tipos de planejamentos financeiros utilizados nas empresas em estudo, questionou-se sobre quais são aplicados nas mesmas.

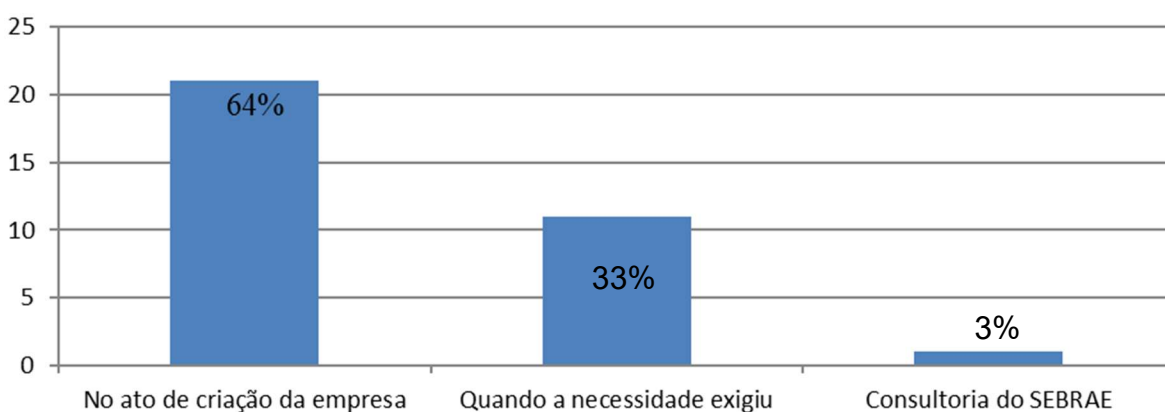
Gráfico 4 – Tipo de planejamento financeiro utilizado.

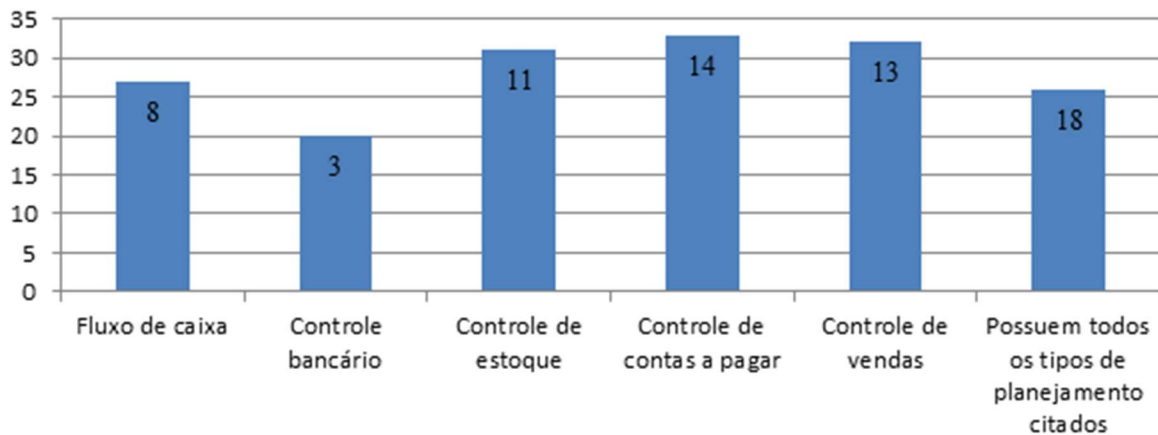


Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com o gráfico 4, todas possuem o planejamento financeiro de controle de contas a pagar. Observa-se que a maioria das empresas pesquisadas (18) possuem todos os tipos de planejamento citados.

Gráfico 5 – Momento de criação de método de planejamento financeiro Fonte: Dados da pesquisa (2016).

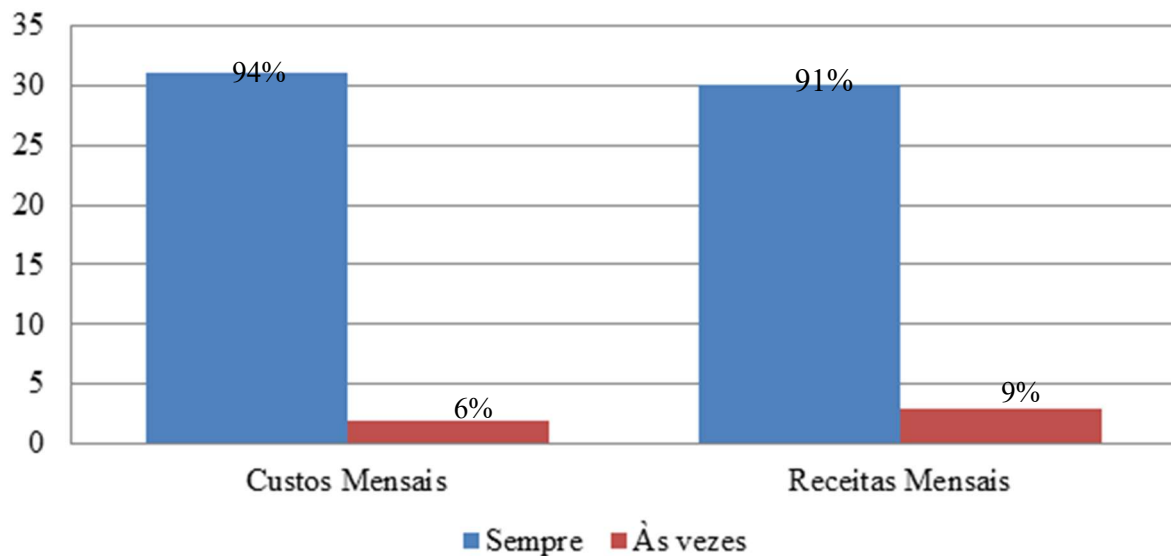




Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Vendo que os gestores percebem a importância e utilizam vários tipos de planejamentos financeiros, questionou-se quando se deram suas criações. A maioria dos gestores afirma que no ato da criação da empresa já viu a necessidade de utilizar os planejamentos financeiros.

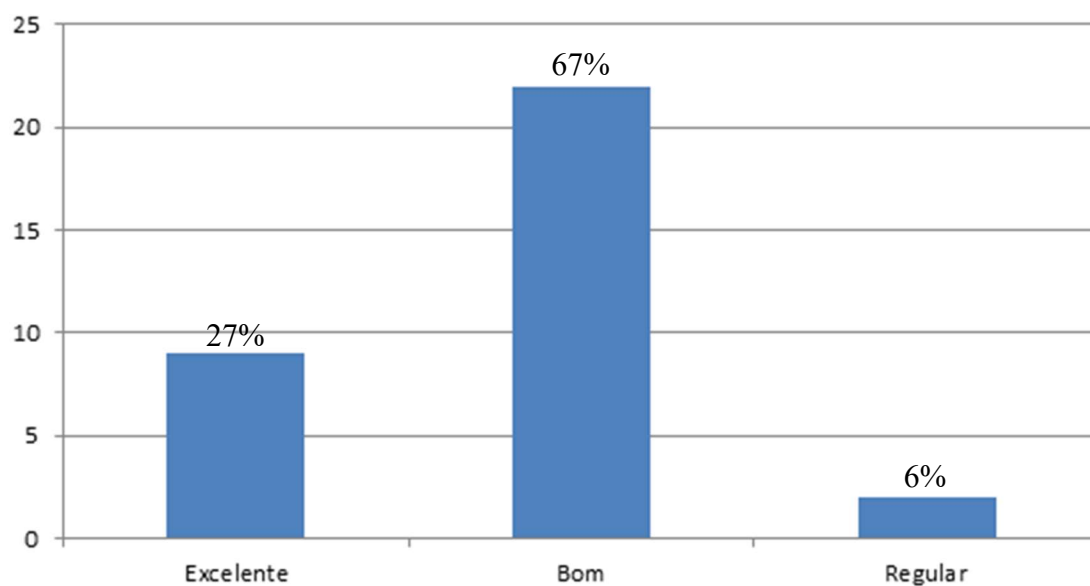
Gráfico 6 – Frequência de anotações de custos e receitas mensais.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com o gráfico 6, nota-se que a maioria tem um controle efetivo dos custos e receitas da organização, o que para Silva e Silva (2011, p. 1) “é de suma importância para qualquer empresa.”

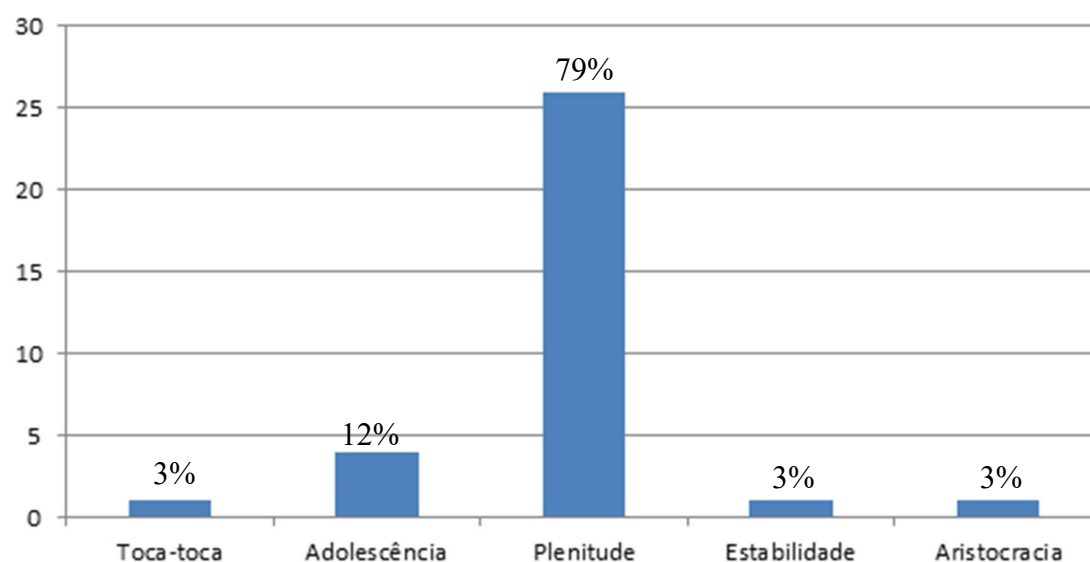
Gráfico 7 – Nível de conhecimento sobre ciclo organizacional.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com base no exposto do gráfico 7, os gestores têm um bom conhecimento sobre o ciclo de vida da organização, esse conhecimento possibilita aos gestores identificar em que patamar do ciclo a empresa se encontra.

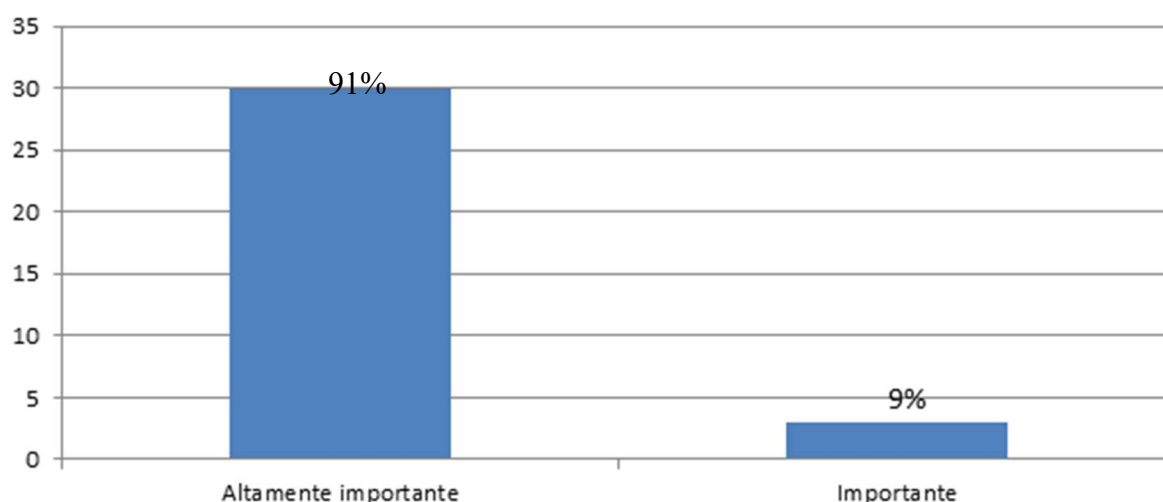
Gráfico 8 – Autoavaliação de estágio de crescimento organizacional.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

No gráfico 8 é possível perceber que a maioria das empresas estão em estágio de plenitude, a melhor das fases do ciclo organizacional. Nesse estágio, ela encontra-se em equilíbrio. Para Rodrigues e Sgrott (2001, p. 4), nesta fase “a organização sabe o que está fazendo, para onde está indo e sabe também como chegar lá.”

Gráfico 9 – Grau de importância do planejamento financeiro para o ciclo de vida organizacional.



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com o gráfico 9, quase a totalidade dos gestores considera altamente importante o planejamento financeiro para que a organização se mantenha no mercado e atinja o seu principal objetivo que é obter lucro.

Considerações finais

Esse estudo possibilitou analisar a influência do planejamento financeiro para as organizações e de que forma este contribui no ciclo de vida das mesmas. A partir dos resultados alcançados, foi possível perceber que a percepção dos gestores acerca do planejamento financeiro é de que este é um instrumento altamente importante para a condução das organizações.

Considera-se que a maioria das empresas pesquisadas possui algum tipo de planejamento financeiro e sua aplicação resulta na manutenção dessas empresas no mercado. Grande parte das empresas estudadas possui os planejamentos financeiros essenciais e os utilizam de maneira efetiva, que são: fluxo de caixa, controle de estoque, controle bancário, controle de contas a pagar e controle de vendas.

A maioria dessas empresas (79%), segundo seus gestores, estão no melhor estágio do ciclo de vida organizacional, a plenitude, onde atingiram o equilíbrio entre o autocontrole e a flexibilidade. Com isso, percebe-se que a hipótese apontada para o estudo se confirma. Contudo, este estudo não se encerra aqui, pelo contrário, abre espaço para novas investigações que tratem com maior profundidade o tema pesquisado.

Referências

ADIZES, I. **Os ciclos de vida das organizações: como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito.** São Paulo: Pioneira, 1990.

ANDRADE, M.M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico: Elaboração de Trabalhos na Graduação.** – 5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira.** São Paulo: Atlas, 1992.

CERVO, A. L. **Metodologia Científica.** – 6. ed. – São Paulo. Pearson Pretenci Hall, 2007.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor.** - 2. ed. - São Paulo: Saraiva, 2008.

FERREIRA, J. C. F. **No Brasil, quase metade das empresas abertas fecha em três anos, diz IBGE.** Disponível em: <<http://revistagestaoenegocios.uol.com.br/gestao-motivacao/48/artigo273388-1.asp/>>. Acesso em: 15 abr. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira.** – 2. ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira.** – 10. ed. – São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.

GOLDE, R. A. Planejamento prático para pequenas empresas. In: Coleção Harvard de Administração. São Paulo, **Nova Cultural**, v. 9, p.7-34. 1986. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/185.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2016.

HANSEN, D. R; MOWEN, M. M. **Gestão de Custos.** – 1. Ed – São Paulo: Pioneiro Thomson Learning, 2003.

HÄRTER, L. **Planejamento financeiro e orçamentário empresarial na Comercial de Móveis Harter LTDA.**

LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**. – 4.ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

MARION, J. C. **Contabilidade básica**. – 10. ed. – 2 reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVERA, D. C. A importância do planejamento financeiro. **Revista Intellectus**, Jaguariúna – SP, ano VIII, nº 20, p. 75-83, abr-jun 2012. Disponível em: <www.revistaintellectus.com.br/DownloadArtigo.ashx?codigo=220>. Acesso em: 20 set. 2014.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

RODRIGUES, L.C; SGROTT, S. A. **Grau de plenitude em empresas emergentes**. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/eadonline/grupodepesquisa/publica%C3%A7%C3%B5es/leonel/15.pdf>>. Acesso em: 13 maio 2016.

SAMPAIO, G. L. **A contabilidade nas micro e pequenas empresas**. Disponível em: <http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/K216273.pdf>. Acesso em: 13 maio. 2016.

SANTOS, E. O. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, E. C. B. SILVA, J. A. F. S. **A importância da análise financeira de balanços para o gestor financeiro**. Disponível em: <<http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/31.pdf>>. Acesso em: 15 maio. 2016.

STEVESON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harbra, 2001.

Dados para contato

Autor: Maria Erilucia Cruz Macedo

E-mail: erilucia@leaosampaio.edu.br

A PARTICIPAÇÃO DE EXECUTIVAS BRASILEIRAS E MEXICANAS EM NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Gestão e estratégia das organizações

Manuela Goulart; Julio César Zilli; Adriana Carvalho Pinto Vieira; Michele Domingos Schneider, Débora Volpato¹

¹Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: O artigo tem como objetivo analisar a participação das mulheres nas negociações internacionais das empresas importadoras e exportadoras do Brasil e México. Trata-se de uma pesquisa descritiva, bibliográfica e de campo, com abordagem qualitativa. A amostra foi realizada com vinte executivas que atuam em empresas importadoras e exportadoras do Brasil e do México. Os dados foram coletados por meio de um questionário enviado via *e-mail*. Apesar da participação ativa das mulheres nas negociações internacionais, como executivas no Brasil e no México, verificou-se que o preconceito ainda está presente, decorrentes dos desafios devido às demandas familiares e profissionais.

Palavras-chave: Mulheres. Executivas. Negócios internacionais.

Introdução

Nas últimas décadas do século XX, o mundo passou por importantes transformações demográficas, culturais e sociais que interferiram diretamente no aumento do trabalho feminino. Sob o ponto de vista de Bruschini e Lombardi (1998), estas transformações se manifestaram aliadas às mudanças nos padrões culturais e nos valores relativos ao papel social da mulher advindas, ao mesmo tempo, do acesso à escolaridade e do ingresso nas universidades. Estes fatores subsidiaram o crescimento do trabalho feminino e as alterações no perfil de sua força de trabalho (CHIES, 2010).

No entanto, isso não representou uma transformação total das diferenças dos espaços ocupados por homens e mulheres, principalmente quando se fala em cargos executivos. O número de mulheres em postos diretivos nas empresas vem crescendo consideravelmente. Este crescimento tem ocorrido em vários países, de maneira semelhante, decorrente de necessidades no sentido da inclusão qualificada no mundo do trabalho.

De acordo com o Instituto Observatório Social (IOS) (2004), quando as

mulheres ocupam cargos de chefia, o posto de trabalho costuma ser menos valorizado. Apesar dos obstáculos, a mulher está se destacando cada vez mais no mercado nacional. Porém, no mercado internacional, a mulher ainda é impedida de atuar em alguns países devido às barreiras culturais e de preconceito.

Diante deste cenário, percebe-se a necessidade de um aprofundamento no estudo do posicionamento das mulheres frente aos negócios internacionais. Assim, o presente artigo possui como objetivo analisar os desafios e preconceitos sofridos pelas mulheres nas negociações internacionais e as principais diferenças que ocorrem entre estes dois países, a partir de executivas de empresas importadoras e exportadoras do Brasil e México.

A mulher nas negociações internacionais

Com as constantes mudanças no cenário do mundo globalizado, e com o aumento cada vez maior dos objetivos desafiadores pelos quais as organizações estão inseridas, a tomada de decisão rápida, bem como a resolução dos conflitos por meio da negociação, ganham espaço e importância no cotidiano (ANDRADE, 2004).

De acordo com Magalhães (2013), o processo de negociação internacional vai além da técnica. É necessário entender também as questões culturais e comportamentais. Apesar do crescimento da mulher no mundo dos negócios, a presença da figura feminina na mesa de negociação traz desconforto para as culturas que ainda estão processando esta conquista.

Ainda em relação à mulher, cuidados redobrados são essenciais quando se trata de negociações em países muçulmanos, pois tocar ou até mesmo dirigir-se a elas, em alguns países, é uma ofensa inadmissível. Também é preciso ter em mente que a cultura de um povo se forma por meio de sua história e, isto tem importância relevante no processo das negociações ou quando em conversas paralelas o desconhecimento desse item pode causar situações desconfortáveis (MAGALHÃES, 2013).

O reconhecimento das diferenças entre as partes é essencial em negociações de âmbito nacional ou internacional. No entanto, a pluralidade de representações e significações decorrentes das diferenças culturais é maior nas negociações internacionais (BRILMAN, 1993).

No entendimento de Minervini (1991), são muitas as variáveis culturais a serem consideradas nas negociações internacionais: espaço, tempo, etiqueta, protocolo,

sexo, idade, religião, educação, história, higiene, saudação, piadas, dar presentes, política, hospitalidade, superstição, idioma, atitudes, leis, valores, organização social, linguagem corporal, folclore, cor, adorno do corpo, tabu em relação a alimentos, música, propriedade e status.

De acordo com Muscatelli (1999), as pesquisas e levantamentos dão como parâmetro que apenas 10% de mulheres atingem cargos de chefia a nível internacional. Em 1995, entre 300 empresas na Inglaterra, apenas 10% das mulheres estavam inseridas em cargos de liderança, enquanto em 1999, na Argentina, entre as maiores 2.000 empresas, havia aproximadamente 9,7% de mulheres executivas.

Mulheres brasileiras em cargos executivos

De acordo com a pesquisa realizada pelo Instituto Ethos (2003) no Brasil a cada dez cargos executivos existentes nas grandes empresas, apenas um é ocupado pelo sexo feminino. No nível de gerência, dois cargos são das mulheres e oito dos homens. Nas chefias, as mulheres são três e os homens sete. As mulheres também estão em menor número em chãos de fábrica, e nos cargos funcionais e administrativos, 3,5 contra 6,5.

Em 2012, no Brasil as mulheres executivas ganharam 27,1% a menos que os homens que ocupam o mesmo cargo, contra 26,3% em 2011, segundo o IBGE em sua Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD (2013). Na composição executiva das 345 empresas consultadas, somente 8% têm a participação das mulheres.

De acordo com os dados da PNAD (2012) do IBGE, se percebe uma contínua e crescente incorporação do sexo feminino ao mercado formal de trabalho. Com este crescimento contínuo, a força de trabalho feminina deverá ser a principal responsável pelo crescimento da População Economicamente Ativa (PEA) brasileira nas próximas décadas. Esta perspectiva parece ainda mais factível pelo fato da sua participação ainda ser consideravelmente menor do que a masculina em todos os recortes.

No entanto, a diminuição deste *gap* depende de modificações nas condições culturais, econômicas e sociais que ainda limitam uma presença maior feminina em postos de trabalho. Entre as mulheres com formação mais alta a diferença de participação no mercado de trabalho em relação aos homens já se mostra menor. No futuro, o desafio será incorporar segmentos que demandarão políticas de qualificação eficazes e cujo processo de inclusão geralmente apresenta barreiras sociais,

econômicas e culturais mais pronunciadas (NONATO *et al*, 2012).

Mulheres mexicanas em cargos executivos

No México, a participação feminina na força de trabalho vem crescendo rapidamente, atingindo cerca de 30%. A população de funcionários e administradores em áreas mais urbanizadas do país representa apenas 14,25 %, o que equivale a dizer que a sua presença é 1- 6 homens relativos (INEGL, 1991).

A situação no México é semelhante a outros países. Embora as mulheres representem cerca de 40% da força de trabalho em todo o mundo, e gradualmente crescendo nas organizações hierárquicas, a participação em cargos de liderança é bem mais reduzida. Embora esse percentual ainda seja baixo, quando comparado com o da população feminina economicamente ativa, percebe-se uma crescente presença de mulheres em cargos de liderança em todos os níveis, tanto nas várias instituições do setor público e privado quanto na sociedade em geral (ZABLUDOVSKY, 2007).

Segundo Lidia (1994), as mulheres executivas enfrentam a incapacidade de conciliar seus deveres profissionais às suas responsabilidades domésticas. Verifica-se que a presença significativa das mulheres executivas mexicanas ocorre precisamente nas empresas que forneceram algumas opções para facilitar o trabalho e a família, como por exemplo, horas de trabalho flexíveis, licença especial, dentre outras, considerando que o bom desempenho das tarefas depende apenas de sua disposição e responsabilidade entregue à empresa. Nas últimas duas décadas foi detectado um aumento significativo no número de postos de trabalho que anteriormente eram considerados tradicionalmente masculinos, tais como administração de empresas e direito. Em outros países, assim como no México, tem crescido o número de cursos universitários voltados para as carreiras profissionais aos negócios, administração e finanças. Administração de Empresas é a carreira com uma maior porcentagem (12.9% dentro de total das mulheres frente aos 9.6% do total dos estudantes do sexo masculino).

O sexo feminino também enfrenta outras práticas discriminatórias na sociedade, e as dificuldades para encontrar um emprego em que ela possa exercer ainda responsabilidades familiares. A baixa participação das mulheres em cargos executivos é explicada em grande parte por fatores adotados dentro das próprias empresas: em termos de distribuição e hierarquia em relação ao sexo, os diferentes

padrões de avaliação e compensação das performances de homens e mulheres, a falta de flexibilidade no horário de trabalho, as estruturas piramidais, e as expectativas que ocorrem ao redor do compromisso oficial para com a empresa (ZABLUDOVSKY, 2007).

Procedimentos Metodológicos

Segundo Vianna (2001, p.95): “a metodologia pode ser abrangida como a ciência e a arte de como desencadear ações de forma a atingir objetivos propostos para as ações que devem ser definidas com pertinência, objetividade e fidelidade”.

Quanto aos fins de investigação, a presente pesquisa foi caracterizada como descritiva, pois descreve as principais diferenças entre as mulheres executivas mexicanas e brasileiras em empresas exportadoras e importadoras do México e Brasil. As pesquisas descritivas têm por base a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então estudar as características de determinado grupo e suas relações com as variáveis notadas (GONÇALVES; MEIRELLES, 2004).

Com relação aos meios de investigação, a pesquisa enquadra-se como bibliográfica e de campo. A pesquisa bibliográfica é o estudo desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, redes eletrônicas, dentre outros, um material que está acessível ao público (GONÇALVES; MEIRELLES, 2004).

A pesquisa de campo é o tipo de pesquisa que pretende buscar a informação diretamente com a população pesquisada. Esta pesquisa exige do pesquisador um encontro mais direto. Neste caso, o pesquisador precisa ir ao espaço onde o fenômeno ocorre, ou ocorreu e reunir um conjunto de informações a serem documentadas (GONÇALVES, 2001). Neste sentido, foi realizada uma pesquisa de campo junto às executivas brasileiras e mexicanas com o objetivo de identificar os desafios no mercado de trabalho internacional.

A população corresponde ao agregado de todos os elementos que compartilham um conjunto comum de características de interesse para o problema em investigação. Assim, a caracterização da população alvo deste estudo são executivas brasileiras e mexicanas em cargos de chefia. A amostra é uma parte da população, um subconjunto do universo extraído com o propósito de inferirmos características da população (MALHOTRA, 1996). Assim, a amostra foi composta por 10 executivas de empresas importadoras e exportadoras do Brasil, selecionadas pelo critério de

disponibilidade de acesso para aplicação do questionário de pesquisa pertencentes aos setores químicos (1 empresa), metal mecânico (4 empresas), máquinas e equipamentos (4 empresas) e produtos elétricos (1 empresa). No México, a pesquisa envolveu os setores de colorífico, químico, petróleo e derivados, revestimentos cerâmicos, máquinas e equipamentos, materiais para construção e têxtil (1 empresa cada) e móveis (3 empresas).

Os dados utilizados neste trabalho foram coletados pelos autores, caracterizando-se como dados primários. Dados primários são relativos a informações que serão obtidas pelo pesquisador em sua coleta de dados, nos locais onde os mesmos são originados (CERVO; BERVIAN, 2002). Para coletar, desenvolver e processar os dados foi utilizado um questionário com perguntas abertas e fechadas. O questionário foi enviado via correio eletrônico, abrangendo o perfil das entrevistadas, inserção no mercado de trabalho e atividades e desafios na gerência.

A abordagem qualitativa são os estudos que empregam uma metodologia que pode descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de suas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais (RICHARDSON, 1989). Desta forma, os dados foram analisados utilizando-se uma abordagem essencialmente qualitativa.

Resultados e Discussão

Nesta sessão são apresentados os dados coletados com a pesquisa de campo realizada junto aos profissionais de empresas de importação e exportação que atuam na área de gerência no Brasil e México.

Perfil das entrevistadas

O Quadro 1 apresenta questões relacionadas ao perfil das entrevistadas no Brasil e México.

Quadro 1 – Perfil das entrevistadas.

| CARACTERÍSTICAS | BRASIL | MÉXICO |
|--------------------------|---------------|---------------|
| IDADE | | |
| 18 - 24 anos | 1 | 1 |
| 25 - 29 anos | 2 | 1 |
| 30 - 34 anos | 5 | 6 |
| Acima De 40 Anos | 2 | 2 |
| ESTADO CIVIL | | |
| Solteira | 2 | 5 |
| Casada | 8 | 2 |
| Divorciada | - | 2 |
| Viúva | - | 1 |
| ESCOLARIDADE | | |
| Ensino Superior Completo | 9 | 3 |
| Pós Graduação | 1 | 7 |

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Pode-se observar que dentre as respondentes brasileiras mais da metade possui entre 30 e 34 anos de idade, seguido por mulheres de 25 a 29 anos e mulheres acima de 40 anos. Observa-se também que dentre as entrevistadas em cargos de chefia somente uma tem entre 18 e 24 anos de idade.

É importante ressaltar que as mulheres ainda ocupam menos cargos de poder e prestígio e continuam a ser vistas como as principais responsáveis pela casa e pela família (CARVALHO, 2003). Apesar do que afirma o autor, existem dificuldades em relação às mulheres em cargos de chefia, e que em sua grande maioria, não atingem cargos de maior nível hierárquico dentro das organizações. Focalizando os resultados obtidos, percebe-se que dentre as executivas brasileiras entrevistadas, a maior parte é casada.

Quanto ao grau de escolaridade das executivas brasileiras, verifica-se que somente uma possui curso de pós-graduação e as demais possuem ensino superior completo. Desta forma, conclui-se que as organizações buscam pessoas com experiência e motivação, e não somente pessoas com um grau elevado de estudo. A pesquisa também procurou averiguar o tempo de presença no mercado de trabalho das entrevistadas brasileiras, no período compreendido entre 10 a 15 anos. Pode-se perceber que ainda nos dias atuais as empresas buscam pessoas experientes para ocuparem seus cargos de maior hierarquia.

Apesar desta afirmação, a pesquisa aponta que dentre as entrevistadas todas afirmaram que sua participação da renda com a família é em torno de 50%. Com isso, percebe-se que as mulheres conseguem receber um salário compatível com suas

funções, apesar de serem menos valorizadas que os homens na questão salarial.

Quanto aos idiomas com fluência, se percebe que o que a língua inglesa e castelhana está em destaque. No entanto, não se obteve resposta sobre os outros idiomas mencionados no questionário de pesquisa.

Das executivas mexicanas entrevistadas, destaca-se que a faixa etária gerencial está entre 30 a 34 anos, seguida de executivas acima de 40 anos, verificando-se a partir da pesquisa que há uma exigência de experiência para os cargos de maior hierarquia.

Um dos principais desafios enfrentados pelas mulheres mexicanas no local de trabalho é a conciliação trabalho-família. Para alcançar empregos decentes, as mulheres precisam considerar os seguintes benefícios: horários flexíveis, licenças/maternidade dos pais, entre outros. Na questão aplicada sobre o estado civil das entrevistadas mexicanas, predominou as mulheres solteiras em número de cinco, duas casadas, duas divorciadas e uma viúva. Assim, verifica-se que predominam as mulheres solteiras para cargos de chefia no México.

As mexicanas em sua maioria (nove dentre dez entrevistadas) têm um grau de escolaridade alto, possuindo pós-graduação. Com isso, pode-se perceber que a cultura mexicana exige, além de experiência, com presença de mercado entre 10 a 15 anos, um grau de escolaridade alto. No México, as mulheres recebem salários mais baixos e estão sujeitas às condições de trabalho menos favoráveis (HERRERA, 2009). No entanto, a partir da pesquisa denota-se que as mulheres executivas mexicanas possuem uma renda em média de 60% da participação da renda familiar.

Dentre os idiomas com fluência destaca-se o inglês. Com isso verifica-se que estando em um país em que a língua fluente é o espanhol, as executivas mexicanas não têm uma preocupação em aprender uma língua além do inglês.

A inserção no mercado de trabalho

O movimento de ingresso das mulheres nos cargos de gerência tem ocorrido na esteira dos movimentos políticos e sociais deflagrados a partir das décadas de 1960 e 1970. Neste cenário, ainda se inclui o movimento feminista e a mudança de valores culturais deles decorrentes, que se refletiram, na expansão da escolaridade das mulheres e, em consequência, em seu expansivo ingresso nas carreiras universitárias (BRUSCHINI; LOMBARDI, 2000). A pesquisa apresenta que das trabalhadoras executivas brasileiras entrevistadas, em média 80% trabalham em

empresas de pequeno e médio porte, demonstrando que as mulheres estão cada vez mais ocupando cargos importantes.

Dentre as entrevistadas, apenas duas foram contratadas diretamente para o cargo, a maioria foi contratada para um cargo de nível hierárquico mais baixo, com experiências profissionais dentro da empresa e, conseqüentemente, foram promovidas para a função de gerência. Em sua maioria também, possuem experiências profissionais anteriores em outras empresas, em outras áreas e funções. Somente uma das entrevistadas está na mesma empresa desde que ingressou no mercado de trabalho, e pode-se inferir que este fato pode ter ocorrido pelo fato da empresa ser uma empresa de pequeno porte e familiar.

No mercado, as qualificações pessoais que não constam no currículo estão cada vez mais valorizadas. A criatividade e a capacidade de criar soluções estruturadas possíveis e viáveis a partir de situações pré-existentes são qualificações bem desejadas (FONSECA, 1993). A pesquisa apontou que todas as entrevistadas possuem algum curso de especialização na função atual. Verifica-se também que três das entrevistadas trabalham em empresas de grande porte, e sete em empresas de pequeno e médio porte.

A respeito da contratação das entrevistadas, três foram contratadas diretamente pela empresa para o cargo de gerência, e as outras sete levaram de um a cinco anos para serem promovidas ao cargo de gerência. Das executivas mexicanas entrevistadas todas possuem experiências profissionais anteriores ao cargo de gerência e possuem curso de especialização na função atual, mostrando que as elas procuram estar em constante aprendizado.

Atividades e desafios na gerência

Quando questionadas sobre experiências fora do país somente uma das entrevistadas brasileiras teve viagens de estudo e de *business*, as demais nunca tiveram experiência profissional, somente viagem de passeio. Isso demonstra que ainda há certo receio das empresas em realizar as tratativas pelas executivas quando as negociações são realizadas em outros países.

Um cargo de executivo é um título atribuído a uma função pela empresa e envolve a comprovação da relevância da função. Representa um poder de mando maior do que a simples execução de rotina empregatícia, colocando o empregado de confiança em natural superioridade aos colegas de trabalho (DITCHER, 1974). Diante

disto, quando foram questionadas sobre a dificuldade em ser mulher em cargo gerencial, quatro das mulheres entrevistadas responderam que sim, que ainda sofrem algum tipo de preconceito, conforme ponderou uma das executivas brasileiras: “[...] internamente subordinados homens tendem a não entender num primeiro momento a hierarquia quando seu superior é mulher, e externamente alguns parceiros tendem a se sentir desconfortáveis quando as exigências são feitas por uma mulher [...]”.

Das entrevistadas que responderam que participam de reuniões com profissionais em outros países, tais como países do Mercosul, China, Chile dentre outros, as mesmas responderam que apresentam dificuldades pelo fato de serem do sexo feminino, e que sentem uma retração por parte do sexo masculino.

Uma das entrevistadas brasileira ressalta que:

[...] em grande maioria os profissionais estrangeiros (parceiros e clientes) são homens o que causa algum desconforto inicial em reuniões onde só há presença de uma mulher. Após certo tempo se cria um laço comercial e a comunicação flui melhor, mais num primeiro momento você sente certo recuo por parte deles [...]

Quando questionadas quanto à retração de subordinados masculinos ao acatar ordens, a maioria afirmou que sente algum tipo de preconceito pelo fato de serem mulheres. Uma das entrevistadas brasileira afirmou que o grau maior de preconceito foi quando coordenou operários: “[...] senti uma grande resistência quando coordenei operários, onde o nível de educação era mais baixo, hoje em dia trabalho com pessoas mais esclarecidas e não tenho nenhum problema

A cada dia as mulheres estão assumindo cargos mais altos nas organizações, além de trabalhar como educadora do lar e educar os seus filhos. Uma das brasileiras entrevistadas afirmou que:

[...] passo o dia dando ordens e chego em casa e continuo dando ordens, tenho que aprender a separar a vida pessoal da vida profissional [...]de certa forma atrapalha um pouco, não pelo marido e sim pelo filho. Conciliar trabalho x casa x filho é de certa forma um pouco difícil, e torna a vida da mulher um pouco mais cansativa. Faço de tudo para não influenciar na minha vida profissional, mas acaba acontecendo algumas vezes, como chegar atrasada ou ter que sair para levar o filho ao médico [...].

Quanto às executivas mexicanas, quando questionadas sobre experiências fora do país somente duas afirmaram que tiveram experiências em viagens de estudo

e não a trabalho. As demais entrevistadas não tiveram experiência profissional fora do seu país.

Sobre a dificuldade em ser mulher em cargo gerencial, seis das entrevistadas responderam que tem ou tiveram algum tipo de preconceito. Uma das brasileiras entrevistadas afirmou que: “[...] trabalhava em uma empresa onde o diretor foi substituído e logo me demitiram única e exclusivamente por discriminação [...]”.

Em relação às reuniões com profissionais de outros países, todas participam deste tipo de atividade e afirmaram que lidam com situações normalmente sem nenhum tipo de preconceito. Somente uma das mexicanas afirmou que sofreu discriminação algumas vezes: “[...] participo de muitas reuniões com pessoas de outros países, e em muitos casos sinto alguma forma de preconceito [...]”.

Sobre a questão dos subordinados terem algum tipo de preconceito pelo fato de serem mulheres, a maioria respondeu que sim, que sofrem algum tipo de preconceito e afirmam que muitas vezes eles não acatam as ordens impostas por elas.

Com relação à influência da família nas atividades profissionais, as executivas mexicanas afirmaram não sentem nenhuma dificuldade, e que o fato de serem mães e esposas não interfere no trabalho. A maioria afirmou que recebem total apoio dos familiares, sempre as incentivando e apoiando.

A partir dos resultados, o Quadro 2 destaca alguns dos principais aspectos, apresentando um quadro comparativo.

Quadro 2 – Principais aspectos comparativos.

| PRINCIPAIS ASPECTOS | BRASIL | MÉXICO |
|---------------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Faixa etária | Entre 30 e 34 anos | Entre 30 e 34 anos |
| Estado civil | Casadas | Solteiras |
| Escolaridade | Ensino médio completo | Pós-Graduação |
| Presença mercado de trabalho | Entre 10 a 15 anos | Entre 10 a 15 anos |
| Participação renda familiar | 50% | 60% |
| Idioma | Inglês e Espanhol | Espanhol |
| Experiências profissionais anteriores | Sim | Sim |
| Cursos de especialização na função | Sim | Sim |
| Negociações fora do país | Não | Não |
| Preconceito pelo cargo de gerência | Sim | Sim |

Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Considerações Finais

Atualmente o perfil das mulheres é muito diferente daquele do começo do século, uma vez que este fato foi se alternando ao longo dos últimos anos. Além de

trabalhar e ocupar cargos de responsabilidade assim como os homens, as mesmas realizam as tarefas tradicionais: ser mãe, esposa e dona de casa. Ganhar seu próprio dinheiro, ser independente e ainda ter sua competência reconhecida é motivo de orgulho para todas.

Apesar da evolução da mulher dentro de uma atividade que era antes exclusivamente masculina, percebe-se que ainda há barreiras de preconceito nas negociações entre empresas, sobretudo as internacionais, como diferenciação por meio dos salários inferiores aos dos homens, participação quase mínima em negociações internacionais, retração quando se impõe diante de subordinados, dentre outros.

Neste contexto, o trabalho teve por objetivo analisar os desafios enfrentados por mulheres brasileiras e mexicanas em cargos executivos de empresas importadoras e exportadoras.

A pesquisa ainda apontou que as mulheres ainda sofrem preconceito por serem mulheres em um cargo gerencial. Quando questionadas, tanto as brasileiras quanto as mexicanas afirmaram que sentem certo preconceito em diferentes situações quando estão lidando com o sexo masculino, uma vez que quando são subordinados tendem a não aceitar a hierarquia. No entanto, apesar do preconceito, as mulheres conseguem desenvolver seu papel com facilidade.

Mesmo com o crescimento da mulher no mundo dos negócios, a presença da figura feminina na mesa de negociação traz desconforto para algumas culturas que ainda estão processando esta conquista (MAGALHÃES, 2013).

Pode-se perceber que as executivas mexicanas têm maior abertura quando se fala em reuniões com pessoas de outros países, dentre as entrevistadas todas participam deste tipo de reuniões, enquanto que entre as brasileiras somente duas responderam que participam. Apesar de afirmarem que sentem algum tipo de retração inicial por parte dos negociadores, a pesquisa demonstra que as mulheres mexicanas possuem maior liberdade exercer tal função.

Tem-se uma semelhança entre os países na questão aplicada sobre retração dos subordinados em acatar ordens. Tanto as brasileiras quanto as mexicanas afirmaram igualmente quanto ao fato de que sofrem este tipo de preconceito. Isso ocorre principalmente quando se trata de pessoas com menor nível de educação e cultural. A partir deste cenário, pode ser inferido que nos dias de hoje as pessoas mais esclarecidas, não tem problemas com a hierarquia.

Diante disto, quando questionadas sobre a influência da família nas atividades profissionais, verifica-se uma grande diferença entre as duas culturas. As brasileiras afirmaram que não é fácil conciliar o trabalho e a família. Já as executivas mexicanas afirmaram que não sentem nenhuma dificuldade, e que o fato de serem mães e esposas, não interfere no trabalho. Pode-se inferir que esta afirmação ocorre em decorrência da maior parte das executivas mexicanas serem solteiras.

Por meio deste estudo, foi possível verificar que as mulheres ainda sofrem diversos preconceitos. E, tendo em vista a grande competitividade do mercado, percebe-se que as mulheres estão cada vez mais ocupando seu espaço e conquistando cargos de hierarquia mais alta dentro das organizações. Apesar deste possível diferencial e o grande aumento feminino no mercado de trabalho no decorrer das últimas décadas, ainda há desafios a serem enfrentados pelas mulheres tanto no mercado interno como internacional.

Referências

ANDRADE, T. de. Inovação tecnológica e meio ambiente: a construção de novos enfoques. **Ambiente & Sociedade** – v.7, n.1 1 jan./jun. 2004 Disponível em <http://www.anppas.org.br/encontro/%20segundo/Papers/GT/GT05/adriana_bin.pdf>. Acesso em: 10 out. 2014.

BIRLMAN, J. **Ganhar a competição mundial**. Lisboa: Dom Quixote, 1993.

BRUSCHINI, M. C.; MERCADO, C.; BIZZOCHI, M. **Banco de dados sobre o trabalho da mulher**. 1998. Disponível em: <<http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie8.php?area=series>>. Acesso em: 02 out. 2014.

CARVALHO, M. E. P. de.; PEREIRA, M. Z. da C. **Gênero e educação: múltiplas faces**. João Pessoa: Universitária/UFPB, 2003.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**, 5.ed, São Paulo: ABDR, 2002.

CHIES, P. V. Identidade de gênero e identidade profissional no campo de trabalho. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 18, n. 2, ago. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2010000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 24 set. 2014.

DICHTER, E. **O gerente nu**. São Paulo: Editora Summus, 1974.

FONSECA, C. **Fronteiras da cultura**. Editora da Universidade. Rio Grande do Sul, 1993.

GONÇALVES, E. M. **Iniciação à pesquisa científica**. 2 ed. Campinas: Alínea.2001.

GONÇALVES, C. A.; MEIRELLES, A. de M. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

HERRERA, O. M. **La participación de la mujer nel mercado laboral**. 2009. Disponível em: <<http://www.strm.org.mx/acso/partmujerlab.htm>>. Acesso em: 02 out. 2013.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílio**. 2013. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2013>>. Acesso em:10 out.2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa nacional por amostra de domicílio**. 2012. Disponível em:<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2012/default_sintese.shtm>. Acesso em:10 out.2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Países**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/paisesat/main.php>>. Acesso em 20 out. 2014.

INSTITUTO ETHOS. **Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas**. 2003. Disponível em:<<https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/1Pesquisa-2003.pdf>>. Acesso em:10 out.2014.

INEGI, **Encuesta Nacional de Empleo**, México: D.F, 1991.

IOS. Instituto Observatório Social. **A mulher no mercado de trabalho**. 2004. Disponível em:<<http://www.observatoriosocial.org.br/?q=biblioteca/observatorio-social-em-revista-edicao-05-mulher-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: 10 out. 2014.

LIDIA, M. Mulher: **Exclusão e inclusão dos valores femininos na sociedade**. Rio de Janeiro, 1994.

MAGALHÃES, L. R. **Negociação internacional realmente é diferente**, 2003 Disponível em: <<http://www.angelfire.com/comics/spiderfriend/page7.html>>. Acesso em: 04 out. 2013.

MALHOTRA, N. K. **Marketing research: an applied orientation**. New Jersey: Prentice Hall, 1996.

MINERVINI, N. **O exportador: como iniciar e conduzir sua empresa a uma estratégia sólida e segura de exportação**. São Paulo: McGraw-Hill, 1991.

MUSCATELLI, N. **Las mujeres sólo ocupan el 10% de los cargos directivos**. El Clarín, Buenos Aires, p. 26, 15 ago. 1999.

NONATO, F.; PEREIRA, R.; NASCIMENTO, P.; ARAÚJO, T. **O Perfil da força de trabalho brasileira: trajetórias e Perspectivas**. São Paulo, 2012.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

VIANNA, I. O. de A. **Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: E.P.U., 2001.

ZABLUDOVSKY, G. **Las mujeres en México: trabajo, educación superior y esferas de poder**. México, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422007000200002&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 10 out. 2014.

Dados para contato:

Autor: Julio César Zilli

E-mail: zilli42@hotmail.com

A PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA PESQUISA REALIZADA NAS INDÚSTRIAS DO MUNICÍPIO DE ORLEANS SC

Responsabilidade social no contexto das organizações

Maira Fernandes Wiggers¹; Luiz De Noni¹; Marcos Volpato Lubave¹; Rovânio Bussolo¹; Vilmar Vandressen¹

¹ Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE

Resumo: A Responsabilidade Social é um tema que vem se destacando ao longo do tempo, reforçando cada vez mais o papel que as empresas devem assumir com a sociedade. Esta pesquisa teve como objetivo geral verificar se as indústrias do município de Orleans- SC adotam práticas de responsabilidade social no seu cotidiano. Mediante pesquisa bibliográfica, descritiva com aplicação de questionário, atingiu-se o objetivo. A realização deste estudo contribuiu para a divulgação do tema Responsabilidade Social. Por meio de análise dos dados obtidos, constatou-se que todas as empresas pesquisadas buscam adequar-se cada vez mais a esta ação que traz consigo grande relevância.

Palavras-chave: Sociedade. Indústria. Responsabilidade social. Balanço social.

Introdução

O tema responsabilidade social está se tornando cada vez mais evidente no dia a dia das organizações. A responsabilidade social é algo que vai muito além de uma atividade em benefício de um grupo de pessoas. Trata-se de agregação de valor, do compromisso que as pessoas e as organizações têm com o desenvolvimento sustentável do meio ambiente e da sociedade onde estão inseridos.

Certo, *et al* (2005, p. 265) salienta que:

É de interesse das empresas promover e melhorar a comunidade com a qual seus negócios são realizados; as ações sociais podem ser lucrativas; é ético se preocupar com a sociedade; melhora a imagem pública da empresa; aumenta a viabilidade do sistema empresarial.

Diante de um mundo globalizado e um mercado cada vez mais exigente e competitivo, reflete-se sobre como as organizações podem conciliar a Responsabilidade Social com o alcance dos objetivos e interesse organizacionais.

De acordo com Dias (2012, p. 1):

A Responsabilidade Social (RS) está diretamente relacionada com as intensas mudanças e transformações que estão ocorrendo no mundo e que envolvem de todas as formas as empresas, sejam como atores fundamentais e responsáveis diretamente pelos acontecimentos ou como agentes afetados pelas ocorrências no âmbito sociocultural, econômico e ambiental.

A Responsabilidade social pode ser entendida como uma estratégia da empresa a fim de gerar benefícios tanto para a sociedade, que está inserida, quanto para a própria empresa, tornando-a diferenciada no mercado.

De acordo com Dias (2012, p. 20), responsabilidade social é:

Um conjunto de ideias e práticas da organização que fazem parte de sua estratégia e que tem como objetivo evitar prejuízos e/ou gerar benefícios para todas as partes interessadas (*stakeholders*) na atividade da empresa (consumidores, empregados, acionistas, comunidade local, meio ambiente etc.), adotando métodos racionais para atingir esses fins e que devem resultar em benefícios tanto para a organização como para a sociedade.

Entende-se que as organizações são vistas como um espelho à sociedade e de certa forma são responsáveis direta ou indiretamente por aquilo que acontece no meio onde estão envolvidas. Segundo Freire e Silva (2001), o marco da responsabilidade social no Brasil se deu mais precisamente em 1965, com a publicação da Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas, já que nesta época utilizava-se o termo responsabilidade social das empresas. Contudo, foi somente a partir dos anos 80 que pequena parcela das empresas que atuam no Brasil passou a intensificar e a institucionalizar o discurso em relação às questões sociais e ambientais, realizando também em escalas diversificadas ações sociais concretas.

Após o marco da responsabilidade social no Brasil, criou-se um documento chamado Decálogo do empresário, onde mostrava que a função da empresa deveria ir além dos interesses financeiros e sim preocupar-se com a sociedade em que estava inserida.

De acordo com Dias (2012, p. 39), o Decálogo do Empresário originou-se em 1974 e diz que as empresas:

Além de sua função econômica e produtora de bens e serviços, tem a função social que se realiza através da promoção dos que nela trabalham e na comunidade da qual deve integralizar-se, revelando uma visão antecipada de qual deve ser a atuação da empresa perante seus principais *stakeholders*, que até então eram, praticamente, ignorados.

Entende-se que prêmio ECO foi o pioneiro no reconhecimento de empresas que adotam práticas de responsabilidade social no seu dia a dia; gerou e gera uma rica reflexão sobre o desenvolvimento empresarial sustentável no Brasil. Esse prêmio traduz o interesse de seus criadores em fazer dele um instrumento de compromisso corporativo com o desenvolvimento sustentável.

O ponto de vista clássico sustenta que as empresas não devem assumir outra responsabilidade, senão a de maximização do lucro para seus titulares.

Do ponto de vista clássico, o papel dos administradores é de produzir e comercializar bens e serviços com eficiência, ou seja, de tal maneira que os proprietários da empresa obtenham o mais alto lucro econômico. Realizar outras atividades de responsabilidade social é visto como perturbação do relacionamento econômico fundamental (CERTO; ET AL, 2005, p. 262).

Os aspectos clássicos da responsabilidade social das empresas têm sido mais articulados por Milton Friedman, é notável e trata-se de um argumento contrário à responsabilidade social que se espera alcançar nas empresas e na comunidade.

De acordo com Montana e Charnov (2004, p. 38) os argumentos teóricos contra a responsabilidade social são:

1. Essa é função maior do governo; ao vincular empresa ao governo, criará uma força poderosa demais na sociedade e, em última instância, comprometerá o papel do governo na regulamentação da empresa.
2. A empresa precisa medir o desempenho, e os programas de ação social muitas vezes não conseguem medir índices de sucesso. Geralmente há um conflito inerente entre o modo como a empresa funciona e o modo como operam os programas sociais.
3. A função da empresa é maximizar lucros. Assim, exigir que recursos sejam destinados a programas de ação social viola essa meta empresarial, uma vez que ela reduz os lucros.
4. Não há razão para supor que os líderes empresariais tenham a capacidade de determinar o que é de interesse social. Cientistas sociais e administradores do governo muitas vezes não conseguem chegar a um acordo sobre metas de 29 interesses sociais. Por que supor que os líderes empresariais possam fazer um trabalho melhor do que definir o interesse social?

Assim, pode-se notar que os aspectos clássicos da responsabilidade social mostram que as empresas não devem ter outro objetivo senão o retorno financeiro que é o seu principal objetivo. Já o ponto de vista contemporâneo vem mostrar que as empresas são membros fundamentais no desempenho de uma sociedade melhor e mais justa, pois é na sociedade que estão seus *stakeholders* que farão com que a empresa seja reconhecida e sirva de referência às demais do mercado.

Destaca-se como defensor da visão contemporânea da responsabilidade social Keith Davis, sendo que o mesmo apresenta cinco suposições em defesa da participação das organizações na sociedade, sendo elas:

1. A ação social surge como o poder social.
2. As empresas devem operar como um sistema de mão dupla, com recebimento aberto de informações da sociedade e divulgação também aberta de informações acerca de suas operações com o público.
3. Tanto os custos quanto os benefícios sociais de uma atividade, produto ou serviço devem ser completamente calculados e considerados.
4. Os custos sociais relativos a cada atividade, produto ou serviço devem ser completamente calculados e considerados.
5. Como cidadãos, as instituições de negócios tem a responsabilidade de se envolver em certos problemas sociais que estejam fora de suas normas de operação (CERTO *et al*, 2005, p. 263).

De acordo com a visão contemporânea, as empresas apresentam outros objetivos além da maximização dos lucros. Elas estarão cumprindo com sua responsabilidade social por meio de poder proporcionar melhora nas condições de vida da sociedade. Os principais argumentos teóricos a favor da responsabilidade social, conforme a visão de Montana e Charnov (2004, p. 40), são respectivamente:

1. Teoricamente é do melhor interesse da empresa melhorar as comunidades nas quais estão inseridas e nas quais fazem negócios. A melhoria nos ambientes comunitários, em última instância, reverterá em benefício para a empresa.
2. Programas de responsabilidade social ajudam a evitar que pequenos problemas possam se tornar grandes problemas. Em última análise, isso será benéfico à sociedade e à empresa.
3. Ser socialmente responsável é a coisa ética ou correta a fazer.
4. Demonstrar sensibilidade a questões sociais ajudará a evitar intervenção governamental na empresa.
5. O sistema de valores mais generalizado, a tradição judaico - cristã, incentiva fortemente aos atos de caridade e a preocupação social.

Já os argumentos práticos a favor da responsabilidade social são:

1. Ações que demonstram sensibilidade social, se efetivadas dentro de um modelo econômico sustentável, podem, de fato, ser lucrativas para a empresa. Novas máquinas de controle de poluição, por exemplo, podem ser mais eficientes e econômicas.
2. Ser socialmente responsável melhora a imagem das relações públicas da empresa em termos de cidadania.
3. Se nos mesmos não o fizermos, nem a opinião pública, nem o governo exigirão que o façamos.
4. Ela pode ser boa para os acionistas já que tais medidas obterão aprovação pública, levarão a empresa a ser vista pelos analistas financeiros como menos exposta à crítica social e produzirão um aumento no preço das ações (MONTANA; CHARNOV, 2004, p. 40).

Deste modo, compreende-se que a visão contemporânea age de acordo com benefícios para ambos os lados empresa/ sociedade, mostrando que a empresa deve agir de forma socialmente responsável, gerando, assim, benefícios para ela própria quanto para os demais envolvidos como a comunidade, o meio ambiente, os funcionários e a sociedade de modo geral.

O ambiente no qual as empresas estão inseridas é caracterizado por incertezas e muitas pressões relacionadas à exigência de transparência das ações sociais e gerenciais. Neste contexto, desenvolveu-se nos últimos 40 anos inúmeras técnicas gerenciais com o intuito de garantir a sobrevivência das empresas no mercado.

De acordo com Dias (2012, p. 55-56):

As empresas, como qualquer organização, têm uma história evolutiva e mudam com relativa frequência, existem num ambiente determinado com o qual se relacionam de vários modos, sofrendo modificações e modificando ao mesmo tempo o seu entorno. Desse modo, as empresas podem ser consideradas como parte integrante da realidade cotidiana das pessoas, não somente pelos serviços que essas utilizam e dos produtos que consomem, mas também porque as empresas devem ser consideradas como sujeitos que participam da sociedade, constituem novos atores sociais, ampliando desse modo seu campo de ação. A empresa não deve mais ser considerada somente como um agente economicamente ativo, mas também como um agente social atuante.

A responsabilidade social direciona-se para os negócios das organizações e estas, buscam, voluntariamente desenvolver seus planos e estabelecer metas visando

atender interesses de todas as partes envolvidas, diretamente relacionadas ou não aos negócios da empresa.

A responsabilidade social nas empresas vem se tornando cada dia mais um fator chave de sucesso, fazendo com que as organizações que adotam práticas de Responsabilidade Social tenham diversas vantagens perante as demais. O balanço social é um documento elaborado anualmente que visa demonstrar a atuação social de uma organização tanto em aspectos internos quanto externos.

Na opinião de Reis e Medeiros (2007, p. 23):

O balanço social é um instrumento que reúne um conjunto de informações sobre as atividades de caráter social e não obrigatórias que uma empresa realiza com o objetivo de gerar maior bem-estar junto a todas as partes interessadas – funcionários, comunidade parceiros e outras e à sociedade como um todo. As informações e os indicadores são mensurados e apresentados em forma de um relatório. Tal como num balanço contábil, torna-se um documento que permite um aperfeiçoamento contínuo das ações realizadas.

O balanço social evidencia a participação da empresa nas questões sociais, bem como permite analisar a sua atuação na sociedade, podendo observar seus pontos fortes e fracos, fazendo com que desta forma a empresa tenha como conhecer seus erros e possa buscar melhorias contínuas.

Este estudo tem como objetivo geral verificar se as indústrias do município de Orleans- SC adotam práticas de responsabilidade social no seu cotidiano. São objetivos específicos desta pesquisa: verificar se as indústrias do município de Orleans SC conhecem o tema responsabilidade social; perceber se as indústrias adotam alguma prática que considerem de responsabilidade social; identificar se elas veem vantagens com a adoção das práticas da responsabilidade social.

A realização do presente estudo fundamenta-se no fato de que a Responsabilidade Social é um tema importante tanto para as empresas como para a sociedade na qual as organizações estão inseridas.

Os resultados desta pesquisa contribuem para a divulgação do tema e tais resultados podem ser utilizados pelas próprias empresas questionadas para se interarem do assunto. Acadêmicos, profissionais e demais pessoas interessadas no assunto poderão fazer uso dos resultados deste trabalho como fonte de consulta para incrementarem seus conhecimentos a respeito do assunto.

Procedimentos Metodológicos

Para a obtenção dos objetivos estabelecidos para este estudo, fez-se uso da pesquisa aplicada, qualitativa e quantitativa. Com relação à pesquisa qualitativa, Beuren, (2013) afirma que os estudos que podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de variáveis, além de compreender processos vividos por grupos sociais, são aqueles desenvolvidos por meio de pesquisa qualitativa.

Já a respeito da pesquisa quantitativa, Beuren (2013) salienta que tal procedimento ocorre quando se emprega num estudo a quantificação nas modalidades de coleta dos dados e no tratamento destes dados.

A pesquisa caracteriza-se pelo levantamento de dados cujo objetivo é a solicitação de informações das indústrias do município de Orleans SC, acerca do problema estudado.

De acordo com Gil (2007, p. 50):

A pesquisa de levantamento caracteriza-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. É o processo de captação das informações de um determinado grupo de pessoas a fim de responder o problema da pesquisa. Através da análise dos dados coletados, a pesquisa de levantamento proporciona aos pesquisadores um conhecimento direto da realidade.

A pesquisa será realizada no município de Orleans SC, em empresas e indústrias de ramos de atividade distintos, com o intuito de observar se elas vêm adotando técnicas de Responsabilidade Social.

População ou universo da pesquisa é a totalidade de elementos distintos que possui paridade nas características definidas para um determinado estudo.

Gil (1999) define população ou universo como o conjunto de elementos que possuem determinadas características.

Conforme informação repassada através de contato com o fiscal da prefeitura municipal de Orleans existe um total 142 indústrias localizadas no município, sendo este total considerado a população da pesquisa.

Richardson (1999) afirma que cada ser ou item membro de uma população, denomina-se elemento, e quando se junta determinado número de elementos para estudos e averiguação, está-se falando em amostras.

Perante o estudo será utilizada a amostra como contexto de pesquisa, pois irá tratar de um subconjunto do universo e não sua totalidade.

A amostra do presente estudo conta com a participação de 13 empresas do ramo industrial. Os dados são obtidos por meio de um questionário aplicado nas empresas selecionadas para este estudo, estando todas essas situadas no município de Orleans SC.

Resultados e Discussão

Na sequência, são apresentados os dados obtidos por meio da aplicação do questionário. Para melhor visualização, são apresentados gráficos referentes a algumas perguntas e, por fim, apresenta-se uma análise geral de todas as respostas obtidas.

Ações que a empresa adota que considera de Responsabilidade Social

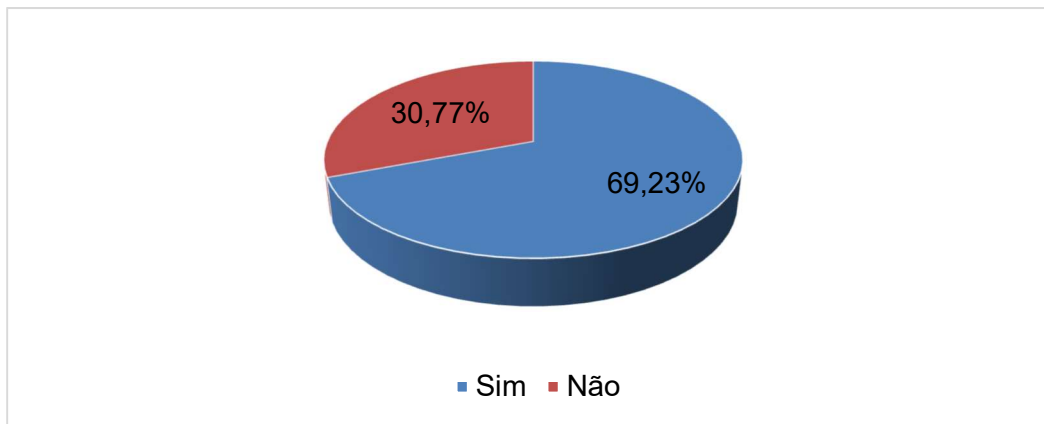
Gráfico 01 – Preservação do meio ambiente



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme exposto no gráfico 01, dentro da alternativa, se as indústrias praticam a preservação do meio ambiente, 12 (92,31%) disseram que sim e 1 (7,69%) disse que não.

Gráfico 02 – Coleta de lixo



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 02 mostra que (69,23%) das empresas fazem a coleta de lixo na empresa e 4 (30,77%) não fazem.

Gráfico 03 – Redução do consumo de insumos, tais como: água, energia elétrica, matéria prima.

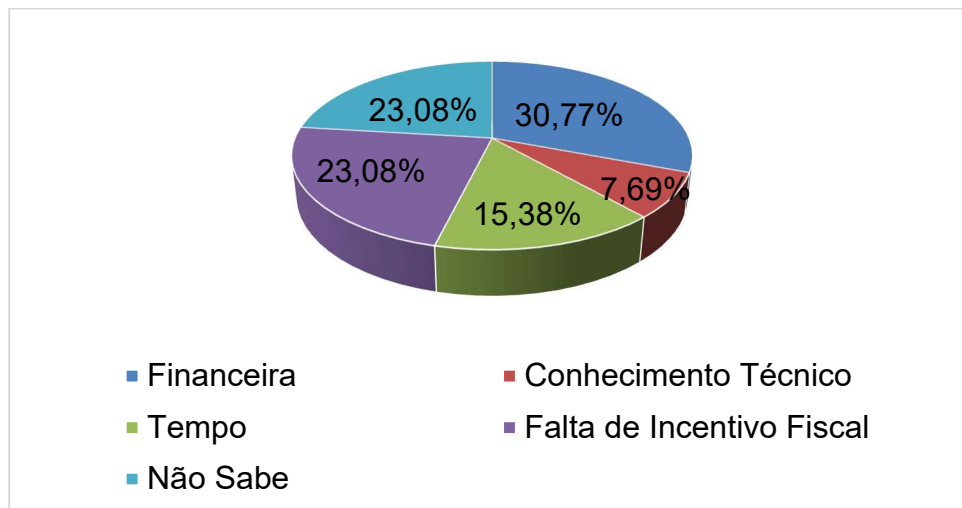


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 03 mostra que 100% das empresas pesquisadas trabalham com a redução do consumo de insumos tais como: água, energia elétrica e matéria prima.

Dificuldades que a empresa encontra para desenvolver as práticas de responsabilidade social

Gráfico 04 - Dificuldades encontradas para desenvolver a RS

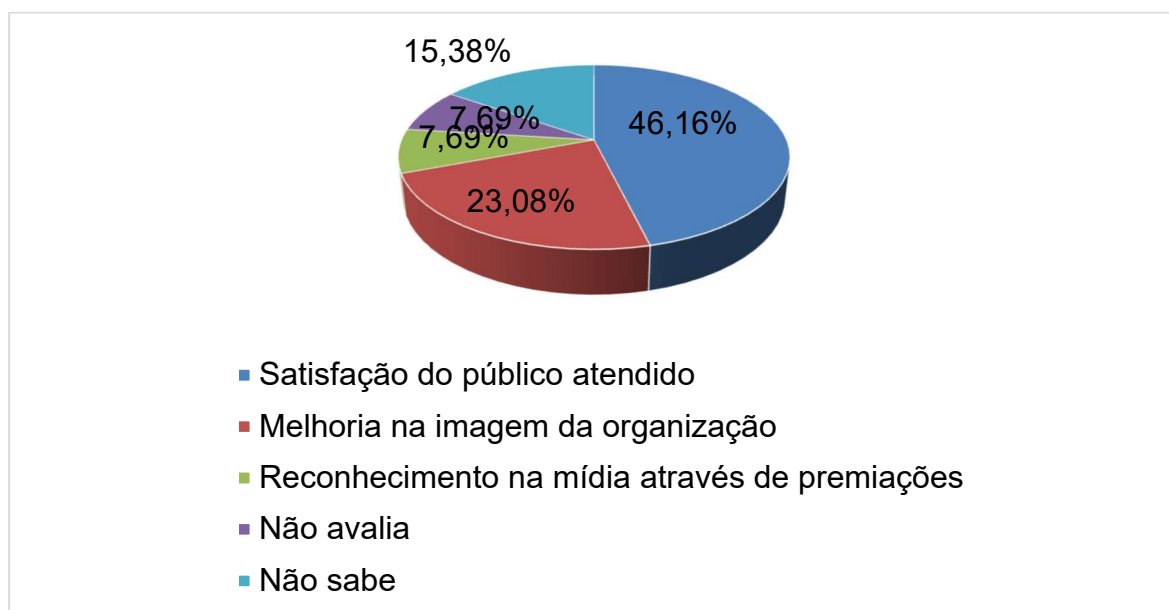


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 04 mostra quais as maiores dificuldades encontradas pelas empresas para poderem desenvolver a prática da responsabilidade social, na qual, 4 (30,77%) disseram ser a dificuldade financeira, 1 (7,69%) disse ser a falta de conhecimento técnico sobre o assunto, 2 (15,38%) disseram ser a falta de tempo, 3 (23,08%) disseram ser a falta de incentivo fiscal e 3 (23,08%) disseram não saber.

Como a empresa avalia o resultado dos investimentos sociais?

Gráfico 05 – Avaliação de resultados dos investimentos sociais

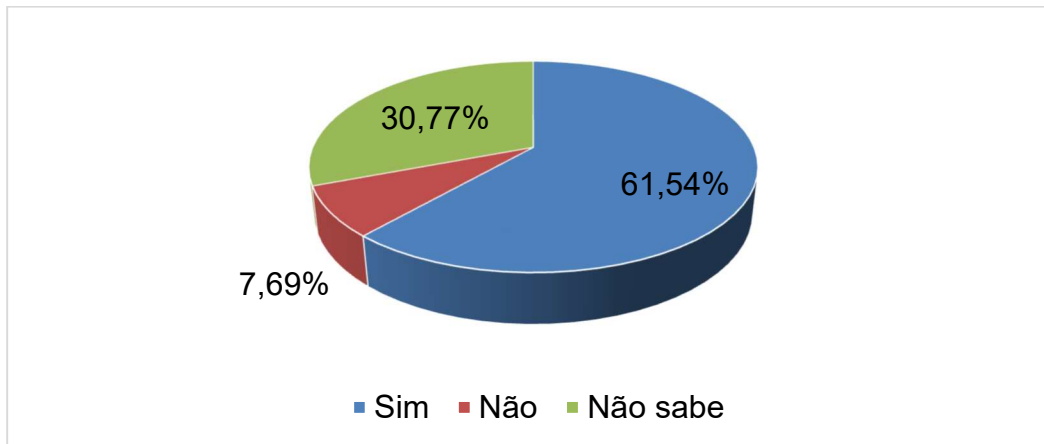


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 05 busca expor na visão das empresas o que elas avaliam de resultados dos investimentos sociais, sendo que 6 (46,16%) disse ser por meio da satisfação do público atendido, 3 (23,08%) disse ser por meio da melhoria na imagem da empresa, 1 (7,69%) disse ser por reconhecimento na mídia por meio de premiações, 1 (7,69%) disse não avaliar e 2 (15,38%) disse não saber.

A empresa visualiza algum benefício por adotar as ações de responsabilidade social empresarial?

Gráfico 06 - A empresa visualiza benefícios com a adoção de ações de RSE

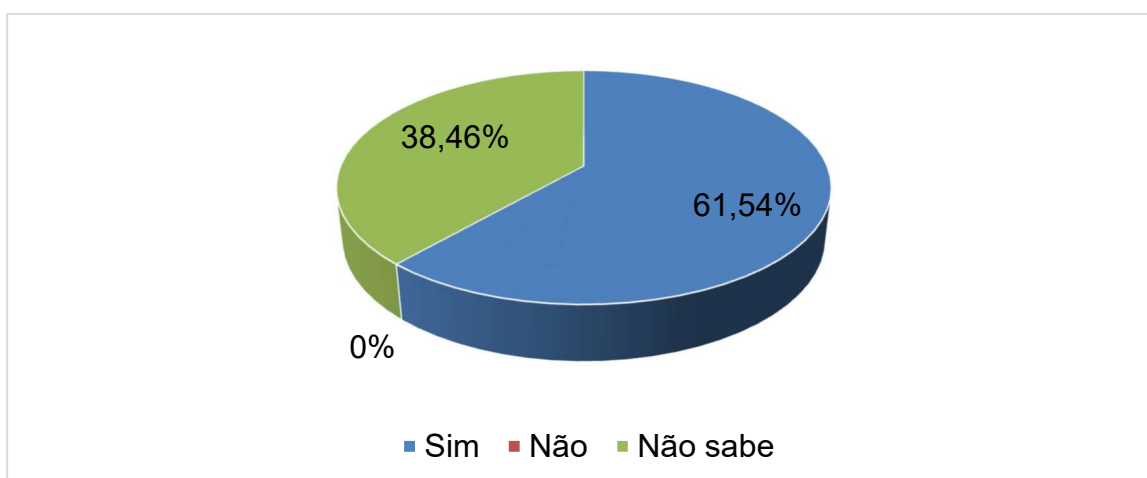


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 06 apresenta que 8 (61,54%) das empresas pesquisadas visualizam benefícios à organização por meio da prática de ações socialmente responsáveis, 1 (7,69%) diz não ver benefício e 4 (30,77) não soube ou preferiu não responder.

Intenção de continuar praticando a responsabilidade social dentro de sua organização e através da comunidade

Gráfico 07 – A empresa tem intenção de continuar praticando a RS na empresa e comunidade?



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O gráfico 07 apresenta que 8 (61,54%) das empresas pesquisadas tem a intenção de continuar praticando a responsabilidade social no dia a dia da empresa e na comunidade onde está inserida, já 5 (38,46%) empresas disseram não saber se tem a intenção de continuar a prática.

Por meio dos dados obtidos foi possível conhecer vários aspectos empresariais relacionados às ações socialmente responsáveis praticadas pelas indústrias do município de Orleans. As empresas pesquisadas, em sua maioria, vêm atuando no mercado a bastante tempo, sendo que as mais atuantes estão entre 20 e 30 anos no mercado. O quadro de funcionários das empresas também é grande, até mais de 500 funcionários registrados.

Todas as indústrias pesquisadas dizem conhecer o tema responsabilidade social e todas acreditam adotar algum tipo de ação no seu dia a dia que é considerada uma ação socialmente responsável, tais como: preservação do meio ambiente, respeito aos funcionários, coleta de lixo e redução de insumos.

A responsabilidade abrange vários pontos de uma empresa, funcionários, ética e meio ambiente são algumas delas. Na pesquisa, todas as indústrias veem benefícios com a adoção da RS no seu cotidiano.

Existem vários meios das empresas divulgarem suas ações socialmente responsáveis, sendo as mais comuns o Balanço social e a Demonstração do Valor Adicionado (DVA), porém, de acordo com a pesquisa, observou-se que nenhuma das indústrias faz qualquer tipo de divulgação de suas ações, podendo ser o fato responsável por isto, a não obrigatoriedade de divulgação perante a legislação atual.

Por meio da prática da responsabilidade social, as empresas adquirem reconhecimento de sua imagem e acabam ganhando a confiança de seus stakeholders, fazendo com que o lucro seja uma consequência na atividade da empresa.

Considerações Finais

A responsabilidade social é um tema que ganhou muita evidência ao longo dos tempos. No cenário empresarial, onde a concorrência se torna cada vez mais acirrada, as empresas procuram buscar novas estratégias de negócios para conquistar novos clientes e tornarem-se vistas no mercado. As tendências apontam que uma ótima alternativa para isso é a diferenciação, sendo a responsabilidade social a que está em maior evidência.

As organizações que buscam a melhoria para a qualidade de vida da sociedade estarão ao mesmo tempo investindo em seu próprio benefício e desenvolvimento, pois a sinergia surgida a partir daí pode aproximar público e empresa de forma mais concreta e efetiva.

Este estudo teve como objetivo geral verificar se as indústrias do município de Orleans- SC adotam práticas de responsabilidade social no seu cotidiano.

Constituíram objetivos específicos: verificar se as indústrias do município de Orleans SC conhecem o tema responsabilidade social; perceber se as indústrias adotam alguma prática que considerem de responsabilidade social; identificar se estas veem vantagens com a adoção das práticas de Responsabilidade Social.

A pesquisa foi realizada com indústrias do município de Orleans-SC e conseguiu atingir seus objetivos, uma vez que identificou a importância da prática da responsabilidade social nas organizações, bem como pode identificar que todas as empresas pesquisadas buscam adequar-se cada vez mais a esta ação que traz consigo grande relevância.

Vários aspectos justificam-se à realização desta pesquisa e dentre eles destaca-se a divulgação do tema; o enriquecimento dos saberes dos próprios autores; a possibilidade de utilização dos resultados como fonte de consulta para professores, acadêmicos e demais pessoas interessadas no assunto.

Referências

BEUREN, Ilse Maria. et al. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

CERTO, Samuel C. et al. **Administração Estratégica: planejamento e implementação da estratégia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão**. São Paulo: Atlas, 2012.

FREIRE, F.S; SILVA, C.A.T.(Org.) **Balanco Social: teoria e pratica**. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. São Paulo: Saraiva. 2004.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade social das empresas e balanço social:** meios propulsores do desenvolvimento econômico e social. São Paulo: Atlas, 2007.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social:** Métodos e Técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

Dados para contato:

Autor: Rovânio Bussolo

E-mail: rovaniob@gmail.com

A UTILIZAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA A AGRICULTURA FAMILIAR NO MUNICÍPIO DE LAURO MÜLLER/SC

Desenvolvimento territorial sustentável e solidário

Paola Freiburger ¹; Silvia Verona Zanol ¹

¹.Centro Universitário Barriga Verde

Resumo: A agricultura familiar exerce expressivo papel social e econômico no país, desta forma, ressalta-se a importância de conhecer e empregar as diversas políticas públicas disponíveis para fomentar de forma sustentável as unidades familiares. Neste contexto, observou-se a necessidade de analisar quais as principais políticas públicas disponíveis aos agricultores familiares no município de Lauro Müller/SC. Foram elencadas: Pronaf; PAA; PNAE; PNCF; PGPAF; SEAF; PNHR; Ater pública; SC Rural; Terra Boa; Programa de Fomento à Produção Agropecuária; Programa Jovem Rural; Programa Juro Zero. Constatou-se que os entrevistados reconheceram que os agricultores as acessam, mas algumas não são viabilizadas. O acesso é permitido aos que possuem DAP. Foram elencadas as causas do não acesso como: o não enquadramento; as faltas de divulgação; interesse; insegurança; falta de sincronia entre as entidades e a burocracia. Proporcionando, a partir deste estudo, que sejam lançadas estratégias para modificar este fato.

Palavras-chave: Agricultura familiar. Políticas públicas. Lauro Müller.

Introdução:

A maioria dos trabalhadores rurais do Brasil são agricultores familiares, responsáveis por 74% da mão de obra nos imóveis rurais, representando também a maioria dos estabelecimentos, com 4.367.902, contra 807.587 da agricultura não familiar (DEL GROSSI, 2010). São também responsáveis pela produção de alimentos, pela geração de emprego e renda, o que pode minimizar o êxodo rural.

Diante do exposto, ressalta-se a importância de conhecer e empregar as diversas políticas públicas. Desta forma, observou-se a necessidade de analisar quais são e que estão disponíveis aos agricultores familiares no Município de Lauro Müller, além de apontar as formas que os agricultores as acessam e investigar os benefícios que estas trazem ao Município.

Neste contexto, o estudo será de grande valia para observar se estas estão sendo viabilizadas no Município, e se não estiverem, a partir deste momento podem ser lançadas estratégias para modificar este fato.

A agricultura familiar

Conforme Altafin (2007) agricultura familiar brasileira é um conceito em evolução, com significativas raízes históricas, que estabelece uma relação com a agricultura camponesa, aonde a produção é gerenciada considerando a satisfação das necessidades da família. Destaca ainda que alguns estudiosos consideram a agricultura familiar um fenômeno recente, uma nova categoria, gerada no bojo das transformações experimentadas pelas sociedades capitalistas desenvolvidas.

Para Navarro (2010), apenas após as ações políticas desencadeadas pela assinatura do Tratado de Assunção, que originou o Mercado Comum do Sul (Mercosul) em 1991, ocorreu a difusão da expressão “agricultura familiar” no Brasil. Anteriormente eram titulados de minifundiários, pequenos produtores, agricultores de subsistência, agricultores de baixa renda, lavradores, colonos entre outros. Em muitos estados eram conhecidos como roceiros, caipiras, caboclos.

Denominações que, após a difusão da expressão “agricultor familiar” foram aos poucos deixadas de lado. Altafin (2007), ressalva que estudo realizado pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) e o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) foi decisivo para a formação do conceito de agricultura familiar no Brasil, diferenciando-a da agricultura patronal a partir de três características principais, que são: a gestão empregada, a mão de obra e a sucessão familiar.

Atualmente, segundo o art. 3º da Lei 11.326, de 24 de Julho de 2006, foi estipulando um conceito “operacional”, sendo, agricultor familiar aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

Não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; Utilize predominantemente mão-de-obra da própria da família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; Tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (BRASIL, 2006, art.3).

Esse agricultor familiar exerce expressivo papel na economia, conforme Del Grossi & Marques (2010), em 2006 a agricultura familiar compunha apenas 24% da área dos estabelecimentos rurais, porém, representam 84% dos estabelecimentos

rurais, 74% da mão de obra e 38% do valor da produção agrícola. Desempenha importante papel social, cultural, produz alimento, gera renda, emprego e evita o êxodo rural.

Mattei (2014) informa que desde o início do processo de ocupação do território brasileiro a agricultura familiar está presente. Inicialmente na época em que a produção era voltada prioritariamente para o exterior exercia função complementar no processo produtivo nacional. Contudo, no período do Pós-Guerra, este panorama foi alterado, tendo em vista que o Brasil adotou uma política de “modernização” da agricultura, sendo criadas várias políticas públicas destinadas especificamente a este setor, que desta forma passou a ter papel crescente na produção agropecuária.

Schröder (2010) destaca que as unidades de produção são altamente diversificadas entre si, podendo esta heterogeneidade estar ligada a diversos fatores como, a disponibilidade de recursos, acesso aos mercados e capacidade de geração de renda e acumulação. Variáveis relacionadas às condições de apropriação e de desenvolvimento dos fatores de produção; contexto socioeconômico em que vivem; condições ambientais do seu entorno; ritmo de sua evolução; além da própria dispersão geográfica.

Sendo este, um fato muito observado na região sul do Estado de Santa Catarina, estando muito evidente no Município de Lauro Müller, o qual é foco deste trabalho.

O Estado de Santa Catarina, conforme dados obtidos no Censo Agropecuário de 2006, é uma das unidades da federação com maiores percentuais de agricultores familiares do País, representando 87% do total de estabelecimentos, apresentando mais de 168 mil propriedades, porém ocupando apenas 44% de sua área (MATTEI, 2010).

Analisando o Município de Lauro Müller, este possui 565 unidades familiares de produção, segundo informações do Censo Agropecuário de 2006 (INCRA; MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO - MDA, 2015).

Políticas públicas para a agricultura familiar

As políticas públicas envolvem um conjunto de ações, programas e atividades desenvolvidas pelo governo, que tem como objetivo garantir determinados direitos à população ou a parte dela, conforme necessidade e finalidade (BELINOVSKI, 2013).

Para Meneguim e Freitas (2013, p.1), as políticas públicas consistem em iniciativas dos governos (federal, estaduais ou municipais) para suprir uma demanda, uma necessidade da sociedade que supostamente se identifica e se elege previamente à ação estatal.

Diante do exposto, observamos a importância das políticas públicas direcionadas à agricultura familiar. De acordo com Mattei (2014), após a promulgação da Constituição Federal, ocorreu um processo de democratização, que através de conselhos gestores de políticas setoriais, visou incluir nos processos de elaboração, implementação e avaliação de políticas públicas representantes dos beneficiários destas.

Fato este muito relevante, tendo em vista, que estes representantes têm maior acesso a realidade dos beneficiários, podendo identificar e transmitir as necessidades específicas do setor, tornando possível a implementação de políticas públicas eficientes, que objetivem o desenvolvimento da agricultura familiar.

Anterior aos anos 90 não havia políticas públicas específicas para agricultores familiares. O fato precursor ocorreu em 1994, com a criação do Programa de Valorização da Pequena Produção Rural (Provap), que proporcionou, após dois anos a instituição do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), significativo até os dias atuais. A partir de então, as políticas públicas passaram a ser diferenciadas por categorias de produtores rurais. (MATTEI, 2005).

Schröder (2010) reforça esta ideia, salientando que, até então as políticas públicas, principalmente o crédito rural, destinadas para a agricultura tinham um perfil seletivo e concentrador, atingindo uma parcela reduzida de beneficiários. Posteriormente a criação e instituição do Pronaf este cenário começou a ser modificado, e os agricultores familiares passaram a ter políticas públicas direcionadas exclusivamente a eles.

A Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) é o principal instrumento utilizado para identificar e qualificar as unidades familiares de produção rural e o Pronaf é considerada a primeira política pública destinada exclusivamente aos agricultores familiares.

Atualmente, o Pronaf é reconhecido como uma das principais políticas de desenvolvimento voltadas ao meio rural no Brasil, impactando positivamente territórios rurais com baixa dinamicidade, sendo operacionalizado em todo o território nacional,

consolidando-se como a principal ação concreta de política de apoio à agricultura familiar no Brasil (Schneider,2015).

Mattei (2014) destaca que nas últimas décadas a promoção do desenvolvimento rural e principalmente da agricultura familiar ganharam espaço nas prioridades do governo federal. Houve a implementação de um conjunto amplo de políticas públicas direcionadas a produção de alimentos através da agricultura familiar, fato este que refletiu na redução da pobreza rural.

Algumas das políticas públicas federais disponíveis atualmente são: Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf); Programa Aquisição de Alimentos (PAA); Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE); Programa Nacional de Crédito Fundiário (PNCF); Programa de Garantia de Preços para a Agricultura Familiar (PGPAF); Seguro da Agricultura Familiar (SEAF); Programa Nacional de Habitação Rural (PNHR); Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater); entre outros.

Voltados ao cenário do Estado de Santa Catarina temos: Programa SC Rural; Programa Terra Boa; Programa de Fomento à Produção Agropecuária; Programa Jovem Rural - Nas Asas Da Inclusão Digital; Programa Juro Zero Agricultura/Piscicultura; entre outros.

Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP)

Conforme o MDA & SAF (2014), a DAP é o instrumento utilizado para identificar e qualificar as unidades familiares de produção rural e suas formas associativas organizadas em pessoas jurídicas, dando ao agricultor a possibilidade de acessar às inúmeras políticas públicas e/ou ser beneficiário de ações governamentais dirigidas ao setor. É um documento voluntário e declaratório. Emitido segundo a renda bruta anual, as atividades exploradas pela unidade familiar e a forma que estas tiveram acesso a terra. É documento obrigatório para que possam acessar as políticas públicas federais e estaduais.

Segundo o Manual do Crédito Rural - MCR, podem obter a DAP, agricultores familiares, assentados da reforma agrária, pescadores artesanais, aquicultores, silvicultores, extrativistas, integrantes de comunidades quilombolas rurais, povos indígenas, e demais povos e comunidades tradicionais, que atendam aos requisitos previstos no art. 3º da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, dentre outros critérios constantes no MCR 10-2-1-“a”, “b”, “c”, “d”, “e”, “f”, “g” e “h” (BRASIL - MCR, 2015).

No município de Lauro Müller quem realiza a emissão da DAP é a instituição estadual oficial de assistência técnica e extensão rural, a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), através do escritório municipal.

Segundo pesquisa realizada no sistema de emissão de extrato de DAP do MDA em 13 de outubro de 2015, o Município de Lauro Müller possui um total de 481 DAPs (pessoa física), dessas 291 são DAPs ativas, e 190 desativadas (MDA; SAF, 2015). E um total de 3 DAPs (pessoa jurídica), todas ativas (MDA; SAF, 2015).

Principais Políticas Públicas Federais:

a) PRONAF: destina-se a estimular a geração de renda e melhorar o uso da mão de obra familiar, através do financiamento de atividades e serviços rurais agropecuários e não agropecuários desenvolvidos em estabelecimento rural ou em áreas comunitárias próximas, financiando projetos individuais ou coletivos, que podem ser destinados para custeio, investimento ou integralização de cotas-partes pelos beneficiários nas cooperativas de produção agropecuária.

b) PAA: tem como finalidade colaborar com o enfrentamento da fome e pobreza no Brasil, fortalecendo simultaneamente a agricultura familiar. Constitui-se como ferramenta complementar ao Pronaf, e utiliza mecanismos de comercialização que propiciam a aquisição direta de produtos de agricultores familiares ou de suas organizações. Sendo a aquisição dos alimentos, realizada através de seis modalidades, sem a necessidade de licitações, apenas através de chamamentos públicos (MDA, entre 2003 e 2015; ASCOM; MDS, 2012).

c) PNAE: tem por objetivo garantir a alimentação escolar dos alunos das redes públicas de ensino, assegurando o direito à alimentação adequada e saudável, além da formação de melhores hábitos alimentares, contribuindo para o crescimento, desenvolvimento, aprendizagem e rendimento escolar dos estudantes, através da oferta de refeições que cubram as suas necessidades nutricionais.

d) PNCF: o programa foi desenvolvido em substituição ao Banco da Terra, tem como principal objetivo facilitar o acesso a terra e aumentar a renda dos trabalhadores rurais oferecem condições para que os trabalhadores rurais sem terra ou com pouca terra possam comprar um imóvel rural por meio de um financiamento e prevê investimentos para o beneficiário estruturar seu imóvel.

e) PGPAF: tem como objetivo garantir os preços da produção da agricultura familiar, estimular a diversificação da produção e articular as diversas políticas de crédito e de comercialização agrícola.

f) SEAF: tem condições especiais e é destinado para os agricultores que acessam financiamentos de custeio agrícola vinculados ao Pronaf, onde os mesmos obtêm uma garantia de renda, proporcionando melhores condições para realização de seus cultivos estando menos expostos a riscos, minimizando consequências de perdas decorrentes de eventos climáticos extremos e ataques de pragas e doenças.

g) PNHR: é um subprograma do Programa Minha Casa, Minha Vida (PMCMV), que tem como finalidade subsidiar a produção ou reforma de imóveis para agricultores familiares e trabalhadores rurais, através de operações de repasse de recursos do orçamento geral da União ou de financiamento habitacional com recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS).

h) ATER: o principal objetivo é melhorar a renda e a qualidade de vida das famílias rurais, através do aperfeiçoamento dos sistemas de produção, de mecanismo de acesso a recursos, serviços e renda, de forma sustentável, trazendo qualidade de vida aos agricultores. É dirigida através das diretrizes da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária (Pnater) e Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária (Pronater), ocorrendo à contratação de empresas e entidades para prestação de serviços de assistência técnica e extensão rural no País.

Principais Políticas Públicas Estaduais:

a) Programa SC Rural: apoia planos e projetos estruturantes que contribuem para a superação de problemas abrangentes e aproveitamento dos potenciais existentes visando o desenvolvimento do meio rural catarinense, e o aumento da competitividade das cadeias produtivas exploradas pelas organizações de agricultores familiares.

b) Programa Terra Boa: também conhecido como sistema troca-troca, tem como objetivo dar suporte aos agricultores familiares do Estado para que estes realizem melhorias em suas propriedades, através da distribuição de insumos básicos que proporcionam a condução mais adequada das atividades e causam efeitos na produtividade e na qualidade de seus produtos.

c) Programa de Fomento à Produção Agropecuária do Fundo de Desenvolvimento Rural (FDR): tem como objetivo fomentar a produção agropecuária, sendo possível a aquisição de bens ou de serviços, que visem o melhoramento do processo produtivo ou de agregação de valor, e a aquisição de bovinos de corte/leite e ovinos em feiras agropecuárias

d) Programa Jovem Rural – Nas Asas Da Inclusão Digital: é uma ferramenta para inclusão digital dos jovens que vivem no meio rural. Por meio deste programa os jovens conseguem realizar financiamentos para aquisição de kits de informática, como notebooks, computadores de mesa, impressoras e/ou equipamentos de recepção de sinal de internet e/ou telefonia.

e) Programa Juro Zero Agricultura/Piscicultura: Tem o objetivo de aumentar a renda no campo, criar oportunidades e humanização do trabalho das famílias rurais, aumentar a competitividade da produção agropecuária e pesqueira, obter melhorias ambientais e minimizar os efeitos das estiagens. Incentiva através de financiamento, investimentos em captação, armazenagem e utilização da água para usos múltiplos, além de projetos de produção de carne e leite a pasto, aproveitamento de dejetos da produção intensiva de animais, fruticultura, olericultura, flores e plantas ornamentais, piscicultura de água doce, mecanização agrícola, entre outros.

Procedimentos Metodológicos

Para atingir o objetivo foi realizada pesquisa do tipo exploratória, com abordagem qualitativa e quantitativa. Em sua condução foi realizado levantamento bibliográfico, levantamento de dados e entrevistas com responsáveis pela execução das políticas públicas para a agricultura familiar no Município e grupos formais e informais de produtores.

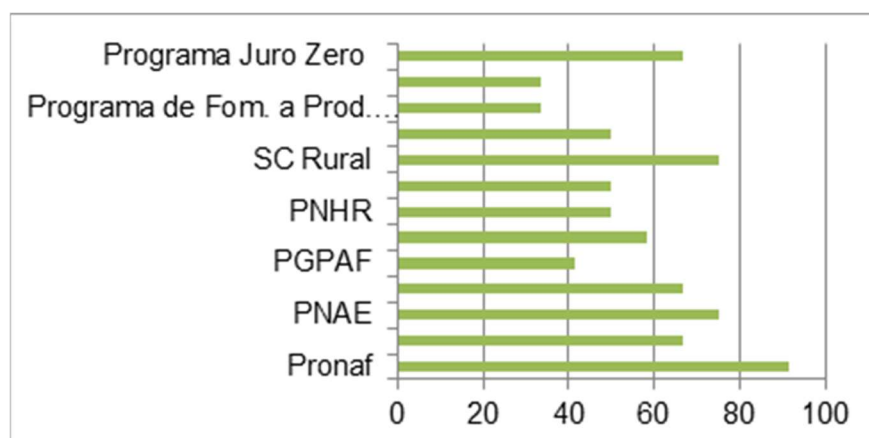
Foram realizadas doze entrevistas, das quais, cinco foram com responsáveis por instituições públicas, três com responsáveis por instituições privadas e quatro com grupos de produtores.

As respostas obtidas nas entrevistas foram analisadas e interpretadas tal como foram verificadas. Os resultados foram compilados e expressos de forma descritiva e através de gráficos.

Resultados e Discussão

Após realização de levantamento bibliográfico, levantamento de dados e entrevistas, pode-se observar que, dos entrevistados 100% reconheceram que os agricultores familiares do Município de Lauro Müller acessam todas as políticas públicas elencadas no questionário, conforme porcentagem apresentada no gráfico 1. Levando-se em consideração que cada entrevistado atua com políticas específicas.

Gráfico 1 – Políticas Públicas acessadas pelos agricultores familiares no Município de Lauro Müller segundo os entrevistados (%)



Fonte: Autores (2015).

Dos entrevistados, 75% destacaram que o índice de agricultores que acessam estas políticas é pequeno, deixando de beneficiarem-se com as melhorias que a utilização destas podem proporcionar a suas unidades familiares.

Quanto ao levantamento de dados relativo ao emprego das políticas disponíveis no Município, realizado através de pesquisa no site oficial do MDA, site oficial do FNDE, através de informações verbais obtidas nas entrevistas junto aos agentes financeiros, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, e junto ao escritório municipal da Epagri, foram obtidos os seguintes resultados:

Políticas públicas federais:

a) Pronaf: Na safra 2014/2015 foram efetuados 223 contratos no âmbito do programa, responsáveis por um valor de R\$5.993.673,00 (INCRA; MDA, 2015).

b) PAA: Relativo ao ano de 2014, obteve-se valor de proposta na aquisição de alimentos através da Conab de apenas R\$6.500,00 (INCRA; MDA, 2015).

c) PNAE: Conforme dados preliminares, no ano de 2014, do total de recursos recebidos para a aquisição de alimentos através do PNAE, 58,60% foi utilizado para

a aquisição de produtos da agricultura familiar, o equivalente a R\$82.350,44 (MEC; FNDE; DIRETORIA DE AÇÕES EDUCACIONAL - DIRAE; COORDENAÇÃO GERAL DO PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO ESCOLAR - CGPAE, entre 2014 e 2015).

d) PNCF: Até o momento, 5 famílias foram beneficiadas pelo programa no Município, sendo adquiridos 47 hectares, correspondendo a um valor de R\$200.000,00 (INCRA; MDA, 2015).

e) PGPAF: A adesão ao programa é feita automaticamente no momento da contratação de financiamento via Pronaf, porém não foram encontrados dados específicos, apenas sabe-se mediante as entrevistas, que até o momento não houve a necessidade de acionamento do programa por nenhum agricultor.

f) SEAF: A adesão ao programa é feita automaticamente no momento da contratação de financiamento de custeio agrícola via Pronaf, porém não foram encontrados dados específicos, apenas sabe-se mediante as entrevistas, que o seguro é amplamente acionado dentre os agricultores que sofrem danos causados por adversidades climáticas em suas plantações.

g) PNHR: Segundo dados obtidos nas entrevistas, no último ano foram encaminhados 18 projetos para reforma/construção de residências no meio rural, porém ainda não foram aprovados.

h) Ater pública: O Município não obteve nenhum benefício de Ater federal, a assistência técnica prestada aos agricultores é realizada através da entidade estadual (Epagri) e de técnicos do setor privado.

Políticas públicas estaduais:

a) SC Rural: Conforme dados obtidos no escritório municipal da Epagri, através do extensionista rural, na última safra foram investidos R\$527.181,46 para a melhoria de sistemas produtivos da atividade de bovinocultura de leite, e R\$56.120,00 na aquisição de máquinas coletivas. E está em fase de execução projeto para melhoria de 19,6 km de estradas rurais com apoio de R\$750.000,00.

b) Terra Boa: Na última safra, foram adquiridas 960 toneladas de calcário, beneficiando 52 produtores com subsídios no valor de aproximadamente R\$37.000,00; 34 kits forrageira, com subsídios no valor de aproximadamente R\$73.000,00; 503 sacas de semente de milho, beneficiando 153 produtores com subsídios no valor de aproximadamente R\$33.000,00; e nenhum kit apicultura.

c) Programa de Fomento à Produção Agropecuária do FDR: Nenhum agricultor foi beneficiado com o programa na última safra, porém, atualmente alguns projetos estão sendo encaminhados para aprovação.

d) Programa Jovem Rural – Nas Asas da Inclusão Digital: Apenas um jovem foi beneficiado com o programa na última safra, obtendo apoio de R\$3.000,00.

e) Programa Juro Zero Agricultura/Piscicultura: Na última safra, 22 produtores foram beneficiados com o programa, com investimentos no valor de aproximadamente R\$ 918.000,00.

Através deste levantamento, podemos observar como diversas políticas disponibilizadas não são viabilizadas pelos agricultores familiares do município, políticas estas, que tem um vasto potencial para gerar melhorias às unidades familiares de uma forma ampla, relacionadas não apenas a realização de investimentos nas propriedades, ou aquisição de insumos, mas também a comercialização dos produtos, aquisição e expansão de propriedades, melhorias das moradias, melhorias ambientais, viabilização de recursos regionais, inclusão digital, entre outras. Sendo que, os efeitos benéficos do acesso pelos agricultores a essas políticas são potencializados quando os mesmos aderem a diversas políticas, construindo um conjunto de melhorias, conforme sua necessidade.

Para os entrevistados, diversos são os motivos para que os agricultores não busquem e não acessem estas políticas, devendo considerar o não enquadramento, a falta de necessidade, a falta de informação e divulgação, a falta de interesse, a insegurança por parte do produtor, a falta de sincronia entre as entidades que trabalham no Município com as políticas e a burocracia excessiva.

Diante do exposto, pode-se considerar que algumas vezes estas políticas podem não atender a demanda específica de determinados agricultores, tendo em vista que as mesmas são criadas para suprirem demandas que foram elencadas prioritárias para um grupo amplo, e muitas vezes não atendem a realidade de menores grupos, assim muitos agricultores não se enquadram em determinadas políticas e outros podem não necessitar acessá-las.

Outro ponto em destaque é a falta de informação e divulgação, pode-se observar que as políticas são divulgadas nos meios de comunicação e pelas entidades responsáveis por sua operacionalização no Município, porém muitas vezes o agricultor tem receio em buscá-las por insegurança.

Da mesma forma, a burocracia excessiva muitas vezes é motivo para que o agricultor deixe de acessar estas políticas, tendo em vista que, o mesmo não está habituado a esta realidade.

Quanto às formas de acesso os entrevistados destacaram que, para acessar qualquer política pública, o agricultor familiar deve possuir a DAP, buscando a emissão junto à entidade emissora credenciada no Município, que é a Epagri.

Apontaram que, as informações de como acessar estas políticas podem ser obtidas através dos meios de comunicação, ou através do auxílio das entidades responsáveis por cada política no Município, como Epagri, Sindicato dos Trabalhadores Rurais, prefeituras, agentes financeiros e empresas de assistência técnica do setor privado.

Cada política tem suas particularidades na forma de acesso, desenvolvidas para que haja o cumprimento do propósito de cada uma. São acessadas através de propostas, planos e projetos que atendam às suas diretrizes e demonstrem a viabilidade, conformidade e necessidade do agricultor.

Em relação aos benefícios que a utilização das políticas públicas traz ao município como um todo, foram elencados pelos entrevistados benefícios como melhorias gerais nas propriedades, incremento da renda familiar, melhoria da qualidade de vida, manutenção do homem no campo, fortalecimento do comércio local e aumento da receita municipal,

Com a utilização das distintas políticas públicas os agricultores têm a oportunidade de realizar diversas melhorias em suas propriedades, promovendo o aumento de sua produção, produtividade e renda, capacitando, otimizando e humanizando a mão de obra, melhorando as técnicas de manejo, estimulando a agregação de valor aos produtos, incitando a preservação do meio ambiente, entre outros. Nesse sentido, as famílias são estimuladas a permanecerem no meio rural, tendo em vista a melhoria em sua renda e qualidade de vida.

Conforme pesquisa realizada por Mattei (2005), resultados analisados sobre conjunto de indicadores produtivos sugere a existência de uma relação entre o sistema de financiamento e a evolução das quantidades produzidas nos municípios, demonstrando a importância das políticas de estímulo à produção.

Além disso, o desenvolvimento da agricultura familiar traz benefícios para toda a sociedade, é um bom negócio para o desenvolvimento local, tendo em vista que, contribui para a erradicação da fome, se obtém uma melhor qualidade nos alimentos

ocorrendo incentivo às práticas saudáveis de alimentação, há maior distribuição da renda local aumentando a empregabilidade e reduzindo o êxodo rural, resultando também no incremento da renda dos municípios.

Em seu estudo, Mattei (2005) também destaca que, com o aumento da produção agropecuária, observada nos municípios mais tomadores de crédito via Pronaf, observam-se outros efeitos positivos, especialmente sobre o emprego total nas localidades e sobre nível de arrecadação própria de cada município.

Ainda segundo o autor, os municípios mais tomadores de crédito via Pronaf, tiveram expansão do seu Produto Interno Bruto (PIB), dados estes que, segundo o mesmo, evidenciam o efeito positivo do uso desta política sobre a produção agropecuária de base familiar, o qual está sendo transmitido para o conjunto da economia local (MATTEI, 2005).

Os benefícios do acesso a estas políticas pelos agricultores familiares refletem na dinâmica econômica territorial:

Os recursos monetários oriundos dessas políticas proporcionam uma injeção de liquidez considerável para impulsionar as relações internas de mercado (SCNHEIDER, 2015).

Logo, com o investimento em melhorias nas propriedades, aumento de produção e renda das famílias rurais, ocorre um incremento na dinâmica do mercado regional, principalmente dentro do Município. O agricultor produz mais, vende mais, têm valor agregado em seu produto, garante maior renda, passando a ter maior poder aquisitivo, podendo então, comprar mais. Ocasionalmente uma maior movimentação do comércio local e aumento da receita municipal.

Considerações Finais

A partir do presente estudo, levantaram-se diversas políticas públicas desenvolvidas pelos governos federal e estadual disponíveis aos agricultores familiares do Município de Lauro Müller/SC, sendo estas: Pronaf; PAA; PNAE; PNCF; PGPAF; SEAF; PNHR; Ater pública (Estadual); SC Rural; Terra Boa; Programa de Fomento a Produção Agropecuária; Programa Jovem Rural – Nas Asas da Inclusão Digital; Programa Juro Zero Agricultura/Piscicultura.

Do grupo de entrevistados, 100% reconheceram que os agricultores do Município conhecem as políticas públicas, porém, muitas não são viabilizadas e há pouca adesão. Quanto ao acesso, o agricultor familiar deve possuir a DAP e em

seguida procurar o auxílio das entidades responsáveis por cada política no Município. Constata-se a relevância do trabalho, pois identifica as principais políticas públicas disponíveis aos agricultores familiares, demonstra quais não são viabilizadas, as possíveis causas da inacessibilidade, como o não enquadramento; a falta de necessidade; de informação e divulgação; de interesse; insegurança, de sincronia entre as entidades que trabalham no Município e a burocracia excessiva. Desta forma, a partir deste trabalho abrem-se possibilidade para que sejam lançadas estratégias para modificar este fato.

Referências

ALTAFIN, I. **Reflexões sobre o conceito de agricultura familiar**. 2007. Disponível em: http://portal.mda.gov.br/dotlrn/clubs/extensouniversitaria/contents/photoflow-view/content-view?object_id=1635678. Acesso em: 15 ago. 2015.

BELINOVSKI, A C. **Política de assistência social**: Avanços e possibilidades no Centro de Referência Especializado de Assistência Social (CREAS) do município de Telêmaco Borba/PR. Curitiba, 2013. Disponível em: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/2635/1/CT_GPM_III_2013_07.pdf>. Acesso em: 01 Jun. 2015.

BRASIL. Casa Civil. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm. Acesso em 20 de agosto de 2015.

DEL GROSSI, M E; MARQUES, V P M A de. Agricultura familiar no censo agropecuário 2006: o marco legal e as opções para sua identificação. **Estudos sociedade e agricultura**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 127-157, 2010.

INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA AGRÁRIA; MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Lauro Müller. In: **Relatórios para Brasil e Semiárido, Regiões, Estados, Territórios e Municípios**. [S.I.]: INCRA; MDA, 2015. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/pagina/acompanhe-a%C3%A7%C3%B5es-do-mda-e-incra>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

MATTEI, L. **Impactos do Pronaf: análise de indicadores**. Brasília: MDA; NEAD, 2005.

_____. **O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo**. Florianópolis, 2014. Disponível em: <http://www.bnb.gov.br/documents/80223/205365/ren_2014_6_lauro_v2.pdf/72b45117-194f-4a4b-8b1d-58b1f893af40>. Acesso em: 01 jun. 2015.

MENEGUIN, F B.; FREITAS, I V B de. **Por que avaliar políticas públicas?** 2013. Disponível em: <<http://www.brasil-economia-governo.org.br/wp->

content/uploads/2013/03/por-que-avaliar-politicas-publicas.pdf >. Acesso em: 01 jun. 2015.

NAVARRO, Z. A agricultura familiar no Brasil: entre a política e as transformações da vida econômica. In: GASQUES, J G; VIEIRA, J E R Filho; NAVARRO, Z. (Org.). **A Agricultura Brasileira: desempenho, desafios e perspectivas**. Brasília: Ipea, 2010. p. 185-209

SCHNEIDER, S.; GRIZA, C. **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

SCHRÖDER, M. **Políticas públicas e agricultura familiar no Brasil: inovações institucionais a partir do Pronaf**. In: Encontro Anual da ANPOCS, 34 p. , 2010.

Dados para contato:

Autor: Silvia Verona Zanol

E-mail: silvzanol@gmail.com

ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE VOLKSWAGEN E MARCOPOLO CONFORME RELATÓRIOS GRI

Responsabilidade social no contexto das organizações

Alessandro Cruzetta¹; Danilo Barbosa de Arruda²; Fabrício Schambeck¹; Berto Varmeling¹; Mario Sergio Bortolatto¹

**¹ Centro Universitário Barriga Verde (UNIBAVE); ² Universidade do Extremo Sul
Catarinense (UNESC)**

Resumo: Visando atender ao mercado, leis e concorrência, os relatórios produzidos pelas empresas têm efetivado a cultura dos investimentos em questões socioambientais. O objetivo é analisar criticamente o GRI, seus índices, aplicabilidade em questões socioambientais, principalmente, os pontos omissos e obscuros desses relatórios disponibilizados pelas empresas mencionadas. Logo, a interpretação apreciada neste artigo traz uma comparação segundo os critérios do *Global Reporting Initiative* (GRI), entre as empresas Volkswagen e Marcopolo, ambas atuantes no mercado automotivo. O mesmo se propõe a verificar semelhanças e diferenças entre os relatórios de sustentabilidade publicados nos anos de 2012, 2013 e 2014. Para tanto utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, no qual ficou evidenciado nos relatórios publicados pela Marcopolo, certo direcionamento ao modelo adotado pela Volkswagen.

Palavras-chave: *Global Reporting Initiative* (GRI). Sustentabilidade. Indústria automobilística.

Introdução

As ações empresariais, não se questionando se por altruísmo ou necessidades mercadológicas e adaptativas, devem ser consideradas pela importância da utilização racional e responsável dos limitados e esparsos recursos naturais vigentes. Some-se a isto a interdependência entre esses mesmos recursos naturais e as condições de vida humana e dos demais seres vivos, biomas e manutenção dos estoques de insumos para as presentes e futuras gerações.

Consubstanciado nessas práticas tangíveis, as empresas objeto do referido estudo, Volkswagen e Marcopolo, implantaram as diretrizes do GRI, sua padronização e sistematicidade, para aferir através de relatórios de sustentabilidade os desafios, avanços e pontos a melhorar dentro das práticas do setor automotivo pesado.

Como objetivo deste artigo é analisar criticamente o GRI, seus componentes, aplicabilidade em questões socioambientais, principalmente, os pontos omissos e obscuros desses relatórios disponibilizados pelas empresas Marcopolo e Volkswagen sob a ótica da administração e contabilidade ambientais.

O planejamento, acompanhamento, gestão, controle e execução dos resultados permitem a cautela, prevenção e reparação de danos causados à sociedade e meio ambiente e, também, a própria empresa que evita prejuízos e transtornos com desastres socioambientais. Além disso, a própria atividade produtiva garante a disponibilidade, otimização, reutilização e reciclagem de recursos para perpetuar suas ações no longo prazo.

Sustentabilidade empresarial: discurso e prática

Ao longo do tempo os homens foram se aglutinando em aldeias, vilas, cidades e, mais tarde, para fins de organização do excedente produtivo e contenção social, originou-se o Estado. A acumulação de capitais, recursos, poder político, econômico, o excedente produtivo de toda sorte possibilitou a atual estrutura político administrativa de Estado. Assim sendo, os cidadãos componentes desse Estado são regidos por leis e normas de convivência sociais, assim como suas empresas e estratégias de negócios. Após a Revolução Industrial, o mercado foi se consolidando e adequando conforme as necessidades de uma nova era. Isso engendrou na atual conjectura de alta competitividade e globalização, regulamentações que contemplem não apenas o lucro, mas a atenuação das externalidades socioambientais, o investimento em medidas corretivas, preventivas e mitigadoras.

Todavia, após alguns desastres ambientais (Baía de Minamata, Chernobyl, Bopal, Exxon Valdez, outros) a situação de insustentabilidade na qual estava calcada a civilização moderna se viu obrigada a repensar sua relação com a natureza e com os demais seres vivos. Nesse sentido, dois marcos internacionais marcaram o contexto do pós-guerra, Relatório *Brundtland*¹ e Clube de Roma. Ambos enfatizam a

¹ O conceito de desenvolvimento sustentável foi apresentado em 1987, como resultado da Assembleia Geral das Nações Unidas, no relatório “Nosso Futuro Comum” (*Our Common Future*), conhecido como Relatório *Brundtland* devido ao fato do encontro ter sido presidido por *Gro Harlem Brundtland*, primeira ministra da Noruega. Nele foi expresso pela primeira vez o conceito de “desenvolvimento sustentável” utilizado até os dias atuais e definido como aquele que “busca satisfazer as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”, por meio da sustentabilidade do desenvolvimento que implica uma mudança nas relações econômicas, político-sociais,

progressiva e exponencial destruição provocada pelo consumo desenfreado de recursos naturais, falta de planejamento, de organização e gestão dos meios e recursos oriundos da Terra. Dando sequência a este panorama de análise e potencial capacidade de carga do planeta, entrou-se em consonância com o estabelecimento da Rio 92, seguida pelas Convenções do Clima (COP) ao redor do mundo de que é urgente incorporar a questão socioambiental para assegurar a vida humana.

O discurso da importância do capital natural e social foi se intensificando e deu origem a trajetória da sustentabilidade empresarial. Some-se a isto, os grandes desastres ambientais recentes como da *British Petroleum* (Golfo do México, EUA - 2010) e de Mariana (Minas Gerais, Brasil - 2015), culminam na tomada de decisões pautadas pelas externalidades e custos ambientais, assim como seus riscos imensuráveis e/ou incalculáveis. Não obstante, alguns autores dimensionaram a temática e instigaram a reflexão e tomada de ação sobre a temática:

A contribuição do inglês John Elkington, fundador da SustainAbility, foi determinante para consolidar esse entendimento, ao cunhar, em 1994, o termo Triple Bottom Line, no qual as empresas teriam a responsabilidade de equilibrar os retornos econômicos, sociais e ambientais de suas operações (NOVO VALOR, 2011, p. 7).

A magnitude do reconhecimento de que os recursos são finitos, que o social não deve ser sobrepujado, e que é responsabilidade das empresas equilibrar isso para permitir retornos econômicos demonstra uma percepção inovadora por Elkington e outros autores. Isso conduz para uma cultura diferenciada no sentido da exploração, captação, uso e descarte dos resíduos gerados pela produção capitalista em massa. As consequências do modelo antigo que perdurou do fim do século XIX até o XX, são sentidas por, praticamente, todos os seres humanos nas cidades e no campo, além da visível diminuição de recursos hídricos, fauna e flora.

Nesse diapasão, as empresas investem cada vez mais em métodos e técnicas que possam dar efetivos resultados de economia de energia, materiais, sem toxicidade, trazendo a moda os orgânicos e/ou produtos ecológicos.

culturais e ecológicas. Desse modo a natureza passa a ser vista como parte integrante de um sistema que originalmente deveria ser cíclico, excluindo o comportamento predador do modelo desenvolvimentista predominante (CLUBE DE ROMA, 2016).

Por todos esses benefícios trazidos pela sustentabilidade empresarial aumentam as chances de fixação e expansão empresarial. Lucro, atração de investimentos, clientes e consumidores, boas práticas de governança social e ambiental na fábrica e seu entorno, assim como com os fornecedores e parceiros, dão o tom das novas práticas em diversos segmentos². Consubstanciado nisso, empresas de auditoria ambiental, organizações sem fins lucrativos, governo e setores específicos dentro de cada empresa se formaram para gerir os objetivos e metas da sustentabilidade empresarial. Uma delas foi aferida pelo *Global Reporting Initiative* (GRI):

Criada em 1997 pela ONG norte-americana Coalition for Environmentally Responsible Economics (CERES) e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), a GRI é uma organização baseada em redes, pioneira no desenvolvimento de diretrizes para a publicação de relatórios de sustentabilidade, e que tem como compromisso a melhoria contínua das diretrizes, bem como sua aplicação em escala mundial. Seu objetivo básico é levar o mesmo rigor analítico e quantitativo dos relatórios econômico-financeiros aos relatórios não financeiros (NOVO VALOR, 2011, p. 13).

O GRI possibilita instrumentos, normas, mecanismos e conferência dos dados obtidos pela empresa que se pautar em suas diretrizes. Isso vai permitir a empresa, investidores, consumidores, concorrentes se destacar no âmbito em que atua, pois ela procura inovar sempre³, alinhando a nova cultura de compatibilizar os interesses empresariais com o lado social e ambiental. Mesmo que não seja puramente por cuidado com o planeta, biomas, humanos a empresa requer uma conduta diferenciada ante a sociedade (consumidora, trabalhadora, viva e dinâmica, além dos estoques de

² Na sociedade atual, os valores ligados ao desenvolvimento sustentável e ao respeito às políticas ambientais têm sido institucionalizados em maior ou menor grau nos diversos países pela mídia, pelos movimentos sociais e ambientalistas, e pelos governos. Como resposta a essas pressões institucionais, surgem novos modelos organizacionais, vistos como os mais adequados para o novo ciclo que se inicia, como é o caso das organizações inovadoras sustentáveis (BARBIERI *et al*, 2010, p. 149).

³ Não basta, para as empresas, apenas inovar constantemente, mas inovar considerando as três dimensões da sustentabilidade, a saber: dimensão social – preocupação com os impactos sociais das inovações nas comunidades humanas dentro e fora da organização (desemprego; exclusão social; pobreza; diversidade organizacional etc.); dimensão ambiental – preocupação com os impactos ambientais pelo uso de recursos naturais e pelas emissões de poluentes; dimensão econômica – preocupação com a eficiência econômica, sem a qual elas não se perpetuariam (BARBIERI *et al*, 2010, p. 150).

recursos naturais). Isto posto, o contexto de escassez de recursos, preço de *commodities*, exigências estatais e sensibilização do povo quanto a questões socioambientais introduziram ao longo da cadeia produtiva a percepção ambiental.

No longo prazo, praticamente a grande maioria das empresas se beneficia de alguma forma ao instalar mecanismos de apuração, controle e mitigação de riscos ambientais. A prioridade em converter a velha economia numa outra sedimentada por controle, eliminação, diminuição dos passivos ambientais e impactos sociais decorrentes da atuação empresarial trazem mudanças contínuas para o setor em que desenvolve.

A contabilidade ambiental surge para quantificar e mensurar os ativos, passivos, custos e despesas ambientais dentro de uma empresa. Para aferir a eficiência dos recursos aplicados em escala são delineados indicadores que permitem quantificar os resultados empresariais. Nestes termos, quanto mais informações, cruzamento de dados e continuidade do balanço ambiental numa empresa permite um controle e gestão adequados para ganhos ambientais. Nesse sentido, leia-se o disposto abaixo:

Um número cada vez maior de empresas e outras organizações deseja tornar suas operações sustentáveis. Além disso, a expectativa de que a rentabilidade de longo prazo deve ser acompanhada de justiça social e proteção ambiental está se ampliando. A tendência é que essa expectativa cresça e se intensifique à medida que financiadores, clientes e outros *stakeholders* das empresas se conscientizem da necessidade de promover uma economia verdadeiramente sustentável. O relato de sustentabilidade auxilia as organizações a estabelecer metas, aferir seu desempenho e gerir mudanças com vistas a tornar suas operações mais sustentáveis. Relatórios de sustentabilidade divulgam informações sobre os impactos de uma organização – sejam positivos ou negativos – sobre o meio ambiente, a sociedade e a economia. Assim, eles dão forma tangível e concreta a questões abstratas, ajudando as organizações a compreender e gerir melhor os efeitos do desenvolvimento da sustentabilidade sobre suas atividades e estratégias (GRI, 2016, p. 3).

Tornou-se essencial nas grandes empresas o senso de responsabilidade socioambiental, para isso os relatórios de sustentabilidade e a execução das medidas apontadas por especialistas são fundamentais. Os efeitos desejados pelas empresas, mercado e sociedade são contabilizados e difundidos numa nova cultura que não dá margem para desvios de conduta em termos de poluição, devastação ambiental e

ingerência sociais. Nesse imperativo, veja-se a tabela adiante, ela contribui para discussão acerca da contabilidade empresarial, mitigação de externalidades, investimento na área socioambiental e inovação para gerar ativos financeiros e ecológicos:

Nesse sentido as duas empresas estão buscando integrar suas atividades com os princípios de desenvolvimento sustentável, seguindo as instruções do GRI e otimizando recursos naturais. Pode-se inferir, assim, que um movimento que começou após grandes desastres ambientais, movimentos sociais e posterior inserção nas grandes empresas (multinacionais) e espalhou-se gradativamente para empresas menores e outros segmentos comerciais, industriais e de serviços. A partir disso, os marcos para postulação de regras que visam a sustentabilidade empresarial e, portanto, contabilidade ambiental quando há setor responsável por gerir essa variável na empresa vem sendo difundida:

É fundamental para a sociedade e os mercados que o relato de sustentabilidade evolua em seu conteúdo e que deixe de ser uma atividade excepcional, desempenhada apenas por uma minoria de empresas pioneiras, e se torne uma prática padrão. Embora as organizações possam monitorar e gerir um conjunto muito mais amplo de tópicos relacionados à sustentabilidade em função de suas atividades cotidianas de gestão, esse novo enfoque na materialidade significa que os relatórios de sustentabilidade enfatizarão questões efetivamente cruciais para a consecução das suas metas e gestão do seu impacto na sociedade (GRI, 2016. p. 3).

A manutenção das condições de uso dos recursos naturais, aceitação por parte da sociedade, analogia com outras empresas possibilitaram a criação do *Global Reporting Initiative* (GRI):

As Diretrizes GRI para Relato de Sustentabilidade (Diretrizes) oferecem princípios, conteúdos e um manual de implementação para que diferentes organizações, a despeito de seu porte, setor ou localização, possam elaborar relatórios de sustentabilidade. As Diretrizes constituem, também, uma referência internacional para todos os interessados na divulgação de informações sobre a forma de gestão das organizações, seu desempenho ambiental, social e econômico e impactos nessas áreas. As Diretrizes oferecem subsídios valiosos para a elaboração de qualquer tipo de documento que exija essa divulgação. As Diretrizes são desenvolvidas por meio de um processo que envolve diversos stakeholders, entre os quais representantes de empresas, trabalhadores, sociedade civil e mercados financeiros, auditores e especialistas em diversas áreas (GRI, 2016. p. 4).

A democratização e compartilhamento das informações prestadas pelo GRI possibilitam o acompanhamento dos investidores, sociedade, Estado, concorrentes e demais interessados que podem indicar falhas e apontar possíveis soluções. A gestão ambiental e social dos riscos inerentes à atividade produtiva trouxe ao redor do mundo mecanismos de controle, aprimoramento, fiscalização, comparação dos dados obtidos por meio do GRI ou outro parâmetro de sustentabilidade empresarial:

A título de exemplo, a magnitude da inserção ambiental nos projetos empresariais, produtos, mercadorias e serviços a Organização das Nações Unidas engendrou os Princípios para o Investimento Responsável (PRI). O mesmo pode ser consiste em uma rede internacional composta de investidores institucionais, com aproximadamente US\$ 25 trilhões de ativos sob gestão, o que explica a relevância do segmento sustentável, verde, green ou ecológico e sua padronização internacional para produtos, serviços de mercadorias que demandam stakeholders diversos. Tais investidores acreditam que as questões ambientais, sociais e a governança corporativa (ESG) são relevantes e podem impactar o desempenho de suas carteiras de investimentos (NOVO VALOR, 2011, p. 4).

As empresas que o artigo se propôs a analisar são Volkswagen e Marcopolo, as três atuam no setor automobilístico. Assim sendo, será feita uma abordagem sobre os conceitos de responsabilidade social e de sustentabilidade adotados e praticados por elas, seus resultados, dentre outros. Isso porque têm fundamento com a premissa de que entidades, públicas ou privadas, assim como indivíduos, possuem compromissos com a sociedade. Tais princípios têm sido, progressivamente, consolidados no mercado de capitais. Procurou-se uma reflexão dos dados demonstrados nos relatórios de sustentabilidade das empresas em comento, pois elas fazem uso do GRI, atuam no segmento automobilístico e, assim, uma analogia poderá ser mais fidedigna.

Procedimentos Metodológicos

Este artigo tem por objetivo apresentar estudo realizado nos relatórios de sustentabilidade divulgados pelas empresas Marcopolo e Volkswagen entre os anos de 2012 a 2014, especificamente interpretando os dados disponibilizados, fazendo uma análise dos pontos omissos e ou intencionalmente não explicitados, dando uma criticidade ao teor dos documentos, sua efetividade e solidez enquanto instrumento de mensuração de índice socioambiental empresarial. Utilizando os relatórios,

realizou-se a análise de conteúdo buscando a quantificação de informações relacionadas aos indicadores do índice GRI, que é adotado por ambas empresas para formatação dos relatórios.

Para tanto realizou-se a uma pesquisa documental nos relatórios de Sustentabilidade, publicados pelas empresas Marcopolo e Volkswagen referentes aos anos de 2012, 2013 e 2014. Nestes relatórios empregou-se a técnica de análise de conteúdo para identificar a existência de práticas relacionadas as áreas social e ambiental. Na análise de conteúdo, procurou-se de forma analítica, identificar e destacar no texto dos documentos avaliados, a frequência em que as informações foram encontradas (BARDIN 2006). Para tanto, lançou-se mão de 80 indicadores distribuídos em dois grupos de análise: social e ambiental.

Os indicadores sociais foram desdobrados em cinco categorias e estas em quarenta indicadores. Já os indicadores ambientais foram desdobrados em dez categorias e estas em quarenta indicadores.

Resultados e Discussão

Neste tópico é apresentada a análise dos relatórios de sustentabilidade das duas empresas foco do artigo: Volkswagen e Marcopolo. As informações disponíveis são tabuladas com base no modelo GRI para, ao serem comparadas, visualizar os pontos em comum e os dissonantes.

Avaliando os relatórios de sustentabilidade de ambas empresas no triênio de 2012 a 2014, nota-se evidente maior preocupação com o Social do que com o Ambiental. Na Marcopolo esta preocupação é mais destacada onde 83% das informações foram classificadas como Sociais no ano de 2012. Este número vem reduzindo sensivelmente ao longo do período analisado. Já em 2014 a participação desta categoria no total chega a 71%. Tal redução não significa que os relatórios estão suprimindo informações sociais para aumentar informações ambientais. Mesmo com a redução da diferença entre a proporção dos indicadores citados, nota-se que não houve redução na quantidade absoluta dos indicadores sociais. O que vem ocorrendo é o aumento gradativo na ocorrência de práticas e informações ambientais.

Tabela 11- Participação relativa dos Indicadores Sociais e Ambientais

| INDICADORES | MARCOPOLO | | | VOLKSWAGEN | | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Sociais | 82,9% | 77,7% | 71,0% | 59,8% | 57,6% | 56,9% |
| Ambientais | 17,1% | 22,3% | 29,0% | 40,2% | 42,4% | 43,1% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Fonte: Adaptado de Relatórios sustentabilidade Marcopolo e Volkswagen (2012-2014).

Tabela 12- Número de ocorrências de Indicadores Sociais e Ambientais

| INDICADORES | MARCOPOLO | | | VOLKSWAGEN | | |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2012 | 2013 | 2014 |
| Sociais | 116 | 108 | 115 | 266 | 285 | 301 |
| Ambientais | 24 | 31 | 47 | 179 | 210 | 228 |
| Total | 140 | 139 | 162 | 445 | 495 | 529 |

Fonte: Adaptado de Relatórios sustentabilidade Marcopolo e Volkswagen (2012-2014).

Os dados retratam um maior número de informações publicadas pela Volkswagen, chegando a mais do que o dobro do número de ocorrências registradas nos relatórios da Marcopolo. Identifica-se também, crescimento no número de ocorrências de ambos indicadores, social e ambiental ao longo do período analisado.

Contudo os indicadores ambientais apresentaram maior crescimento nas ocorrências destes números nas duas empresas. Na Marcopolo cresceu de 24 ocorrências para 47, quase o dobro. Já na Volkswagen de 179 para 228. Como os indicadores Sociais se mantiveram estáveis na Marcopolo e pequeno crescimento na Volkswagen, sua participação relativa à participação total reduziu em ambas empresas.

Nota-se que para ambas empresas existe uma tendência ao aumento de ocorrências de informações para todos indicadores. Outra tendência percebida é a aproximação de ambas empresas de uma participação mais equitativa dos dois indicadores em relação ao total de informações encontradas nos relatórios de sustentabilidade. Este processo é mais acentuado na Volkswagen.

Outro ponto relevante que merece destaque é a importância dada pelas duas empresas às categorias analisadas. Para tanto entendeu-se que quanto maior o número de vezes que a informação é utilizada, mais importância se dá a tal tipo de informação. Na tabela a seguir os dados foram classificados em ordem decrescente em função do número de ocorrências, onde a categoria que teve o maior número de

ocorrências recebeu o nível de importância 1. A categoria com menos dados representantes recebeu o valor 10. Na tabela foram destacados em cinza as três categorias consideradas mais importantes por empresa, para cada grupo de indicadores.

Tabela 3- Nível de importância dado a cada categoria de análise

| IND. | CATEGORIA | MARCOPOLO | VOLKSWAGEN |
|------------|--|-----------|------------|
| SOCIAIS | 1.1 Relações com a comunidade, educação, cultura e lazer | 1 | 1 |
| | 1.2 Participação das minorias na empresa | 2 | 2 |
| | 1.3 Ações internas para o mercado | 3 | 3 |
| | 1.4 Práticas para o trabalho | 4 | 4 |
| | 1.5 Métricas de Investimento | 5 | 5 |
| AMBIENTAIS | 2.1 Práticas e políticas ambientais | 1 | 3 |
| | 2.2 Gastos e contrapartidas ambientais | 2 | 2 |
| | 2.3 Relacionamento com os <i>stakeholders</i> | 3 | 4 |
| | 2.4 Certificação | 4 | 7 |
| | 2.5 Métricas de Impacto Ambiental | 5 | 8 |
| | 2.6 Eficácia Ambiental | 6 | 1 |
| | 2.7 Fontes alternativas de energia | 7 | 5 |
| | 2.8 Educação e Apoio as Pesquisas | 8 | 6 |
| | 2.9 Redução de Impactos Ambientais | 9 | 10 |
| | 2.10 Práticas de Desenvolvimento Sustentável | 10 | 9 |

Fonte: Adaptado de Relatórios sustentabilidade Marcopolo e Volkswagen (2012-2014).

No grupo de indicadores sociais, as cinco categorias de análise tiveram exatamente o mesmo nível de importância atribuído pelas duas empresas.

Já no grupo de indicadores ambientais, as duas primeiras categorias se repetem entre as três mais importantes. Apenas destoa a categoria: Práticas e políticas ambientais. Para Marcopolo aparece em sexta colocação. Para a Volkswagen aparece em terceiro lugar.

Quanto à Marcopolo, destacam-se dentro dos Indicadores Sociais, na categoria Relações com a comunidade, educação, cultura e lazer (código 1.1), a principal prática percebida foi o Apoio à Cultura. Também merecem destaque as subcategorias: Doações de recursos para entidades de utilidade pública ou OSCIP; Apoio a

Educação e Relacionamento com os *stakeholders*. Ainda nos indicadores Sociais, também teve destaque a categoria Práticas para o trabalho (1.4). Nela as subcategorias que foram destacadas são: Programas de desenvolvimento à cultura, Educação e treinamento dos funcionários, Acidentes de trabalho, doenças ocupacionais, absenteísmo e óbitos.

Nos indicadores Ambientais destacaram-se as subcategorias: Desperdícios e resíduos, Uso eficiente e/ou reutilização da água e Reciclagem que passaram a ter importância crescente nos relatórios. No ano de 2014 estas três subcategorias tiveram expressivo destaque.

Dentro da Categoria Ambiental, na subcategoria Eficácia ambiental, a principal prática percebida foi o Uso eficiente da água. Este indicador ganhou maior evidência no último ano período analisado. A Reciclagem também é uma prática bastante empregada. Também merece destaque a subcategoria: Métricas de impacto ambiental, onde é enfatizado a quantidade de resíduos gerados pelas operações da empresa. Este indicador também recebeu maior ênfase no último ano. Tais situações sinalizam novos direcionamentos aplicados às políticas ambientais da empresa.

Como destaques negativos, nota-se a não divulgação de práticas relacionadas a: patrocínios a projetos de saúde pública; contratação de pessoas com deficiência; Relações com povos indígenas; Número de mulheres e negros na força de trabalho; Ocupação de mulheres e negros em cargos gerenciais; Proporção do salário base entre homens e mulheres; Não discriminação contra minorias; concorrência desleal e anti *truste*; Remuneração dos funcionários (média ou total); suporte a maternidade ou paternidade; trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo. A não ocorrência de informações relacionadas a estes indicadores, não declara a inexistência das mesmas dentro da empresa. Contudo cabe investigação mais aprofundada para verificação da existência ou não destas práticas na empresa e as motivações que levam a não divulgação de informações relacionadas aos indicadores ignorados nos relatórios socioambientais

Quanto a Volkswagen, merecem destaque dentre os indicadores sociais as subcategorias que tiveram destaque foram: Educação e treinamento dos funcionários; Saúde, higiene e segurança no local de trabalho; Apoio à educação; Apoio à cultura; e Inovação de produtos (Pesquisa & Desenvolvimento). Estes cinco juntos representaram quase a metade de todas as ocorrências verificadas nos relatórios para dentre os indicadores sociais.

Nota-se tendência de crescimento nas seguintes subcategorias: Educação e treinamento dos funcionários; Apoio à educação; Inovação de produtos (Pesquisa & Desenvolvimento); Produtos de acordo com as normas de segurança e Programas de Qualidade - ISO 9000 e 9001. Já se percebe a tendência a redução da utilização dos seguintes tipos de informação: Aposentadoria e planos de previdência complementar; Investimentos de caráter social; Apoio a atividades esportivas; Suporte a maternidade e paternidade; Apoio à habitação e à alimentação; Auxílio a creche e a bolsa de estudos para filhos de funcionários; Desenvolvimento de atividades recreativas e esportivas. Aqui merece destacar provável reflexo do impacto que na redução do desempenho econômico nos anos de 2013 e 2014 em função da retração do mercado automotivo brasileiro. Segundo a ANFAVEA (2015) o número de licenciamentos retraiu 0,9% em 2013 e 7,1% em 2014. Com a desaceleração da economia seria natural perceber a redução de gastos.

Ainda para a Volkswagen, no tocante aos indicadores Ambientais, destacam-se as seguintes subcategorias: Estabelecimento de metas e objetivos ambientais; Indicadores de desempenho ambiental; Desperdícios e resíduos; Emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE); Uso eficiente e/ou reutilização da água. Juntas estas cinco subcategorias correspondem a mais da metade das ocorrências percebidas no período analisado.

Nota-se tendência de crescimento na utilização das subcategorias: Desperdícios e resíduos; Desenvolvimento de produtos ecológicos e Processo de acondicionamento (reutilização de embalagens). Da mesma maneira é percebida tendência de redução nas subcategorias: Reciclagem e Vazamentos, derramamentos e terra utilizada.

A grande quantidade de indicadores ainda não contemplados pelo relatório socioambiental indica a potencial evolução que ainda é possível de implementar em termos de ações relacionadas a políticas ambientais.

Considerações Finais

Atualmente, empresas da envergadura Volkswagen e Marcopolo, transformando o discurso da sustentabilidade em prática cotidiana e padrão dentro dos sistemas produtivos da empresa traz mudanças estruturais. Nota-se que ainda restam alguns eixos que podem ser trabalhados para otimizar recursos e potencializar os produtos, serviços e mercadorias decorrentes da indústria pesada de caminhões e

ônibus. Inserir mais as mulheres em todos os cargos, principalmente os gerenciais e executivos, estabelecer uma relação sólida com clientes e fornecedores, além da comunidade do entorno fabril, melhorar os investimentos em produtos inovadores que possam durar mais, ser reusados, reinseridos na cadeia produtiva de forma 100% orgânica é primordial em tempos de crise ecológica, econômica, social.

As empresas citadas são pragmáticas e podem ser consideradas disseminadoras de uma cultura de valorização dos insumos naturais, recursos humanos, transparência empresarial, mantendo um equilíbrio vital para todos os envolvidos na interdependente sociedade atual.

Nota-se que na publicação de seus relatórios de sustentabilidade, ambas empresas têm muitas semelhanças, principalmente em relação ao tipo de informações utilizada, utilização do modelo GRI, priorização de informações das mesmas categorias.

Nota-se também que a Marcopolo traz relatórios contendo menos informações que a Volkswagen, contudo no período analisado, já se percebe certa tendência ao alinhamento de da Marcopolo em direção a Volkswagen.

Percebe-se uma grande preocupação pelo social. Isto foi evidenciado ao longo dos relatórios analisados e registrados e classificados conforme o modelo proposto. Mesmo com uma grande preocupação demonstrada por esta categoria, ainda existem indicadores que não foram contemplados, o que indica potencial de melhorias a serem empregadas nas práticas e elaboração do relatório socioambiental.

Em relação ao Ambiental, também se encontraram indicadores não contemplados pelos relatórios analisados. O que sinaliza para a necessidade de evolução e aumento na quantidade e qualidade destas práticas, além da transparência total do que consta e não foi devidamente registrado, ainda, nos relatórios anteriores.

Vale destacar que a não divulgação de algumas informações nos relatórios de sustentabilidade não significam a inexistência de tais práticas ou ações. É possível que tais situações existam, mas não o foram registradas nestes relatórios de forma deliberada ou omissa. Ou ainda que o estejam registradas em outros documentos publicados pelas empresas.

Referências

ANFAVEA, **Anuário da indústria automobilística brasileira**. 2015. Disponível para acesso em: <http://www.anfavea.com.br/anuario.html> Acessado em: 15 de janeiro de 2016.

BARBIERI, J. C; SILVA, D. **Desenvolvimento sustentável e educação ambiental: uma trajetória comum com muitos desafios**. **Ram, Rev. Adm. Mackenzie**, v. 12, n. 3, Edição Especial. São Paulo, SP, 2011.

BARBIERI, J. C., *et al.* Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Rae**. São Paulo, v. 50, abr./jun. 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: 2006

BRASIL. **A convenção: Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas**. Disponível para acesso em: <http://www.brasil.gov.br/meio-ambiente/2010/11/a-convencao>. Publicado em 24/11/2010. Acesso em: 16 jan. 2016.

CUNHA, B. P. Direitos humanos e meio ambiente: questões sobre a colheita e a queima do bagaço da cana-de-açúcar no Brasil. **Verba Juris** ano 7, n. 7, jan./dez. 2008 – ISSN 1678-183X. Disponível para acesso em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/vj/article/view/14891>>. Acesso em: 20 jan. 2013.

CLUBE DE ROMA. **História do Clube de Roma**. Disponível para acesso em: <http://www.clubofrome.org/?p=4771>. Acesso em 16 jan. 2016.

GRI-G4. **Princípios para relato e conteúdo padrão. GRI-G4**. Disponível para acesso em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/download/GRI-G4-Manual-de-Implementacao.pdf>. Acesso em 16 jan. 2016.

MARCOPOLO. **Relatório 2014**. Disponível para acesso em: http://issuu.com/onibusmarcopolo/docs/marcopolo_2014-relatorio_de_sustent?e=19248035/30392061. Acesso em 15 jan. 2016.

MARCOPOLO. **Relatório 2013**. Disponível para acesso em: http://issuu.com/onibusmarcopolo/docs/marcopolo-2013_relatorio_de_sustent?e=19248035/30392099. Acesso em 19 dez. 2015.

MARCOPOLO. **Relatório 2012**. Disponível para acesso em: http://issuu.com/onibusmarcopolo/docs/marcopolo_2012-relatorio_de_sustent?e=19248035/30415794. Acesso em 15 dez. 2015.

MEIO AMBIENTE PR. **Rio 92**. Disponível para acesso em: <http://www.meioambiente.pr.gov.br/modules/contendo/contendo.php?contendo=26>. Acesso em 16 jan. 2016.

NOVO VALOR- **Sustentabilidade nas empresas: Como começar, quem envolver e o que priorizar**. BM&F Bovespa. 2011. Disponível para acesso em:

<http://www.bmfbovespa.com.br/empresas/download/guia-de-sustentabilidade.pdf>.
Acesso em 20 dez. 2015.

OLIVEIRA, L. R. et al. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Produção**, v. 22, n. 1, p. 70-82, jan./fev. 2012

RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE VOLKSWAGEN. **Volkswagen relatório consolidado**. Disponível para acesso em: https://0lzyqw-bn1306.files.1drv.com/y3moAx9nuk8fojbW8soYfK0Mqj1gCyhOGqlo7aQqwfpZHpeOs4TMrGN5jOa5TPe9E0w0sEd92LGmhrU1B3Hcs5T525d3tX7TnGrYXHHts72yNXF6anyGZD9jDvAl1ITi9UeNeIPAbM_6qEGIEoV2glGk__KiYT-mi-ZJyLabo7vHaY/Anuario%20VW%20-%202012-2013-2014.pdf?psid=1. Acesso em 16 jan. 2016.

Dados para contato:

Nome: Alessandro Cruzetta

E-mail: cruzetta@engeplus.com.br

ANÁLISE DA IMPLANTAÇÃO DO ESOCIAL EM DUAS EMPRESAS DA CIDADE DE BRAÇO DO NORTE

Gestão e estratégia das organizações

**Hélita Delfino Bredun¹; Michele Barreto Cattaneo¹; Pedro Zilli¹; Regiane Silva¹;
Valdirene Baggio Pereira**

1. Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE.

Resumo: O presente estudo apresenta aspectos relacionados à implantação do novo projeto do Governo Federal, a Escrituração Digital Fiscal Social- eSocial. O eSocial vai unificar o envio de informações pelo empregador em relação aos empregados, trazendo diversas vantagens aos órgãos do Governo Federal como uma única fonte de informações, para o cumprimento das diversas obrigações fiscais, trabalhistas, previdenciárias e tributárias atualmente existentes. Incide também na integração dos cadastros das pessoas físicas e jurídicas no âmbito dos órgãos participantes do projeto. De certa forma facilitará a fiscalização e a redução de penalidades aplicadas nas empresas. A pesquisa foi realizada de forma qualitativa descritiva por meio de um questionário, a fim de avaliar qual a opinião e conhecimento que o empresário, ou seu responsável contábil e de departamento de pessoal, em duas empresas da cidade de Braço do Norte, têm sobre a implantação do eSocial. Como apresentação dos resultados, os entrevistados acreditam que o eSocial em primeiro momento, enfrentará um desafio na mudança da cultura organizacional e na mudança de procedimentos.

Palavras-chave: eSocial. Implantação. Legislação.

Introdução

O objetivo desse tópico é situar o leitor no contexto da pesquisa. Devem ser abordados os seguintes aspectos: breve delimitação do tema; problema de pesquisa; objetivos e justificativa (social, técnica e científica).

Atualmente a sociedade vive um período de grandes mudanças nas formas de produção, na prestação de serviço e tecnologia, que estão ocorrendo em grande velocidade. Ao longo da história os trabalhadores passaram de caçadores livres a escravos, servos e aos poucos, com a evolução dos tempos e a revolução industrial, passaram a ser assalariado, mas de forma, ainda muito desumana.

O homem busca a sua sobrevivência de forma digna, através do serviço realizado a outros, denominamos de empregador, o que realiza a remuneração ou

pagamento em moeda corrente em contrapartida a serviços prestados, troca de trabalho o pelo salário, o que vem a ser a forma de sobrevivência da atual humanidade.

Neste cenário, entra o Estado, que cria leis e regulamentos para minimizar as diferenças entre empregado e empregador, trazendo maior reconhecimento e dependência do trabalho humano.

Do final do século XIX, na I Guerra Mundial, a mão de obra no Brasil era escrava. Nesses períodos de guerras, surgiu o departamento de pessoal cuja finalidade era a contratação, remuneração e demissão de funcionários.

A partir da II Guerra Mundial o Departamento De Pessoal ficou voltado essencialmente ao cumprimento da legislação trabalhista.

Dentre os direitos do trabalhador, em destaque o trabalhador brasileiro, busca-se o conhecimento e entendimento sobre a nova forma de comunicação das informações derivadas do departamento de pessoal aos órgãos fiscais, previdenciários e trabalhistas.

Com a constante evolução do departamento de pessoal, o governo cria uma forma de unificar todos os dados que são enviados mensalmente pelas empresas por diversos formulários, surgindo a partir deste o eSocial.

Com do desenvolvimento deste trabalho, dentro dos direitos que o trabalhador brasileiro possui, busca-se, sem a pretensão de esgotar o assunto, contextualizar a criação e o surgimento do eSocial.

O eSocial é um projeto do Sistema Público de Escrituração Digital-Sped, que visa unificar o envio das obrigações acessórias no âmbito da Caixa Econômica Federal, Previdência Social, Ministério do Trabalho e Emprego e Receita Federal do Brasil, informatizando as informações prestadas pelo contribuinte em um único canal.

Procedimentos Metodológicos

Metodologia é o estudo dos métodos, sendo também considerada uma forma de conduzir uma pesquisa. A metodologia é necessária para descrever os procedimentos e o caminho que a pesquisa deve seguir. Segundo Otani e Fialho (2011, pag. 22), método é caminho pelo qual se atinge um determinado objetivo, é um modo de proceder ou uma maneira de agir.

A metodologia, para Ruyne et al. (1977, p. 29) é a lógica dos procedimentos científicos em sua gênese e em seu desenvolvimento, não se reduz, portanto a uma

metrologia ou tecnologia de medida dos fatos científicos). Este estudo visa demonstrar conforme a metodologia quais procedimentos serão aplicados na pesquisa.

O presente estudo tem quanto a sua natureza o uso da pesquisa aplicada. Segundo Gil (2008, p. 27), pesquisa aplicada tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos. Egg (1978, p.33) afirma que, pesquisa aplicada caracteriza-se por seu interesse prático, ou seja, que os resultados sejam aplicados ou utilizados na solução do problema.

O método de abordagem deste projeto foi qualitativo, Silva e Menezes (2005, p. 14) afirmam que a pesquisa qualitativa:

Considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o mundo sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. 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 a coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados de pesquisas em que os dados são obtidos diretamente das pessoas. Sem contar que em muitos casos só se torna possível realizar uma investigação social por meio de documentos.

Escolheu-se este método, pois é um método onde proporciona a uma elevada compreensão sobre o estudo quando se buscam percepções e entendimento sobre a natureza geral de um objeto, desenvolvendo conceitos, ideias a partir de padrões encontrados nos dados coletados.

A pesquisa será realizada pelo método de pesquisa exploratória, proporcionado uma nova visão do assunto abordado. De acordo com Gil (2002), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade do problema, tornando mais explícita ou a constituir hipóteses, pode se dizer que esta pesquisa tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descobertas de intuições.

Segundo Pereira (2010, p. 71) é definida como aquela que:

Visa proporcionar maior familiaridade com o problema com o intuito de torna-lo explícito ou de construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Também será realizada uma pesquisa de campo ou levantamento, segundo Kauark, Manhaes e Medeiros (2010) “a pesquisa envolve interrogação direta das pessoas cujo comportamento se pretenda conhecer.”

Segundo Lakatos e Marconi (2003), “pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e conhecimentos acerca de um determinado assunto.”

Justifica-se a escolha deste método, pois proporciona ao pesquisador a resposta almejada sobre o assunto e possibilita contato com os entrevistados.

Para a consecução dos objetivos propostos será realizada pesquisa bibliográfica, a partir de documentos, livros e sites.

Segundo Rauen (1999, p.55):

Pesquisa bibliográfica é aquela que opera a partir do material já elaborado, Ela constitui uma excelente técnica para fornecer ao pesquisador a bagagem teórica, de conhecimento, e o treinamento científico que habilita a produção de trabalhos originais e pertinentes.

De acordo com Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é feita mediante a consulta em livros, artigos científicos, ou seja, com base em materiais já publicados.

Resultados e Discussão

Para a obtenção dos dados a seguir, foram aplicados questionários em duas empresas do município de Braço do Norte, Santa Catarina. Ambas as empresas não permitiram a divulgação de seus nomes no estudo, devido a este fato, para melhor análise de dados foi nomeada a empresa de ramo comercial A e a empresa de ramo industrial B.

As empresas de ramo comercial são aquelas que vendem mercadorias diretamente ao consumidor ou aquelas que compram do produtor para vender ao varejista. Sendo a empresa A deste ramo, atuante no segmento de supermercados, comercializa uma grande variedade de produtos para alimentação. A mesma está inserida em Braço do Norte há mais de 20 anos, contando com uma equipe de 70 funcionários em seu quadro operacional, dos quais 20 são da área administrativa da empresa. Possui diversos setores: açougue, padaria, hortifrúti, mercearia e administrativo.

A área administrativa esta subdividida em comercial, financeiro, contabilidade e também o gestor, que administra os negócios da empresa. Mensalmente são descritas metas onde os empregados trabalham com o objetivo de alcançá-las.

Empresas industriais são aquelas que transformam matérias-primas, manualmente ou com auxílio de máquinas e ferramentas, fabricando mercadorias. Abrangem desde o artesanato até a moderna produção de instrumentos eletrônicos. A empresa B, atua no segmento da fabricação de barras de molduras, que serve para a produção de quadros, molduras de espelho, molduras de obras de artes, entre outros. Ela atua neste mercado há 15 anos, possui em seu quadro de funcionários 130 pessoas. Sua empresa é dividida em setores: beneficiamento, gesso, pintura, *hoot stamping*, *schott brite*, embalagem, expedição e administrativo.

A área administrativa é composta por 13 funcionários, subdivididos em gerência, comercial, financeiro, contabilidade e departamento pessoal. Possui vários pedidos, onde movimenta a produção para entrega-los no prazo estabelecido.

Para o estudo aplicado buscou-se questionar quais práticas estão sendo adotadas na implantação do eSocial em duas empresas na cidade de Braço do Norte, Santa Catarina.

Um dos questionamentos abordados foi cargo da pessoa responsável pelas informações. Na empresa A, no ramo de supermercados, foi o contador que respondeu o questionário. Já na empresa B, ramo de produção de molduras, o responsável pela resposta do questionário foi o departamento pessoal.

Pela pergunta acima, foi identificado que na empresa A, ramo de supermercados, a responsabilidade do processo de implantação está diretamente voltada ao contador da empresa. Já na empresa B, ramo industrial, a devida responsabilidade está voltada diretamente ao departamento de pessoal, mas no presente estudo o setor de departamento de pessoal reporta todas as informações do processo de implantação ao contador da empresa, mantendo-o informado.

Foi levantado há quanto tempo as empresas vêm atuando no mercado. A empresa A comercial, vem atuando neste ramo há 20 anos e a empresa B industrial, há 15 anos. Com isso, nota-se que as empresas estão bem estabelecidas com relação ao tempo que atuam no mercado.

Também foi abordado se os gestores da empresa estão conscientes e comprometidos com a necessidade do eSocial. Na empresa A comercial, o contador respondeu que sim, estão conscientes e comprometidos com a necessidade da

implantação do eSocial, estão sabendo da obrigação, sua importância e reflexos. O comprometimento maior é com os processos e informações que já devem estar funcionando para quando começar a entrega de informações, seja o mais eficiente possível.

A empresa B industrial, o departamento pessoal também respondeu que sim, os gestores estão conscientes e comprometidos com a implantação. Porém, o comprometimento inicial é na atualização cadastral dos funcionários, para não comprometer quando começar o envio das informações. Pôde-se perceber que ambas as empresas estão conscientes da importância da implantação do eSocial.

Na próxima pergunta abordamos se a empresa possui algum projeto interno ou envolvimento com o eSocial. Na empresa Comercial A o Contador respondeu que não é especificamente um projeto, mas um plano de ação envolvendo as áreas que contribuem gerando as informações.

Na empresa B, o departamento pessoal, respondeu que existe um plano de ação, que iniciou em janeiro de 2015, que já passou da fase inicial, que foi realizada a atualização cadastral de todos os funcionários, a segunda etapa está sendo realizada, e consiste na consulta da qualificação cadastral do funcionário, disponível no site www.esocial.gov.br/QualificacaoCadastral.aspx. Após esta etapa a empresa aguarda a liberação do eSocial para a fase de teste, para se ajustar, quanto às informações que ficaram pendentes.

Portanto as empresas possuem planos de ação, mostrando suas responsabilidades perante a nova legislação e para não sofrerem os reflexos negativos quando iniciar as fases de testes do eSocial.

Para a presente pergunta de quem será a área responsável pela organização das informações que serão requeridas pelo eSocial, a empresa A comercial, ramo de supermercado, respondeu que o departamento contábil ficara responsável. Já a empresa B, ramo de molduras, o responsável por esta área será o departamento de pessoal.

Outra questão muito importante é que diante da nova obrigação, com o que a empresa terá mais dificuldade em lidar. A empresa comercial A, citou que terá mais dificuldades no processo interno de segurança, devido à empresa possuir uma alta rotatividade de funcionários, a qual se preocupa com a execução dos processos internos, sendo de forma padrão e eficiente.

A empresa industrial B mostrou que sua maior dificuldade será na mudança cultural. Pois a empresa passou recentemente, por alterações nesta área. Mudando o responsável pelo departamento de pessoal para atender as necessidades internas da empresa.

Pode perceber que há diferentes dificuldades as quais as empresas poderão passar no processo de implantação do eSocial, que podemos citar a mudança cultural, processos internos e governança, sistema e Tecnologia e a capacitação de pessoas. As empresas mostraram que já vêm capacitando seus profissionais desde o início do projeto, enviando seus funcionários a cursos e palestras.

Devido a esta dificuldade das empresas, tem-se a seguinte pergunta, em sua opinião qual o principal motivo para provável dificuldade. Na opinião de ambas as empresas, foi à falta de dados dos funcionários.

Lembramos que o fisco não está exigindo nada mais do que as empresas já faziam, a única diferença que mudou foi o envio das informações se tornando uniformes. O sistema do eSocial é complexo tendo que estar todas as informações dos funcionários corretamente cadastradas, e por isso está gerando certo transtorno.

Na empresa A, devido à sua cultura organizacional, já vimos que essa não sofreu dificuldade, pois seu quadro de funcionários é menor, porém há uma grande rotatividade a qual gera dificuldade nos processos internos e governança.

O último quesito do questionário, na opinião da empresa, o eSocial irá melhorar os processos do Departamento de Pessoal. Para a empresa A, sim, alimenta melhor o banco de dados em nível de gestão, organiza os processos de departamento social, padronizando as informações. Na empresa B, sim, pois manterá o sistema constantemente atualizado, melhorando a gestão da empresa.

Dessa forma, para as empresas, o eSocial melhora a questão da gestão, trazendo todas as informações atualizadas, fornecendo-as em tempo hábil aos órgãos fiscais, previdenciários, tributários e trabalhistas.

Considerações Finais

Pelo presente estudo foi possível analisar a implantação do eSocial e verificar que a partir de 2016 haverá mudanças nas relações trabalhistas no Brasil, partindo da pergunta problema, “Como está sendo realizado o processo de implantação do eSocial em duas empresas da cidade de Braço do Norte”? Pelo tema abordado na pesquisa verificou-se a importância que esse projeto tem para o empregado, empregadores e

Governo Federal. O empregado terá maior transparência em relação ao seu contrato de trabalho, o empregador um sistema uniformizado mais preciso e o Governo maior fiscalização e arrecadação tributária.

A mudança é relevante, pois o sistema do eSocial já é considerado por especialistas, o maior e o mais complexo projeto do Sped já criado, abrangendo todos os tipos de empresas, e compreenderá desde a escrituração da folha de pagamento, como contratação, alterações cadastrais, desligamentos, reclamações trabalhistas, entre outros. Proporcionará uma grande mudança na estrutura atual de informação ao fisco e um grande impacto nas áreas envolvidas nas relações trabalhistas.

Ressaltamos, a partir da pesquisa realizada, que todas as organizações devem manter-se informadas referente ao prazo e se adequarem aos procedimentos exigidos pelo fisco. Nesse sentido, o estudo contribuiu para o entendimento do novo cenário, a partir da implantação do eSocial, nada melhor do que a busca pela informação e atualização para cumprir as novas exigências da legislação do governo. Sugere-se que seja realizada pesquisa após a implantação a fim de avaliar o conhecimento, desafios e benefícios após o funcionamento do projeto, para aprofundamento do tema, uma vez que tendo em vista a novidade do tema, houve limitação bibliográfica na referida pesquisa.

Referências

ÂMBITO Jurídico, Disponível em < www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=12282 > Acesso em: 08 out. 2015.

BRASIL Receita Federal-Portal. **Sistema Público de Escrituração Digital**. - SPED. 2007. Disponível em < www.receita.fazenda.gov.br/sobre-o-projeto/apresentacao.htm >. Acesso em 05 nov. 2015.

_____. Receita Federal-Portal. **Sistema Público de Escrituração Digital**. - SPED 2007. Disponível em < www.receita.fazenda.gov.br/Sped >. Acesso em 25 nov. 2015.

_____. **Emenda constitucional nº 42**. 2003. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc42.htm> Acesso em 1 out. 2015..

_____. Receita Federal-Portal. **Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007**. Disponível em < <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/Decretos/2007/dec6022.htm> > Acesso em: 08 out. 2015.

_____, **Portal**. 2015. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2013/10/salario-de-admissao-tem-ganho-real-de-2-20>> Acesso em 21 set. 2015.

CONTÁBIL, Importância do sistema. 2015. Disponível em: <<http://virtudecidadania.blogspot.com.br/2012/11/a-importancia-do-sistema-de-informacao.html>> Acesso em: 08 out. 2015.

CR/88 - **Artigos 5º, 6º, 7º** - 13 ed. São Paulo: Saraiva. 2007.

CONSOLIDAÇÃO DAS LEIS DO TRABALHO (CLT) – 8 ed. São Paulo: Rideel. 2009

CÓDIGO TRIBUTÁRIO NACIONAL (CTN). Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172.htm> Acesso em: 08 out. 2015.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Resolução**. Disponível em: <http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?codigo=2005/001020> Acesso em: 08 out. 2015.

CONGO, Mariana. **Cresce número de empresas que se preparam para o eSocial**. 2014. Disponível em <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral> Acesso em: 08 out. 2015.

DUARTE, Roberto Dias. **Manual de sobrevivência no mundo Pós-Sped: um guia inicial para empreendedores que vivem na “Selva Fiscal Digital”**. Belo Horizonte: Ideas@ Work, 2011.

ESOCIAL. Disponível em <<http://www.esocial.gov.br/>> Acesso em: 08 out. 2015.

ESOCIAL, Impactos, e alterações nos procedimentos trabalhistas. Disponível em <www.alterdata.com.br/esocial> Acesso em: 08 out. 2015.

GFIP, Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/previdencia/SEFIP/PrgSefipUmdisco.htm>> Acesso em: 08 out. 2015.

GIL Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2008.

GONÇALVES, Gilson. **Manual de Orientação do eSocial. versão 1.1**. Julho, 2013

HENDRIKSEN, E. S.; BRENDA, M. F. V.; **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IAS, Sérgio Vidal dos Santos. **Auditoria de processos organizacionais: teoria, finalidade, metodologia de trabalho e resultados esperados**/Sérgio Vidal dos Santos Dias. – São Paulo: Atlas, 2006.

LAKATOS, Eva Maria. **Sociologia da administração** / Eva Maria Lakatos – São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINS, Sergio Pinto. **Direito do Trabalho**. 24 ed. São Paulo, Atlas, 2008.

MARTINS, Sergio Pinto. **Direito do Trabalho**. 25 ed. São Paulo, Atlas, 2009.

MARTINS, Sérgio Pinto. **Direito do Trabalho**. 26. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MANUAL DE ORIENTAÇÃO DO ESOCIAL – Versão 2.1 Julho 2013, Disponível em < <http://www.esocial.gov.br/> > Acesso em 18/10/2015.

MOSCOVE, Stephen A.; SIMKIM, Mark G.; BAGRANOFF, Nancy A. **Sistemas de informações contábeis**. São Paulo: Atlas, 2002.

MTE, Ministério do Trabalho e Emprego. **Portaria 1.510 de 21 de agosto de 2009**. Disciplina o registro eletrônico de ponto e a utilização do Sistema de Registro Eletrônico de Ponto - SREP Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A350AC8820135685CC74E1DCE/Portaria%201510%202009%20consolidada.pdf>>. Acesso em 25.06.2014

MARION, Jose Carlos. **Contabilidade empresarial**. São Paulo: Atlas, 2003.

MACHADO NETO, A.L. **Compêndio de Introdução à Ciência do Direito**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 1984.

MANUS, Pedro Paulo Teixeira. **Direito do Trabalho**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NASCIMENTO, Amauri Mascaro. **Curso de Direito Processual do Trabalho**. 25. ed. São Paulo: Saraiva 2010.

SÁ, Antonio Lopes de. **Teoria da Contabilidade** . 3. ed. São Paulo: Atlas S.A. 2002.

SARAIVA Renato. **Direito do Trabalho**. 10. ed. São Paulo: Editora Método, 2009.

SARAIVA Renato. **Curso de Direito Processual do Trabalho**. 7. Ed. São Paulo: Método, 2010.

SUSSEKIND, Arnaldo - **Instituições de Direito do Trabalho - Vol. 1** - 17º Edição Editora São Paulo - 1997.

SÜSSEKIND, Arnaldo. **Direito Constitucional do Trabalho**. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

SCHAFFNER, Fábio. **Polêmica no Relógio Ponto**. Zero Hora. 28/12/2009. P. 14. **SIGNIFICADOS**, Disponível em<<http://www.significados.com.br/gfip/>> Acesso em 27/09/2015.

SCHMIDT, Paulo. **História do pensamento contábil** . Porto Alegre: Bookman, 2000.

ZANGRANDO, Carlos Henrique da Silva. **Processo do Trabalho**: Moderna Teoria Geral do Direito Processual. Rio de Janeiro: Universitária, 2007.

Dados para contato:

Autor: Michele Barreto Cattaneo

E-mail: barreto.oab22489@yahoo.com.br

ANÁLISE DOS ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE O PROCESSO DE COMPARTILHAMENTO DO CONHECIMENTO: UM LEVANTAMENTO SOBRE AS MELHORES PRÁTICAS EM ORGANIZAÇÕES

Gestão e estratégia das organizações

Haniel Joaquim ¹; Thiago Henrique Almino Francisco ¹; Yuri Borba Vefago ¹

¹.UNESC

Resumo: Este estudo buscou caracterizar diante da literatura a definição de conhecimento, a definição de gestão do conhecimento e as barreiras mais frequentes na criação do conhecimento. Com relação à metodologia utilizada, o presente estudo caracterizou-se como fins de investigação descritiva, explicativa e exploratória e pesquisa bibliográfica quanto aos meios de investigação. A população alvo foram bases de dados indexadas, o estudo caracterizou-se por coleta de dados secundários e técnica de coleta de dados qualitativa. Verificou-se que as barreiras mais frequentes encontradas no compartilhamento do conhecimento são ambiente interno, comunicação, valorização de *experts*, falta de reconhecimento e diferenças culturais.

Palavras-chave: Gestão do conhecimento. Compartilhamento do conhecimento. Barreiras para o compartilhamento do conhecimento.

Introdução:

Para Nonaka e Takeuchi (2008), o sucesso das organizações nunca foi tão frágil, poucas empresas demonstram capacidade de mudar tão rápido quanto o ambiente que as cerca e de lidar com as dificuldades envolvidas. Segundo Nonaka (2008), em uma economia onde a única certeza é a incerteza, a fonte certa de vantagem competitiva duradoura é o conhecimento. O conhecimento e a capacidade de criá-lo são considerados as mais importantes fontes de vantagem competitiva, sustentável de uma empresa nos dias atuais.

Nonaka (2008), afirma que as empresas bem-sucedidas são as que criam consistentemente novos conhecimentos, disseminam este conhecimento pela organização e o incorporam em inovação de suas tecnologias e produtos. Nonaka e Takeuchi (2008), afirmam que a forma de uma organização criar e utilizar o conhecimento são convertendo o conhecimento tácito em conhecimento explícito, e vice-versa. Podem ser identificados pelo menos quatro modos de conversão do

conhecimento, que são conhecidos como o modelo SECI ou espiral SECI, este modelo descreve como os conhecimentos tácitos e explícitos são amplificados em relação à qualidade e quantidade, bem como do indivíduo para o grupo e, então para o nível organizacional.

Para Nonaka e Takeuchi (2008), a criação do conhecimento está envolvida em um processo que amplifica, organizacionalmente, o conhecimento criado pelos indivíduos e cristaliza-o como integrante da rede de conhecimentos da organização. A interação contínua, dinâmica e simultânea entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito é o principal impulsionador desse processo de amplificação do conhecimento.

O conhecimento é criado apenas pelos indivíduos, uma organização não pode criar conhecimento sem os indivíduos. É fundamental, portanto que as atividades criadoras de conhecimento dos indivíduos sejam apoiadas e estimuladas pela organização (NONAKA; TAKEUCHI, 2008).

Segundo Nonaka e Takeuchi (2008), o indivíduo é o “criador” do conhecimento e a organização o “amplificador”, portanto ambos não são extremidades opostas, mas sim partes cooperantes de um mesmo processo. Nesse contexto existe o papel do grupo como um “sintetizador” do conhecimento, quanto mais autônoma, diversa e auto organizado for o grupo, melhor funcionará como sintetizador.

Segundo Ichijo (2008), a criação do conhecimento é um processo frágil, não passível às técnicas da administração tradicional. O conhecimento é um produto social, gerado pela interação íntima entre as pessoas, portanto deve ser gerado em um ambiente verdadeiramente empático. Ichijo (2008) afirma que existem barreiras individuais e organizacionais para a criação do conhecimento. Portanto um dos objetivos deste estudo é analisar nos estudos empíricos.

Sobre o estudo, vale destacar que este estudo busca analisar o que a literatura fala sobre o compartilhamento de conhecimento nas organizações, bem como as barreiras encontradas nas organizações no momento da criação e compartilhamento do conhecimento. Ele também é importante para as organizações, para a universidade e para o pesquisador. Para as organizações, pois através do estudo poderão identificar maneiras de facilitar e aumentar o compartilhamento de conhecimento, assim como serão advertidas e instruídas sobre as principais barreiras enfrentadas na criação do conhecimento. Para a universidade, pois incorporará em seu acervo os resultados deste estudo, que poderá servir como suporte para pesquisas futuras. Para

o pesquisador, pois terá a chance de aprofundar os seus conhecimentos sobre um assunto tão importante no cenário atual, tendo embasamento teórico para pesquisas e trabalhos futuros.

O momento do estudo é oportuno, pois as organizações mais do que nunca sentem a necessidade de permanecerem competitivas no mercado, e o assunto abordado na pesquisa é justamente uma ferramenta para o aumento da competitividade organizacional. Por fim, vale ressaltar que este estudo é completamente viável por que o pesquisador é responsável por todos os custos envolvidos no trabalho, tendo total empenho em terminar o estudo dentro dos prazos exigidos pelo cronograma do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Administração de Empresas da UNESC.

Procedimentos Metodológicos

Delineamento da pesquisa

Segundo Vergara (2010), há duas formas de definição, quanto aos meios e quanto aos fins de investigação. Quanto aos fins de investigação da pesquisa será de caráter exploratória, descritiva e explicativa. Segundo Gonçalves e Meirelles (2004), define-se por pesquisa exploratória o meio utilizado para expor ou apresentar um problema encontrado, a fim de se chegar a um objetivo. Geralmente fundamentada em estudos bibliográficos, de campo ou uso de cognição livre. Por ser o tema abordado ainda pouco estudado, caracteriza-se por pesquisa exploratória. Conforme Cervo e Bervian (2002), a pesquisa descritiva tem por objetivo observar, analisar, registrar e relacionar fatos ou fenômenos ocorridos sem a intenção e modificá-los. O que justifica o pesquisador escolher esse tipo de pesquisa é a possibilidade de esclarecer os fatos ocorridos relacionados ao tema do estudo. Vergara (2010), diz que a pesquisa explicativa tem como objetivo esclarecer os fatores que contribuem para determinado fenômeno acontecer e visa revelar os motivos por quais estes acontecem. Este tipo de pesquisa se adequa ao estudo, pois o pesquisador tem como objetivo analisar a utilização do objeto estudado.

Quanto aos meios de investigação este estudo se dará por pesquisa bibliográfica. Segundo Vergara (2010), pesquisa bibliográfica é o estudo desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, material acessível ao público em geral. Com este meio de investigação, busca-se conhecer as

contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p. 60). O motivo de este estudo ter como meio de investigação a pesquisa bibliográfica, se dá pelo pesquisador precisar buscar em materiais já publicados o necessário para o conhecimento do objeto de estudo.

Definição da área e população

Segundo Martins; Theóphilo (2009), a população é o total de elementos que constituem o objeto da pesquisa, trata-se tanto de pessoas bem como de objetos, ocorrências ou acontecimentos. A seguir está o quadro explicativo da definição de área e população do presente estudo.

Quadro 1 – Definição de área e população

| Objetivos | Período | Extensão | Unidade de amostragem | Elemento |
|---|-------------|---|--------------------------|---|
| Identificar os principais instrumentos apresentados pela literatura para o compartilhamento de conhecimento nas organizações. | 1995 a 2014 | Artigos, Dissertações e Teses de bases indexadas. | Bases de dados indexadas | Artigos e pesquisas empíricas publicadas sobre o tema |

Fonte: Autores (2016).

Plano de coleta e análise de dados

Segundo Roesch (2009), o plano de coleta de dados tem por objetivo esclarecer se os dados serão oriundos de dados primários ou dados secundários. Para este estudo serão utilizados dados secundários, segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 175), dados secundários são extraídos de fontes primárias como trabalhos de campo auxiliares, documentos originais, pesquisa baseada em dados de recenseamento, pesquisa utilizando a correspondência de outras pessoas. O processo de análise abrange alguns tipos de procedimentos, dentre eles codificação das respostas, tabulação dos dados e cálculos estatísticos.

Assim o pesquisador pode analisar e interpretar os dados obtidos e desse modo alcançar os resultados esperados (GIL, 2002). O estudo utilizará da abordagem qualitativa, que visa descrever e compreender determinado problema, segundo Oliveira (2002), a abordagem qualitativa pode permitir a interpretação de

comportamentos e atitudes dos indivíduos em maior profundidade e também contribuir no processo de mudança de determinado grupo ou indivíduo. Também será utilizada a abordagem quantitativa que segundo Sampieri; Collado; Lúcio (2006), utiliza a coleta de dados para responder às questões de pesquisa e testar hipóteses previamente estabelecidas, utilizando frequentemente o uso de estatística para estabelecer com exatidão os padrões da população estudada.

De acordo com Botelho, Cunha e Macedo (2011), o processo de revisão de literatura requer uma síntese pautada em diferentes tópicos, formando uma ampla compreensão sobre o conhecimento. A revisão da literatura é o passo inicial para a construção do conhecimento científico, pois através desses processos de revisão que surgem novas teorias e são identificadas lacunas e oportunidades para a pesquisa em assuntos específicos. Segundo Broome (2006), uma revisão integrativa resume o passado da literatura empírica ou teórica e fornece uma compreensão maior de um fenômeno específico. Para Whitemore e Knafl (2005), a revisão integrativa contribui para o desenvolvimento de teorias, é uma abordagem que permite a inclusão de novos estudos, abordando diversas metodologias.

Resultados e Discussão

Apresentação de dados

Para a pesquisa o autor buscou nas bases de dados teses, dissertações e artigos através dos seguintes termos: “Compartilhamento” AND “Gestão do Conhecimento” “Barreiras” AND “Gestão do Conhecimento”. Para apresentar a pesquisa o autor leu em alguns estudos apenas o resumo, para usar critérios de eliminação, e os demais foi lido o estudo completo, para que autor apropriasse do conhecimento contido nos mesmos.

Análise de dados: o compartilhamento de conhecimento: uma contribuição a partir da revisão integrativa

O compartilhamento é o processo pelo qual uma unidade ou um indivíduo é afetado pelo conhecimento ou experiência de outra unidade ou indivíduo. Esse compartilhamento pode ser composto por dois processos, que é quando o conhecimento é comunicado a outros, que caracteriza se nos estudos como a doação

de conhecimento, ou quando ele é buscado em outros que fica caracterizado como coleta de conhecimento.

Alguns fatores são em sua essência barreiras na hora de compartilhar o conhecimento, nos estudos pesquisados o autor pode destacar alguns que são, capacidade de absorção, relacionamento, tempo, framework, valorização de *experts*, falta de reconhecimento, distância e diferenças culturais. Para evitar essas barreiras ações que atuem como facilitadores devem ser implantadas para extinguir esses inibidores da criação e do compartilhamento do conhecimento.

Um relato dos principais estudos

A seguir estão dispostos o resumo dos principais estudos encontrados na pesquisa.

Para Nodari (2013), conhecimento é um dos principais recursos organizacionais, que possibilita a vantagem competitiva e a sua gestão é um grande desafio para as organizações contemporâneas. O compartilhamento do conhecimento, caracterizado pelo autor como o processo pelo qual uma unidade é afetada pelo conhecimento ou pela experiência de outra unidade, é um dos principais processos da gestão do conhecimento. O compartilhamento é composto por outros dois processos, a doação do conhecimento, que é a comunicação do capital intelectual de um indivíduo para outros, e a coleta de conhecimento, que consiste na consulta a outros indivíduos, implicando no compartilhamento do capital intelectual.

Segundo Buoro (2005), não é exagero dizer que o conhecimento é o ativo mais importante para as organizações e estas já reconhecem a necessidade de gerir o conhecimento e o quanto é fundamental para elas se estruturarem e adotarem práticas de gestão do conhecimento. O autor relata que o processo de compartilhamento do conhecimento é essencial dentre os processos que compõem a gestão do conhecimento. Para Buoro o processo de compartilhamento do conhecimento é responsável pela multiplicação na organização dos conhecimentos já existentes, promover a utilização dos mesmos e estimular de forma indireta a criação de novos conhecimentos. Desta forma, segundo o autor, é vital a criação de ações que atuem como facilitadores do processo de compartilhamento do conhecimento e a implantação de ações que evitem a manifestação dos inibidores do processo de compartilhamento do conhecimento.

Wendling (2011), destaca como barreiras no compartilhamento do conhecimento (redes globais) os mesmos admitidos pela literatura, que são capacidade de absorção, relacionamento, tempo, framework, estrutura com “silos”, valorização de experts, falta de reconhecimento, distância, fuso horário e diferenças culturais. O autor relata também outras barreiras não identificadas na literatura, quais sejam tecnologia, a qualificação de profissionais, o custo e a metodologia de desenvolvimento de software. No entanto o autor identifica cenários nos quais esses fatores são facilitadores do compartilhamento do conhecimento, como por exemplo as diferenças culturais que propiciam times mais qualificados e com perfis diferentes, ou ainda a distância que estimula a produção de documentações mais qualificadas. Segundo Araújo (2013), as barreiras encontradas para o compartilhamento do conhecimento, são principalmente em relação ao conteúdo do conhecimento, ao contexto, à fonte emissora e à fonte receptora.

Segundo Salmazo (2014), o conhecimento quanto mais compartilhado mais aumenta e quanto mais utilizado maior é o seu valor e por isso torna-se fundamental para as organizações capturar os ativos de conhecimento utilizados por seus colaboradores com o objetivo de transformar esse conhecimento em capital intelectual. Para este objetivo ser alcançado utiliza-se a gestão do conhecimento. A gestão do conhecimento corresponde ao conjunto de ações de uma organização para criar, adquirir, compartilhar e utilizar os ativos intangíveis, a fim de auxiliar na geração de ideias, solução de problemas e tomadas de decisão. Segundo o autor as dimensões que influenciam na gestão do conhecimento são: cultura e estrutura organizacional, estratégia, recursos humanos, aprendizado com o ambiente, avaliação permanente e tecnologia da informação.

Guimarães (2009), identificou através da literatura que as barreiras encontradas para o compartilhamento do conhecimento podem ser individuais, culturais, organizacionais e tecnológicas. Segundo Furlanetto (2007), a gestão do conhecimento se constitui em estratégia de ampliação da capacidade competitiva e da sustentabilidade diante de um mercado extremamente dinâmico. Para o autor a geração de novos conhecimentos e a disseminação nos vários níveis da organização depende de ações sistematizadas para garantir a qualidade do conhecimento e a sua utilização nos sistemas produtivos e operacionais. O autor defende que a implantação de projeto de gestão do conhecimento, envolve um conjunto de fatores estratégicos ligados a alta administração, ao ambiente cultural interno e à gestão de pessoas.

Ações para o compartilhamento: uma possibilidade de aprofundamento a partir das barreiras identificadas

Para o compartilhamento do conhecimento acontecer com sucesso dentro das organizações, algumas ações devem ser implantadas e levadas a sério. O autor sugere que sejam feitos estudos sobre as melhores práticas para inibir as barreiras do compartilhamento do conhecimento, numa tentativa de adequar cada organização específica, pois seria uma utopia afirmar que para todas as organizações as mesmas ações seriam adequadas.

Leonard-Barton (1995) sugere algumas ações para a criação do conhecimento, são elas: Solução criativa e compartilhada de problemas; Importação e integração de novos métodos e ferramentas; Experimentação e prototipação; Importação de conhecimentos externos.

Na solução criativa e compartilhada de problemas indivíduos com diferentes especialidades são colocados juntos para que seja canalizado seus conhecimentos e experiências para a solução criativa do problema. Quanto mais habilidosas as pessoas se tornam, mais suas particularidades são desenvolvidas formadas por suas especialidades, estilos cognitivos e preferências por ferramentas ou métodos. Quando se reúne variadas experiências torna-se possível a criação de soluções inovadoras, para promover esta junção são utilizadas técnicas integrativas, como a definição de uma visão clara, e criação de protótipos para conectar as diferentes especialidades.

A segunda atividade que é a importação e integração de novos métodos e ferramentas, nela o conhecimento é introduzido na tecnologia e método de processo, melhorando a operação interna. Para o sucesso dessa atividade é necessário a participação do usuário e integração das informações que o mesmo detém.

A experimentação e prototipação estende as capacidades existentes da empresa e cria novas para o futuro. A contínua e abrangente experimentação cria um ciclo virtuoso de inovação. Para que o aprendizado realmente ocorra, o gerenciamento desta fase é indispensável.

A importação do conhecimento externo pode ser de natureza tecnológica ou mercadológica. A empresa deve aumentar sua capacidade absorptiva para poder importar o conhecimento de natureza tecnológica, através de contínua busca por oportunidades tecnológicas. A importação de natureza mercadológica acontece pela busca de novas oportunidades de mercado com técnicas baseadas no profundo entendimento das necessidades do usuário.

Leonard-Barton (1995) identifica elementos que habilitam a geração do conhecimento dentro das organizações. Esses elementos são: Sistemas físicos; Sistemas de gestão; Qualificações e conhecimentos; Valores corporativos. Abaixo uma explanação a respeito de cada um deles.

Sistemas físicos podem ser exemplificados por software, hardware e equipamentos. Já os sistemas de gestão podem ser programas educativos, programas de incentivo e planos de promoção, orientando para o uso estratégico do conhecimento e fomentando o acúmulo do mesmo nos sistemas físicos. As qualificações e conhecimentos, se dá através da manutenção dos indivíduos com formação diversificada, destacando uma composição rica em qualificações personalizadas, ou seja, estilos cognitivos preferidos, instrumentos ou métodos preferidos ou tarefas preferidas. Por fim os valores corporativos são responsáveis pelo direcionamento de padrões de comportamentos e conceitos e da identificação das áreas de conhecimento relevantes para a empresa.

Considerações Finais

As mudanças nunca ocorreram tão rapidamente quanto na atualidade, e o sucesso das organizações está cada vez mais frágil, diante disso o conhecimento tornou-se fonte de competitividade de mercado. Gerir o conhecimento influencia diretamente na competitividade da organização, diante disso entra a gestão do conhecimento com o objetivo de criar, compartilhar e assegurar que o conhecimento seja utilizado pelas unidades das organizações.

Um grande passo para o sucesso das organizações é criar continuamente o conhecimento, disseminar este conhecimento e implantá-lo em suas tecnologias e produtos. A gestão do conhecimento conduz novas formas de trabalho e comunicação bem como integração entre as pessoas, pois ocorre através de interação social, estudo e trabalho, sendo que o conhecimento é criado somente por pessoas.

Há a necessidade de profissionais que entendam sobre a gestão do conhecimento e consigam alinhar os objetivos da organização com uma estratégia que chegue ao resultado final com eficiência e eficácia. Algumas barreiras podem ser encontradas no processo de compartilhamento do conhecimento, com o estudo pode-se identificar que estas barreiras são geralmente causadas pelas diferenças culturais, comunicação e a falta de reconhecimento. Ações habilitadoras do conhecimento devem ser colocadas em prática, sejam elas sistemas físicos como software,

hardware ou máquinas, sistemas de gestão, como programas educativos ou planos de promoção/incentivo e direcionamento dos valores corporativos.

Referências

ARAÚJO, Davi Lucas Arruda de Barreiras; **Barreiras na transferência de conhecimento de vendas em franquias de escolas de idiomas: um estudo sob a perspectiva do franqueado** / Davi Lucas Arruda de Araújo – 2013. 130 f.

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. A.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e Sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.

BROOME, M. E. Integrative literature reviews for the development of concepts. In: RODGERS, B. L.; CASTRO, A. A. **Revisão sistemática e meta-análise**. 2006. Disponível em: <www.metodologia.org/meta1.PDF>. Acesso em: 15 abril 2015.

BUORO, Gustavo. **O processo de compartilhamento de conhecimento: estudo de caso TenarisConfab**. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, University of São Paulo, São Paulo, 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242 p.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed São Paulo: Prentice Hall, 2007. 162 p.

FURLANETTO, Antonio; **Fatores estratégicos para implantação da gestão do conhecimento** / Antonio Furlanetto – Porto Alegre, 2007. 154f.

GONÇALVES, Carlos Alberto; MEIRELLES, Anthero de Moraes. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4.ed São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GUIMARÃES, Marcos Vinícius Amorim Ferreira; **Compartilhamento de informação e conhecimento em equipes de desenvolvimento de software** / Marcos Vinícius de Amorim Ferreira Guimarães – Brasília 2009. 141 f.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

ICHIJO, K. **Gestão do conhecimento**. Bookman, Porto Alegre, p.118-141, 2008

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

LEONARD-BARTON, Dorothy. **Wellsprings of knowledge: Building and Sustaining the Sources of Innovation**. Boston: Harvard Business School Press, 1995.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NODARI, Felipe. **A relação entre o compartilhamento de conhecimento e o desempenho organizacional, mediada pela capacidade absorptiva**. / Felipe Nodari. – Porto Alegre, 2013. 144f.

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

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed São Paulo: Atlas, 2009.

SALMAZO, Paulo Rogério; **Um estudo em gestão do conhecimento para uma empresa de tecnologia da informação** / Paulo Rogério Salmazo – Porto Alegre: Programa de Pós-Graduação em Computação, 2004. 139 f.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. *Bookman*, Porto Alegre, p. 54-90, 2008

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2010.

WENDLING, Marcelo; **Análise do compartilhamento do conhecimento em times globais em empresas de desenvolvimento de software** / Marcelo Wendling. Porto Alegre, 2011. 183 f.

WHITTEMORE, Robin; KNAFL, Kathleen. **The integrative review: updated methodology**. *Journal of Advanced Nursing*, 52(5), 546–553, 2005.

Instituição de fomento: UNESCO – Universidade do Extremo Sul Catarinense e Curso de Administração da UNESCO

Dados para contato:

Autor: Haniel Joaquim

E-mail: haniel.adm@gmail.com

ANÁLISE GERENCIAL NA PRODUÇÃO DE SUÍNOS (UPL) DE UMA PROPRIEDADE RURAL

Contabilidade rural

**Solange Fontanella¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco¹; Ismael Mazzuco¹;
Hermann Joseph Braun¹; José Sadi Borges Junior¹**

¹.Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE

Resumo: O presente trabalho é um estudo em uma propriedade rural, analisando o desempenho da suinocultura. Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar os custos de produção da atividade suinícola, apontando os custos, o processo produtivo e a rentabilidade. A pesquisa foi realizada na Suinícola WF, localizada no município de Lauro Müller. A empresa é uma UPL (Unidade de Produção de Leitão). Os resultados mostram no decorrer desta pesquisa que a empresa, foco deste estudo, obtém determinações positivas e negativas, contudo as positivas superam as negativas de todas as maneiras. O fato de não haver outros investimentos não impossibilita o seu retorno satisfatório. As análises dos pontos de equilíbrio, *mark-up* e os índices econômicos evidenciam este resultado.

Palavras-chave: Suinocultura. Rentabilidade. Custos.

Introdução

A criação de suínos evoluiu na técnica e no modelo de organização das atividades entre fornecedores de insumos, produtores rurais, agroindústrias, atacado, varejo e consumidores. Anteriormente a criação se fazia por meio do ciclo completo, mas com a necessidade de acelerar os ganhos genéticos, qualidade da carne e a segurança alimentar, foi dividido o processo em dois: produção de leitões (UPL) e terminação (UT). Assim, obtém-se um melhor gerenciamento da produção que contém características diferentes em cada uma das etapas.

O segmento de carnes, importante gerador de emprego e renda, vem se destacando nos últimos anos no setor agropecuário brasileiro, em especial, o setor produtivo de suínos. A suinocultura está cada vez mais representativa, no que concerne aos seus efeitos multiplicadores de renda e emprego, em vários setores da economia. Segundo Gomes (2002), a cadeia produtiva de suínos gera em torno de

1,5 milhão de empregos no país e a produção de suínos encontra-se presente em quase todos os estados brasileiros.

Cerca de 70% da carne suína é processada e a cadeia de suínos, além de apresentar grande efeito na geração de trabalho e renda no meio rural, tem efeito multiplicador em outros setores da economia com forte reflexo no meio urbano. Além disso, também consome e viabiliza a exportação de milho e soja na forma de carne (TALAMINI et al., 2006). Por ser uma atividade econômica, a suinocultura também demanda de estudos sobre custos/rentabilidade para o produtor.

Assim, entende-se que a contabilidade de custos é uma atividade que se assemelha a um centro processador de informações, que recebe dados, acumula-os de forma organizada, analisa-os e interpreta-os, produzindo informações de custos para os diversos níveis gerenciais (LEONE, 2013).

Fundamentalmente a Contabilidade de Custos refere-se, hoje, às atividades de coleta e fornecimento de informações para as necessidades de tomada de decisão de todos os tipos, desde as relacionadas com operações repetitivas até as de natureza estratégica, não repetitivas, e, ainda, ajuda na formulação das principais políticas de organizações (HORNGREN, 1962).

A contabilidade se faz necessária em todos os ramos de negócios. Para os suinocultores não seria diferente. Por meio dela obtêm-se as informações que o produtor precisa para que seu negócio alcance o resultado desejado.

Por este viés, o estudo tem como questão norteadora ou problema de pesquisa, o seguinte questionamento: Na cadeia de produção da atividade suinícola, quais os custos, o processo produtivo e a rentabilidade para o produtor?

E para responder questionamento, a proposta deste estudo é aplicar os conceitos contábeis na cadeia produtiva da suinocultura e, por isso, elencou-se como objetivo geral: Analisar os custos de produção da atividade suinícola, apontando os custos, o processo produtivo e a rentabilidade.

O presente estudo justifica-se pela necessidade de ter um gerenciamento na produção de suínos, obtendo informações que ajudem nas tomadas de decisões. Este trabalho pode ser fonte de pesquisa para outras propriedades, contribuindo com vários dados. Ao contabilizar os custos de produção da empresa, ela obterá um melhor funcionamento, podendo assim, verificar onde pode melhorar e se seu custo está trazendo a rentabilidade esperada.

Justificada a importância da pesquisa, delineados o problema e os objetivos, cabe dizer de que forma se organizou o trabalho. Na seção introdutória, apontam-se alguns conceitos gerais sobre a produção de suínos e a importância do controle contábil da produção. Também estão presentes nesta seção o problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa. Na segunda seção encontra-se a fundamentação teórica que sustenta esta pesquisa, revisando conceitos essenciais do tema abordado. A terceira seção descreve o percurso metodológico que norteia a pesquisa, dando-lhe o caráter científico. Na sequência, faz-se a análise e discussão dos dados da pesquisa e finalizando se tecem comentários de caráter conclusivo bem como algumas sugestões de futuros estudos sobre a temática aqui desenvolvida.

Contabilidade de custos

A Contabilidade de Custos foca em determinar o custo do estoque e dos bens produzidos. Os custos eram classificados em categorias funcionais, e a determinação dos custos de manufatura consumia muito esforço. Enquanto ainda é importante saber o custo dos bens produzidos, o contador de hoje precisa fornecer ainda mais informações. As empresas precisam de informações acuradas de custos para integrar o desenvolvimento do produto, produção, marketing e serviços pós venda. Para muitas empresas os métodos de produção e os tipos de produtos mudam rapidamente.

A ênfase na qualidade, produtividade e meio ambiente exigem novas medidas de controle. O achatamento da pirâmide hierárquica e a delegação de autoridade aos níveis mais baixos da gestão requerem informações operacionalmente relevantes para apoiar tomadas de decisão amplas de todos os empregados. O contador de custos está assumindo um novo papel, um papel com implicações mais amplas e uma definição menos estreita. É dessa forma que a contabilidade de custos está evoluindo para a gestão de custos (HANSEN; MOWEN, 2001).

Segundo Horngren, Datar e Foster (2004, p.2-3), a Contabilidade de Custos fornece informações tanto para a contabilidade gerencial quanto para a financeira. Mede e relata informações financeiras e não financeiras relacionadas ao custo de aquisição ou à utilização de recursos em uma organização; inclui aquelas partes, tanto da contabilidade gerencial quanto da financeira, em que as informações de custos são coletadas e analisadas.

Custos é uma certa quantidade em dinheiro que representa todos os bens materiais e imateriais, trabalho e serviços consumidos pela empresa na produção de seus bens e serviços, bem como as despesas que são realizadas para a manutenção de instalações e equipamentos e para a realização das funções administrativas.

Os sistemas de custeio empresarial são de importância ímpar pois, sem sua perfeita previsão e controle, não é possível planificar e controlar a administração financeira de uma organização. Para funcionar, a empresa incorre em uma série de custos, tais como com matérias-primas, gastos financeiros e com pessoal, provisões para amortizações do desgaste físico e tecnológico das máquinas e equipamentos, além de outros.

Praticamente toda decisão implica em um custo, já que ao escolher uma opção, deixa-se de lado muitas outras (FEMENICK, 2005).

A terminologia dentro do contexto da contabilidade de custos refere-se a um sistema de apuração que contribuem para o entendimento e o significado do assunto, separando em gastos, custos, despesas e investimentos.

Segundo Megliorini (2007, p.07), terminologia aplicada é “para entender a sistemática de apuração de custos é necessário conhecer o significado dos principais termos utilizados nesta área”.

A terminologia é considerada um facilitador dentro da empresa na qual ajuda a dividir e separar uma despesa de um investimento, fazendo com que a administração da empresa tome decisões importantes e que a mesma tenha um crescimento no ramo.

Principais índices de análise

Em todas as áreas de atuação, o mercado está cada vez mais competitivo. As empresas estão cada vez mais em busca de inovar para manter-se no mercado e atingir seus objetivos, bem como na maneira de tomar suas decisões, inovando na maneira de gerenciar a empresa e na tomada de decisões. Neste contexto, cabem as análises financeiras, que na visão de Silva (2008), as análises financeiras devem refletir a situação dos dados financeiros da empresa, dos exercícios anteriores, bem como das condições internas e externas que afetam financeiramente a empresa.

Para obterem-se os índices de análise, são necessárias as principais demonstrações contábeis: Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do

Exercício. Por meio da análise dessas demonstrações é possível calcular estes índices, como os abordados no quadro 1.

Quadro 1 - Análises

| Análises | Conceito | Autor |
|-------------------------------------|---|----------------------------|
| Análise Vertical | É um processo comparativo, expresso em porcentagem, que se aplica ao se relacionar uma conta ou grupo de contas com um valor afim ou relacionável, identificado no mesmo demonstrativo, ou seja, o primeiro propósito da análise vertical (AV) é mostrar a participação relativa de cada item de uma demonstração financeira em relação a determinado referencial | (MATARAZZO, 2007, p. 250). |
| Análise Horizontal | O objetivo da Análise Horizontal é a verificação da evolução do Balanço Patrimonial ou DRE em relação aos anos anteriores. | (MATARAZZO, 2007, p. 251). |
| Índice de Liquidez | Os Índices de Liquidez são utilizados para avaliar a capacidade de pagamento, isto é, constituem uma apreciação sobre se a empresa tem capacidade para saldar seus compromissos. Essa capacidade de pagamento pode ser avaliada, considerando: longo prazo, curto prazo ou prazo imediato. | (MARION, 2007, p.83). |
| Liquidez Geral | Esse quociente serve para detectar a saúde financeira a curto e longo prazo da empresa, indicando quanto a empresa possui de Ativo Circulante e Realizável em Longo Prazo para cada \$1,00 de dívida total, sendo ela utilizada como uma medida de segurança financeira da empresa a longo prazo, revelando sua capacidade de assumir todos os compromissos. | Assaf Neto (2007, p. 120): |
| Liquidez Corrente | Liquidez corrente indica quanto existe em dinheiro mais bens e direitos realizáveis a curto prazo, comparado com suas obrigações a serem pagas no mesmo período, sendo que, “quanto maior a liquidez corrente mais alta se apresenta a capacidade da empresa em financiar suas necessidades de capital de giro”. | (ASSAF NETO, 2006, p.191). |
| Liquidez Seca | Indica quanto a empresa possui em disponibilidades, aplicações financeiras a curto prazo e duplicatas a receber, para fazer face a seu passivo circulante. | Silva (2006, p.314) |
| Liquidez Imediata | Esse índice indica quanto a empresa possui de recursos imediatamente disponíveis para liquidar compromissos de curto prazo. | Silva (2006) |
| Giro do ativo | Representa quanto a empresa vendeu para cada R\$1,00 de investimento total. Quanto maior for o índice de giro do ativo, melhor é para a empresa. | Junior e Begalli (2009), |
| Margem Líquida | Indica quanto à empresa obtém de lucro para cada R\$100,00 vendidos. Quanto maior for o índice de margem líquida, melhor é para a empresa. | Junior e Begalli (2009) |
| Rentabilidade do Ativo | Significa quanto a empresa obtém de lucro para cada R\$100,00 de investimento total. Quanto maior for o índice de rentabilidade do ativo, melhor é para a empresa. | Matarazzo (2010) |
| Rentabilidade do Patrimônio Líquido | Esse índice demonstra quanto rende o capital aplicado na empresa pelos proprietários. | Hoji (2010) |
| Índice de Endividamento | Representa qual é o percentual de obrigações de curto prazo em relação às obrigações totais. Quanto menor for o índice de | Junior e Begalli (2009) |

| | | |
|---------------------|---|----------------------|
| | participação composição do endividamento, melhor é para a empresa. | |
| MARK-UP | É uma taxa predeterminada que se adiciona sobre a base, com o objetivo de determinar o preço de venda. | Hoji (1999) |
| Ponto de equilíbrio | O ponto de equilíbrio é o nível de vendas onde o lucro é nulo. É um dos indicadores que informa a gerência sobre o volume necessário de vendas em um determinado período para cobrir todos os custos fixos e variáveis. | Bornia (2010, p. 58) |
| ROI | O retorno sobre o investimento, também denominado de ROI, mostra a taxa de retorno obtida pela empresa para seus financiadores, seja capital próprio ou capital de terceiros. | Kassai (2007) |

Fonte: Autores (2016).

Conforme Padoveze (2000), a informação contábil precisa atender a dois requisitos, para que tenha validade integral no processo de gestão administrativa: a) sua necessidade como informação; b) seu planejamento e controle.

Uma informação contábil deve ser clara, precisa e oportuna. A informação morosa poderá perder sua validade, pois um sistema de informação contábil precisa ser rigoroso, objetivo e dinâmico para atender às necessidades dos usuários no menor tempo possível. A partir do momento em que o empresário rural adotar um sistema de Contabilidade Rural, verifica-se a relação custo/benefício que lhe proporcionará, além da capacidade de compreender e utilizar estes recursos que poderão fornecer-lhe dados confiáveis.

O produtor rural está desobrigado da apresentação de Demonstração do Resultado do Exercício e Balanço Patrimonial, deverá apenas registrar suas atividades em livro caixa.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa foi realizada em uma propriedade rural que atua na suinocultura, sendo classificada como uma pesquisa descritiva, segundo 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.”

O procedimento de pesquisa que foi utilizado na elaboração deste trabalho foi um estudo de caso, por permitir um estudo profundo e exaustivo dos acontecimentos rotineiros, que também permite um conhecimento amplo e detalhado do estudo, assim estimulando novas descobertas. A principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que estes tentam esclarecer o motivo pelo qual uma decisão ou um conjunto

de decisões foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados alcançados (YIN, 2001).

Foi realizada uma análise documental dos dados, pois os mesmos foram coletados por meio de Notas Fiscais, Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício e no software utilizado para registrar os dados dos animais.

Resultados e Discussão

Neste tópico apresenta-se a análise que foi realizada, alocando todos os custos, despesas e receitas que a Suinícola analisada registrou durante os períodos analisados. A empresa possui duas formas de obter receitas de vendas: venda de leitões para a creche e a venda das matrizes velhas e improdutivas, os descartes (quadro 2). A principal receita é a venda dos leitões para a creche, que gera um maior resultado.

Quadro 2 – Receita de Venda dos Períodos

| POR UNIDADES | | | |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Vendas | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Leitões | 6440 | 7016 | 7255 |
| Descartes | 98 | 98 | 110,5 |

| POR QUILOS | | | |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Vendas | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Leitões | 50232 | 54725 | 56589 |
| Descartes | 21560 | 21560 | 22104 |

| RECEITA DE VENDAS | | | |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Vendas | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Leitões | R\$ 528.558,16 | R\$ 663.416,43 | R\$ 491.595,39 |
| Descartes | R\$ 43.119,96 | R\$ 43.119,96 | R\$ 44.207,28 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Pode-se analisar que a cada período a produção aumenta, porém no primeiro semestre de 2015, com a crise, mesmo produzindo mais, a receita não superou a anterior. Os custos de produção da atividade analisada são divididos em fixos e variáveis. A alimentação dos animais é o que mais gera custos variáveis para a empresa e tem uma variação conforme as condições do mercado.

Quadro 3 – Custos variáveis

| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| RAÇÃO | R\$ 211.741,69 | R\$ 275.568,72 | R\$ 260.282,73 |
| MEDICAMENTOS | R\$ 10.570,00 | R\$ 13.063,03 | R\$ 11.534,98 |
| VACINACAO | R\$ 10.500,00 | R\$ 10.500,00 | R\$ 10.500,00 |
| INSEMINACAO | R\$ 11.401,00 | R\$ 19.118,90 | R\$ 16.335,00 |
| OUTRAS DESPESAS | R\$ 9.021,22 | R\$ 9.677,68 | R\$ 5.998,67 |
| TOTAL | R\$ 253.233,91 | R\$ 327.928,33 | R\$ 304.651,38 |
| UNITÁRIO | R\$ 39,32 | R\$ 46,74 | R\$ 41,99 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Quadro 4– Custos fixos

| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ENERGIA ELÉTRICA | R\$ 7.460,00 | R\$ 7.650,00 | R\$ 14.500,00 |
| DEPRECIÇÃO EQUIPAMENTOS | R\$ 11.631,18 | R\$ 11.631,18 | R\$ 11.631,18 |
| MANUTENÇÃO E EQUIPAMENTO | R\$ 2.750,00 | R\$ 2.700,00 | R\$ 4.200,00 |
| MÃO DE OBRA | R\$ 81.426,98 | R\$ 98.721,94 | R\$ 66.000,00 |
| COMBUSTÍVEL | R\$ 3.600,00 | R\$ 3.600,00 | R\$ 3.600,00 |
| TOTAL | R\$ 106.868,16 | R\$ 124.303,12 | R\$ 99.931,18 |
| UNITÁRIO | R\$ 16,59 | R\$ 17,72 | R\$ 13,77 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Após a análise destes dados, foi possível compreender melhor o resultado que o produtor obtém a cada período. Apesar de não obrigatória, é realizada a Demonstração do Resultado do Exercício para um melhor controle da empresa. No quadro 05 será apresentada a DRE.

Quadro 5 – Demonstração do Resultado do Exercício

| DRE PRODUTOR | 1º sem/2014 | AV | 2º sem/2014 | AV | 1º sem/2015 | AV |
|---------------------------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| | R\$ | | R\$ | | R\$ | |
| RECEITA | 571.678,12 | 100 | 706.536,39 | 100 | 535.802,67 | 100 |
| RECEITA LEITÃO | 528.558,16 | | 663.416,43 | | 491.595,39 | |
| RECEITA MATRIZ DESCARTE | 43.119,96 | | 43.119,96 | | 44.207,28 | |
| (-) FUNRURAL | 11.708,00 | | 15.282,16 | | 11.306,69 | |
| LUCRO BRUTO | 559.970,12 | 97,95 | 691.254,23 | 97,84 | 521.623,86 | 97,35 |
| (-) CMV | 348.470,89 | 62,23 | 440.600,27 | 62,36 | 392.951,38 | 73,34 |
| (-) RAÇÃO | 211.741,69 | | 275.568,72 | | 260.282,73 | |
| (-) MEDICAMENTOS | 10.570,00 | | 13.063,03 | | 11.534,98 | |
| (-) VACINAÇÃO | 10.500,00 | | 10.500,00 | | 10.500,00 | |
| (-) ENERGIA | 7.460,00 | | 7.650,00 | | 14.500,00 | |
| (-) MANUTENÇÃO E EQUIPAMENTO | 2.750,00 | | 2.700,00 | | 4.200,00 | |
| (-) MÃO DE OBRA | 81.426,98 | | 98.721,94 | | 66.000,00 | |
| (-) COMBUSTÍVEL | 3.600,00 | | 3.600,00 | | 3.600,00 | |
| (-) INSEMINAÇÃO | 11.401,00 | | 19.118,90 | | 16.335,00 | |
| (-) OUTRAS DESPESAS | 9.021,22 | | 9.677,68 | | 5.998,67 | |
| LUCRO OPERACIONAL | 211.499,24 | 37,00 | 250.653,96 | 35,48 | 128.672,48 | 24,01 |
| (-) DESPESA FINANCEIRA | 33.758,68 | | 33.758,68 | | 41.684,16 | |
| (-) DEPRECIÇÃO EQUIPAMENTOS | 11.631,18 | | 11.631,18 | | 11.631,18 | |
| (-) DEPRECIÇÃO ANIMAIS | 71.550,00 | | 71.550,00 | | 71.550,00 | |
| LUCRO LÍQUIDO | 94.559,38 | 16,54 | 133.714,10 | 18,93 | 6.679,26 | 0,71 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Observa-se que no ano de 2015 a crise afetou o produtor, a produção melhorou, mas os custos aumentaram e a receita diminuiu. Cabe ressaltar que as

despesas financeiras e depreciação dos animais não são consideradas pelo produtor, então, seu resultado foi bom.

Quanto a análise econômico-financeira da propriedade é um índice interessante para o produtor verificar se está tendo um lucro interessante é o *Mark-up*, destinado à formação do preço de venda, sobre os custos. Assim, pode-se calcular a diferença entre o preço do *mark-up* e o preço pago ao produtor e ter uma base da qualidade da remuneração obtida.

Quadro 6 – Mark-up

| MARKUP | | | |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Preço de Venda | 100% | 100% | 100% |
| Funrural | 2,30% | 2,30% | 2,30% |
| Lucro | 20% | 20% | 20% |
| | 77,70% | 77,70% | 77,70% |
| Mark up divisor | 0,7770% | 0,7770% | 0,7770% |
| Mark up multiplicador | 1,2870 | 1,2870 | 1,2870 |
| Custos variáveis | R\$ 54,11 | R\$ 62,80 | R\$ 54,16 |
| Preço de Venda Mark up | R\$ 69,64 | R\$ 80,82 | R\$ 69,71 |
| Preço de Venda | R\$ 88,77 | R\$ 100,70 | R\$ 73,85 |
| Variação | R\$ 19,13 | R\$ 19,88 | R\$ 4,15 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Ao calcular o Mark-up, pode-se verificar, nos três períodos, que mesmo considerando um lucro de 20%, os preços de venda que o produtor obteve foram superiores ao calculado, isto é um ponto positivo para a empresa, pois está tendo um bom resultado.

No quadro 07 tem-se o ponto de equilíbrio contábil, que destaca a quantidade de animais que devem ser vendidos para pagar seus custos fixos e variáveis.

Quadro 7 – Ponto de Equilíbrio Contábil

| PONTO DE EQUILÍBRIO CONTÁBIL | | | |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Custo fixo | R\$ 106.868,16 | R\$ 124.303,12 | R\$ 99.931,18 |
| Preço de Venda | R\$ 88,77 | R\$ 100,70 | R\$ 73,85 |
| Custo variável | R\$ 39,32 | R\$ 46,74 | R\$ 41,99 |
| Margem de Contribuição | R\$ 49,45 | R\$ 53,96 | R\$ 31,86 |
| UNIDADES | 2161,23 | 2303,47 | 3136,48 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Na produção destas quantidades, o produtor obterá um resultado nulo, sem lucro ou prejuízo. Considerando que se deseje ter um lucro de R\$ 20.000,00, efetua-se o Ponto de Equilíbrio Econômico, em que o resultado obtido renderá o lucro determinado.

Quadro 8 – Ponto de Equilíbrio Econômico

| PONTO DE EQUILÍBRIO ECONÔMICO | | | |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Custo fixo | R\$ 106.868,16 | R\$ 124.303,12 | R\$ 99.931,18 |
| Lucro Desejado | R\$ 20.000,00 | R\$ 20.000,00 | R\$ 20.000,00 |
| Soma | R\$ 126.868,16 | R\$ 144.303,12 | R\$ 119.931,18 |
| Preço de Venda | R\$ 88,77 | R\$ 100,70 | R\$ 73,85 |
| Custo variável | R\$ 39,32 | R\$ 46,74 | R\$ 41,99 |
| Margem de Contribuição | R\$ 49,45 | R\$ 53,96 | R\$ 31,86 |
| UNIDADES | 2565,70 | 2674,09 | 3764,20 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Já o Ponto de Equilíbrio Financeiro é o que dita a quantidade de animais a ser vendida para saldar as despesas financeiras e os custos fixos e variáveis, trazendo ao produtor uma segurança de que seus empréstimos serão quitados, podendo prever o período de tempo.

Quadro 9 - Ponto de Equilíbrio Financeiro

| PONTO DE EQUILÍBRIO FINANCEIRO | | | |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
| Custo fixo | R\$ 106.868,16 | R\$ 124.303,12 | R\$ 99.931,18 |
| Depreciação Equipamentos | R\$ 11.631,18 | R\$ 11.631,18 | R\$ 11.631,18 |
| Empréstimo | R\$ 33.758,68 | R\$ 33.758,68 | R\$ 41.684,16 |
| Soma | R\$ 152.258,02 | R\$ 169.692,98 | R\$ 153.246,52 |
| Preço de Venda | R\$ 88,77 | R\$ 100,70 | R\$ 73,85 |
| Custo variável | R\$ 39,32 | R\$ 46,74 | R\$ 41,99 |
| Margem de Contribuição | R\$ 49,45 | R\$ 53,96 | R\$ 31,86 |
| UNIDADES | 3079,16 | 3144,59 | 4809,85 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Analisando de forma geral, os três pontos de equilíbrio, a quantidade de animais que precisam ser vendidos pelo produtor para ter o equilíbrio está a baixo da média de venda semestral, que é de 6500 leitões.

Com o estudo do Balanço Patrimonial foi possível calcular indicadores econômicos que podem contribuir com o produtor para tomar decisões, analisar a situação de seu patrimônio e verificar se seu desempenho está de acordo com o esperado. No quadro 10 estão demonstrados estes índices.

Quadro 10 – Indicadores Econômicos

| INDICADORES | 1º sem/2014 | 2º sem/2014 | 1º sem/2015 |
|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Índice de Liquidez Geral | 1,28% | 1,26% | 1,33% |
| Liquidez Corrente | 1,77% | 1,74% | 1,84% |
| Liquidez Seca | 0,42% | 0,39% | 0,49% |
| Liquidez Imediata | 0,33% | 0,30% | 0,40% |
| Giro do Ativo | 0,09% | 0,12% | 0,09% |
| Margem Líquida | 16,54% | 18,93% | 0,71% |
| Rentabilidade do Ativo | 0,02% | 0,02% | 0,001% |
| Rentabilidade do PL | 0,02% | 0,03% | 0,001% |
| Endividamento | 0,72% | 0,72% | 0,58% |
| Retorno do Investimento | 1,06 | 2,27 | 0,06 |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Os indicadores econômicos mostram que a empresa obtém resultados positivos, mesmo com a queda em 2015, analisando de uma forma geral. Os índices de liquidez estão divididos, em relação em longo prazo possuem recursos, já em curto prazo a empresa está com deficiências. O giro do ativo é um indicador que está consideravelmente bom, mas quanto maior, melhor.

A margem líquida teve uma diminuição significativa no primeiro semestre de 2015, devido ao aumento dos custos de produção e a diminuição da receita, em questão da crise no país.

Um ponto negativo que deve ser destacado é o índice do Endividamento, em que o capital próprio é menor que o de terceiros, porém pode ser visto se maneira positiva, pois a empresa pode contar com terceiros para financiar seus ativos.

Outro ponto importante é o fato de que a propriedade só conta com uma atividade que gera renda para o produtor, então o retorno do investimento é baixo, em consideração ao tamanho do patrimônio. Uma solução seria novas formas de investimentos.

Considerações finais

Tendo em vista a realização deste estudo, foi possível observar que a contabilidade é uma grande aliada dos produtores rurais, dentre eles, muitos não valorizam a necessidade deste acompanhamento, todavia este controle é fundamental para que se evitem despesas inconvenientes oferecendo suporte na tomada de decisão. Apesar de que para a contabilidade rural, só se faz necessária a realização do livro caixa, para fins financeiros, demonstrações contábeis como Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício são fundamentais.

O desenvolvimento deste trabalho averiguou por meio do levantamento realizado a análise do desempenho da suinocultura nos períodos dos dois semestres do ano de 2014 e o primeiro semestre do ano de 2015, verificando as variações econômicas e financeiras na Suinícola. Os dados foram coletados em notas fiscais de compra e venda e no sistema de informação utilizado pelo produtor.

Do ponto de vista contábil, a atividade da suinocultura produz um irrelevante resultado para o produtor, não obstante do ponto de vista financeiro é uma atividade rentável, que engendra em torno de 30% de lucro ao mesmo.

Após a metodologia aplicada, foi possível determinar o processo produtivo destacando quais custos estão embutidos na atividade. Observou-se por meio dos pontos de equilíbrio qual a rentabilidade mínima para suprir os custos produtivos da atividade e se verificou que o preço de venda obtido nos períodos foi superior ao encontrado no Mark-up desejado.

Concluiu-se no decorrer desta pesquisa que a empresa, foco deste estudo, obtém determinações positivas e negativas, contudo os positivos superam os negativos de todas as maneiras. O fato de não haver outros investimentos não impossibilita o seu retorno satisfatório. As análises dos pontos de equilíbrio, mark-up e os índices econômicos evidenciam este resultado. Nota-se a resposta da atividade da suinocultura é o bastante para o produtor manter-se há tempos no negócio e o permitiu expandir seu empreendimento no ano de 2015, mesmo contando apenas com uma fonte rentável.

Diante do exposto ainda sugere-se, a fim de pesquisas futuras, que seja verificado a possibilidade de implantação de um fluxo de caixa na atividade da suinocultura ou a viabilidade de investimentos em outras áreas.

A pesquisa mostrou-se extremamente importante para a Suinícola WF em questão, visto que foi possível abordar todos os custos envolvidos na produção, o

processo produtivo e a rentabilidade como também permitiram a redução desses custos e a ampliação de resultados.

Referências

ASSAF NETO, Alexandre. **Administração de Capital de Giro**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Finanças Corporativas e Valor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BORNIA, A.C. (1995) **Mensuração das perdas dos processos produtivos: uma abordagem metodológica de controle interno**. Tese de doutorado em Engenharia de Produção. PPGEP (UFSC) Florianópolis.

_____. **Análise Gerencial de Custos**. 3ª Edição. São Paulo: Atlas, 2010.

CALDERELLI, Antonio. **Enciclopédia Contábil e Comercial Brasileira**. 28. ed. São Paulo: CETEC, 2003.

CREPALDI, S A. **Contabilidade Rural: uma Abordagem Decisorial**. 7. ed. rev., atual. e ampliada. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. **Auditoria contábil: Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, L. **Princípios de Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HORNGREEN, Charles T.; DATAR, Srikant M.; FOSTER, George. **Contabilidade de custos: uma nova abordagem**. 11.ed. São Paulo: Pearson, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. **Contabilidade Gerencial**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1987.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Contabilidade Comercial**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

JUNIOR, J.; BEGALLI, G. **Elaboração e análise das demonstrações contábeis**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KASSAI, José Roberto. **Retorno de investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial, cálculos financeiros contabilidade.** 3. ed. rev. e ampliada. São Paulo, SP: Atlas, 2007.

KRAEMER, Tânia Henke. (1995) **Discussão de um Sistema de Custeio Adaptado às Exigências da Nova Competição Global.** Dissertação de Mestrado em Engenharia, PPGEP (UFRGS), Porto Alegre.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 1991.

LOPES, Alexsandro Broedel; MARTINS, Eliseu. **Teoria da contabilidade: uma nova abordagem.** São Paulo: Atlas, 2005.

LÜDKE, André. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU; 1986.

MARION, José Carlos Marion. **Análise das Demonstrações Contábeis: Contabilidade Empresarial.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Contabilidade Empresarial.** 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Contabilidade Empresarial.** 11ª ed., São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custo.** 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. **Contabilidade de Custos.** 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Contabilidade de custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Contabilidade de Custos.** Editora Atlas, 2008.

MATARAZZO, D. **Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **Análise Financeira de balanços.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão.** 2ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

_____. **Custos.** São Paulo: Pearson, 2012.

MORESI, Eduardo. **Metodologia de Pesquisa.** 2003. Programa De Pós-Graduação Stricto Sensu Em Gestão Do Conhecimento E Tecnologia Da Informação, Universidade Católica de Brasília, Brasília.

MÜLLER, C. J. (1996). **A Evolução dos Sistemas de Manufatura e a necessidade de Mudança nos Sistemas de Controle e Custeio**. Dissertação de Mestrado em Engenharia, PPGEP (UFRGS) Porto Alegre.

NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo Eduardo V. **Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo**. 5.ed. São Paulo: Frase, 1998.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Contabilidade gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

PORTELLA, Charlise S. TRETER, Jaciara. **Contabilidade Gerencial Uma Ferramenta De Gestão Empresarial**. Seminário Universidade de Cruz Alta, Rio Grande do Sul, 2011.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

SANTOS, Gilberto José dos; MARION, José Carlos; SEGATTI, Sonia. **Administração de custos preços na agropecuária**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SILVA, J. **Análise financeira das empresas**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Análise Financeiras das Empresas**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

TALAMINI, D. J. D., MARTINS, F. M., PINHEIRO, A. C. A. **Rentabilidade da terminação de suínos no Estado de Santa Catarina**. Embrapa: Concórdia, 2005. Disponível em: <http://www.cnpsa.embrapa.br>. Acesso em: 24/10/2014.

YIN, R. K. **Estudo de Caso – Planejamento e Método**. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2001.

Dados para contato:

Autor: Miriam Aparecida Silveira Mazzuco

E-mail: miriam.asilveira@gmail.com

ASPECTOS RELEVANTES DA RESOLUÇÃO DO CFC Nº 1.502/2016, QUE DISPÕE SOBRE O CADASTRO NACIONAL DE PERITOS CONTÁBEIS

Contabilidade pública

**Juliano Dela Vedova¹; Luiz De Noni¹; Edvania dos Reis Garcia¹; Fernando
Marcos Garcia¹**

¹UNIBAVE

Resumo: O Conselho Federal de Contabilidade – CFC, recentemente, anunciou a Resolução de nº 1.502, em 19 de fevereiro de 2016, de grande relevância para a classe de peritos contábeis, que trata da criação de um Cadastro Nacional de Peritos Contábeis – CNPC, com importantes modificações quanto a habilitação para exercer a função. Neste sentido, o objetivo do presente trabalho foi desenvolver um estudo para demonstrar quais os procedimentos e aspectos legais para o cadastro nacional de peritos contábeis – CNPC. Com esse estudo pode-se constatar que, uma vez com o registro deferido, o contador deverá cumprir algumas condições para se manter regular a exercer suas funções, uma delas é atingir anualmente, a pontuação mínima exigida através do Programa de Educação Profissional Continuada. Com as seguintes alterações, a classe de peritos passa para um novo nível, onde se encontrará um grupo mais seleto de profissionais cada vez melhor qualificado, o que deve valorizar e fortalecer ainda mais o respeito a esse grupo.

Palavras-chave: Perícia contábil. Resolução 1.502/2016. Educação continuada.

Introdução

A Perícia é uma ciência muito antiga, aplicada desde os primórdios, e que surge com o objetivo de suprir a necessidade de obtenção de confirmações ou opiniões que são alcançadas através da verificação de fatos específicos examinados pelo especialista na matéria.

A Perícia Contábil não se difere em nada dos demais tipos de perícias que existem, apenas tem o seu objeto o patrimônio na sua forma mais abrangente, que é obtida nas mais diversas formas de controles e relatórios.

Para exercer a função de Perito Contador, o profissional deve ter o nível acadêmico concluído, bem como o registro ativo no Conselho Regional de Contabilidade – CRC, conforme a NBC – TP de 01 de fevereiro de 2015, em seu item 4. Devendo ainda possuir qualidade essenciais como: Capacidade Legal, Profissional,

Ética e Moral.

O perito é nomeado por um juiz que tem a sua confiança quanto a capacidade técnica de elucidar os fatos de forma imparcial e de simples compreensão. O assistente técnico pode ser nomeado pelas partes individualmente, para exercer o direito de esclarecer e defender os desejos da contratante.

Para o desempenho da sua função, o perito e o assistente tem no §3º do inciso IV do art. 473 do CPC/2015, seu direito de total autonomia quanto a qualquer meio que achar indispensável para a formalização de sua opinião. Simultâneo a isso também possuem a responsabilidade sobre a sua posição que será entregue ao juiz, ou a parte contratada no caso do assistente, respondendo pelos prejuízos que vier a causar, sendo por dolo ou culpa, sofrendo ainda as medidas cabíveis perante ao órgão da classe.

Recentemente, o CFC anuncia a resolução de nº 1.502, em 19 de fevereiro de 2016, de grande relevância para a classe de peritos contábeis, tratando-se da criação de um Cadastro Nacional de Peritos Contábeis – CNPC, trazendo importantes modificações quanto a habilitação para exercer a função, e a aptidão para continuar exercendo a atividade, cumprindo certas exigências.

Neste sentido, o objetivo do presente trabalho foi desenvolver um estudo para demonstrar quais os procedimentos e aspectos legais para o cadastro nacional de peritos contábeis – CNPC, realizar um diagnóstico e análise sobre os procedimentos, evidenciar as etapas e requisitos necessários para a formalização, e mostrar a relevância da resolução e de que forma reflete quanto ao futuro da classe de peritos contábeis.

Com a publicação desta resolução recentemente, percebeu-se a importância de uma interpretação mais simples, tornando mais acessível a pessoas que possuem menos capacidade técnica para a perfeita compreensão dos objetivos e benefícios que traz esta resolução para a os peritos contábeis.

O citado estudo será dividido em quatro capítulos, com a intenção de simplificar o entendimento do objetivo principal. O primeiro capítulo se encontra a introdução, que descreve o que será apresentado no artigo.

O segundo capítulo apresenta uma breve história da perícia como um todo, cita também especificamente da perícia contábil, o conceito, os tipos de perícia e seu objeto, retrata o perfil do perito contador e do assistente técnico, bem como as suas responsabilidades quanto as suas conclusões.

Ainda no segundo capítulo, encontra-se a resolução que justifica este artigo, explanada da forma mais clara possível para que possibilite o alcance aos objetivos citados acima.

O terceiro capítulo está definido os métodos que foram utilizados para composição do presente estudo, revelando as técnicas empenhadas para a alcançar o resultado final. No capítulo seguinte, denominado o quarto e último capítulo, se encontra as considerações finais, onde se apresenta as elucidações quanto a relevância de ter-se alcançado o objetivo principal deste artigo.

Perícia

A Perícia é uma ciência já aplicada há muito tempo, a literatura afirma que “o termo “perícia” vem do latim peritia, que significa conhecimento adquirido pela experiência, já utilizado na Roma Antiga, onde se valorizava o talento de saber (...)” (HOOG, 2011, p. 56). O autor retrata também a perícia como o desempenho de certa especialização com informações científicas, exigindo assim a graduação em nível superior.

Relativo aos primórdios da perícia Sá (2004, p. 13), diz o seguinte:

(...) são muito antigas as manifestações de verificações sobre a verdade dos fatos, buscada por meios contábeis e elas já se manifestavam entre os sumérios-babilônios; com o evoluir do conhecimento, a técnica de verificar para fazer de prova de eventos transformou-se em uma tecnologia, compatível com os grandes progressos, também da informação (hoje em expressivo volume, por computação eletrônica de dados).

O objetivo da perícia para Magalhães; et al. (2009, p.4) é o “trabalho notório especialização feito com o objetivo de obter prova ou opinião para orientar uma autoridade formal no julgamento de um fato, ou desfazer um conflito em interesse de poder”

Alberto (2002, p. 19) ainda esclarece que:

Perícia é um modo definido e delimitado, e um instrumento, portanto, e, este, por sua vez e especial porque se concretiza por uma peça ou relatório com características formais, intrínsecas e extrínsecas, também definidas (o laudo pericial). Esta peça contém, por outro lado, o resultado materializado, fundamentado científica e tecnicamente, dos procedimentos utilizados para constatação, prova ou

demonstração conclusiva sobre a veracidade do estado do objeto sobre o qual recaiu (a situação, coisa ou fato).

Tendo isso, tem-se a concepção de que a perícia surgiu a muito tempo atrás, e que segue a mesma aplicabilidade de hoje, que é para suprir a necessidade de confirmação ou opiniões que são obtidas através de verificação dos fatos examinados pelo especialista da área.

Perícia contábil

A perícia na área contábil é supervisionada pelo Conselho Federal de Contabilidade que na NBC – TP de 01 de Fevereiro de 2015 em seu item 2, define como:

Conjunto de procedimentos técnico-científicos destinados a levar à instância decisória elementos de prova necessários a subsidiar a justa solução do litígio ou constatação de fato, mediante laudo pericial contábil e/ou parecer técnico-contábil, em conformidade com as normas jurídicas e profissionais e com a legislação específica no que for pertinente.

A perícia Contábil “é a verificação de fatos ligados ao patrimônio individualizado visando oferecer opinião, mediante questão proposta” (SÁ, 2004, p. 14).

Sobre o conceito de perícia contábil, para Alberto (2002, p. 44) “perícia é sempre perícia, seja qual for sua espécie ou natureza, de modo de sua adjetivação busca identificar, na expressão composta, qual a natureza da matéria sobre a qual recairá, combinada com a profissão que detém a prerrogativa de atuar na área em que a matéria se insere”.

Dessa forma, pode-se afirmar que a perícia contábil, não se difere de nenhuma outra perícia, apenas cada uma se aplica em sua área, cada uma pelo seu profissional qualificado, e o que define isso é o problema que está em discussão precisando assim de um respaldo técnico.

Tipos de Perícia Contábil

Quanto ao tipos perícia contábil que podem ser realizadas pelo perito contador com seu registro ativo, Magalhães; et al. (2009), cita três tipos, sendo elas:

- Perícia Administrativa: Ocorre quando o responsável pela empresa, não tem plena confiança, e há dúvidas, quanto aos critérios adotados pelos seus subordinados

nas principais decisões, então requer ao contador que examine os procedimentos e elabore um laudo com seu parecer sobre os questionamentos.

- Perícia extrajudicial: Quando há duas pessoas em discordância, geralmente não é fácil para que cheguem a um acordo satisfatório para ambas as partes, devido ao interesse individualista de cada um, e talvez por também por não compreenderem ou serem ignorantes quanto a assunto que causou a discussão. Sendo de grande importância o papel do contador que deve proceder em adverso aos interesses econômicos e procurar esclarecer os fatos e possibilitar uma decisão amigável, podendo realizar um parecer como perito, ou até mesmo um juízo arbitral.

- Perícia judicial: Acontece quando o litígio, toma as proporções de um processo judicial, onde não se pode esperar que o juiz que é doutor em direito, tenha o conhecimento técnico em quaisquer que seja o assunto. Dessa forma, é nomeado um perito na matéria, de inteira confiabilidade, para a ilustração e autenticação dos fatos, para que o juiz possa ter a lucidez necessária para a sua sentença.

Objeto da Perícia Contábil

O objeto da perícia contábil, basicamente trata-se de todo o Patrimônio que envolve a empresa conforme Koliver apud Alberto (2002, p. 46) demonstra:

O objeto fundamental da Contabilidade é o Patrimônio, na sua expressão mais ampla, abrangendo, pois, todos os aspectos quantitativos e qualitativos, não somente em termos estatísticos, mas principalmente dinâmicos, isto é, das suas variações (...) A Contabilidade, nos seus alicerces doutrinários, é, pois, teoria de valor e o seu campo é vastíssimo, abrangendo setores que para alguns poderão parecer estranhos, como é o caso da Contabilidade Ecológica.

Já Ornelas (2000, p. 35), explica da seguinte forma “a perícia contábil tem por objeto central os fatos ou questões contábeis relacionados com a causa (aspecto patrimonial), que devem ser verificadas, e, por isso, são submetidas a apreciação técnica do perito”.

O objeto da perícia contábil para Zanna (2013, p.144) envolve:

A escrituração contábil, os documentos que lhe dão suporte e as demonstrações contábeis e financeiras dela resultantes, os cálculos trabalhistas e financeiras, a apuração de haveres e seus balanços: especial e de determinação e demais documentos, cálculos e relatórios contábeis que se relacionam com as atividades comerciais,

econômicas e financeiras das pessoas jurídicas e físicas.

Sendo assim, pode-se compreender “que a perícia será de natureza contábil sempre que recair sobre elementos objetivos, constitutivos, prospectivos ou externos, do patrimônio de qualquer entidade, sejam elas físicas ou jurídicas, formalizadas ou não, estatais ou privadas, de política ou de governo”. (ALBERTO, 2002, p. 46). Tendo como objeto da perícia contábil o patrimônio, na sua forma mais abrangente, podendo ser obtida e apreciada nas mais diversas formas.

Perito Contador e o Assistente Técnico

Quanto ao profissional que poderá exercer a função de perito contador a NBC – TP de 01 de fevereiro de 2015, em seu item 4, define que “a perícia contábil é de competência exclusiva de contador em situação regular perante o Conselho Regional de Contabilidade de sua jurisdição”.

A definição do que é o perito contador está prevista na NBC PP 01 de 27 de fevereiro de 2015, em seu item 2, como “contador regularmente registrado em Conselho Regional de Contabilidade, que exerce a atividade pericial de forma pessoal, devendo ser profundo conhecedor, por suas qualidades e experiências, da matéria periciada”

O Perito contador ainda pode ser descrito da seguinte forma, segundo Pires (2011, p. 37) é quem possui “conhecimento técnico e científico diferenciado do saber dos juízes, não fazendo julgamento, mas explicando a realidade, muitas vezes obscura, das partes conflituosas”.

Ainda sobre o Perito Contador D`auria (1962, p. 35) diz o seguinte:

É aquele que, especializado nesse mister, faz da perícia sua profissão habitual. A vantagem da especialização, está em que esse profissional adquire tirocínio na função e procura formar um cabedal de conhecimentos incomuns a qualquer outro contador, tal seja a prática forense e o conhecimento da legislação atinente ao seu ofício.

Para exercer sua função, o perito deve possuir algumas qualidades essenciais, conforme Sá (2004) são elas:

1. Capacidade Legal – Possuir a graduação em nível superior de bacharel em ciências contábeis, bem como o registro ativo, no Conselho Regional de Contabilidade – CRC.

2. Capacidade Profissional – Indicada através de conhecimento geral, teórico e prático, experiências em perícias, perspicácia, perseverança, sagacidade, índole criativa e intuitiva;
3. Capacidade Ética – Responsabilidade quanto ao que está estabelecido no Código de Ética Profissional do Contador e a Norma do Conselho Federal de Contabilidade;
4. Capacidade Moral – Compreende acerca das atitudes pessoais do profissional perante a sociedade.

A nomeação do perito está prevista no art. 156 do Código de Processo Civil que determina o seguinte:

Art. 156. O juiz será assistido por perito quando a prova do fato depender de conhecimento técnico ou científico. § 1º Os peritos serão nomeados entre os profissionais legalmente habilitados e os órgãos técnicos ou científicos devidamente inscritos em cadastro mantido pelo tribunal ao qual o juiz está vinculado.

Uma vez nomeado, o profissional continua sendo neutro, independentemente de qualquer situação “não é um funcionário público concursado, trata-se de profissional liberal devidamente habilitado de livre escolha do magistrado, por ser pessoa de confiança” (HOOG, 2011, p. 69).

Segundo, Magalhães; et al. (2009, p. 7), “A lei processual civil chama de perito aquele que é nomeado por iniciativa do juiz. Depois da nomeação do perito, podem as partes ou uma delas indicar assistente técnico (Perito da Parte) ”.

Sobre o assistente técnico que pode ser nomeado pelas partes se assim quiserem, Zanna (2013, p. 144) explica que:

O assistente técnico (perito-contador assistente) deve possuir as mesmas qualidades profissionais e pessoais citadas para o perito judicial; todavia, terá seu nome indicado pela parte que o escolher. Assim sendo, entende-se que o perito contábil, quando na sua função de Assistente Técnico, está a serviço da parte que o contratou. Esta condição, em que pese pensamentos contrários esposados por alguns colegas, lhe confere uma qualidade diferente do expert nomeado para atuar como auxiliar da justiça.

O perito Contador e o Assistente técnico têm total autonomia, que é contemplada no §3º do inciso IV do art. 473 do CPC/2015, “para o desempenho de

sua função, podem o perito e os assistentes técnicos utilizar-se de todos os meios necessários, ouvindo testemunhas, obtendo informações, solicitando documentos que estejam em poder da parte ou repartições públicas, bem como instruir o laudo com plantas, desenhos, fotografias e outras quaisquer peças”. Dessa forma, consegue obter tudo precisam para elaborar o seu laudo ou parecer bem fundamentado para apresentar a parte que lhe interessar, o perito para o juiz que o nomeou, e o assistente a parte que o contratou.

Concomitante a tantos elementos que o perito deve estar concentrado, ele ainda tem as suas responsabilidades, no entendimento de Femenick (2011, p.30), a responsabilidade do perito-contador deve ir além de “agir com prudência, habilidade e atenção, de modo a calcular os riscos e reduzirão mínimo a margem de erros, acatar as normas de ética profissional, cumprir as normas legais e profissionais e orientar seus atos e recomendações pelo bom senso, onde a lei e as normas forem omissas”.

Contudo, Hoog (2011, p. 77) assegura que “A responsabilidade do perito-contador ou do contador pode ser visualizada no mínimo sobre seis ângulos”. São eles: responsabilidade moral, social, ética, civil, penal-criminal e filosófica.

Sobre a responsabilidade que o perito esta sujeito, o art. 158 do Código de Processo Civil determina os seguinte:

Art. 158. O perito que, por dolo ou culpa, prestar informações inverídicas responderá pelos prejuízos que causar à parte e ficará inabilitado para atuar em outras perícias no prazo de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, independentemente das demais sanções previstas em lei, devendo o juiz comunicar o fato ao respectivo órgão de classe para adoção das medidas que entender cabíveis.

Tendo isso, temos a figura do perito contador como quem é designado pelo magistrado, para o desempenho da sua profissão em prol da justiça e do assistente técnico que é nomeado por qualquer uma das partes se acharem conveniente, podendo ser um para cada parte, para desempenhar o seu papel, em prol de seu contratante.

Esses profissionais dispõem de total autonomia para exercerem suas funções, entretanto respondem inteiramente sobre as suas conclusões, que prestarão para o juiz ou para a parte que o contratou.

Resolução do CFC Nº 1.502/2016

No Brasil, o órgão que regulamentada a profissão de perito contador é o Conselho Federal de Contabilidade – CFC, que articula e define quais diretrizes devem ser seguidas pelos profissionais.

O CFC dentre suas atribuições resolve por meio da resolução 1.502/2016 como consta em art. 1º “Criar o Cadastro Nacional de Peritos Contábeis (CNPC) do Conselho Federal de Contabilidade (CFC)” que visa integrar totalmente os peritos contábeis em atividade no país, em um único cadastro.

A referida resolução entra em vigor na data de sua publicação que é de Brasília, 19 de fevereiro de 2016.

Ingresso ao cadastro nacional de peritos contábeis

Com esta resolução, os contadores que já exercem a profissão, terão um prazo estipulado para requerer o seu registro junto ao conselho, conforme está previsto no art. 2º da resolução 1.502/2016:

Art. 2º Os contadores que exercem atividades de perícia contábil terão até 31 de dezembro de 2016 para se cadastrarem no Cadastro Nacional de Peritos Contábeis do CFC, por meio dos portais dos Conselhos Regionais de Contabilidade (CRCs) e no portal do CFC, inserindo todas as informações requeridas.

Espera-se que praticamente todos os profissionais que exercem a função, deverão providenciar este registro dentro do prazo legal. Contudo para os que não cumprirem o prazo estabelecido, o art. 6º da resolução já dispõe que “a partir de 1º de janeiro de 2017, o ingresso no CNPC estará condicionado à aprovação em exame específico, regulamentado pelo CFC”.

Sendo assim, a partir de 2017, com esta nova condição, a expectativa é que a adesão ao cadastro nacional diminua seu volume consideravelmente.

Requisitos ao cadastro nacional de peritos contábeis

Como citado no tópico anterior, o contador que já exerce a atividade de perícia contábil, terá até a data de 31 de dezembro de 2016 para providenciar o seu registro junto ao Cadastro Nacional de Peritos Contábeis – CNPC, e para isso deverão comprovar a experiência na área, conforme está previsto no §1º ao §3 do art. 2º da resolução 1.502/2016, da seguinte forma:

§ 1º Para a validação do cadastro, o contador deverá comprovar experiência em perícia contábil, anexando, no mínimo, um dos documentos a seguir: I – Cópia da Ata ou Despacho Judicial, contendo a nomeação e o protocolo de entrega do Laudo Pericial para comprovar a sua atuação como perito do juízo; II – Cópia da Petição com a indicação formal e o protocolo de entrega do Parecer Técnico Pericial para comprovar a atuação como perito assistente indicado pelas partes no processo judicial; III – Cópia do documento que formalizou sua contratação e a entrega do Laudo Pericial ou do Parecer Técnico Pericial para comprovar atuação como perito em demandas extrajudiciais que envolvam formas alternativas de solução de conflitos; IV – Cópia do ato relativo à sua nomeação ou certidão emitida por órgão policial para comprovar sua atuação como perito oficial em demandas de natureza criminal.

§ 2º As comprovações exigidas nos incisos “I” e “II” poderão ser substituídas por certidões emitidas pelo Poder Judiciário.

§ 3º As comprovações exigidas no inciso “III” poderão ser substituídas por certidão emitida por tribunais de arbitragem e mediação, legalmente constituídos.

O Profissional que não conseguir comprovar a sua experiência, não terá seu registro deferido pelo Conselho Federal de Contabilidade.

Registro ao cadastro nacional de peritos contábeis

Cumpridos os requisitos citados no tópico anterior, a resolução em seu art. 3º define que dessa forma “a inscrição no CNPC será concedida pelo CFC em até 30 (trinta) dias da data da solicitação” e no mesmo artigo ainda conta que o cadastro do profissional deverá conter no mínimo as seguintes informações:

- I – nome completo;
- II – número de registro no CNPC;
- III – número do registro profissional no Conselho Regional de Contabilidade;
- IV – endereço eletrônico;
- V – telefone de contato;
- VI – domicílio profissional relativo às atividades de perícia contábil;
- VII – especificação da(s) área(s) de atuação como perito contábil; e
- VIII – *curriculum* definido em até 350 (trezentos e cinquenta) caracteres, elaborado pelo próprio perito.

Uma vez que o profissional estiver com seu registro ativo, pare exercer a sua função seguindo as novas regras desta nova resolução, o art. 4º da resolução 1.502/2016 dispõe que “Compete, exclusivamente, ao CFC a manutenção, a avaliação periódica e a regulamentação do CNPC”. Sendo assim, o principal meio de

comunicação e apoio ao perito contábil, para o pleno exercício de sua função.

Permanência ou Baixa do Registro

Para a preservação do seu registro, o contador deverá cumprir com o que está estabelecido no art. 7º da resolução 1.502/2016, “a permanência do profissional no CNPC estará condicionada à obrigatoriedade do cumprimento do Programa de Educação Profissional Continuada, que será regulamentado pelo CFC”.

Os profissionais que não satisfizerem o disposto do artigo 7º terão seus registros baixados. A resolução em seu art. 8º mostra em quais situações em que isso poderá ocorrer:

Art. 8º Serão baixados do CNPC os profissionais que:

I – solicitarem a baixa;

II – forem suspensos do exercício profissional, nos termos das alíneas “d” e “e” do Art. 27 do Decreto-Lei n.º 9.295/1946, em decisão transitada em julgado;

III – forem cassados do exercício profissional, nos termos da alínea “f” do Art. 27 do Decreto-Lei n.º 9.295/1946, em decisão transitada em julgado;

IV – tiverem os seus registros baixados pelos CRCs; e

V – não atingirem, anualmente, a pontuação mínima exigida no Programa de Educação Profissional Continuada, nos termos do Art. 7º.

Parágrafo único. A baixa do registro dos profissionais no CNPC que se enquadrarem nos incisos II, III, e IV será de ofício, e o inciso V, somente após o trânsito em julgado do processo.

Em caso de ocorrer a baixa, por qualquer das situações citadas no artigo 8º, o profissional poderá ainda restabelecer o seu registro conforme está previsto no art. 9º da resolução 1.502/2016. “O restabelecimento do registro no CNPC estará condicionado à apresentação de certificado de aprovação no exame específico, previsto no Art. 6º, e à regularização das condições que determinaram a exclusão, prevista nos incisos de I a III do Art. 8º. Parágrafo único. Comprovado as exigências para o restabelecimento do registro, será mantido o mesmo número de registro original concedido anteriormente”.

Sendo assim, o contador poderá voltar as suas atividades normalmente. E com isso, se encerra os pontos relevantes que traz a nova resolução do Conselho Federal de Contabilidade – CFC.

Relevância da resolução aos peritos contábeis

A resolução do Conselho Federal de Contabilidade de nº 1.502 de 19 de fevereiro de 2016, tem importante influência daqui para frente na existência profissional do perito contador, interferindo consideravelmente quanto a sua reputação perante a sociedade, onde deverão ser mais reconhecidos pois deverão estar em um grupo mais selecionado de profissionais.

Acredita-se que assim o número de contadores aptos a exercer a função diminua, uma vez que, antes bastaria ter o registro ativo no Conselho Regional de Contabilidade – CRC, e se cadastrar no site do Tribunal de Justiça de Santa Catarina para trabalhar, embora tal procedimento nunca garantiu ao perito uma nomeação por parte do juiz.

Conforme consulta ao site do Tribunal de Justiça de Santa Catarina em seu link “Portal de peritos, tradutores e intérpretes” no dia 17 de Maio de 2016, pode se observar que na Comarca de Orleans possui um número bem expressivo de peritos cadastrados, considerados os administradores judiciais, analistas contábeis, analistas de cargos e salários e ainda os contadores, o total chega a 102 (cento e dois) nomes disponibilizados de peritos que estariam dispostos a contribuir nos processos judiciais.

Dessa forma, essa resolução é de grande relevância para a classe de peritos, quanto a sua valorização, e pelo fato de funcionar como uma espécie filtro, a exemplo do que aconteceu com a implantação do exame de suficiência como requisito para o registro de contador e técnico.

Procedimentos Metodológicos

Nesta divisão são apresentados os procedimentos metodológicos praticados para a elaborar o presente estudo e alcançar os objetivos previamente determinados.

Quanto ao método aplicado para a delimitação da pesquisa será o de pesquisa descritiva e pesquisa exploratória. A pesquisa descritiva, “[...] possibilita o desenvolvimento de um nível de análise em que se permite identificar as diferentes formas dos fenômenos, sua ordenação e classificação”. (OLIVEIRA, 1997, p. 114).

Ainda sobre pesquisa descritiva, (VERGARA. 1998, p. 45) diz que “A pesquisa descritiva expõe característica de determinada população ou de determinado fenômeno. Pode também estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. Pesquisa de opinião insere-se nessa classificação”.

Já o estudo exploratório, “trata-se de uma observação não estruturada, ou assistemática: consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas”. (RAMPAZZO, 2002. p. 54).

Sobre a pesquisa exploratória, Gil (1999, p.43) traz o seguinte:

A pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos [...], desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato [...] realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

A investigação exploratória, também pode ser considerada como uma verificação que é “realizada em uma área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado. Por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa”. (VERGARA. 1998, p.45)

Em relação ao método de abordagem empregado foi o método qualitativo que não adota informações estatísticas para a pesquisa e que “[...] pode imprimir a subjetividade na análise dos resultados impedindo, assim, a sua replicação, uma vez que outro pesquisador não observará necessariamente os mesmos aspectos do pesquisador original”. (FONSECA, 2007, p. 46).

A cerca de pesquisa qualitativa Lakatos, Marconi (2008, p. 109) define o seguinte:

[...] a possibilidade de as primeiras, que denomina de “leis experimentais”, formularem relações entre características observáveis, ou experimentalmente determináveis, de um objeto de estudo ou classe de fenômenos, ao contrário das segundas, denominadas “leis teóricas, ou simplesmente, teoria.

Como procedimento técnico aplicado foi a pesquisa bibliográfica e o levantamento de dados. A pesquisa bibliográfica é a que procura “explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas etc.). Pode ser realizada independentemente, ou como parte de outros tipos de pesquisa”. (RAMPAZZO, 2002. p. 53)

Segundo Medeiros, (2014, p.39) a pesquisa bibliográfica:

É aquela que busca o levantamento de livros e revistas de relevante interesse para a pesquisa que será realizada. Seu objetivo é colocar o autor da nova pesquisa diante de informações sobre o assunto de seu interesse.

O estudo foi realizado, com base na nova resolução do CFC nº 1.502, de 19 de fevereiro de 2016, em busca de uma nova disposição, para a melhor interpretação aos olhos de leigos, e a quem estiver interesse no assunto.

Considerações Finais

De acordo com o que está apresentado neste artigo, compreende-se que a perícia nos tempos de hoje, ainda é de grande importância para a sociedade, uma vez que busca sempre elucidar os fatos, com a opinião de uma terceira pessoa, especialista no assunto que se encontra em litígio.

A perícia contábil não é diferente de nenhum outro tipo de perícia, pois cada uma é aplicada em sua respectiva área de atuação. A perícia contábil tem como seu objeto, basicamente o patrimônio de uma empresa, e podendo ainda ser dividida em perícia administrativa, extrajudicial ou judicial.

Para exercer a função de perito contábil, é indispensável que o profissional apresente capacidade legal, que seria o registro ativo no conselho regional de contabilidade – CRC, habilidade profissional apresentada através de seu conhecimento geral, teórico e prático, ética para cumprir quanto às disposições do código de ética do contador e normas do conselho federal de contabilidade – CFC, e ainda capacidade moral que é ter boa conduta e relacionamento perante a sociedade.

O perito contador deve ser nomeado pelo juiz para auxílio quando aos esclarecimentos dos fatos que resultaram em uma ação judicial, já o assistente técnico pode ser nomeado por qualquer uma das partes, inclusive podendo ser um assistente para cada parte, onde cada um deverá auxiliar a esclarecer os fatos para que seja tudo resolvido da melhor maneira para a litigante em que o contratou.

O perito contábil e o assistente técnico têm total autonomia quanto a utilização de quaisquer meios conforme citados no §3º do inciso IV do art. 473 do CPC/2015 para o bom desempenho de suas funções, contudo, terão absoluta responsabilidade quanto aos elementos que vierem a juntar ao processo, e para informações que não transmite a veracidade da situação, está prevista desde a inabilitação do profissional até as demais sanções previstas em lei.

A Resolução de nº 1.502 de 19 de fevereiro de 2016, do Conselho Federal de Contabilidade – CFC, vem para trazer algumas mudanças para os profissionais da perícia contábil, primeiramente trata-se da criação de um Cadastro Nacional de Peritos Contábeis – CNPC, que terá certos requisitos quanto a habilitação do perito para o exercício de sua função, bem como terá que cumprir uma pontuação mínima durante o ano, por meio de educação continuada, da mesma forma que já é exigido dos auditores independentes.

Com todas essas mudanças, o perito deve ganhar mais destaque e deverá ser mais bem reconhecido, devido às novas exigências impostas a serem cumpridas para estar qualificado a exercer a profissão. Tendo isso, quem estiver apto para a atividade perante o Conselho Federal de Contabilidade, irá se encontrar em um grupo mais seleto de profissionais, onde devem estar melhores qualificados, e que deverão continuar a renovar e agregar cada vez mais conhecimentos, para o bom exercício da sua função.

Sendo assim, considerando todo esse aperfeiçoamento que se inicia desde a data de publicação da resolução que é o objeto deste estudo, simultaneamente a toda esta mutação que estará a cargo dos profissionais da perícia contábil, é aguardada também a correspondente evolução por parte dos conselhos regionais de contabilidade e do conselho federal de contabilidade, para zelar melhor pelos seus profissionais, e auxiliar com o melhor suporte possível para que os possibilite ao pleno exercício de suas funções, cumprindo com todas as exigências que lhes estão cabidas.

Referências

ALBERTO, Valter Luiz Palombo. **Perícia contábil**. 3. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL – CPC. Disponível em:
<<http://www.migalhas.com.br/arquivos/2015/3/art20150317-03.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

D'AURIA, Francisco. **Revisão e perícia contábil (parte teórica)**. São Paulo: Editora S.A., 1962.

FEMENICK, Tomislav R. **Contabilidade avançada e dinâmica gerencial**: para negócios globalizados. Curitiba: Juruá, 2011.

FONSECA, Regina Célia Veiga da. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa e Monografias**: guia prático. Curitiba: Imprensa Oficial, 2007.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas da pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999

HOOG, Wilson Alberto Zappa. **Prova pericial contábil: Teoria e Prática**. 9. ed. Curitiba: Juruá, 2011.

LAKATOS, Eva Maria; Marconi Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MAGALHÃES, Antônio de Deus Farias. Et al. **Perícia contábil**. 7. ed. - São Paulo: Atlas, 2009.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: A pratica de fichamentos, resumos, resenhas**. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

NORMA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE – **NBC PP 01**, de 27 de fevereiro de 2015. Disponível em:
<http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2015/NBCPP01>.
Acesso em: 20 mai. 2016.

OLIVEIRA, Silvio Luís de. **Tratado de metodologia científica: Projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1997.

ORNELAS, Martinho Maurício Gomes de. **Perícia Contábil**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

PIRES, Marco Antônio Amaral. **Laudo pericial contábil na decisão judicial**. 3. ed. Curitiba: Juruá, 2011.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3 ed. São Paulo: Loyola, 2002.

RESOLUÇÃO CFC N.º 1.502, de 19 de fevereiro de 2016. Disponível em:
<http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_1502.doc>. Acesso em: 20 mai. 2016.

SÁ, Antônio Lopes De. **Perícia contábil**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SANTA CATARINA – **Portal de peritos, tradutores e intérpretes**. Disponível em: < <http://cgjweb.tjsc.jus.br/perito/> >. Acesso em: 20 mai. 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998

ZANNA, Remo Dalla. **Prática de perícia contábil**. 4. ed. São Paulo: IOB Folhamatic, 2013.

Dados para contato:

Autor: Fernando Marcos Garcia

E-mail: garcia@unibave.net

BENEFÍCIOS DO MARKETING PLANEJADO

Gestão e estratégia das organizações

Bruna Marchetti¹; Rovânio Bussolo¹; Karen Q. Cavichioli Homann¹; Jacira Aparecida de Souza Wagner Zanatta¹.

¹. UNIBAVE; ². KAFARMA

Resumo: Marketing é uma ferramenta, que o gestor de um negócio deve conhecer, por meio dele, várias ações podem ser feitas, e consequentemente aumentar a receita. O objetivo foi identificar quais os benefícios que o marketing planejado pode acrescentar a uma farmácia de pequeno porte. Utilizamos o método exploratório, com um estudo de caso. A empresa não possui um setor de marketing específico, porém, no seu dia a dia, acaba praticando ações que estão relacionadas ao marketing, desde o atendimento a clientes, promoções de seus produtos, uniformes utilizados, divulgações em redes sociais, dentre outros meios utilizados que se refere ao marketing.

Palavras-chave: Estratégias de marketing. Análise do ambiente. Marketing planejado.

Introdução

As organizações enfrentam cada vez mais desafios, pois, com a mudança no cenário econômico, há uma tendência de que o mercado fique mais competitivo. Sendo assim, é de extrema importância conhecer esse mercado, em que se atua e também as necessidades dos clientes.

Existem várias ferramentas, que possibilitam realizar um planejamento eficiente e que atenda a cada tipo de negócio. É importante que o gestor, saiba qual a ferramenta mais adequada para seu estabelecimento, e com isso, possa conquistar novos clientes, procurando manter-se fidelizados com os já existentes.

O marketing, em uma farmácia de pequeno porte, é muito importante, pois, dessa forma os clientes, terão a oportunidade de saber, quais são seus produtos, preços e promoções oferecidas pela empresa, e onde está localizada.

O objetivo geral dessa pesquisa foi identificar quais os benefícios que o marketing planejado pode acrescentar a uma farmácia de pequeno porte.

Para que o objetivo fosse alcançado, foram traçados outros objetivos, que sustentarão o foco da pesquisa, esses objetivos específicos são: identificar as estratégias de marketing existentes na empresa, avaliar se o marketing utilizado na empresa traz resultados e analisar o marketing por meio da ferramenta de SOWT.

É importante conhecer as proposituras que o marketing pode proporcionar para uma organização, e utiliza-las da melhor maneira possível, para que se atinja o que se deseja em uma empresa, ou seja, que ela tenha sucesso em sua geração de renda a seus sócios, oportunizando trabalho às pessoas que vivem em seu entorno. Uma ferramenta de marketing bem elaborada poderá ajudar muito uma organização, seja ela pequena, média ou grande.

A partir dos achados da pesquisa, foram propostas algumas ideias de marketing para empresa, sendo que dessa forma, torna-se possível alcançar maior satisfação por parte de seus clientes, e um possível aumento as vendas.

Conceitos de marketing

No momento um tema bastante utilizado, por pessoas ligadas a administração e que normalmente está associada aos temas de publicidade e propaganda é o marketing. Existem várias definições de marketing sendo que cada definição, varia de acordo com a visão de cada autor.

Segundo Cobra (1992), marketing é um compromisso com a busca da melhoria da qualidade de vida das pessoas, ou seja, é mais do que uma forma de sentir o mercado e adaptar produtos ou serviços.

Afirma Kotler (2012), que o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma das mais sucintas e melhores definições de marketing é a de “suprir necessidades gerando lucro”.

Com o crescimento constante da concorrência de vários setores da economia, as empresas passaram a esforçar-se para comercializar seus produtos de maneira eficiente. O marketing na sua trajetória evolui consideravelmente, tendo em vista a sua importância na gestão de negócios das empresas. Portanto, mais do que nunca, a exposição de todos os indivíduos ao marketing tem sido intensa e ocorrido a quase todo momento.

Importância do plano de marketing

Cobra (2009), explica que, para toda estratégia de marketing é necessário exibir programas detalhados de ação, dessa forma, o plano será apresentado de forma clara.

Um bom plano de marketing requer grande quantidade de informações de várias fontes diferentes. Uma importante consideração ao reunir toda essa informação é manter uma visão panorâmica enquanto se presta atenção nos detalhes. (FERREL; HARTLINE, 2009, p. 42).

Então, percebe-se que o Plano de Marketing é de fundamental importância para uma empresa, pois, permite analisar o mercado e identificar oportunidades mais importantes para a mesma.

Mix de marketing

Hooley e Saunders (2001), definem a constituição de mix de marketing pelo produto, preço, promoção e distribuição, sendo o meio pelo qual as empresas traduzem, a sua estratégia de declaração de intenção, em um determinado mercado. Os autores ainda afirmam que os elementos do mix de marketing devem atuar na mesma direção, sob pena de confundir os clientes.

Para Dantas (2005), o composto de marketing é o conjunto de quatro variáveis controladas pelo marketing, sendo elas produto, preço, promoção e praça.

Já os autores Kotler e Armstrong (2007), definem o mix de marketing, como o conjunto de ferramentas táticas e controláveis, que a empresa combina para produzir a resposta que deseja no mercado alvo.

Produto

O produto representa aquilo que a empresa sabe fazer e produzir, por esta razão, existe uma infinidade de produtos e serviços. Raramente a empresa oferece um único produto no mercado, pois, isso limita as suas possibilidades de vendas.

Segundo Gabriel (2010), produto pode ser definido como, a oferta capaz de satisfazer uma necessidade ou desejo, por meio de uma troca, podendo ser qualquer coisa, de bens tangíveis ou serviços.

Preço

Ferrell e Hartline (2009), salientam que o preço é o único elemento do mix de marketing que resulta em receita para a empresa. Esse fator também é o mais facilmente manipulado pela empresa.

Para Gomes (2005), preço é quanto custa o serviço ou produto para o cliente. Para a empresa, o preço necessário de venda, é aquele que permite que a empresa cubra os custos e ainda obtenha o retorno financeiro desejado para a companhia.

Portanto, o preço é um fator estabelecido pela empresa e que influencia os fatores de produção. Desta forma o preço é um dos elementos mais flexível, pois pode ser rapidamente modificado.

Promoção

Ferrel e Hartline (2009), destacam que as ações voltadas à promoção, são as mais dispendiosas, mas que possuem maior destaque nas atividades de marketing.

Promoção envolve as atividades relacionadas à comunicação, dos pontos fortes do produto e possuem o poder de convencimento da compra do produto pelo cliente alvo (KOTLER; ARMSTRONG, 2007).

Desta forma, percebe-se que a promoção serve para comunicar e promover seus produtos ao mercado alvo, fazendo com que os clientes reconheçam a existência do produto por meio do mesmo.

Praça

A praça dita como será operacionalização do negócio, ou seja, como o produto será alocado para o cliente. A localização e estrutura satisfatórias, canais de distribuição do produto ou serviço, relação com os fornecedores, serão cruciais para levar ao cliente o que ele procura e necessita. O tipo de negócio determinará todos os aspectos relevantes a esse elemento (GOMES, 2005).

Sendo assim, a praça é um fator ou uma maneira, que o produto poderá ser encontrado com maior facilidade, ou seja, uma ferramenta chave para que a empresa torne o produto acessível e disponível aos clientes.

Estratégias de Marketing

Ao definirmos o planejamento estratégico geral da empresa, nele devemos inserir também o plano de marketing, ou estratégia de marketing, que segundo Kotler e Armstrong, (2007, p. 39/40),

Os consumidores estão no centro de tudo. A meta é criar valor para o cliente e construir relacionamentos lucrativos e fortes com ele. A isso se segue a estratégia de marketing – a lógica de marketing por meio da qual a empresa espera criar esse valor para o cliente e alcançar esses objetivos.

Com esse prisma, a empresa deve identificar quais os clientes que ela vai servir, e de que forma, maneira, ela vai atender esses clientes. A partir de uma boa estratégia de marketing definida, a criação de valor para a empresa é um quesito que se buscará.

Análise SWOT

Ao abordar o papel do profissional de marketing, Kotler e Amstrong, (2007, p. 44), dizem que “o profissional de marketing deve saber conduzir uma análise SWOT, com a qual avalia os pontos fortes (strengths – S), os pontos fracos (weaknesses – W), as oportunidades (opportunities – O), e as ameaças (threats – T) gerais da empresa”.

De acordo com Ferrell e Hartline (2009), a análise SWOT, destaca fatores internos e externos, resultante da análise da situação citada no segmento anterior, se utilizada de forma correta, pode ser um mecanismo favorável, para que seja desenvolvido um planejamento de marketing.

Kotler e Keller (2012), se referem ao meio de monitorar os ambientes interno e externo, como uma ferramenta para avaliação das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa.

Portanto, a análise de SWOT é uma ferramenta muito importante para a empresa, pois, com a utilização da mesma, torna-se possível a empresa identificar suas forças, suas fraquezas, as oportunidades e ameaças.

Análise externa e interna da empresa

De acordo com Oliveira (2004), a análise externa, tem por objetivo, identificar a relação que existe entre empresa e seu ambiente, em relação a oportunidades e

ameaças, sua posição produtos versus mercado e também quanto a sua posição almejada para o futuro.

Oliveira (2004), salienta que, a análise interna tem por objetivo, destacar as deficiências e qualidades da empresa, sendo assim, os pontos fortes e fracos da empresa, deverão ser estabelecidos diante de sua atual posição, produtos versus mercado.

Segundo Kotler e Keller (2012), o conceito de análise do ambiente externo, como sendo aquele que, identifica as oportunidades e ameaças associadas à empresa. Por meio dessa análise, acompanham-se as tendências e mudanças relevantes além de monitor os fatores que afetam sua capacidade de obtenção de lucros.

Kotler e Keller (2012), enfatizam que a análise interna, trata-se da avaliação que a empresa precisa, para identificar suas forças e fraquezas no ambiente interno, perceber oportunidades atraentes e dessa forma tirar o melhor proveito dessas oportunidades.

Dessa forma, percebe-se que análise externa, identifica oportunidades e ameaças, existentes entre a empresa e seu ambiente. Enquanto análise interna, tem por objetivo, avaliar o que a empresa precisa, para identificação de suas forças e fraquezas.

Forças

Forças são diferenciais que permitem, que as organizações tenham vantagens aos demais concorrentes do mesmo segmento. De acordo com Oliveira (2004, p. 89), “são as variáveis internas e controláveis que propiciam uma condição favorável para a empresa, em relação a seu ambiente”.

Para Costa (2007, p. 386), pontos fortes, “são características positivas, presentes na empresa ou entidade, tangíveis ou intangíveis, que influenciam favoravelmente a organização no cumprimento do seu propósito”.

Sendo assim, percebe-se que força, é algo que a empresa faça bem ou crie características, que aumente a sua competitividade, na qual seja possível ter vantagens aos demais concorrentes.

Fraquezas

Fraquezas estão relacionadas a algo que falta na empresa, ou que deixe em desvantagem perante seus concorrentes. Para Oliveira (2004, p. 89), fraquezas “são as variáveis internas e controláveis que provocam uma situação desfavorável para a empresa, em relação a seu ambiente”.

Costa (2007, p. 386), salienta que “são características negativas, presentes na empresa ou entidade, tangíveis ou intangíveis, que influenciam negativamente no cumprimento do seu propósito”.

Portanto, compreende-se que fraquezas é algo que deixa a empresa em desvantagem, onde provocam situações negativas a seu ambiente, ou seja, algo que a empresa execute mal.

Oportunidades

As oportunidades estão relacionadas às possibilidades que a empresa dispõe, e que podem ser aproveitadas para crescimento da organização. Oliveira (2004, p. 89), destaca que as oportunidades, “são as variáveis externas e não controláveis pela empresa, que podem criar condições favoráveis para a empresa, desde que a mesma tenha condições e/ou interesse de usufruí-las”.

De acordo com Costa (2007, p. 386), oportunidades “são situações externas, tendências ou descontinuidades futuras, que, se adequadamente aproveitadas pela empresa ou entidade, podem influenciá-la positivamente no cumprimento do seu propósito”.

Dessa forma, as oportunidades são possibilidades que as empresas têm, porém, em algumas organizações isso não é aproveitado, devido a sua falta de conhecimento em relação a essas oportunidades. É preciso ter visão, para identificar e usufruir as oportunidades, para que as mesmas possam influenciar positivamente a empresa.

Ameaças

Ameaças são variáveis, que podem acontecer no futuro e venha prejudicar a empresa direta ou indiretamente. Oliveira (2004, p. 89), salienta que “são as variáveis externas e não controláveis pela empresa que podem criar condições desfavoráveis para a mesma”.

Para Costa (2007, p. 386), ameaças “são situações externas, tendências ou descontinuidades futuras, que se não eliminadas, minimizadas ou prevenidas pela empresa ou entidade, podem afetá-la negativamente no cumprimento do seu propósito”.

É importante que as ameaças sejam identificadas, para que a empresa possa se prevenir, sem ter efeitos negativos em seu ambiente. Sendo assim, devem ser cuidadosamente monitoradas para que as mesmas não criem condições desfavoráveis para empresa.

Procedimentos Metodológicos

Em relação ao método de pesquisa, definimos o método de trabalho como sendo o exploratório, e que segundo Gil (1999, p. 43), “as pesquisas exploratórias tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista, a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Em relação ao procedimento adotado neste trabalho, optou-se pelo estudo de caso, que de acordo com Yin, (2010, p. 39), “(...) o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes”.

A abordagem utilizada foi a qualitativa, que de acordo com Souza, Fialho e Otani (2007, p. 39), considera-se pesquisa qualitativa, quando “há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números”.

A pesquisa foi realizada na empresa KAFARMA, localizada na região da AMUREL no sul de Santa Catarina. A empresa atua no ramo de medicamentos farmacêuticos desde 2011, sendo uma farmácia com dispensação e manipulação, sendo que a amostra definida foi o gestor da mesma.

Quanto ao instrumento para coleta de dados, foi utilizado o questionário, que segundo Marconi e Lakatos (2008, p. 203), “é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma séria ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

Quando pensamos em aspectos éticos da pesquisa, deixamos registrado para o entrevistado, que sua identidade será preservada.

Utilizamos para análise de dados, as categorias de análise, onde juntamos as falas idênticas do sujeito pesquisado.

Resultados e Discussão

Diante da competitividade do mercado, a empresária percebe cada vez mais, a necessidade de inovar, para melhor atender, ter a satisfação de seus clientes com qualidade e bons preços, pois, existem na cidade, três concorrentes diretos, sendo que o cliente procura o melhor preço, quando os produtos têm mesma qualidade.

A empresa está localizada no Centro da cidade de Pedras Grandes – SC, atualmente, possui quatro funcionários mais a proprietária. A empresa trabalha com descontos nas compras, com programas de desconto de laboratórios, programa farmácia popular e sempre buscando inovações para melhor satisfazer seus clientes.

Com esse trabalho, foi possível verificar os benefícios que o Marketing pode oferecer a uma farmácia de pequeno porte, sendo assim, é de fundamental importância, mostrar que as técnicas vistas na academia, são realmente funcionais para a empresa e que, aliar a teoria com a prática é vantajoso e rentável às organizações.

Por a empresa ser de pequeno porte, a mesma não possui um departamento de marketing específico. Apesar de não possuir um setor específico, percebeu-se que praticam o marketing no seu dia a dia, como: no atendimento ao telefone, na utilização de uniformes, nas promoções realizadas, divulgação em rádios, no marketing boca a boca e em redes sociais.

Estratégias de marketing utilizadas pela empresa

Por se tratar de uma empresa de pequeno porte e não possuir um setor específico de marketing, não quer dizer que a empresa não opere com marketing. A organização estudada trabalha com as estratégias voltadas para melhor atender seus clientes, com esse trabalho, foi possível analisar as estratégias que a empresa utiliza, sendo elas: divulgação de promoções dos produtos, bolsas com a logo da empresa, divulgações com panfletos, anúncios em rádio, redes sociais e logomarca nos uniformes utilizados pelos funcionários.

Sabemos que não é somente na venda que podemos nos beneficiar de promoções, pois, quando estamos pensando em fazer promoções de nossos produtos, a compra é um fator primordial para essa ação. Sendo assim, questionamos

para o entrevistado, como é o processo de negociação com os fornecedores, para que se possa ter um valor final dos produtos, com melhor preço. O entrevistado nos diz que, as “compras são concentradas e em quantidades maiores, para que se possa obter um melhor preço, e a partir disso fazer o repasse destes descontos aos clientes”.

De acordo com Fortes (1999, p. 63/64),

[...] as companhias consideram com maior cuidado todas as divisões internas que representam lucro em potencial, como as compras concentradas, a destreza da manufatura, as redes de distribuição e as equipes comuns de vendas; qualificam-se, igualmente, as atenções voltadas à redução de custos e ao incremento da eficiência.

Com as estratégias de marketing utilizadas na empresa, perguntamos quais as linhas de produtos que mais vendem no estabelecimento, sendo que a resposta do entrevistado foi de que “temos maiores vendas em perfumais, higiene pessoal e cosmético - HPC e vitaminas”.

A partir dessas observações podemos constatar que, são aplicadas na organização estudada, algumas estratégias de marketing, tais como: promoções, propaganda boca a boca, mídias em rádios, nas redes sociais, panfletos mensais e logomarca em uniformes dos funcionários. Os clientes se identificam com a farmácia, como sendo a que pratica melhor preço, possui grande linha em higiene pessoal e cosmético (HPC), perfumarias, o estabelecimento também faz promoções em medicamentos e utiliza-se de propagandas em datas comemorativas da linha de perfumaria.

Resultados da utilização do marketing na empresa

Ao analisarmos se o marketing está beneficiando a empresa, indagamos o entrevistado sobre o que ele pensa sobre isso, e sua resposta nos diz que, “sempre que aplicamos o marketing, temos oportunidades de vender mais, aumentar a popularidade, tanto do estabelecimento quanto do produto. Tudo que se pode fazer para ter aumentos nas vendas é bem-vindo”.

Para Kotler e Armstrong (2007, p. 6), o “marketing ocorre quando as pessoas decidem satisfazer suas necessidades e seus desejos por meio da troca”. O marketing esta relacionado, com ações que levem a construção e manutenção de relacionamentos duradouros, entre empresa e cliente, isso pode estar relacionado a

um serviço, um produto, uma ideia, ou outro objeto, no qual essa troca acontecerá, complementam os autores.

Uma ideia foi apresentada para a proprietária pela pesquisadora, foi de montar kits com itens de perfumaria para vender em datas comemorativas, como dia das mães, natal, dia dos namorados, entre outras datas, e que isso deveria vir relacionado a uma propaganda direcionada, em redes sociais e em rádios. A partir disso questionamos o entrevistado, se o resultado foi esperado, e a resposta nos remete a, “obtemos um bom resultado, já que as vendas nesses produtos aumentaram significativamente, pois, alguns não estavam tendo o giro esperado”. Isso fez com que as vendas aumentassem cada vez mais, obtendo então um melhor resultado financeiro para a empresa.

Outra estratégia sugerida foi de beneficiar os funcionários quando há promoções de produtos, para que aumente as vendas, trazendo lucros para empresa. Tentar focar sempre em uma só promoção, para que seja bem elaborado, tenha uma divulgação correta, assim trazendo os resultados positivos para empresa.

O marketing na farmácia é sempre visto como uma oportunidade, embora em uma farmácia base de vendas são os medicamentos, e os mesmos estão sujeitos a receita médica, é fundamental que esta, seja cada vez mais vista pelo consumidor, como um ponto de venda de outras possibilidades também, e não quase exclusivamente de dispensação.

Análise SOWT

Na empresa KAFARMA Farmácia e Manipulação, por meio da ferramenta de SOWT, ou seja, oportunidades, ameaças, forças e fraquezas, foram observados alguns pontos, os quais também tiveram a contribuição de nosso entrevistado, diante disso, passamos a apresentá-los.

Força: em relação a esse quesito, destacamos que a empresa esta bem localizada, pois, se encontra estabelecida em frente ao posto do correio, que sempre há um grande movimento de pessoas, a empresa também possui uma exclusividade em manipulação, pois é a única da cidade. A empresa investe boa parte de seus recursos, em produtos de perfumaria e HPC, e esta sempre com novidades.

Fraqueza: a empresa considera uma fraqueza o tempo de experiência e de funcionamento da farmácia, pois, é a mais nova da cidade. Isso traz uma desvantagem em relação as outras farmácias na cidade, que já tem um público há mais tempo.

Oportunidade: neste item foi possível perceber que, a empresa dificilmente deixa escapar boas oportunidades, porém, algumas vezes por falta de espaço ou de tempo para organizar, ou seja, há espaço para crescimento da empresa, perdemos algumas boas promoções de produtos com os fornecedores.

Ameaça: aplicação de injetáveis e perfuração de lóbulo auricular é considerada uma ameaça, que por sua vez, todos os outros concorrentes da cidade, possuem esse diferencial, onde essa organização deixa de atender vários clientes.

O entrevistado comenta que “o marketing quando bem aplicado na empresa é um diferencial para a mesma, e no ramo farmacêutico não é diferente”.

Identificar a estratégias de marketing dentro da empresa é necessário, pois, sempre que é aplicado, temos a oportunidade de vender mais, aumentar a popularidade tanto no estabelecimento quanto do produto.

Considerações Finais

Diante de um mercado competitivo, torna-se evidente que a empresa precisa buscar cada vez mais estratégias de marketing, para que assim, esteja à frente de seus concorrentes, mantendo sempre a satisfação daqueles que utilizam seus serviços ou produtos, procurando sempre conquistar novos clientes.

Foi possível identificar que a KAFARMA, possui uma ferramenta para a divulgação de seus produtos. Diante disso, observamos a importância de expandir a marca da empresa, para um maior número de pessoas, que necessitam dos produtos que são comercializados pela mesma. Foram sugeridas algumas ideias de marketing, para que a empresa possa ter sempre um grande volume de vendas.

As compras concentradas feitas pela farmácia, promoção em datas comemorativas, bolsas com a logo da empresa, divulgações com panfletos, anúncios em rádio e redes sociais, logomarca nos uniformes utilizados pelos funcionários, são algumas das estratégias elencadas pela empresa, em seu rol de estratégias utilizadas para aumento em suas vendas.

A empresa mesmo não tendo um setor específico de marketing, faz ações voltadas ao cliente, são ações que podem ser ampliadas e aprimoradas. Como a empresa é de pequeno porte e em uma cidade pequena, muitas pessoas se conhecem, sendo que, às vezes, o marketing de boca a boca, também traz bons resultados.

Ao fazer uma análise, percebemos que a empresa tem como força, ser bem localizada, boas vendas nos produtos de perfumaria e HPC, como fraqueza, é apontado o pouco tempo de experiência e de funcionamento, já a oportunidade, pode ser apontado o espaço para crescimento, sendo que a aplicação de injetáveis e perfuração de lóbulo auricular é considerada uma ameaça para a empresa.

No decorrer desse trabalho, apresentamos algumas formas de trabalharmos o marketing, vimos que a partir de algumas ideias sugeridas para promover determinados produtos, que não estavam tendo o giro esperado, obteve-se um bom resultado, já que as vendas nestes produtos aumentaram significativamente.

Após a análise realizada na empresa, ficou evidenciada a necessidade de trabalhar mais com o marketing. A proprietária conseguiu observar a necessidade e importância da utilização dessas ferramentas, a mesma ficou satisfeita com as análises que foram realizadas. Comprometeu-se de dar continuidade no que foi proposto e desenvolvido.

Isso que apresentamos, foi uma parte do que é possível ganhar, quando se faz um bom planejamento de marketing, há que se ter novos estudos e pesquisas, aplicar novas metodologias de marketing na empresa, para ampliar as vendas e os ganhos financeiros.

Referências

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

_____. **Administração de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

COSTA, Eliezer Arantes. **Gestão Estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

DANTAS, Edmundo Brandão. **Marketing descomplicado**. Brasília: Senac-DF, 2005.

FERREL, O. C; HARTLINE, M. D. **Estratégias de marketing**. 3. ed. São Paulo: Thomson, 2009.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Transmarketing: estratégias avançadas de relações públicas no campo do marketing**. São Paulo: Summus Editorial, 1999.

GABRIEL, Marta. **Marketing na era digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, Isabela Motta. **Manual Como Elaborar Um Plano de Marketing**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2005.

HOOLEY, Graham; SAUDERS, John. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 2. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

KOTHER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento Estratégico: Conceito, Metodologia e Práticas**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SOUZA, Antônio Carlos de; FIALHO, Francisco; OTANI, Nilo. **TCC: métodos e técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Dados para contato

Autor: Rovânio Bussolo

E-mail: rovaniob@gmail.com

CONTROLADORIA E CONTROLES INTERNOS: PESQUISA REALIZADA NAS INDÚSTRIAS DO SEGMENTO DE PLÁSTICO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS

Contabilidade pública

Jerusa Redivo Jung¹; Miriam Aparecida Silveira Mazzuco¹; Ismael Mazzuco¹

¹.Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE

Resumo: No cenário atual da economia, as empresas buscam cada vez mais reduzir os seus custos, ter resultados e objetivos alcançados, sempre visando o crescimento e principalmente o lucro. Diante disto a controladoria e os controles internos tornam-se cada vez mais presentes nas organizações, gerando maior credibilidade e veracidade nas informações. O objetivo desse trabalho foi apresentar como está estruturado o setor de controladoria e os controles internos nas empresas do segmento de plástico de Orleans. A pesquisa foi desenvolvida com os responsáveis pela controladoria e controles internos dessas empresas. Têm característica descritiva, pois foi realizada com o levantamento de dados e sua abordagem foi qualitativa. Para coletar as informações foi aplicado um questionário eletrônico de forma de amostragem sistemática. Os resultados mostram que a maioria são empresas de pequeno a médio porte, e que ainda não possuem o setor de controladoria definido. Seus controles são feitos com sistemas integrados e os resultados são apresentados à diretoria por meio de relatórios setoriais. Os dados destes relatórios são extraídos da contabilidade.

Palavras-chave: Controladoria. *Controller*. Controles Internos

Introdução:

No cenário de hoje as empresas buscam cada vez mais reduzir os seus custos, ter resultados e objetivos alcançados, sempre visando o crescimento e, principalmente, o lucro. Para isso a controladoria e os controles internos estão cada vez mais presentes nas organizações, gerando maior credibilidade e veracidade nas informações.

As empresas deveriam dar grande importância aos controles internos, pois são extraídas destes e que se reflete o móvel de controle e conhecimento da organização no seu processo. O controle é necessário e pode ser feito pelo setor de controladoria ou por meio dos sistemas de controles internos próprios.

Nos casos onde as organizações não possuem o setor de controladoria definido, é de responsabilidade do setor de contabilidade fornecer estes relatórios

para os gestores tomarem decisões. Entretanto papel da controladoria nas organizações é fundamental para as organizações.

Desta forma o problema abordado neste trabalho foi: Como está estruturado o setor de controladoria e controles internos nas empresas do segmento de plásticos de Orleans?

Para a solução desse problema foi analisado qual o porte das empresas, se possuem um setor de controladoria definido, sendo o controle o responsável de passar as informações internas e externas para o diretor ou, caso não possuem esse setor definido, como funciona seus controles internos. Se possuem sistemas integrados e se cada gestor busca informações na contabilidade e apresenta seus resultados para o diretor.

Assim, o objetivo desse trabalho está em analisar como se estrutura a controladoria nas empresas do segmento de plásticos de Orleans e/ou os seus controles internos.

Ao buscar informações nas empresas, observamos um grande interesse da maioria em haver um setor, ou apenas uma pessoa que possa unir as informações gerais e repassar ao diretor. Além de ser apenas uma pessoa responsável, ela terá mais tempo de avaliar os números, avaliar o mercado e gerar informações, visto que informações corretas e na hora certa, podem gerar o mais importante para o diretor: o lucro. Caso empresas não possuam um setor de controladoria definido, mas que tenham um bom controle interno, há a certeza que estão gerando informações corretas aos diretores, podendo demonstrar por meio de seus relatórios se a empresa está gerando receita e lucro.

História da Controladoria

A controladoria está ligada diretamente a evolução dos meios sociais e de produção a partir da Revolução Industrial. No Brasil, por volta do século XX, com instalações de multinacionais no país, surge, então, a necessidade de ter responsáveis para gerenciar e avaliar as informações internas da empresa e externas do mercado, apresentando, assim, as informações para tomada de decisões. Foi a partir dessa data que as empresas começaram a crescer, suas produções começaram a aumentar e começou a surgir a necessidade de um maior controle das informações, principalmente dos custos e despesas.

O objetivo da controladoria é identificar quais são as atividades que geram lucro para seus acionistas e quais as atividades que podem ser extinguidas. É a controladoria que cria informações para determinar centros de processos e qual a melhor alternativa a ser seguida, visando redução de custos, retrabalho e gerando lucro para a organização.

Definição de Controladoria

Entende-se por controladoria um departamento responsável por informações e tomadas de decisões diante o mercado. Geralmente está localizado em uma área de staff, normalmente fora da pirâmide da organização, tendo autonomia para interferir no processo decisório dos gestores. Não é responsável por comandar a organização, mas de apresentar quais as opções que auxiliem na tomada de decisões. Em alguns casos, hierarquicamente, localiza-se abaixo do diretor financeiro, perdendo um pouco de sua autonomia, não podendo interferir nas tomadas de decisões dos gestores da organização. Para Mossimann (1990, p. 99):

A Controladoria pode ser conceituada como conjunto de princípios, procedimentos e métodos oriundos das ciências da Administração, Economia, Psicologia, Estatística e principalmente da Contabilidade, que se ocupa da gestão econômica das empresas, com a finalidade de orientá-las para a eficácia.

Para Frezatti et.al (2009, p. 26) "a controladoria é o órgão da empresa cuja missão consiste em zelar pela eficácia de seu processo de gestão, tanto para finalidades internas como externas".

A controladoria deve cuidar quais as informações passam a seus gestores, pois correm o risco de passar informações variadas que podem não atingir seus objetivos, ou, em alguns casos, podem passar informações desnecessárias. Além de gerar informações contábeis, a controladoria deve participar do processo de gestão. É também função de a controladoria conhecer a forma de como os gestores tomam decisões, para poderem modificar seus sistemas e atenderem a necessidade dos gestores. Esse setor gera informações para que a decisão seja a mais correta, mas não devido pelo gestor. Para Schmidt (2006, p. 35) "a controladoria entra antes e depois da decisão".

Funções da Controladoria

A controladoria é um setor que observa e controla com preocupação de avaliar a eficiência dos departamentos. Suas funções variam de acordo com a organização. Em alguns casos ela serve para gerar informações contábeis e em outros participam do planejamento e controle da empresa juntamente com os gestores.

Para Frezatti e al (2009, p. 32): as funções da controladoria podem ser mencionadas como geralmente existentes dentro das organizações:

a) Coordenação do processo de controle gerencial; b) padronização e harmonização de relatórios; c) avaliação econômica periódica da empresa; d) suporte ao processo de mensuração e gestão de riscos; e) análise de viabilidade econômica de projetos de investimentos; f) assessoria e consultoria as outras áreas, em assuntos econômico-financeiros; g) estabelecimento de normas de procedimentos para as várias áreas da entidade; h) atendimento, acompanhamento e implementação de recomendações da auditoria externa; i) apoio ao processo de governança corporativa, subsidiando o trabalho do conselho de administração, conselho fiscal e comitês de apoio; j) elaboração de relatórios contábeis pelas normas internacionais (IFRS) ou americanas (U.S. GAAP) para o atendimento de mercado de capitais localizados em outros países; k) elaboração da contabilidade ambiental e social; l) estruturação e acompanhamento de procedimentos.

É de responsabilidade da controladoria auxiliar os gestores na fase de elaboração de padrões. É na fase de execução em que a controladoria emite os relatórios de acompanhamento, comparando o real com o previsto, apresentando as variações para os gestores.

Características da função do Controller

Normalmente o *controller* é alguém com formação da área contábil, financeira ou fiscal, pois este possui uma visão ampla dos assuntos e da organização. A função do *controller* é considerado um cargo estratégico. É ele que traduz informações externas e internas, que ajudam no processo decisório.

Para Frezatti et al (2009, p. 29) "com a evolução das empresas, tanto em relação ao crescimento dos negócios como em relação a novas situações e problemas, foi necessário a expansão do uso da contabilidade, originando a criação da figura do *controller* nas organizações". Já de acordo com Schmid (2006, p. 17) "é necessário que o *controller* tenha um grande conhecimento sobre os vários subsistemas que compõem a organização, considerando que ele será o responsável

pela geração de informações para os vários gestores desses subsistemas”. Para o exercido da sua função como *controller*, é necessário possuir uma visão sistêmica.

Algumas características são importantes para exercer um cargo de *controller* de uma empresa. Deve conhecer as áreas contábeis, financeiras e administrativas, sendo necessário também conhecer os sistemas integrados, ter entendimento do ramo de atividade da empresa, conhecer seus problemas, ter habilidades para analisar e interpretar dados e ter habilidades para expressar suas ideias. É o *controller* quem deverá passar as informações da organização para seus usuários externos e internos.

Para Herckert e Wilson (1963 p. 24) as principais características para um bom desempenho de seu cargo, consideram os seguintes princípios: iniciativa; visão econômica; comunicação racional; síntese; visão para o futuro; oportunidade; persistência; cooperação; imparcialidade; persuasão; consciência das limitações; cultura geral; liderança e ética.

O *controller* de uma organização é responsável de informar e apresentar dados para tomadas de decisões e também a perceber as mudanças internas e externa no mercado. Algumas empresas ainda não têm definido essas atribuições, havendo dificuldade em atribuir as funções.

O *controller* precisa ser um profissional altamente qualificado, que definira e controlara todo fluxo de informações da empresa, garantindo que as informações corretas cheguem aos interessados dentro de prazos adequados e que a alta administração somente receba informações uteis à tomada de decisões.

É responsável por todo processamento da informação contábil da organização. Ele deve responder ao diretor, ao presidente e ao vice-presidente da organização. Por sua vez é responsável pelo projeto, implementação e manutenção de um sistema integrado com os outros. Suas habilidades devem estar presentes principalmente em interpessoais, comunicação, conceituais e de tomada de decisões. Essas habilidades são imprescindíveis, pois para unir as informações internas e externas da empresa, transcrevê-la em forma de gráficos ou relatórios e tomar as decisões corretas são necessárias ter essas características.

Para Schmidt (2006, p. 49) "além de atividades financeiras, muitos *controllers* de empresas menores podem ser responsáveis por algumas funções ligadas à área de gestão de pessoas como: administração de planos de pensão, revisão de

documentação de colaboradores, elaboração de planos de carreira e atualização dos manuais de rotinas dos colaboradores”.

Sua competência está efetivamente ligada a algumas atribuições, que podem ser resumidas em ter um bom critério de análise e redução de custos, ter ideias de sugestões de melhoria, ser minucioso na análise de causas e sugestões de correção e identificar a eficiência do negócio. Para Kanitz (1976, p. 7-8): a função básica do *controller* consiste em dirigir e na maioria das vezes implantar os sistemas de:

a) informação - compreende os sistemas contábeis e financeiros da empresa, sistemas de pagamento e recebimento, folha de pagamentos, etc.; b) motivação - cabe a ele prever o efeito de novos sistemas de controle sob o comportamento das pessoas diferentemente atingidas; c) coordenação - o *controller* é o primeiro a tomar conhecimento de eventuais inconsistências dentro da empresa; d) avaliação - interpretar os fatos e avaliar se determinado resultado é bom, em caso negativo, identificar os pontos que precisam ser corrigidos; e) planejamento - avaliar o passado é uma das primeiras etapas para planejar o futuro; f) acompanhamento - consiste em acompanhar de perto a evolução dos planos traçados”.

Desta forma pode-se afirmar que a função do *controller* está diretamente ligada às análises e planejamento, para a tomada de decisão de uma organização.

Papel do *controller* na Gestão

Para desenvolver o papel de *controller* em uma organização é necessária uma integração dele com os sistemas e com o processo de gestão. É preciso conhecer qual o negócio da organização, sua visão, missão, crenças, valores e sua visão para o futuro, para evitar que haja situações conflitantes entre *controller* e empresa.

É a partir da missão da empresa que o *controller* consegue fundamentar suas ações diante da empresa. Para Schimdt (2006, p. 32) "a clara compreensão da missão possibilitara uma definição mais coerente da direção em que uma entidade deveria mover-se para atingir ele que traduz informações externas e internas, onde ajuda no processo decisório”.

É necessário, também, que o *controller* tenha um entendimento da visão da organização. É nela que se constroem cenários e objetivos para médio e longo prazos. Conforme Glautier e Underdown (1977, p. 21), o sistema de informação contábil é o único que pode possibilitar aos usuários externos e aos administradores informações que permitam um quadro geral da organização.

Nakagawa (1993, p. 13) afirma que "por se tratar de uma atividade relativamente nova no Brasil é muito natural que ainda parem muitas dúvidas sobre o papel do *controller*".

O processo de gestão é influenciado por variáveis ambientais que são elas:

- Planejamento: É a primeira fase. É onde é definido os objetivos, identificados pontos fortes e fracos. São projetados cenários, avaliados ameaças e oportunidades. É neste momento que se apresenta o processo decisório.

- Execução: Após definidos os planos, com todas as especificações bem definidas, coloca-se em ação o planejamento.

- Controle: é a última etapa do processo decisório. Não pode ser considerada a final porque depende de todas as fases do processo produtivo. É por meio desse controle que pode ser observado quais serão seus resultados.

Para Moimamm et al (1999, p. 117) "O *controller* é o gestor que, após o presidente, deve ter a visão maior generalista da empresa onde atua".

Controles Internos

Atualmente nas organizações é fundamental que se tenha um bom controle interno e um sistema integrado. Esse controle compreende desde o início até o final do processo. Antes da criação do controle interno é necessário conhecer seus processos. Controles internos são formados por planos, procedimentos, sistemas, políticas, atitudes, práticas e comportamentos da gerência e dos colaboradores em geral da organização, tendo objetivo único de assegurar a conduta e eficiência em geral.

Define-se como controle interno o planejamento organizacional e todos os métodos e procedimentos adotados dentro de uma empresa, a fim de salvaguardar seus ativos, verificar a adequação e o suporte dos dados contábeis, promover a eficiência operacional e encorajar a aderência as políticas definidas pela direção (MIGLIAVACCA, 2004, p. 17).

Para evitar que na organização tenha controles ineficientes, após serem criados, eles devem ser avaliados periodicamente, pois o custo de implantação e manutenção é muito alto. Se os sistemas não estiverem sincronizados podem gerar informações errôneas, facilitando a fraude ou o erro. Os controles internos nas organizações estão crescendo muito, pois com eles é possível determinar as informações decisórias.

Atualmente além de uma contabilidade eficiente, é necessário que forneça informações seguras, precisas e com qualidade. Para isso é necessário um bom controle interno.

O controle interno consiste em um conjunto de políticas e procedimentos para garantir confiabilidade das informações e em seus processos. Nas empresas o foco nos controles internos é considerado como obtendo retorno financeiro, econômico, social e ambiental. São esses controles que fazem proteger o ativo, reproduzir dados contábeis confiáveis e ajuda na tomada de decisão da organização.

Para Almeida (1996, p.50), "o controle interno representa em uma organização o conjunto de procedimentos, métodos ou rotinas com os objetivos de proteger os ativos, produzir dados contábeis confiáveis e ajudar a administração na condução ordenada dos negócios da empresa".

Geralmente as organizações possuem uma preocupação em criar sistemas de controles que sejam eficazes, pois são eles que devem auxiliar o processo de gestão e não dificultar a operacionalidade da organização.

Para Schmid (2006, p. 123) "a habilidade de eliminar os controles não eficazes é tão importante quanto à habilidade de cria-los, considerando que os controles devem auxiliar o processo de gestão e não burocratizar a operacionalidade de uma entidade".

São necessárias informações verdadeiras. Essas informações são fundamentais para o desenvolvimento de uma gestão satisfatória. Geralmente as empresas que têm o controle interno adequado, representam subsídios fundamentais para o desenvolvimento de uma pratica de gestão satisfatória. Ter as informações para uma gestão eficiente, torna a empresa mais competitiva.

Para evitar que a organização seja prejudicada com seus controles, é necessário que periodicamente sejam avaliados e analisados a finalidade de cada processo. Para isso também é necessário que haja um plano de organização.

Um sistema de contabilidade que não está interligado a um bom sistema de controle interno pode gerar informações não confiáveis nos relatórios.

Para Schmidt (2006, p. 71) "o controle caracteriza-se como uma atividade que mede, avalia e indica, caso seja necessário, a correção dos rumos, buscando atingir os objetivos e os planos de negócio".

É por meio dos controles internos que podemos identificar os erros, comparar o projetado com o real, implementando as correções.

Os controles internos, tomados como sistema, englobam toda a organização e podem caracterizar-se como controles contábeis e controles administrativos (CREPALDI, 2000).

Os controles contábeis são aqueles que cuidam do patrimônio e garantem a segurança das informações contábeis, como por exemplo relatórios.

Os controles administrativos envolvem os métodos e procedimentos da empresa. Seu planejamento, suas metas, controle de qualidade e outros.

Quadro 1 - Componentes do controle interno.

| | |
|---|---|
| Plano de Organização | Formalização da estrutura da organização, que será concebida de acordo com os objetivos a serem alcançados, e onde serão estabelecidas as relações de autoridade e responsabilidade dos diversos níveis hierárquicos. |
| Métodos e medidas: | Estabelecem os caminhos e os meios de comparação e julgamento para alcançar-se determinado fim; compõem o manual de operações da organização e, se o sistema for adequadamente planejado, deve conter procedimentos destinados a promover o controle. |
| Proteção do patrimônio: | Definições sobre os meios pelos quais são salvaguardados e defendidos os bens e direitos da organização, instruções sobre autorizações, segregações de funções, custódia, controle e contabilização dos bens patrimoniais. |
| Exatidão e fidedignidade dos dados contábeis: | Conjunto de medidas que asseguram a precisão dos elementos dispostos na contabilidade; plano de contas composto de um adequado e abrangente elenco de contas, acompanhado da descrição clara e objetiva do funcionamento delas. |
| Eficiência operacional: | Definição adequada dos métodos e descrição das atividades de cada fungo de modo a facilitar o cumprimento dos deveres; seleção, treinamento e supervisão do pessoal adequados às atividades |
| Políticas administrativas: | Sistema de regras e princípios traçados pela alta administração que representam as guias de raciocínio para as tomadas de decisões em todos os níveis, de forma a focalizar o objetivo principal da organização. |

Fonte: Adaptado de Attie (2012, p. 183-184)

Objetivos do Controle Interno

Todas as organizações deveriam possuir um controle interno, adequado ou não, pois é dele que decorrem informações que interessam no resultado. A maioria o tem, porém não de forma estruturada. Conforme os autores Attie (2001) e Crepaldi (2004):

O controle interno tem quatro objetivos básicos são: a salvaguarda dos interesses da empresa: a precisão e a confiabilidade dos informes e relatórios contábeis, financeiros e operacionais; o estímulo à eficiência operacional; e a aderência às políticas existentes.

Uma organização que tenha uma contabilidade que não esteja apoiada com um bom sistema de controle interno pode ser considerada ineficiente, pois as informações passadas podem não ser confiáveis. Não basta apenas ter colaboradores eficientes, confiar nas informações geradas por eles, pois podem ocorrer grandes erros. Os controles internos acrescentam os valores às organizações, pois apresentam maior credibilidade aos diretores e acionistas. De uma forma mais individualizada Oliveira, Perez Jr. e Silva (2002, p. 84-85) explicitam os principais objetivos do conjunto de sistema de controle interno:

a) verificar e assegurar os cumprimentos às políticas e normas da companhia, incluindo o código de ética nas relações comerciais e profissionais; b) obter informações adequadas, confiáveis, de qualidade e em tempo hábil, que sejam realmente úteis para as tomadas de decisões; c) comprovar a veracidade de informes e relatórios contábeis, financeiros e operacionais; d) proteger os ativos da entidade, o que compreende bens e direitos; e) prevenir erros e fraudes. Em caso de ocorrência dos mesmos, possibilitar a descoberta o mais rápido possível, determinar sua extensão e atribuições de corretas responsabilidades; f) servir como ferramenta para a localização de erros e desperdícios, promovendo ao mesmo tempo a uniformidade e a correção; g) registrar adequadamente as diversas operações, de modo a assegurar a eficiente utilização dos recursos da empresa; h) estimular a eficiência do pessoal, mediante a vigilância exercida por meio de relatórios; i) assegurar a legitimidade dos passivos da empresa, com o adequado registro e controle das provisões, perdas reais e previstas; j) assegurar o processamento correto das transações da empresa, bem como a efetiva autorização de todos os gastos incorridos no período; e k) permitir a observância e estrito cumprimento da legislação em vigor.

A contabilidade gera relatórios importantes para tomada de decisões e avaliações de interesses. Por isso, contabilidade e controles internos devem garantir que as informações passadas sejam verdadeiras.

Para Migliavacca (2004, p. 25) "Um programa eficiente para prevenir e detectar a violação das leis e procedimentos por meio de controles internos é um ponto crucial para minimizar a oportunidade e ocorrência de fraudes".

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa foi realizada nas empresas de fabricação plástica de Orleans. As informações das empresas foram retiradas de um relatório cedido pela Prefeitura da cidade. A pesquisa aconteceu em 01/10/2015. O estudo foi desenvolvido por pesquisa exploratória. Para o estudo foi entrado em contato com o responsável das empresas via contato telefônico e após encaminhado via correio eletrônico um questionário com 11 questões, sendo 10 fechadas e 1 aberta, com assuntos voltados à controladoria e controles internos nas organizações. A coleta foi feita por amostragem sistêmica, pesquisa exploratória, por meio de estudos de casos, multicascos de forma qualitativa.

Resultados e Discussão

Afim de divulgar os resultados, baseados nas informações coletadas nos questionários, pôde-se observar que ainda são poucas as empresas que têm estruturado o setor de controladoria, pois sua maioria é empresa de médio a pequeno porte, porém em todas elas o controle interno está bem definido.

Em ordem crescente segue abaixo as respostas do questionário aplicado que revela os resultados encontrados. Foram enviados para as 30 empresas da cidade Orleans. Foi recebido o retorno de 20 questionários preenchidos.

A primeira pergunta está relacionada à característica do respondente. Pode ser observado que em sua maioria são funcionários que estão na empresa desde o início de suas atividades. Quanto ao porte da organização, a maioria são empresas de pequeno a médio porte.

Quadro 2 – Características do respondente

| | | | |
|--------------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| | 69% | 28% | 3% |
| Cargo/função | Administrativo | Administrativo | Gerência |
| Data assumiu cargo | Meados 2003 | Meados de 2005 | Meados de 2000 |
| Escolaridade | Superior completo | Superior incompleto | Superior completo |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Quadro 3 – Porte da Empresa

| PORTE | PEQUENO | MÉDIO | GRANDE |
|----------------|---------|-------|--------|
| QTDDE EMPRESAS | 14 | 5 | 1 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Na terceira pergunta foi identificado se as organizações pesquisadas possuem o setor de controladoria definido. Abaixo as repostas, porém, na maioria das respostas, por ser empresas pequenas ainda não tem o setor definido.

Quadro 4 – Se as empresas pesquisadas possuem setor de controladoria definido

| Na organização, o setor controladoria está bem definido? | Sim | Não |
|--|-----|-----|
| | 1 | 19 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Nesta quarta questão, procura-se identificar se a posição do *controller* está em posição de *staff* e caso não esteja, onde se encontra. A quantidade de empresas que possuem controladoria ainda é pequena, então, por não possuir *controller*, a parte competente cabe aos gerentes, que estão abaixo da direção:

Quadro 5 – Posição do *controller staff*

| A posição do <i>controller</i> está em posição de <i>staff</i> | SIM | NAO |
|--|-----|-----|
| | 1 | 19 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Quadro 6 – Posição que se encontra

| Caso não, qual posição se encontra | Gerência |
|------------------------------------|----------|
| | 19 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Ao se questionar se a organização existe um setor de controladoria estruturado, a maioria das respostas foi não, pois, por serem empresas pequenas não possuem o setor definido.

Quadro 7 – Setor de controladoria está estruturado

| | | |
|---|--------|------------|
| A organização possui setor de controladoria estruturado | Possui | Não Possui |
| | 1 | 19 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Na questão onde é para ordenar por grau de importância quais as funções exercidas pelo *controller* na organização temos os resultados expressos no quadro 8.

Quadro 8 – Funções exercidas pelo *controller*

| | | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--|-----------|------------------------|-------------------------|--|
| Funções do controller | Elaboração de relatórios | Planejamento e controles orçamentários | Auditoria | Estudos de viabilidade | Planejamento tributário | Acompanhamento de fechamento contábil. |
| Grau de importância | 100% | 90% | 85% | 80% | 78% | 70% |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Para os pesquisados, a formação ideal do *controller* é a graduação em Ciências Contábeis.

Quadro 9 – Formação ideal *controller*

| | | | | | |
|----------------------------|--------------------|---------------|---------|------------------------|-----------------|
| Formação <i>controller</i> | Ciências Contábeis | Administração | Direito | Engenharia de Produção | Outros |
| Respondente | 20 | 0 | 0 | 0 | Especializações |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Salientam também que além dessa formação é necessário se especializar na área de controladoria e conhecer um pouco de cada área envolvida, principalmente, Economia, Direito.

Foi questionado se na organização há setor de controladoria definido, como seus controles internos são feitos. A resposta segue.

Quadro 10 – Setor de controladoria definido

| | | |
|---|-----|--|
| Na organização há o setor de controladoria definido | Sim | Não |
| Como são feitos os controles internos | - | São feitos por meio de sistemas integrados e relatórios mensais. |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Por serem empresas de pequeno a médio porte e não possuírem o setor de

controladoria bem definido, cada setor tem seu gerente e fica responsável por ele. Abaixo retorno se eles prestam contas periodicamente de desempenho da área.

Quadro 11 – Se as empresas prestam contas periodicamente

| Prestam contas periodicamente | Sim | Não |
|-------------------------------|-----|-----|
| % respostas | 100 | 0 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Por ser empresas de pequeno, médio porte e não possuírem o setor de controladoria, todos os responsáveis pelo setor prestam conta semestralmente ao diretor da empresa.

Foi evidenciado por ordem de prioridade quais os controles internos mais utilizados nas organizações. Segue sequência considerada importante.

Quadro 12 – Controles internos mais utilizados

| Controles internos mais utilizados | Relatórios operacionais | Análise estatística | Sistema operacional | Sistemas de orçamentos | Planejamento estratégico |
|------------------------------------|-------------------------|---------------------|---------------------|------------------------|--------------------------|
| % respostas | 100 | 95 | 90 | 90 | 85 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

Quanto aos principais objetivos de ter um bom controle interno na organização. As repostas estão expressas no quadro 13.

Quadro 13 – Objetivos para um bom controle interno

| Principais objetivos | Obter informações adequadas, confiáveis e de qualidade para tomada de decisões. | Acompanhar e assegurar os princípios da empresa | Prevenir erros e fraudes | Assegurar a legitimidade das informações |
|----------------------|---|---|--------------------------|--|
| Grau de objetivos % | 100 | 95 | 95 | 90 |

Fonte: Dados de pesquisa (2016).

As empresas pesquisadas são da cidade de Orleans, todas voltadas à fabricação de produtos do segmento de plásticos. No momento de retorno do questionário, algumas empresas mencionaram a importância de haver um setor de

controladoria ou o *controller* que possa efetuar relatórios e estar sempre atento às mudanças do cenário econômico. Por serem empresas de pequeno a médio porte, em sua maioria, a parte contábil é feita por empresas terceirizadas. Seus controles internos são feitos por meio de sistemas integrados e seus relatórios geralmente são feitos com planilhas paralelas.

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi avaliar como está estruturado o setor de controladoria e controles internos nas empresas de fabricação no segmento de plástico da cidade de Orleans. Os dados foram coletados por meio de questionário aplicado em todas as empresas do ramo.

Na competitividade dos dias de hoje, as empresas buscam cada vez mais investir em controles, sendo por meio de um setor responsável ou somente com controles internos. Sabe-se que a controladoria nem sempre é responsável pelos resultados, mas tem, entre outras atribuições, ajudar nas tomadas de decisões.

Essa pesquisa permitiu verificar como a controladoria ou os controles internos estão estruturados nas organizações de Orleans, quais são as funções do *controller*, qual seu papel na organização e qual a característica da função da controladoria na organização. A estrutura das organizações de Orleans, ainda são de pequeno a médio porte e não estão estruturadas para haver um setor de controladoria. Em alguns casos, onde o setor de controladoria não está definido, são os controles internos que são explorados para obter-se informações necessárias.

Ao fato de ser a maioria das empresas serem de pequeno e médio porte, a controladoria não está definida, mas os controles feitos pelos gestores de cada setor repassam informações necessárias para o diretor tomar decisões. Assim, pode-se afirmar que, mesmo não havendo o setor de controladoria definido, as organizações precisam buscar informações junto à contabilidade e apresentar seus resultados por setores, assim auxiliando a tomada de decisão dos gestores.

Referências

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Auditoria**: um curso moderno e completo. São Paulo: Atlas, 1996.

ANDRADE, Armando. **Eficácia, eficiência e economicidade**: como atingi-las através de adequados sistemas de controles internos. São Paulo:1999

- ATTIE, William. **Auditoria interna**. SÃO PAULO: Atlas, 2012. 281p
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Auditoria contábil: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 3.ed São Paulo: Atlas, 2004. 322 p
- FREZATTI, Fábio. **Controle gerencial: uma abordagem da contabilidade gerencial no contexto econômico, comportamental e sociológico**. São Paulo: Atlas, 2009.
- HECKERT, J. Brooks & WILSON, James D. **Controllership**. Nova York: Ronald Press, 1963v
- KANITZ, Stephen C. **Controladoria: Teoria e Estudo de Casos**. São Paulo: Pioneira, 1976.
- MIGLIAVACCA, Paulo. **Controles Internos nas Organizações**. 2ª Ed. São Paulo: Edicta, 2004.
- MORANTE, Antonio Salvador; JORGE, Fauzi Timaco. **Controladoria: análise financeira, planejamento e controle orçamentário**. São Paulo: Atlas, 2008. 164p
- MOSIMANN, Clara Pellegrinello; FISCH, Sílvio. **Controladoria: seu papel na administração de empresas**. 2. ed. Santo André, SP: Atlas, 1999. 137 p.
- NASCIMENTO, Auster Moreira; REGINATO, Luciane. **Controladoria: Um enfoque na eficácia organizacional**. São Paulo: Atlas S.A., 2009
- OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JR., José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria estratégica: textos e casos práticos com solução**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 354 p.
- OLIVEIRA, Luís Martins de; PEREZ JÚNIOR, José Hernandez; SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Controladoria estratégica**. São Paulo: Atlas, 2002
- PADOVEZE, Clovis Luis. **Controladoria avançada**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 326 p.
- SÁ, Carlos Alexandre. **Fluxo de caixa: a visão da tesouraria e da controladoria**. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014. 319 p.
- SCHMIDT, Paulo, SANTOS, José L. **Fundamentos de Controladoria**. São Paulo: Atlas, 2006. 277p
- SOUZA, Luiz Carlos de. **Controladoria aplicada aos pequenos negócios**. Curitiba: Juruá, 2009. 145p. (broch.)

Dados para contato:**Autor:** Miriam Aparecida Silveira Mazzuco**E-mail:** miriam.asilveira@gmail.com

CONTROLE DO ESTOQUE DE EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO INDIVIDUAL

Gestão e estratégia das organizações

**Gabriela Longo Silvestre¹; Rovânio Bussolo¹; Jean Bussolo Antunes²;
Andreza Baschiroto Soethe¹**

1. UNIBAVE; 2. Empresa Juliplast

Resumo: O equipamento de proteção individual (EPI) é de uso obrigatório pelo funcionário, dentro de uma organização fabril. O seu controle é primordial, para que não haja itens faltantes. O objetivo desse estudo foi definido como, investigar o processo de controle de estoques de EPI em uma organização. A metodologia utilizada foi um estudo de caso com método exploratório e abordagem qualitativa. Dessa forma, o presente trabalho consistiu no desenvolvimento de um controle realizado por meio de planilhas eletrônicas de Excel. Por meio desse controle foi possível controlar as entradas e saídas do produto e a quantidade existente no estoque.

Palavras-chave: Equipamento de proteção individual. Controle de estoque. Ferramentas de controle.

Introdução

As empresas estão sempre procurando melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, além de focar na redução de custos. Tais ações têm como objetivo, atingir um diferencial competitivo, que garanta critérios ganhadores de pedidos. Para atingir esse patamar, se faz necessário uma melhoria dos processos administrativos, com a revisão de alguns conceitos. (RODRIGUES; FERNANDES, 2008)

O ramo da reciclagem de plástico, assim como em outras áreas, é necessário que haja uma constante atualização nos processos de gestão, pois, se trata do futuro da organização, e reflete em nosso país. Sendo assim, se faz necessário que as empresas adotem novas estruturas em sua organização e façam investimentos em controles fabris.

Para auferir melhores resultados, tais ações devem ser complementadas por meio de uma boa administração de seus recursos. E entre vários fatores, está a gestão do estoque, que é um dos fatores importantes dentro dessa organização. (RODRIGUES; FERNANDES, 2008)

De acordo com Almeida e Lucena (2006), a gestão de estoque é de fundamental importância, uma vez que os estoques absorvem parte do orçamento operacional da organização e como não agregam valores aos produtos, quanto menor o nível dos estoques sobre os quais um sistema produtivo conseguir operar, mais eficiente ele será.

Como se percebe em contato com os proprietários das empresas em geral, onde muitas vezes processos de controle em itens, que não arrecadam valores financeiros diretos, acabam por não terem um olhar imediato, e isso pode fazer a diferença no processo. Sendo assim, levantamos a questão: será que há um controle de EPI's na empresa? Uma hipótese levantada, é que a empresa estudada não está fazendo o controle correto do estoque de EPI (equipamento de proteção individual), outra possibilidade, é de que esse controle é exercido, porém, não de uma forma ideal.

O controle de EPI é um controle de extrema importância dentro de uma organização, pois, por meio desse controle, sabem-se quantas unidades se possui em estoque. Com o controle é possível saber também as entradas e saídas de cada material e a quantidade certa a comprar, evitando desperdícios.

Diante disso, esse trabalho tem como objetivo geral, investigar o processo de controle de estoques de EPI em uma organização, para que se tenha um bom desempenho no processo de produtivo. Para atingir o objetivo proposto, definiu-se como objetivos específicos: (I) verificar o controle de estoque do EPI existente, (II) identificar as principais ferramentas de controle de EPI's e (III) sugerir uma nova ferramenta para o controle de estoque.

O presente trabalho foi desenvolvido em uma empresa de pequeno porte da área de reciclagem de plásticos, que esta localizada na cidade de Pedras Grandes, em Santa Catarina. Os produtos dessa empresa são destinados a indústrias cerâmicas de pisos e porcelanatos.

Estoques

De acordo com Garcia *et al* (2006, p. 9), "o conceito de estoque é possivelmente claro para todos. Desde o começo de sua história, a humanidade tem usado estoques de diferentes recursos, como alimentos e ferramentas, para apoiar sua sobrevivência e desenvolvimento".

Taboada *et al* (2011, p. 99) enfatiza que “a partir do momento que um produto é adquirido além da quantidade necessária ao seu consumo, à empresa passa a formar estoque”.

Chiavenato (2005) revisa o conceito de estoque, relatando que é a composição dos materiais que existem em função de necessidades futuras, mas que não são utilizados em determinado momento.

Como podemos perceber, os estoques devem ser bem administrados, pois, eles estão diretamente relacionados a processos produtivos em uma organização, e a necessidade de seu controle torna-se inevitável.

Controle de Estoques

Segundo Ballou (2011), o controle de estoques traz vários avanços para as organizações, como: melhorias no nível de serviço, economias de escala nas compras e produção, protegem a empresa de incertezas com a demanda, servem também como segurança.

De acordo com Dias (1995), a função da administração de estoques é maximizar as vendas e ajustar o planejamento da produção, minimizando o capital investido em estoques, pois, estes interferem diretamente no custo do produto, fazendo com que os custos financeiros também aumentem.

Ferramentas utilizadas para controle de estoque

Dias (1995), destaca que a tarefa de dimensionar e controlar o estoque, é importante e preocupante, pois, reduzir estoques sem afetar o processo, é um dos principais desafios para as empresas em época de escassez de recursos.

O autor acima apresenta algumas das ferramentas utilizadas para o controle do estoque, dentre elas citamos, kanban, Microsoft Excel, *just in time*, as quais passamos, a apresentar com mais detalhes sua utilidade.

Kanban

Para Ohno (1997, p. 48) “o Kanban é uma força poderosa para reduzir mão-de-obra e estoques, eliminar produtos defeituosos, e impedir a recorrência de panes”.

Moura (1989, p. 27), afirma que: "kanban é um método que reduz o tempo de espera, diminuindo o estoque, melhorando a produtividade e interligando todas as operações em um fluxo uniforme ininterrupto".

De acordo com Oakland (2007), Kanban é uma palavra japonesa que significa “registro visível”; no Ocidente, é interpretada como um cartão que sinaliza a necessidade de entregar ou produzir mais peças ou componentes. Vários tipos de cartões de registro são usados para fabricar mais peças num sistema programado, como por exemplo, os cartões coloridos, (verde, amarelo, vermelho). Sabe-se que o cartão verde ainda se tem o estoque suficiente, o cartão amarelo já deve-se produzir ou comprar, dependendo da situação em que esta se utilizando, e o cartão vermelho indica que o produto já chegou ao estoque de segurança, então, uma nova remessa já deve estar sendo produzida, para repor-lhes.

O conceito de Kanban para Moura (1989, p. 25), “é uma técnica de gestão de materiais e de produção no momento exato (*Just in Time*), que é controlado através do movimento do cartão (Kanban)”.

Podemos perceber na fala dos autores que o kanban, é um controle de fácil utilização e traz bom resultado para a empresa, Moura (1989, p. 25) complementa, dizendo que “é um sistema simples de autocontrole a nível de fábrica, independente de gestões paralelas e controles computacionais”.

Microsoft Excel

Segundo Andrade (2002), “com a expansão da informática, as planilhas eletrônicas despertaram grande interesse. Por sua facilidade de uso e suprema utilidade, programas como o Excel fizeram, e fazem, muito sucesso”.

Essas planilhas oferecem um grande apoio na tomada de decisões, devido ao grande número de recursos que possui, esses permitem a visualização de tendências de aumento ou diminuição, quando existem de modo claro, ou por meio de regras de decisão, com a utilização de funções lógicas, complementam Boghi e Shitsuka (2005).

De acordo com Boghi e Shitsuka (2005, p. 29), “As planilhas eletrônicas são ferramentas poderosas de apoio à decisão. Permitem a construção de sistemas e podem trabalhar em conjunto com outros sistemas”.

O Excel pode ser considerado um importante programa de computador usado no trabalho. Por meio desse programa, é possível criar vários modelos de planilhas de controles para as organizações.

Nesse estudo, a ferramenta utilizada para sugestão do novo controle de estoque foi o Microsoft Excel.

Just in time

Lustosa, et al (2008), relatam que a aplicação de algumas técnicas na produção japonesa, permitiu reduzir estoques em todos os níveis, incrementar a capacidade disponível em grandes investimentos adicionais, diminuir tempos de fabricação, melhorar a produtividade e a qualidade dos produtos fabricados, etc.

Segundo Lustosa, et al (2008, p. 26) “*Just in time* tem o objetivo de dispor da peça necessária, na quantidade necessária e no momento necessário, pois qualquer espera por falta de peças em uma linha de produção, ou excesso em estoque das mesmas, traduz-se em custos e desperdícios”.

Just in Time, é abordado por Vieira (2009, p. 47), destacando que: “é uma metodologia operacional que se fundamenta no princípio onde nenhum insumo deve chegar ao local em que foi requisitado sem que seja imediatamente utilizado, na quantidade certa, na qualidade certa e no momento exato de sua solicitação”.

De acordo com Lustosa, et al (2008), o *Just in time* significa no momento certo, ou seja, em tempo estabelecido para que não ocorram perdas em processo.

Inventário físico

Segundo Dias (2005), uma empresa deve ter uma estrutura de administração de materiais com políticas e procedimentos bem definidos, dessa maneira, uma das funções é a precisão nos registros de estoques, pois toda a movimentação do estoque deve ser registrada em documentos adequados.

De acordo com Rodrigues e Fernandes (2008), os inventários podem ser gerais e rotativos. Os inventários gerais são efetuados no final do exercício fiscal e abrangem todos os itens de estoque de uma só vez, já os rotativos, são as contagens efetuadas com maior frequência, estes darão melhores condições de análise das causas de ajustes, visando o melhor controle. Os inventários, são realizados ao longo do ano e cada empresa, faz a contagem de acordo com a sua necessidade, semanal, mensal ou trimestral.

Ponto de Pedido

Para Pozo (2009), o ponto de pedido é a quantidade que se tem em estoque, garantindo que o processo produtivo não seja interrompido, durante o tempo entre a compra e a chegada do novo lote de reposição.

O ponto de pedido acontece, quando seu estoque está quase terminando e é necessário fazer outro pedido, para repor esses materiais, a fim de que os mesmos, não falem nos armazéns para o consumo. Sendo assim, é estabelecido um nível mínimo de estoque, que quando atingido, dispara um alerta para que seja feito novo pedido.

Isso significa que, quando o item de estoque atinge seu ponto de pedido, deve-se fazer o ressurgimento do mesmo, colocando-se um pedido de compra.

Equipamentos de proteção individual - EPI's

De acordo com Melo (2011), considera-se equipamento de proteção individual (EPI) todo o dispositivo ou produto, de uso individual, utilizado pelo trabalhador, destinado à proteção de riscos suscetíveis de ameaçar a segurança e a saúde do trabalho.

Alves (2013, p. 09) menciona que, “o uso de EPI é uma exigência da legislação trabalhista brasileira por meio de suas Normas Regulamentadoras. Para EPI a Norma Regulamentadora é a NR 6, contida na Portaria 3.214/78 do Ministério do Trabalho”.

Ainda segundo Alves (2013, p. 15-16), “o EPI não evita os acidentes em si, mas protege o empregado quando o risco estiver ligado à função ou ao cargo do trabalhador e à exposição ao agente”.

Figura 1 - EPI's



Fonte: MC Parafusos e Ferramentas (2016).

Alves (2013) cita como exemplos de equipamentos de proteção individual, luvas, calçados, botas e botinas, aventais, capas, calças e blusas, óculos, cintos de segurança, máscaras, capacetes, gorros, capuz, cremes diversos. O autor complementa cada equipamento possui uma finalidade e um modo de ser utilizado, isso tudo depende da atividade que será desenvolvida na organização, onde o mesmo será utilizado, esse equipamento vem para proteger as pessoas que fazem uso dele.

Procedimentos Metodológicos

O método de pesquisa, escolhido para dar suporte a esse trabalho, foi o exploratório, e que segundo Severino (2007, p. 123), essa pesquisa “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto”.

Em relação ao procedimento adotado neste trabalho, optou-se pelo estudo de caso, que de acordo com Fonseca, (2007, p. 33), “a pesquisa de estudo de caso baseia-se na análise de um caso real e a sua relação com hipóteses, modelos e teorias existentes”.

A abordagem utilizada foi à qualitativa, que de acordo com Beuren (2014, p. 92), “a abordagem qualitativa visa destacar características não observadas por meio de um estudo quantitativo, haja vista a superficialidade deste último”.

A pesquisa foi realizada na empresa Juliplast, a mesma iniciou suas atividades no ano de 2000, localiza-se no sul do estado de Santa Catarina, e atua no ramo de injeção e extrusão de polímeros. Em seu processo fabril, utiliza em torno de 60 toneladas de matéria-prima mensal, esse tipo de matéria-prima vem de refugos “e aparas” de empresas, onde esta passa pelo processo de reciclagem.

O procedimento de coleta de dados para essa pesquisa foi a observação, isto é, como é feito na empresa para o controle de estoque de EPI, a partir disso, conversamos com os responsáveis pelo setor e definimos o ponto de pedido, com base na experiência do mesmo. Entendemos que existe um método para a definição desse número, porém, não é foco dessa pesquisa, definir isso, e sim, investigar o processo e propor um modelo eficiente de controle de estoque.

Resultados e Discussão

Nessa parte do trabalho, tratamos de apresentar as repostas encontradas, por meio da análise e interpretação dos resultados encontrados, para Marconi e Lakatos (2008, p. 169), essas duas são “atividades distintas, mas estreitamente relacionadas”.

Enquanto a análise “é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores”, a interpretação “é a atividade intelectual que procura dar significado mais amplo às respostas, vinculando-as a outros conhecimentos”, complementam Marconi e Lakatos (2008, p. 169-170).

Formas de controle de estoque dos EPI's na empresa

Em contato com a empresa pesquisada, foi realizado um acompanhamento do processo de controle de EPI's, nele constatamos que o procedimento adotado era um controle manual e ineficiente, pois, não apontava com precisão as entradas e saídas dos equipamentos e o saldo atual, quando estava no estoque mínimo, entre outras informações.

Essas ações podem deixar a empresa com dificuldades em exercer algumas atividades em seu dia a dia, atividades essas que necessitam deste equipamento.

Segundo Vasconcelos e Silva (2013, p. 11), “Muito se observa que as empresas têm a necessidade de manter a organização em seus estoques, assim, faz com que se torne de grande importância na realização de seus processos de informações e de análises de resultados pela empresa”.

O processo feito manualmente, não é objeto de que não é válido, porém, ele deve ser preciso, caso contrário, à organização poderá sofrer sanções previstas em lei, já que esse caso em estudo é o EPI, ou seja, um equipamento para proteger as pessoas, em determinados processos desenvolvidos na empresa.

Ferramenta sugerida para controle dos EPI's na empresa

Após esse acompanhamento na empresa, com as pessoas envolvidas no processo de controle de EPI's, sugeriu-se um novo modelo de controle, feito com o uso de planilhas de Microsoft Excel. Com esse software, é possível planilhar, e controlar os equipamentos em estudo, de maneira mais eficaz, e com uma melhor precisão dos dados, porém, sabemos que para isso, as planilhas de controles devem ser alimentadas pelas pessoas que são responsáveis pela execução, caso contrário, não será eficaz.

Primeiramente apresentamos a proposta de uma planilha de controle individual de estoque, essa planilha foi elaborada para cada item de EPI existente na empresa.

A seguir no quadro 1, apresentamos um modelo, na qual simulamos um acompanhamento de como deve ser o procedimento. O estoque mínimo definido para esse produto foi de 6 unidades.

Quadro 1 - Controle individual do EPI

| PROTETOR AURICULAR INTERNO | | | | |
|----------------------------|---------|-------|-------|-------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Data Movimento | Entrada | Saída | Saldo | Responsável pela movimentação |
| 01/mar | 30 | 2 | 28 | Xxxx xx Xxxxx |
| 14/mar | - | 1 | 27 | Xxxx Xxxxxx |
| 21/mar | - | 3 | 24 | Xxxxxx Xxxxxxx |
| 28/mar | - | 1 | 23 | Xxxxx Xxxxxxxxx |
| 28/mar | - | 2 | 21 | Xxxxxx xx Xxxxx |
| | | | | |

Fonte: Autores (2016)

O objetivo dessa tabela é controlar individualmente, cada EPI existente no controle gerencial de estoque mostrado no quadro 2. Este controle foi elaborado a partir da pesquisa na empresa, para cada EPI, porém, nesse trabalho apresento somente a tabela do item de EPI, “protetor auricular interno”, para facilitar o entendimento.

Nesta planilha foram separados em colunas: data do movimento, entrada, saída, saldo, e responsável pela movimentação, os quais são detalhados o que deve ser registrado, logo a seguir.

Na coluna 1, deve ser registrado a data que foi movimentado o estoque, seja de entrada ou saída de mercadorias.









Na coluna 2, deverá ser descrito a entrada de mercadorias, de acordo com o recebimento de cada item.

Na coluna 3, deverá ser apontada, a quantidade que saiu de cada item de mercadorias, de acordo com a necessidade de uso para o colaborador.

Na coluna 4, deverá ser registrado o saldo existente de cada item no estoque, de acordo com as entradas e saídas.

E por fim, na coluna 5, o responsável pela retirada do item, deverá assinar de acordo com a movimentação do estoque, pois, dessa forma terá um controle com segurança, evitando erros no estoque.

Quadro 2 - Controle gerencial do estoque de EPI

| CONTROLE DE EPI | | | |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Item | Quantidade em estoque | Ponto de pedido | Situação |
| Luva de látex | 3 | 2 |  |
| Luva de linho | 13 | 4 |  |
| Luva de pano | 5 | 5 |  |
| Mascara | 6 | 3 |  |
| Óculos | 2 | 2 |  |
| Prot. Auricular externo | 0 | 3 |  |
| Prot. Auricular interno | 21 | 6 |  |
| Sapato | 0 | 1 |  |

Fonte: Autores (2016)

Na planilha elaborada, foi separado em colunas: item, quantidade em estoque, ponto de pedido e situação, que se encontra o item atualmente.




Na coluna 1, estão todos os itens de EPI's que a empresa fornece aos seus colaboradores, e que devem ser mantidos 1 ou mais item em estoque.

Na coluna 2, está registrada a quantidade de itens no estoque que a empresa possui, essa coluna é atualizada automaticamente, desde que a planilha que controla cada item individualmente seja alimentada.

Na coluna 3, está descrito o ponto de pedido de cada item, ou seja, a quantidade em que deverá ser feito uma nova compra, para ressuprir o estoque mínimo, os dados do ponto de pedido de cada item foram fornecidos pelo gestor da empresa, por meio de cálculos do ponto de pedido.

E por último na coluna 4, está a situação de cada item, os itens que na situação estão na cor verde indicam que não tem a necessidade de se fazer um pedido de compra, pois ainda possuem em estoque, os itens em situação de cor azul, indicam que tem a necessidade de fazer um novo pedido, e os itens que na situação encontra-se em vermelho, já estão abaixo do ponto de pedido, aguardando a chegada de novos itens. Segue abaixo tabela como ilustração.

Tabela 1 - Legenda do controle de EPI

| Itens | Cor |
|------------------------|---|
| Em consumo |  |
| Fazer pedido |  |
| Aguardando novos itens |  |

Fonte: Autores (2016)

O uso desse novo controle é feito da seguinte forma: todos os dados são coletados pela planilha individual de estoque como mostrado no quadro 1, e por meio disso, é feito o controle gerencial do estoque onde estão alocados todos os itens.

Para um controle mais exato sugere-se também, que a empresa faça o inventário do estoque ao final de um período determinado, pois dessa forma obterá melhores resultados.

Considerações Finais

Ao finalizar esse estudo, foi possível verificar a importância da gestão de controle de estoques. Levantar dados, organizá-los e planejá-los é vital para o sucesso em uma organização.

Na realização desse trabalho, observamos como é o processo de controle de estoque de EPI na empresa, e a partir desses dados obtidos propomos melhorias no processo, com um novo sistema de controle mais eficiente.

A utilização de ferramentas auxiliares como o Microsoft Excel, tem importância em melhorias, redução de custos, e controle de entradas e saídas da organização. As planilhas eletrônicas em Excel têm um papel importante dentro de pequenas empresas, pois podem controlar de forma precisa e trazer informações relevantes para a tomada de decisões.

Antes da sugestão do novo controle de estoques, a empresa fazia a contagem manualmente onde perdia tempo para isso. Após a sugestão do novo modelo, ficou muito mais fácil controlar as entradas e saídas dos equipamentos de proteção individual.

O objetivo deste trabalho foi atingido, uma vez que um novo controle de estoques de EPI para a empresa foi sugerido, conforme demonstrado no trabalho. Desta forma, sugere-se a empresa que faça uso desse modelo, pois, será importante,

uma vez que o processo trará retorno de tempo e dinheiro para a organização. Por meio desse novo controle a empresa reduzirá custos, nas compras de EPI, pois saberá a quantidade exata para suprir suas necessidades.

Como continuidade no processo, deixamos registrado que o ponto de pedido é um fator que deve ser levado em consideração para um bom andamento da empresa, e que nesse trabalho não era foco da pesquisa. Sendo assim, a empresa deve verificar isso por meio da metodologia própria para esse fim.

Os processos de modo em geral, são elaborados para melhorar o desempenho da organização, porém, se as pessoas que alimentam do sistema, não alimentarem de forma adequada, o gestor irá tomar decisões imprecisas, então, um bom dialogo entre os envolvidos no processo é necessário.

Referências

ALMEIDA, D.; LUCENA, M. **Gestão de estoques na cadeia de suprimentos. Revista Ecco.** Revista da Faculdade de Economia e Ciências Contábeis da Universidade Metodista de São Paulo: 2006.

ALVES, Teresa C. **Manual de equipamento de proteção individual.** São Paulo: Embrapa Pecuária sudeste, 2013.

ANDRADE, Fernando. **Excel para todos.** São Paulo: Nobel, 2002.

BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial: transportes, administração de materiais, distribuição física.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BEUREN, Ilse Maria (Org.); BEUREN, Ilse Maria et al. (). **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática.** 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

BOGHI, Cláudio; SHITSUKA, Ricardo. **Aplicações Práticas com Microsoft Office Excel 2003 e Solver: Ferramentas Computacionais para a Tomada de Decisão.** 1. ed. São Paulo: Érica, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de produção: uma abordagem introdutória.** 7 ed. Reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais.** São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FERRAMENTAS, Mc Parafusos e. **EPIS Proteção Individual.** 2016. Disponível em: <<http://mcparafusoseferramentas.com.br/epis-protexao-individual/>>. Acesso em: 15 maio 2016.

FONSECA, Regina Célia Veiga da. **Como elaborar projetos de pesquisa e monografias: guia prático**. Curitiba, PR: Imprensa Oficial, 2007.

GARCIA, Eduardo Saggioro; et al. **Gestão de Estoques: Otimizando a logística e a cadeia de suprimentos**. 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers serviços editoriais, 2006.

LUSTOSA, Leonardo et al. **Planejamento e controle da produção**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MELO, Maria Bernadete. **Higiene e segurança do trabalho**. São Paulo: Elsevier, 2011.

MOURA, Reinaldo A. **A simplicidade do controle de produção**. 3.ed. São Paulo: IMAN, 1989.

OAKLAND, John S. **Gerenciamento da Qualidade total**. São Paulo: Nobel, 2007.

OHNO, Taiichi. **O sistema toyota de produção: além da produção em larga escala**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

POZO, Hamilton. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

RODRIGUES, Rita de Cássia; FERNANDES, Luiz Antônio. Implantação de um sistema de controle de estoques em uma empresa de pequeno porte: um estudo de caso em uma tecelagem do interior de São Paulo. In: SEGET – SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 6., 2009, Resende, Rj. **VI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende, Rj: Dom Bosco, 2009. p. 1 - 12. Disponível em:

<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/122_122_Implantacao_de_um_sistema_de.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo, SP: Cortez, 2007.

TABOADA, Carlos; et al. **Planejamento de cenários logísticos**. Curitiba, PR: IESDE Brasil, 2011.

VASCONCELOS, Anna Paula; SILVA, Maria Celis. Reestruturação da gestão de estoques em uma empresa de pequeno porte. Belém, 1-68, 2013. Disponível em:< <http://www.unama.br/graduacao/engenharia-deproducao/pdf/2013>>. Acesso em: 21 junho 2016.

VIEIRA, Hélio F. **Gestão de Estoques e operações industriais**. Curitiba, PR: IESDE, 2009.

Dados para contato: Autor: Rovânio Bussolo; **E-mail:** rovaniob@gmail.com

CONVERGÊNCIAS ENTRE SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA ANÁLISE DAS PUBLICAÇÕES BRASILEIRAS EM UMA BASE DE DADOS

Responsabilidade social no contexto das organizações

Camila Machado Bardini¹; Mariana Pereira Westrup¹; Maristela Quartiero De Faveri¹; Melissa Watanabe¹

¹.Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC

Resumo: Mudanças tornam a sustentabilidade e a responsabilidade social um desafio a ser trabalhado. Este trabalho teve como objetivo observar de que maneira os artigos brasileiros relacionados com sustentabilidade e responsabilidade social aparecem na base de dados Scielo®. Após análise, foram encontrados 12 artigos das mais diversas áreas do conhecimento. A pesquisa possui abordagem qualitativa, a estratégia utilizada foi a bibliométrica, e os objetivos foram exploratório e descritivo. Como resultado observou-se que nas distintas formas de negócio, compreende-se ações tangíveis, a fim de impor uma nova postura sustentável das empresas, frente à uma sociedade cada vez mais informada.

Palavras-chave: Impacto social. Tripé da sustentabilidade. Desenvolvimento sustentável.

Introdução

Os termos Sustentabilidade e Responsabilidade Social são temas presentes no âmbito empresarial e emergentes no ambiente acadêmico. De acordo com Basetto (2010), o momento econômico o qual vive-se reflete uma nova realidade de mercado. Mercado este que se preocupa em apresentar estruturas de produção e consumo centradas em um objetivo comum, que propõe o anseio de satisfazer às necessidades de demandas de consumo da sociedade sem comprometer o futuro das próximas gerações, característica que está inerente ao desenvolvimento sustentável. O compromisso que estas organizações se encarregam perante à coletividade se dá por meio de suas atitudes concentradas no bem-estar social. Destaca-se a responsabilidade social como parte significativa no que tange o papel das organizações na sociedade em que estão inseridas.

Neste sentido, a sustentabilidade e a responsabilidade social passam a ser grandes desafios das empresas, as quais buscam utilizar estratégias pontuais que as caracterizem integradas nesse ambiente. Dadas as suas relevâncias para a contemporaneidade, surge a necessidade do estudo de como esses termos vem sendo abordados conjuntamente no Brasil.

Durante a década de 80, a partir de uma conscientização acerca do processo de redução de impactos ambientais resultantes das ações das organizações, surgiu o termo sustentabilidade (BASETTO, 2010).

Vale ressaltar que mudanças no mundo dos negócios estão ocorrendo e a sociedade está cada vez mais preocupada e observadora dos impactos que a produção e os serviços ocasionam no meio em que se vive. Exemplos como a utilização de produtos com base biológica (bioprodutos), redução de resíduos e dióxido de carbono (pegada de carbono), reciclagem, dentre outros, estão cada vez mais na pauta das empresas focadas no mercado (SENGE et al., 2008). Desta forma, buscar o tripé da sustentabilidade (econômico, social e ambiental) podem ser consideradas condições *sine qua non* para tornar-se *player* no mundo global corporativo.

Assim, o presente trabalho busca observar de que maneira os artigos brasileiros relacionados concomitantemente com sustentabilidade e responsabilidade social evidenciam-se em uma base de dados científica selecionada.

O trabalho está composto por introdução, e referencial teórico no que tange responsabilidade social e sustentabilidade. Após foi abordado os resultados e discussões seguidas pelas considerações finais.

Responsabilidade Social

Fundamentando o conceito de responsabilidade social, Bicalho (2003) inicia relatando que o início da sapiência de responsabilidade social ocorreu por volta dos anos 50 nos EUA, e por volta dos anos 60 na Europa. Oliveira (1984) completa afirmando que responsabilidade social nada mais é que contribuir de alguma forma com a sociedade, atingindo as metas impostas validando valores, normas e suas expectativas.

A responsabilidade social também está inserida no meio empresarial, sendo uma maneira assertiva de comandar os negócios, tendo responsabilidade pelo desenvolvimento e sucesso da organização. Uma empresa que tem responsabilidade

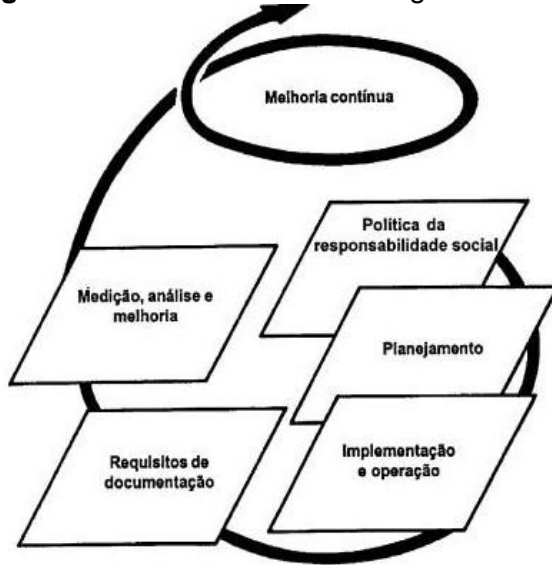
social deve ter a habilidade de estar apta a compreender os diferentes contextos que a compõe, aplicando estes em sua programação de tarefas e suprindo as demandas constatadas (ETHOS, 2002).

Segundo o Instituto brasileiro de defesa do consumidor - IDEC, a responsabilidade social deve ser a sustentação de uma empresa, se tornando mais do que simplesmente trabalhos sociais e filantrópicos, mas abrangendo também a conscientização com os impactos gerados desde as pessoas, até o meio ambiente, no qual inclui a postura imposta diante da solução de problemas (IDEC, 2004). O Instituto Ethos (2002) complementa que a filantropia, que é representada pela atitude de ajudar o próximo, se dá por meio da realização de ações sociais com diversas formas de aplicação, tendo como objeto principal favorecer a comunidade em geral. Já a responsabilidade social tem um enfoque predominante na área dos negócios e do lado empresarial, tendo que compreender desde as necessidades, até a demanda e como conduzir esse elemento.

Bowen (1947) relata que a responsabilidade social é importante para o sucesso da vida econômica, no qual os empresários podem favorecer esse meio mediante de suas decisões, impedindo que o Estado controle totalmente a vida econômica. Reis e Pinheiro (2011 p.5) revelam que: “Os cuidados com a segurança e a saúde do trabalhador, além da minimização dos impactos negativos ao meio ambiente são prioridades para as instituições que levam em consideração a responsabilidade social no desenvolvimento de suas ações. ”

A Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, ainda determina por meio de normativa denominada NBR 16001, que cada vez mais ocorre a elevação da importância de itens relacionados a ética, aos direitos e deveres dos cidadãos, a economia, a sustentabilidade e integração social. Dessa forma, nota-se como diversas organizações se importam com as questões ambientais, buscando melhorar seu desempenho, diminuindo o impacto ambiental e visando alcançar seus objetivos com responsabilidade social. Para que conquistem a eficácia da responsabilidade social, deve-se seguir uma sistemática de gestão que foi desenvolvida de forma estruturada, podendo aplicá-la em diversos âmbitos. A seguir, na figura 1 é ilustrado a fundamentação dessa sistemática, a qual observa que é uma espiral crescente e trabalha desde os níveis operacionais, planejamento e mensuração que visem à melhoria contínua dos processos.

Figura 1 - Modelo do sistema da gestão da responsabilidade social



Fonte: ABNT (2004).

Desta forma a ABNT estabelece o conceito de responsabilidade social relacionado com o desenvolvimento sustentável, no qual foi criado pela Comissão Brundtland e admitido pela ONU por volta dos anos 90 no Rio de Janeiro. Diversas práticas do conceito de responsabilidade social estão relacionadas a sustentabilidade e conseqüentemente ao tripé da sustentabilidade, o chamado *triple bottom line*. Compreende-se assim, que a responsabilidade social e a sustentabilidade não possuem a mesma definição, porém possuem forte correlação e para melhor compreensão no presente contexto aborda-se-á a seguir sobre sustentabilidade e seus elementos.

Sustentabilidade

O conceito de sustentabilidade ambiental é tido como uma expressão que se refere às condições seguras do ecossistema mundial e menciona que as atividades humanas não devem operar de forma prejudicial aos ciclos naturais. Além dessa premissa física, dispõe-se também de um item ético significativo que se dá pela equidade, onde o desenvolvimento sustentável permite que a humanidade supra às necessidades da geração atual sem comprometer as gerações futuras (MANZINI; VEZZOLI, 2002). Conceito esse elaborado e trabalhado pela Comissão Mundial sobre o meio ambiente e desenvolvimento, no Relatório das Nações Unidas chamado "*Our Common Futures*", sendo ele o primeiro conceito supranacional do termo Desenvolvimento Sustentável definido como "a capacidade de suprir as necessidades

da geração presente, sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas" (BRUNDTLAND, p.24, 1987).

Nascimento et al. (2008) observam que o ecossistema natural é de grande relevância, pois o meio ambiente e a riqueza que o constitui dispõe de fatores de produção que são a terra, o capital e o trabalho, em que todos dependem dos recursos naturais para sobrevivência. Dessa forma, nota-se que o ecossistema natural disponibiliza diversos recursos para utilização, que podem ser afetados ou não, dependendo do desenvolvimento do produto específico que será realizado.

Já Boks (2005) afirma que apesar de a temática ambientalista já ter quase 100 anos, foi só a partir dos anos 90 que ela vem sendo estudada e argumentada. Desse modo, é notável que atualmente encontra-se um número grande de ideias, ferramentas, métodos e todo tipo de informação e conhecimento, tanto na área dos negócios quanto no ramo científico. Posteriormente, a partir de conhecimentos estruturados, numerosos outros projetos foram e continuam sendo executados e investidos, focando nas questões ambientais e direcionados também no desenvolvimento de produtos.

Assim, após propagar a importância do ambiente natural visa-se a aplicação de uma gestão socioambiental estratégica perante a disponibilização dos recursos naturais e o desenvolvimento de produtos que são obtidos a partir disso. Essa gestão é fundamentada e aplicada no decorrer do processo planejando, organizando, dirigindo e controlando este, buscando assim, alcançar seu objetivo da maneira mais sustentável possível (NASCIMENTO; BENZKE, 2008).

Com base na descrição de sustentabilidade, percebe-se que é um objetivo que não foi completamente cumprido e muitas vezes ainda é incompreendido nos dias atuais, pois como muitos supõem, nem tudo que é a favor do meio ambiente ou que exibe melhorias para ele pode ser considerado sustentável. Para ser considerado assim, deve-se seguir requisitos como o desenvolvimento da constituição de fundamentos renováveis, o aprimoramento do emprego dos recursos não renováveis, não acumulação de lixo que o ecossistema tenha dificuldades de renaturalizar e operar de modo que os indivíduos de qualquer classe social possam aproveitar o espaço ambiental que são de seu direito (MANZINI; VEZZOLI, 2002).

Então, Almeida (2007) comenta que a elaboração de inovações que sejam sustentáveis instiga visões mundiais, confirma vínculos entre o desenvolvimento de inovações e a importância deste nos processos de produção, busca-se mais opções

de novas plataformas e também melhorias das existentes. A partir disso, estimula-se o empreendedorismo, proporciona-se negócios, mesmo que pequenos para ganhos de escala e desafia-se a criação de possíveis modelos de negócios para ter uma perspectiva de futuro melhor.

Por outro lado, a funcionalidade característica do produto e o setor econômico possuem grande prioridade no processo, pois sem consumidores que tenham necessidade dos produtos e condições para pagar por eles, as empresas não obterão lucro, conseqüentemente não conseguem sua sustentação no mercado. Quando um processo é sustentável, pode ser realizada uma e outra vez, sem efeitos ambientais negativos ou altos custos para os envolvidos (SENGE et al., 2008).

Assim, mesmo fundamentando muito bem as questões ambientais, abordando sua relevância e justificando sua aplicação nos produtos, ainda torna-se insuficiente para que as empresas sustentem os negócios, se priorizarem somente este item. Isso representa, o equilíbrio de requisitos que deve conter no processo de desenvolvimento de produtos, no qual a mesma importância atribuída para os itens ambientais deve estar igualmente equilibrada com os itens técnicos e socioeconômicos (LUTTROP; LAGERSTEDT, 2006). Desta forma, o que se busca é um produto sustentável, que é desenvolvido, pensando na sua relação com o meio ambiente e seus reflexos diretos e conexões entre sistemas sociais, econômicos, ambientais e tecnológicos (GIANEZINI, et al., 2014; MANZINI; VEZZOLI, 2002).

Esses itens de equilíbrio aplicados para sustentação das empresas no desenvolvimento sustentável, são designados popularmente como *Triple Bottom Line* e exemplificado a seguir.

Triple Bottom Line

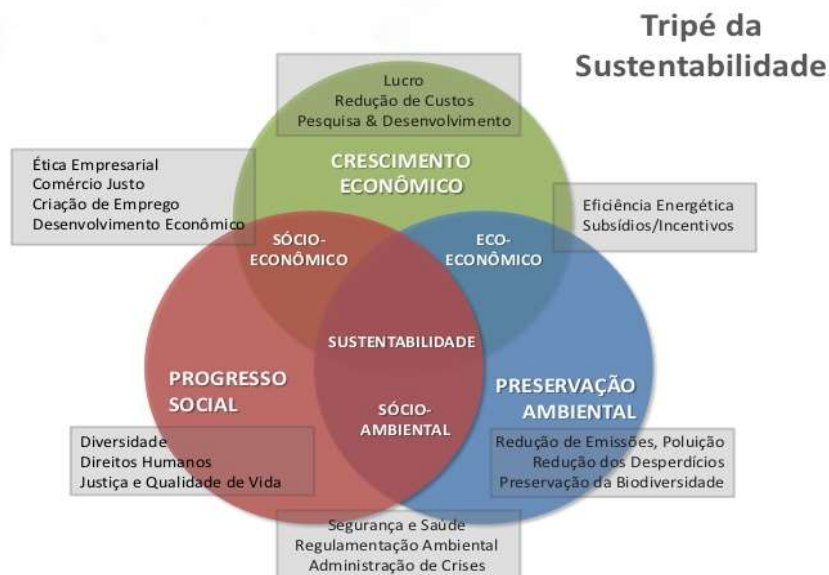
A definição de *Triple Bottom Line* ou 3P, foi dada por Elkington (1994) e deriva do inglês *People, Planet e Profit* que em português significa Pessoas, Planeta e Lucro. Exemplificando-os, é dado o conceito de cada um a seguir, no qual o Lucro refere-se a itens econômicos, que tem como finalidade o desenvolvimento de uma economia atrativa para os investidores e consumidores.

As questões do planeta referem-se às questões ambientais, cujo propósito se dá pelo desenvolvimento de produtos sem danos ambientais permanentes. E o terceiro item do tripé que está relacionado às pessoas, no qual protege o interesse da sociedade realizando operações justas. O *Triple Bottom Line* contribui de forma

positiva dentro das empresas no desenvolvimento sustentável de produtos, auxiliando e consequentemente fazendo com que ela seja sustentável no mercado.

Na figura 02 pode-se visualizar de forma mais clara como é subdividido o tripé da sustentabilidade. Observa-se que ao observar o tripé do crescimento econômico está elencado o lucro, redução de custo e pesquisa e desenvolvimento. Já no tripé da preservação ambiental, itens como redução de emissões, preservação da biodiversidade são apontados e no quesito do progresso social, observa-se direitos humanos, diversidade, dentre outros. Deve-se levar em conta que entre os elos há também interações dois a dois, como por exemplo: socioeconômico, ecoeconômico e socioambiental.

Figura 2 - Triple bottom line



Fonte: Gimenes (2012).

Assim, verifica-se que para tornar-se uma empresa sustentável não basta ser fiel apenas às questões ambientais no desenvolvimento de produtos, mas sim acoplar a este item elementos econômicos e sociais, que formam o tripé de sustentação para qualquer empresa (HART; MILSTEIN, 2004).

Procedimentos Metodológicos

A estratégia de pesquisa adotada foi a bibliométrica, com caráter exploratório e descritivo e abordagem qualitativa. Primeiramente determinou-se o tema a ser tratado

e posteriormente foi realizada uma revisão bibliográfica do assunto para compreender o contexto deste. Em um segundo momento, buscou-se artigos científicos brasileiros na base de dados Scielo® com as palavras-chaves “responsabilidade social” e “sustentabilidade”, que proporcionaram o entendimento de como esses termos vem sendo abordados conjuntamente hoje nas publicações brasileiras.

Posteriormente, os artigos foram selecionados utilizando o filtro “Brasil” e o idioma escolhido foi o “português”, e estes foram ordenados pelos mais citados. Essa ação resultou em 12 artigos produzidos entre os anos de 2010 e 2015, no qual é importante evidenciar a inexistência de trabalhos anteriores à primeira data e a carência de produção relativamente a esta temática. O objetivo deste trabalho se dá por meio da busca da compreensão da temática que obteve-se a partir da leitura em profundidade dos 12 trabalhos selecionados, que proporcionaram além do entendimento desse contexto nos últimos 6 anos, as discussões praticadas em torno deste conteúdo e a verificação da ligação e da pequena distinção entre os dois termos.

Resultados e Discussão

Com a busca realizada na base de dados Scielo®, com as palavras-chave “responsabilidade social” e “sustentabilidade” foram encontrados 12 artigos brasileiros que abordavam de alguma forma esses elementos, cuja interpretação de cada um deles, foi desenvolvida em uma síntese. O ordenamento se deu mediante ao número de citações existentes em cada um dos artigos, conforme pode ser observado nos procedimentos metodológicos. A seguir, a tabela 01 com a exemplificação dos artigos encontrados na base de dados seguidos de sua síntese.

O primeiro artigo, que tem como título “A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL” tem em seu contexto abordagens sobre o exercício da Responsabilidade Social e da Sustentabilidade Empresarial. Dessa forma, o principal propósito é revelar as prestações de contas da empresa em questão, conseguindo mostrar e comprovar os fatores positivos de uma gestão sustentável em uma organização pública.

Posteriormente o segundo artigo, também com objeto empírico em instituição pública, tem como título “Análise dos Resultados das Contratações Públicas Sustentáveis”, aborda a procura de novas soluções de realização tanto de compras como de contratações relacionadas com a sustentabilidade, no qual o presente

trabalho busca conseguir colaborar de alguma maneira a esta questão por meio da análise dos benefícios e dos resultados tanto das compras, como das contratações públicas sustentáveis realizadas entre os anos de 2010 e 2013 por Órgãos Federais do país. Desta forma, obteve-se como resultado neste material a existência da aplicação de itens sustentáveis que geram impactos positivos nas compras e contratações públicas.

Tabela 01 - Representação dos Artigos Encontrados

| TÍTULO | AUTORES | ANO | ESCOPO |
|--|--|------------|--|
| 1 - A Incorporação da Responsabilidade Social e Sustentabilidade: um estudo baseado no relatório da gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL. | Luci Ines Bassetto. | 2010 | Sustentabilidade; Responsabilidade Social; Relatório de Gestão. |
| 2 - Análise dos Resultados das Contratações Públicas Sustentáveis. | Verlany Souza Marinho de Biage; Luiz Roberto Calado. | 2015 | Compras; Contratações; Sustentabilidade. |
| 3 - Auto avaliação em uma Instituição Federal de Ensino Superior. | Cisne Zélia Teixeira Reis; Suely de Fátima Ramos Silveira; Marco Aurélio Marques Ferreira. | 2010 | Instituição Federal; Ensino Superior; Avaliação. |
| 4 - Da Filantropia ao Investimento Socialmente Responsável: novas distinções. | Marina de Souza Sartore. | 2012 | Responsabilidade Social Empresarial; Sustentabilidade Empresarial; Investimento. |
| 5 - Desafios e Perspectivas Futuras dos Hospitais Universitários no Brasil. | Sérgio Pinto Machado; Ricardo Kuchenbecker. | 2007 | Hospitais Universitários; Sustentabilidade Organizacional; Sistema de Saúde. |
| 6 - O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e os Impactos no Endividamento e na Percepção de Risco. | Evimael Alves Teixeira; Valcemiro Nossa; Bruno Funchal. | 2011 | Índice de Sustentabilidade Empresarial; Risco; Estatística. |
| 7 - Paradigmas ambientais nos relatos de sustentabilidade de organizações do setor de energia elétrica. | Sabrina Soares da Silva; Ricardo Pereira Reis; Robson Amâncio. | 2011 | Sustentabilidade; Impactos Ambientais; Organizações. |
| 8 - Reflexão Sobre um Modelo de Sistema | Silvana Silveira Kempfer. | 2010 | Enfermagem; Responsabilidade |

| | | | |
|---|--|------|--|
| Organizacional de Cuidado de Enfermagem Centrado nas Melhores Práticas. | | | Social; Sustentabilidade. |
| 9 - Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: entre o discurso e a evidência. | Marco Antonio Figueiredo Milani Filho. | 2008 | Responsabilidade Social; Finanças; Investimento. |
| 10 - Responsabilidade Social nas Organizações de Trabalho: Benevolência ou Culpa? | Maria de Lurdes; Costa Domingos. | 2007 | Responsabilidade Social; Sustentabilidade Social; Sistema de Produção. |
| 11 - Sistema Contábil para Gestão da Ecoeficiência Empresarial. | Cassio Luiz Velani; Maísa de Souza Ribeiro. | 2009 | Impacto Social; Desenvolvimento Sustentável; Meio Empresarial. |
| 12 - Vantagem Competitiva na Gestão Sustentável da Cadeia de Suprimentos: Um meta estudo. | Renata Peregrino de Brito; Patricia Calicchio Berardi. | 2010 | Índice de Sustentabilidade Empresarial; Risco; Estatística. |

Fonte: Autores (2016).

O terceiro objeto de estudo encontrado, cognominado por “Auto avaliação em uma Instituição Federal de Ensino Superior: Resultados e implicações”, mostra resultados de uma auto avaliação que foi realizada em um instituição federal de ensino superior, a qual possui como objetivo a constatação de implicações. Os resultados foram alcançados por meio de um questionário com perguntas relacionadas aos indivíduos pesquisados.

O quarto estudo, que tem denominação de “Da Filantropia ao Investimento Socialmente Responsável: novas distinções”, se refere às modificações do meio organizacional e das finanças, cujas transformações encontram-se visíveis com a prática da sustentabilidade empresarial. Desta forma, apresenta-se como resultado o desenvolvimento de uma cartografia da formação do meio social que se originou a partir da junção entre “a filantropia, o velho, o tradicional, o local *versus* o meio ambiente, o novo, o moderno e o global ou ainda, de um lado, as finanças e o investimento socialmente responsável *versus* a responsabilidade social empresarial e a sustentabilidade empresarial. ”

O quinto artigo, nomeado como “Desafios e Perspectivas Futuras dos Hospitais Universitários no Brasil”, aborda sobre os Hospitais Universitários no Brasil com o intuito de melhor compreensão sobre o tema abordado. Dessa forma, após a exemplificação desse conteúdo, analisa-se a necessidade de fortalecimento dos HU perante sua sustentabilidade organizacional, englobando itens de responsabilidade social à saneamento financeiro, qualidade de serviços entre outros. Os HU têm como objetivo gerar melhoria e bem-estar a comunidade, no qual eles dependem de ações políticas para isso.

O sexto artigo constatado, intitulado como “O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e os Impactos no Endividamento e na Percepção de Risco”, averiguou se os financiamentos das empresas são ou não são influenciados pelo ISE. Para melhor compreensão do contexto embasou-se princípios que mostram a possibilidade de solução na hora de realizar decisões certas em momentos incertos. Foi efetuada uma pesquisa com aproximadamente 400 empresas, no qual os resultados evidenciaram a responsabilidade social corporativa nas empresas, consequentemente expondo a importância das organizações com a sustentabilidade.

O sétimo trabalho analisado foi “Paradigmas Ambientais nos Relatos de Sustentabilidade de Organizações do Setor de Energia Elétrica”, procurou entender os parâmetros ambientais relacionados com a relevância do termo sustentabilidade dentro das organizações. Por meio de uma análise qualitativa descritiva, por método de interpretação de conteúdo de relatórios de sustentabilidade. O estudo mostrou que a sustentabilidade está relacionada com os aspectos de crescimento dentro das empresas, e tem por objetivo desempenhar o cumprimento da legislação ambiental e o fornecimento de bens e serviços que promovam a redução dos impactos ambientais.

O oitavo estudo, intitulado como “Reflexão Sobre um Modelo de Sistema Organizacional de Cuidado de Enfermagem Centrado nas Melhores Práticas”, procurou analisar as práticas de enfermagem, utilizando a responsabilidade social e a sustentabilidade como indicadores de desenvolvimento social e suportes das ações e práticas de gestão no setor de saúde. Visando o desenvolvimento de uma sociedade instituída em princípios de sustentabilidade e da vigência da evolução dos membros que a compõe.

O nono artigo, denominado por “Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: Entre o Discurso e a Evidenciação”, objetivou averiguar de que forma as empresas ditas como socialmente responsáveis, divulgam suas informações

financeiras acerca dos recursos gastos. O resultado da pesquisa mostrou quem nem todas as empresas que declaram realizar investimentos sociais, realmente o fazem, sendo que a maior parte das empresas não divulgam informações em relação às finanças sobre investimentos sociais.

De acordo com o décimo estudo, dado por “Responsabilidade Social nas Organizações de Trabalho: Benevolência ou Culpa? ”, a responsabilidade social está relacionada com práticas de uma nova postura das organizações, frente à uma sociedade repleta de adversidades. O presente trabalho mostrou que a responsabilidade social das empresas está correlacionada com a sustentabilidade social e é consequência dos impactos omitidos pelos sistemas de produção.

O penúltimo trabalho encontrado na base de dados, intitulado como “Sistema Contábil para Gestão da Ecoeficiência Empresarial”, demonstrou que o desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social corporativa e a sustentabilidade empresarial, são termos relevantes nos aspectos econômicos, sociais e ecológicos e que têm por objetivo a diminuição dos impactos ambientais resultantes das ações cotidianas dentro das organizações.

Por fim, o objetivo do último e décimo segundo trabalho constatado é “Vantagem Competitiva na Gestão Sustentável da Cadeia de Suprimentos: um meta estudo”, que investigou as estratégias socioambientais aplicadas à gestão da cadeia de suprimentos, como vantagem competitiva em um mercado onde os temas relacionados à responsabilidade social e sustentabilidade vêm se tornando cada vez mais presentes com a convergência na gestão de *stakeholders*.

Os trabalhos citados apontam a sustentabilidade e a responsabilidade social como temas divergentes entre si, mas que propõe um objetivo comum correlacionado ao bem-estar social e ambiental. O cenário econômico é representado por organizações preocupadas com os impactos causados pelas suas ações, que se mostram comprometidas e que buscam o equilíbrio para a sustentação das empresas no que tange o desenvolvimento sustentável. Desta forma, os temas abordados nos trabalhos mencionados destacam a sua presença, relevância e participação significativa no desenvolvimento socioeconômico da sociedade.

Considerações Finais

O presente estudo demonstrou que perante a relevância e a contemporaneidade dos termos sustentabilidade e responsabilidade social, há poucas publicações sobre os temas abordados.

De acordo com os 12 artigos encontrados na base de dados Scielo®, percebe-se que as pesquisas sobre os temas estão presentes em diversas áreas e setores, tornando congênere a preocupação com o meio ambiente, com os impactos causados e com as gerações futuras. Cabe salientar a existência de estudos nas mais variadas esferas como: área da saúde, área da educação, área da infraestrutura. Estes também podendo ser a partir de um estudo de caso específico ou multi-casos, bem como a partir de estudos teóricos relacionados à organização.

Porém ainda observa uma carência de estudos empíricos relacionados à estudos de casos em organizações privadas e que tenham sua área de atuação sistemas produtivos que apresentem impactos e/ou externalidades negativas significativas.

Desta forma, a sustentabilidade e a responsabilidade social são temas atuais e que fazem necessário o aprimoramento de estudos neste campo. Para estudos futuros sugere-se que a pesquisa seja realiza em outras bases de dados, assim como a análise das áreas das revistas científicas em que os artigos estão publicados e o fator de impacto.

Referências

ALMEIDA, F. **Os desafios da Sustentabilidade**: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT. **NBR 16001**: Responsabilidade Social - Sistema de Gestão - Requisitos. Rio de Janeiro, 2004a. 11 p.

BASETTO, L. I. A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia - COPEL. **Gestão & Produção**, v. 17, n. 3, p. 639-651, 2010.

BIAGE, V. S. M. de; CALADO, L. R. Análise dos resultados das contratações públicas sustentáveis. **Read. Revista Eletrônica de Administração**, [s.l.], v. 21, n. 3, p.601-621, dez. 2015.

BICALHO, A. et al. **Responsabilidade Social das Empresas e Comunicação**. Responsabilidade social das empresas. São Paulo: Peirópolis, 2003.

BOKS, C. The Soft side of Ecodesign. **Journal of Cleaner Production**, v.14, p. 1346-1356, 2006.

BOWEN, H. R. **Responsabilidades sociais do homem de negócios**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

BRITO, R. P. de; BERARDI, P. C. Vantagem competitiva na gestão sustentável da cadeia de suprimentos: um metaestudo. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 155-169, jun. 2010 .

BRUNDTLAND, G.H. **Our common future**: the world commission on environment and development. Oxford: Oxford University Press, 1987.

DOMINGOS, M. L. C. Responsabilidade social nas organizações de trabalho: benevolência ou culpa?. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 27, n. 1, p. 80-93, mar. 2007.

ELKINGTON, J. **Triple bottom line revolution**: reporting for the third millennium. Australian CPA, 1994.

ETHOS. **Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: Instituto Ethos, 2002.

GIANEZINI, M. et al. Sustainability and Market Orientation in the Brazilian Beef Chain. **Journal of Agricultural Science and Technology**, v. 4, p. 249-260, 2014.

HART, L.S.; MILSTEIN, B.M. Creating sustainable value. **Academy of Management Executive**, v. 17, p. 56-69, 2003.

KEMPFER, Silvana Silveira et al. Reflexão sobre um modelo de sistema organizacional de cuidado de enfermagem centrado nas melhores práticas. **Rev Gaúcha Enferm**, v. 31, n. 3, p. 562-6, 2010.

LUTTROP, C.; LAGERSTEDT, J. EcoDesign and The Ten Golden Rules: generic advice for merging environmental aspects into product development. **Journal of Cleaner Production**. v. 14, p. 1396-1408, 2006.

MACHADO, Sérgio Pinto; KUCHENBECKER, Ricardo. Desafios e perspectivas futuras dos hospitais universitários no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 12, n. 4, p. 871-877, 2007.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MILANI FILHO, M. A. F. Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidência. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 19, n. 47, p. 89-101, 2008.

NASCIMENTO, L. N.; BENZKE, C. S. Ecodesing. In: JÚNIOR, A. V.;
DEMAJOROVIC, J. **Modelos e ferramentas de Gestão Ambiental**. Ed. Senac. São
Paulo, 2008.

OLIVEIRA, J. A. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. **Revista
de Administração de Empresas**. v.24, no 4, p. 203-210, out/dez 1984

REIS, C. Z. T.; SILVEIRA, S. F. R.; FERREIRA, M. A. M. Autoavaliação em uma
instituição federal de ensino superior: resultados e implicações. **Avaliação: Revista
da Avaliação da Educação Superior**, v. 15, n. 3, 2010.

REIS, V. D. A.; PINHEIRO, R. S. **Fundamentos para o Desenvolvimento Seguro
da Apicultura com Abelhas Africanizadas**. Corumbá: Embrapa Pantanal, 2011.
Disponível em: <<http://www.cpap.embrapa.br/publicacoes/online/DOC118.pdf>>.
Acesso em: 11 jul. 2016

SARTORE, Marina de Souza. Da filantropia ao investimento socialmente
responsável: novas distinções. **Caderno CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p. 451-
464, dez. 2012 .

SENGE, P.M. et al. **The necessary revolution**: how individuals and organizations
are working together to create a sustainable world. Crown Business, UK, 2008.
SILVA, S. S. da; REIS, R. P; AMÂNCIO, R. Paradigmas ambientais nos relatos de
sustentabilidade de organizações do setor de energia elétrica. **Revista de
Administração Mackenzie (Online)**, São Paulo , v. 12, n. 3, p. 146-176, jun.
2011.

TEIXEIRA, E. A.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. O índice de sustentabilidade
empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. **Revista
Contabilidade & Finanças**, v. 22, n. 55, p. 29-44, 2011.

VELLANI, C. L.; DE SOUZA, R. M. Sistema contábil para gestão da ecoeficiência
empresarial. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 20, n. 49, p. 25-43, 2009.

Instituição de fomento: CAPES (Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de
nível superior)

Dados para Contato

Nome: Melissa Watanabe

E-mail: melissawatabane@unesb.net

DESENVOLVIMENTO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA EMPRESA: BRASIPLA INDÚSTRIA E COMERCIO LTDA

Gestão e estratégia das organizações

Mario Sergio Bortolatto¹; Emerson Luciano¹; Jennifer Zomer Spíndola¹; Felipe Wanderlind¹; Murilo Leal¹

¹.Centro Universitário Barriga Verde - UNIBAVE

Resumo: Estratégia é a construção diária de ajuste a novas realidades impostas pelo mercado. A produção da empresa é destinada à construção civil e utensílios plásticos. A pesquisa foi realizada com o intuito de preencher a lacuna da inexistência de qualquer tipo de planejamento por parte da empresa. Foram utilizadas ferramentas de referências bibliográficas e a construção a partir de modelos encontrados em meio digital. Como resultados, as questões norteadoras internas como missão, visão e valores. Já para o fortalecimento da empresa no mercado formatamos o planejamento segundo a análise SWOT.

Palavras-chave: Mercado. Competitividade. Planejamento.

Introdução:

A competição em um mercado não oligopolizado como a do setor plástico no sul catarinense é um desafio que tem que ser vencido diariamente. A necessidade de pensar hoje para vislumbrar um futuro onde a empresa esteja mais bem preparada para enfrentar as dificuldades é quase uma obrigação. O planejamento é uma ferramenta administrativa que possibilita perceber a realidade, avaliar os caminhos, construir um referencial futuro pode ser definida ainda como a arte de alcançar resultados. Portanto para se ter uma estratégia é preciso observar o ambiente, enxergar possíveis resultados e planejar tudo para alcançá-lo (SERRA, 2005).

Planejamento, claro não é um ato isolado, são um conjunto de decisões interdependentes, onde uma tem reflexos sobre o conjunto, por isso a complexidade no entrelaçamento da constituição das ideias.

Souza e Valadão (2005), definem planejamento estratégico como sendo um processo pelo qual uma a estratégia da organização é formulada em um dado momento e um processo detalhado, no qual todas as grandes decisões vão ser inter-

relacionadas. O planejamento força a empresa organizar suas estratégias globais e desenvolver um senso explícito de direção estratégica. O planejamento é orientado para a análise sistemática detalhada e visa compreender o ambiente para poder influenciá-lo.

Planejamento estratégico é uma ferramenta que serve como base para definir ações que devem ser realizadas no presente para se atingirem os objetivos futuros da organização. Através do planejamento estratégico, consegue-se ter uma visão de forma simples da empresa, porém precisa, de como está a sua situação no mercado, e qual o melhor rumo a ser tomado para que seus resultados sejam satisfatórios.

Conforme Drucker (1998), o planejamento estratégico é o procedimento sucessivo e ordenadamente com o maior conhecimento plausível do futuro contido, adotar decisões atuais que envolvem precipitação, estabelecer metodicamente as atividades indispensáveis ao cumprimento dessas decisões e, por meio da observação organizada e metódica, avaliar o resultado dessas decisões em comparação com as perspectivas alimentadas. Segundo Chiavenato (2003), o planejamento estratégico é um processo contínuo, sistemático e com o maior volume possível de informações do presente para tomadas de decisões atuais e futuras que envolvem riscos; possibilitando ainda medir os resultados dessas ações em confronto com as expectativas alimentadas.

O planejamento estratégico na concepção de Born (2006) minimiza os resultados das operações e os riscos nas tomadas de decisões das empresas. O impacto de suas decisões é de longo prazo e afetam a natureza e as características das empresas de forma a garantir o atendimento de sua missão. As empresas no planejamento estratégico, devem entender os limites de suas forças e habilidades no relacionamento com o meio ambiente. Criar vantagem competitiva em relação à concorrência, aproveitando-se de todas as situações que lhe tragam ganhos.

Na concepção de Ackoff (2011, p. 32 e 33), o planejamento estratégico é um conjunto de decisões interdependentes, que pode ser dividido de diferentes maneiras, mas que interagem entre si:

1. Fins: especificação dos objetivos e metas.
2. Meios: escolha de políticas, programas, procedimentos e práticas através dos quais se tentará atingir os objetivos.
3. Recursos: determinação dos tipos e quantidades de recursos necessários, como eles devem ser gerados ou obtidos e como eles devem ser alocados às atividades.

4. Implantação: determinação dos procedimentos para tomada de decisão e de uma maneira de organizá-los, para que o plano possa ser executado.
5. Controle: determinação de procedimentos para antecipar ou detectar erros no plano, ou falhas na sua execução, e para prevenir ou corrigir continuamente estes erros e estas falhas”.

Desta forma, planejar estrategicamente, consiste em gerar condições para que as empresas possam decidir rapidamente perante oportunidades e ameaças. Otimizando assim suas vantagens competitivas em relação ao meio ambiente concorrencial onde atuam, garantindo sua perpetuação no tempo.

Diante deste desafio e a sabedores da importância para uma empresa, buscamos desenvolver neste trabalho o planejamento estratégico para uma empresa plástica localizada no sul catarinense. O referido está dividido neste capítulo introdutório, procedimentos metodológicos onde serão relatados como foi realizado desenvolvimento das atividades, resultados e discussões onde consta a proposta formulada e considerações finais. A motivação para tal artigo é a não existência de qualquer tipo de planejamento na empresa a qual será desenvolvido o estudo, assim servindo como laboratório para o desenvolvimento dos conhecimentos adquiridos durante a disciplina específica e o curso de engenharia de produção.

Procedimentos Metodológicos

Para a elaboração dos objetivos foi utilizado à pesquisa descritiva, pois segundo Cervo e Bervian (2002, p. 66) esse tipo de pesquisa: observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto no indivíduo tomado isoladamente, como de grupos e comunidades mais complexas.

Os procedimentos utilizados foram a pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica foi utilizada para descrever conceitos relacionados do tema referente a este estudo, apresentados em fontes existentes, como sites, artigos e demais materiais bibliográficos. De acordo com Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com ajuda de material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científicos.

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso onde segundo GIL (2002), ressalta, que o estudo de caso é quando ocorre um estudo profundo de um ou poucos objetos, permitindo o amplo e detalhado conhecimento do objeto estudado, o que se aplica neste trabalho através do estudo de caso da empresa estudada.

Em relação à abordagem deste trabalho, será utilizada a pesquisa qualitativa onde compreender um conjunto de diferentes técnicas que visam descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados (Gil, 2002). A mesma foi escolhida devido a sua aplicação mercadológica, ou seja, visando a aceitação dos produtos no mercado atual. Quando um produto é projetado ou está sendo lançado é necessário saber qual será a reação do público a respeito deste produto. A abordagem qualitativa dará todas as informações necessárias para a tomada de decisão, tanto em relação ao produto apresentado, quanto em relação aos serviços prestados. Com as informações que se têm dessa pesquisa é possível traçar estratégias para melhorar a inclusão destes produtos ou serviços.

Resultados e Discussão

A empresa a qual o estudo trata até o presente momento não tratou em nenhum momento na sua trajetória com o planejamento do negócio. As ações foram sendo realizadas conforme o achismo do proprietário e passada aos herdeiros, os quais também nunca chegaram a realizar qualquer atividade de planejamento estratégico.

Inicialmente para termos uma visão clara, definimos qual é o negócio, mercado de atuação da empresa, ou seja, a empresa se enquadra em um nicho específico ou ela atua genericamente por todos os ramos do setor plástico.

O negócio da empresa fica definido como atuação no mercado de materiais poliméricos utilizados na construção civil. Segundo Canevarolo (2002), afirma, que nas últimas décadas, os polímeros cada vez mais vêm ganhando espaço no mercado da construção civil, entre suas vantagens está a sua resistência à degradação química, ser um bom isolante térmico, elétrico e acústico e a boa relação entre desempenho e custo dos polímeros.

As figuras 1, 2, 3 e 4 são exemplos do portfólio de produtos produzidos e comercializados pela empresa em estudo. São produtos de valor agregado baixo e um setor que existem entrantes a todo o momento, ofertando praticamente os mesmos produtos.

Figura 1 - Tanque de lavação



Fonte: Brasipla (2016).

Figura 2 - Caixa de Eletricidade



Fonte: Brasipla (2016).

Figura 3 - Caixa de Massa



Fonte: Brasipla (2016).

Figura 4 - Mangueira/Eletroduto



Fonte: Brasipla (2016).

Atualmente a construção civil vem demonstrado uma retração, devido à crise econômica e política que vem assolado o país, afetando assim direta e indiretamente a indústria de polímeros utilizados na construção civil. O setor de construção civil teve uma redução de 8 % neste ano, em decorrência da redução das vendas do mobiliário, o ritmo de execução de obras públicas, concessões foram adiadas, os níveis de emprego pioraram (VALOR ECONÔMICO, 2016).

Delimitar o mercado de atuação também é importante para realizar estratégia, ou se adequar a algumas peculiaridades deste mercado. Sendo assim, foi identificado que os principais compradores da empresa estão localizados nos estados da Bahia, Ceará, Sergipe, Amazonas e Santa Catarina.

Vindo ao encontro, a inexistência de conceitos norteadores das atividades desenvolvidas pela empresa propusemos missão, visão e valores.

Missão: Desenvolver, produzir e comercializar produtos de qualidade que facilite a vida das pessoas.

Visão: Ser referência do mercado de polímeros na construção civil, buscando viabilidade financeira, satisfação e inovações para clientes internam e externos.

Valores: Excelência no atendimento com simplicidade; Sustentabilidade, social e ambiental; Comprometimento com a qualidade.

Para que pudéssemos expor um planejamento para o futuro que segundo Chiavenato (2004) é sempre voltado para o futuro, isto é, o planejamento visa antecipar as ações que irão ocorrer em um momento futuro, pois as ações e atitudes que acontecem no presente não necessitam de planejamento, já que estão sendo feitas.

Nesta fase adotamos a ferramenta da análise SWOT para identificar pontos fortes e fracos de uma organização assim com as oportunidades e ameaças das quais a empresa está exposta. Possibilita fazer um retrato da atual situação da empresa perante as suas operações se perante o mercado, dando um ponto de partida para o planejamento estratégico. (PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO, 2016).

A análise realizada construiu uma matriz, onde foram identificadas, planificadas informações relevantes a respeito do desenvolvimento das atividades desempenhadas pela empresa.

Diante de uma necessidade imposta pelo mercado, ter a capacidade de realizar uma auto leitura da situação atual e trabalhar para fortalecer as forças da empresa, identificar as oportunidades é essencial para a continuidade da atividade. Não menos importante é identificar quais as falhas ou onde a empresa pode melhorar para fidelizar e conquistar novos clientes, assim vislumbrando um futuro de conquistas e abertura de novos mercados.

Figura 5 – Matriz SWOT

| | AJUDA | ATRAPALHA |
|---------|---|---|
| INTERNA | <p>FORÇA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produtos de qualidade; • Empresa sustentável; • Produtos a pronta Entrega; | <p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não possui a certificação do ISO; • Alguns produtos não possuem as normativas do INMETRO; • Matéria prima com custo alto. |
| EXTERNA | <p>OPORTUNIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preços competitivos com o mercado. • Participação indireta em Programas promovidos pelo Governo: Minha Casa Minha Vida. • Fácil acessibilidade; • Produtos com características diferenciadas. | <p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inadimplência; • Governo pode encerrar os programas relacionado a construção civil. • Não ser conhecida nacionalmente. |

Fonte: Autores (2016).

Com base nas informações elencada na matriz SWOT foram sugeridas a empresa estratégias para o fortalecimento da empresa interna e externamente assim discriminadas:

- Criação de indicadores de desempenho de qualidade, visto que a empresa não possui nenhum tipo de controle de qualidade mais apurado somente visual;
- Utilizar matéria prima reciclada para reduzir impacto ambiental no processo produtivo, pois os materiais produzidos e o processo comporta a inserção deste material;
- Criar procedimentos de manutenção preventiva para diminuição das paradas não programadas;
- Mudar o modelo produtivo baseado em históricos de venda e previsão do achismo do que o mercado irá solicitar;

- Criar procedimentos (IT, ET entre outros), para padronização de produtos e processos.
- Adequar produtos conforme normas NBR no intuito da abertura de novos mercados para os produtos.
- Programação de compra de matéria prima em grande escala, fracionando os lotes de entrega para diminuição do custo de armazenamento;
- A implantação do sistema de televendas, reduzindo o espaço entre a empresa e o consumidor;
- Constituição de equipe para desenvolvimento e melhoria de produto;
- Diversificar as formas de pagamento principalmente para pequenos clientes;
- Implantar representações fixas e móveis nas cinco regiões do país.
- Criar mecanismo de pesquisas relacionadas ao atendimento e aos produtos, no intuito de medir o grau de satisfação e criar um canal mais próximo para com o cliente no intuito de fidelização.
- Disseminar com os colaboradores o planejamento estratégico da empresa a fim de tornar o colaborador peça chave na execução das ações.
- Realização de reuniões quinzenais ou mensais com toda a equipe, para apresentar os resultados obtidos e ajustes no planejamento.
- Criar ferramentas de sugestões e informação dos resultados obtidos com a implementação das ações planejadas.
- Criar mecanismo de diminuição da rotatividade de funcionários, através de políticas e/ou plano de cargos e salários.

Considerações Finais

Através do exposto, pode-se afirmar que o planejamento estratégico quando bem elaborado é uma ferramenta de grande utilidade para a gestão e planejamento do futuro administrativo da empresa. Por meio do planejamento estratégico, consegue-se efetuar ações preventivas facilitando os planejamentos de produção e vendas, conseguindo também ter previsões de faturamento e de quanto pode ser investido.

Pode-se afirmar que o planejamento estratégico busca definir seus valores, compromissos, identificar seus pontos fortes e fracos e, em conformidade com o cenário atual, delimitar onde a empresa quer chegar.

Quanto mais dinâmico for ambiente a ser estudado maior será as informações a serem coletadas para a tomada de decisões. Os resultados como a definição da missão, valores e visão da empresa e o estabelecimento de objetivos e estratégias, mais do que uma formalidade, devem ser significativos,

Salienta-se que o maior problema foi formular as estratégias de mercado, devido ao fato de que apenas um dos envolvidos participa do dia a dia da empresa.

Por meio da definição da missão, valores e visão da empresa buscou-se apresentar o sentido que a mesma deve tomar. A empresa deve desenvolver produtos com qualidade, atendendo seus clientes de forma eficiente com simplicidade, buscando tornar-se um referencial no ramo de polímeros da construção civil.

Realizando a análise SWOT, conseguiu-se identificar alguns dos principais pontos fracos da empresa, com isto enfatizou-se o trabalho para a criação de um planejamento estratégico focado em melhorias e aprimoramento da empresa. Analisando os pontos fortes, comparados aos concorrentes de mercado, foi dado algumas sugestões para com isso fortalecer ainda mais algumas características de produtos e da empresa que segue se destacando no mercado.

Cabe à empresa priorizar o grau de importância de cada um dos objetivos propostos e fazer a avaliação das condições em que o mercado se encontra e colocar em pratica qual trará resultados positivos para ela num futuro próximo.

Espera-se que o presente trabalho contribua que a empresa trace novos rumos em suas atividades. Como proposição para um novo estudo: a análise do impacto da implantação das sugestões aqui descritas e seus reflexos no faturamento da empresa de estudo.

Referências

BORN, Roger. **Desvendando o planejamento estratégico**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

BRASIPLA. Disponível em: <<http://brasipla.com.br/empresa.php>>. Acesso em 30 Abril 2016.

CANEVAROLO Jr., Sebastião V. **Ciência dos Polímeros – Um Texto Básico para Tecnólogos e Engenheiros**. Artliber Editora. São Paulo, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira, 1998.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas** – 12. ed. – São Paulo: Atlas, 1998.

PLANO DE MARKETING PARA CONSTRUCCELL. João Pessoa, Nov., 2010. p.36. Disponível em <<http://construcell.com/wpcontent/uploads/2011/06/marketing.pdf>>. Acesso em 01 de Maio de 2016.

PORTAL DA ADMINISTRAÇÃO. <http://www.portal-administracao.com/2014/01/analise-swot-conceito-e-aplicacao.html>. Acesso em 24 de junho de 2016.

REZENDE, Denis Alcides. **Planejamento estratégico para organizações privadas e públicas: guia prático para elaboração do projeto de plano de negócios.** Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

RODRIGUES, J. **Gurus Para o Século XXI.** 1. ed. Lisboa: Centro Atlântico.PT, 2005.

SERRA, Fernando, TORRES, Maria Cândida, TORRES, Alexandre Pavan. **Administração Estratégica: conceitos, roteiro prático e Casos.** Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Editores, 2005.

SOUZA, E. G. J.; VALADÃO V. M. **Formulação Estratégica em Instituições do Terceiro Setor: o caso de uma Ong.** Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://portalweb04.saude.gov.br/sispacto>> Acesso em: 30 Abril 2016.

VALOR ECONÔMICO. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4346912/setor-de-construcao-encolhe-8neste-ano-e-preve-queda-de-5-em-2016>>. Acesso em 14 de Maio de 2016.

Dados para contato:

Autor: Mario Sérgio Bortolatto

E-mail: mariobortolatto@hotmail.com

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA: UM ESTUDO DAS COMPETÊNCIAS ADOTADAS PELA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS

Responsabilidade social no contexto das organizações

Jaqueline Bitencourt Lopes¹; Ana Paula Silva dos Santos¹; Cristina Keiko Yamaguchi¹

¹.Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC

Resumo: As ações de responsabilidade socioambiental geram valores aos consumidores, investidores, comunidades e colaboradores, proporcionando a estratégia competitiva do negócio. O desenvolvimento sustentável ocorre por meio de um posicionamento que envolve a preocupação com atores ambientais, econômicos e sociais. Este estudo descreve práticas sustentáveis em empresas ambientalmente corretas do setor de saúde e beleza. O estudo caracteriza-se como interdisciplinar, qualitativo exploratório e pesquisa bibliográfica. Os dados do Instituto *Ethisphere* (2016), apresentam a empresa brasileira Natura Cosmético na relação das 131 empresas mais éticas ambientalmente do mundo, abrangendo 45 setores entre 21 países. Os resultados apontam que a Natura é ambientalmente correta, considerada como 35% ética em programas de *compliance*, 20% atuante na responsabilidade e cidadania corporativa, 20% no incentivo à cultura da ética, 15% de governança e 10% com destaque na liderança, inovação e reputação. O setor de cosmético/beleza apresenta um crescente desenvolvimento para o Brasil, sendo também um dos setores responsáveis pela inserção de mulheres no mercado de trabalho.

Palavras-chave: Desenvolvimento sustentável. Estratégias empresariais sustentáveis. Produtos sustentáveis.

Introdução

Com grande frequência o setor produtivo tem buscado o desenvolvimento de tecnologias e práticas sustentáveis, isso pela preocupação e conscientização de que os recursos ambientais são de fato finitos, tornando-se fundamental a preservação dos mesmos.

Todavia, é de grande importância o aprimoramento constante da qualidade dos produtos e serviços, por meio de investimentos tecnológicos, bem como estratégias competitivas que impulsionem o negócio diante da competitividade do mercado. (LADWIG; COSTA, 2010).

Atualmente a sociedade anseia por novos modelos de cidade, envolvendo justiça e sustentabilidade. De fato, o desafio é possível e de grande valia, desde que haja a interação da sociedade, do setor corporativo e da atuação pública (PADOVANO; NAMUR; SALA, 2012).

Nos últimos anos, as empresas brasileiras do setor de cosméticos, mostram os cuidados que inicia desde a extração das essências utilizadas nos produtos, bem como a rastreabilidade da matéria-prima desde a extração até o processo de produção. Outra forma de contribuir para os projetos de preservação ambiental, encontra-se nas fundações e parcerias ambientais (GUIMA, 2004).

A partir da preocupação ambiental mencionada acrescentando os aspectos econômicos e sociais, este artigo objetiva analisar o desenvolvimento sustentável como estratégia competitiva, através de um estudo das competências adotadas por empresas do setor de saúde e beleza.

Neste cenário, o presente estudo tem como objetivo descrever práticas sustentáveis aplicadas por organizações do setor de saúde e beleza, tendo como foco a empresa brasileira Natura Cosméticos.

Para o desenvolvimento do estudo em questão, foram enfatizados os seguintes temas: desenvolvimento sustentável, empresas ambientalmente corretas, estratégia competitiva sustentável e o posicionamento das marcas frente às estratégias sustentáveis.

Desenvolvimento sustentável

Durante o século XX, o grande interesse referia-se a expansão e o desenvolvimento tecnológico da indústria, não havia preocupação com o esgotamento dos recursos naturais, no entanto, é necessário reparar os impactos causados ao meio ambiente e zelar pelas utilizações futuras, sendo essencial buscar novos modelos de gestão e crescimento, diferentes dos praticados em épocas passadas, buscando o desenvolvimento sustentável (PADOVANO; NAMUR; SALA, 2012).

Segundo Nascimento (2012), a partir de uma crise ambiental ocorrida por volta da década de 1950, a ideia de sustentabilidade vem ganhando a expressão política na adjetivação do termo desenvolvimento. Essa análise percorreu por um amplo caminho até que pudesse alcançar a estruturação atual, e assim, a humanidade percebe pela primeira vez a existência de um risco ambiental causado pela poluição

nuclear. O efeito desse problema introduziu o alerta a população de que estamos em um ambiente comum, ou seja, se não houver a preservação todos serão prejudicados.

Neste contexto John Elkington (2004) no ano de 1994 criou o termo Triple Botton Line, em português, o Tripé da Sustentabilidade. Ao fim da década de 1990, mais especificamente entre os anos de 1999 e 2001 a terminologia ganhou força, com foco ambiental, social e econômica.

O Tripé da Sustentabilidade é aplicado em organizações, mostrando não apenas o foco econômico para o desenvolvimento, como também ambiental e social. Estes três fatores atuam de forma a acrescentar, como podem refletir na destruição da mesma. Assim, o Tripé atua na concorrência de mercados, transparência, ciclo de vida da tecnologia, parcerias, longevidade e governança corporativa (ELKINGTON, 2004).

A sustentabilidade é uma ação integradora de três importantes áreas, sendo elas: econômicas, sociais e ambientais. De fato, a mesma pode ser encarada como a porta de entrada para as estratégias empresariais, visto que constantemente as organizações vêm buscando um diferencial no mercado, utilizando o planejamento sustentável como uma fonte de valor agregado ao negócio (LADWIG; COSTA, 2010).

Para Nascimento (2012), a dimensão econômica citada nas áreas integradoras do desenvolvimento sustentável, retrata o aumento eficiente do consumo e da produção a partir da utilização dos recursos naturais, supondo ainda uma contínua inovação tecnológica no qual possibilita o alcance da ecoeficiência.

Ainda para o autor, a área ambiental mencionada também nas áreas integradoras propõe um modelo de produção e consumo compatível com o subsistema do meio natural, possuindo forte ligação com a dimensão econômica, incentivando a prática do consumo consciente (NASCIMENTO, 2012).

Finalizando as três dimensões do desenvolvimento sustentável, cita-se também o importante papel do aspecto social, no qual incentiva que todos os cidadãos tenham o mínimo necessário para garantir uma vida digna sem prejudicar uns aos outros (NASCIMENTO, 2012).

A visão do Tripé da Sustentabilidade é descrita em alguns momentos como utópico e inalcançável. Todavia sua base está no esgotamento ambiental do ecossistema, a existência de regiões com grande miséria e a falência do sistema financeiro, assim como crises políticas, levando a repensar a sua aplicação (SILVEIRA, 2011).

Diante desse cenário, é perceptível a preocupação de muitas empresas ao buscar técnicas sustentáveis para reduzir os danos provocados ao meio ambiente, garantindo ainda a estratégia competitiva de mercado.

Empresas ambientalmente corretas

Os principais indicadores de gestão ambiental utilizados pelas empresas e entidades são: *Akatu*, Balanço Contábil das Nações (BCN), *Bilan Societal*, *Ethos*, FSC, GRI, Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), NBR 16001, Sigma e TNS. As informações contidas nesses indicadores contribuem para a diminuição dos impactos ambientais, apontados caminhos a serem seguidos rumo a construção de uma sociedade melhor (SLOMSKI et al, 2012).

A norma NBR 16001 é uma das mais utilizadas por organizações que aplicam a prática da sustentabilidade, no qual permite a formulação de políticas e objetivos empresariais que cumpram a responsabilização, transparência, comportamento ético, atendimento aos requisitos legais, respeito aos direitos humanos e promoção do desenvolvimento sustentável (ABNT, 201-).

Segundo dados do Instituto *Ethisphere* (2016), a empresa brasileira Natura Cosmético está na relação das empresas 131 empresas mais éticas ambientalmente do mundo, abrangendo 45 setores entre 21 países. Segue abaixo o quadro ilustrativo com as principais organizações ambientalmente corretas no setor de saúde e beleza, entre elas está a brasileira Natura Cosméticos:

Quadro 1 – Empresas ambientalmente corretas no setor de saúde e beleza.

| Empresa | Setor | País |
|-------------------|----------------|--------|
| Kao Corporation | Saúde e beleza | Japão |
| L'ORÉAL | Saúde e beleza | França |
| Natura Cosméticos | Saúde e beleza | Brasil |
| Shiseido Group | Saúde e beleza | Japão |

Fonte: Ethisphere Institute (2016)

Os desempenhos éticos das organizações são medidos através de cinco indicadores estabelecidos pelo Instituto *Ethisphere*, sendo eles: ética e programas de *compliance* (35%), responsabilidade e cidadania corporativa (20%), cultura da ética (20%), governança (15%) e liderança, inovação e reputação (10%). Após as análises das informações apresentadas, é necessário que as empresas interessadas em

participar do processo de seleção realizem a inscrição (ETHISPHERE INSTITUTE, 2016).

Posicionamento das marcas frente às estratégias sustentáveis

O setor de cosméticos brasileiro apresenta um crescente desenvolvimento. O setor atribui o crescimento ao aumento de mulheres no mercado de trabalho, crescimento da demanda de produtos infantis e masculinos e a relação da produção com o conceito de responsabilidade social (MACHADO, 2006).

No entanto o setor é fortemente afetado por problemas na economia nacional, refletindo na competitividade a nível nacional e internacional. As dificuldades são atribuídas principalmente para alta tributação e alta taxa de juros. Ainda assim, fatores como informalidade, exclusão social, mercado e infraestrutura com foco no transporte e comercialização também são descritos como barreiras de desenvolvimento, havendo a necessidade do desenvolvimento de estratégias (MACHADO, 2006).

A vantagem competitiva para uma organização atua na estratégia de criação de valor frente à concorrência, de forma simultânea ou não. A vantagem competitiva sustentável atua na criação de valor, em um período simultâneo ou não a concorrência, no entanto esta estratégia não é passível de cópia pela concorrência (BARNEY, 1991).

O posicionamento de uma marca ocorre de forma semelhante. A busca por um diferencial, de forma a concorrente não tenha a capacidade de copiar, aumenta o valor da mesma. Matos (2013) lembra que a empresa busca expor por meio de um símbolo a cultura da organização, possibilitando um posicionamento adequado no mercado.

Em um cenário como o da indústria de cosmético, onde o mercado brasileiro é caracterizado por constituir um oligopólio, com cerca de mais de mil empresas, onde aproximadamente 74% do volume de venda advém de apenas quinze marcas, a concorrência é baseada na diferenciação (MACHADO, 2006).

A grande competitividade do setor leva a necessidade da diferenciação estratégica, atribuída a marca. Esta questão é relacionada ao fato da marca refletir o sentimento do consumidor ao utilizar o produto, considerando que o valor da marca é avaliado pelo consumidor. A exemplificação dessa teoria é a aproximação do estilo de vida do consumidor com a marca utilizada pelo mesmo (VIEIRA; PERASSI, 2013).

A marca bem estabelecida resulta na agregação de valor ao produto, cria uma identidade corporativa, vínculo de confiança e segurança com o cliente, além de

melhorar o posicionamento frente a concorrência e a vantagem competitiva (MATOS, 2013).

Procedimentos Metodológicos

Para o alcance do objetivo proposto pela pesquisa, considerando tratar-se de um estudo científico, a elaboração do artigo seguiu um procedimento metodológico. Desta forma a pesquisa caracteriza-se como interdisciplinar, com relação a abordagem de pesquisa, o estudo é qualitativo, exploratório e a estratégia de pesquisa bibliográfica. Assim, o estudo é formulado com base em teorias e estudos já publicados (GIL, 2009).

Resultados e Discussão

A luta pelo desenvolvimento sustentável vem ganhando força constantemente à medida que os envolvidos no processo sendo, empresas, governo e sociedade, conscientizam-se de que o planeta é de todos, e é necessário preservar para durar.

Os consumidores se dispõem a pagar um valor mais elevado por um produto sustentável com o objetivo de contribuir com a sustentabilidade do planeta, no entanto, é necessário a divulgação das empresas que praticam a sustentabilidade para que a ideia seja vendida aos consumidores e que de fato os mesmos possam ter consciência e abraçar a ideia proposta pela marca.

O foco desse estudo é em relação às estratégias sustentáveis adotadas pela empresa Natura Cosméticos, visto que a marca possui grande relevância no País pelas suas políticas e ações, sendo a única marca brasileira a ser destacada como umas das mais éticas do mundo no segmento de saúde e beleza, proporcionando ainda, inspiração para outras organizações que praticam ou tenham a intenção de adotar a sustentabilidade como estratégia competitiva do negócio.

No ano de 1983, a empresa lançou os refis cosméticos em sua linha de produtos minimizando os impactos ambientais, e a partir do ano de 2005 iniciou o Movimento Natura com o objetivo de incentivar as causas socioambientais. Ainda no ano de 2005, foi criado também o Natura Musical, buscando a valorização da cultura brasileira (NATURA, 201-).

Outra ação praticada pela empresa e com grande impacto foi à substituição dos testes e estudos em animais por pesquisas científicas e testes computadorizados. Essa medida foi iniciada no de 2006, comprovando a preocupação ambiental e o

investimento em novas tecnologias e processos que melhorem o desempenho dos produtos sem prejudicar o meio ambiente (NATURA, 201-).

Segundo o Relatório Anual disponibilizado pela empresa Natura (2014), a marca foi contemplada com mais de 20 prêmios e reconhecimentos, entre eles, foi destacada no Brasil como a melhor empresa do setor de bens de consumo, do ranking Melhores e Maiores elaborado pela Revista Exame. Enquanto que no exterior a marca também foi lembrada, sendo a mais valiosa da América Latina, segundo o *ranking Best Retail Brands*.

É importante ressaltar que o desenvolvimento sustentável não se trata apenas dos aspectos ambientais, e sim dos fatores sociais e econômicos também. Sendo possível observar que a empresa demonstra a sua preocupação na integração dessas três áreas.

Em relação às questões sociais, é possível observar a preocupação da empresa através da fundação de programas que envolvam o desenvolvimento educacional e cultural da sociedade (NATURA, 201-).

Tratando-se dos aspectos econômicos, a companhia investe constantemente em pesquisas que promovam melhorias no processo produtivo otimizando o tempo e garantindo excelência ao consumidor (NATURA, 201-).

As questões ambientais também são perceptíveis, como por exemplo, o Programa Carbono Neutro, onde a empresa compromete-se em reduzir as emissões de CO₂. Outro aspecto também controlado pela empresa é a redução das emissões dos gases causadores do efeito estufa, foi constatado que no ano de 2013 foi possível reduzir 1/3 das emissões (NATURA, 201-).

Recentemente, no ano de 2014, a empresa Natura Cosméticos inaugurou um complexo industrial denominado Ecoparque, com a intenção de gerar negócios sustentáveis a partir da sociobiodiversidade amazônica, sendo também, uma grande oportunidade para o desenvolvimento do local (NATURA,201-).

No Quadro 2, estão listadas as principais medidas ambientais realizadas pela empresa Natura entre o ano de 1983 a 2014:

Quadro 2 – Práticas sustentáveis Natura Cosméticos

| Empresa: Natura Cosméticos | | |
|---|------------------------|---|
| Medidas Ambientais | Ano de Execução | Ações Realizadas |
| Comercialização de refil cosmético | 1983 | A empresa Natura Cosmético lançou em sua linha a comercialização de refil cosméticos para alguns portfólios, minimizando os custos e impactos ambientais. |
| Movimento Natura | 2005 | Com o intuito de incentivar as causas socioambientais, atuando como agentes de transformação nas comunidades em que vivem. |
| Natura Musical | 2005 | O Natura Musical busca promover a valorização da cultura brasileira, incentivando o desenvolvimento sustentável. |
| Extinção dos testes em animais | 2006 | Todas as pesquisas e testes realizados com animais encerram-se e iniciam-se os testes com materiais sintéticos. |
| Programa Carbono Neutro | 2007 | A empresa lança o Programa Carbono Neutro, comprometendo-se com a redução dos impactos ambientais reduzindo as emissões de CO2 na cadeia produtiva. |
| Instituto Natura | 2010 | Com a intenção de melhorar a educação pública, é criado o Instituto Natura, comprovando a preocupação também com os aspectos sociais. |
| Programa Amazônia | 2011 | O Programa Amazônia foi lançado com o propósito de tornar a região um polo de inovação, tecnologia e sustentabilidade. |
| Núcleo de Inovação Natura na Amazônia (NINA) | 2012 | Inaugurado o Núcleo de Inovação Natura na Amazônia, promovendo a ciência e tecnologia em rede, avançando também na construção do Ecoparque, que abrigará nova fábrica além de conceder espaço para empresas interessadas no uso sustentável da sociobiodiversidade. |
| Centro de Distribuição São Paulo | 2012 | Iniciou-se neste ano a operação no centro de distribuição São Paulo, adaptado para o trabalho de pessoas com deficiência intelectual, promovendo a inclusão social. |
| Linha de produtos SOU | 2013 | Criado nova linha de produção, buscando promover a reflexão sobre o consumo consciente desde a concepção. |
| Redução das emissões de Gases Efeito Estufa | 2013 | Neste período foi possível constatar a redução de um terço das emissões de gases de efeito estufa, alcançando um compromisso assumido desde o ano de 2007. |
| Ecoparque (Benevides -PA) | 2014 | Em 2014 foi inaugurado o Ecoparque em Benevides (PA), sendo esse um complexo industrial com a pretensão de gerar negócios sustentáveis a partir da sociobiodiversidade amazônica, impulsionando também o empreendedorismo local. |

Fonte: Natura Cosméticos (201-).

As análises executadas foram satisfatórias, permitindo conhecer um pouco mais sobre as estratégias sustentáveis adotadas pela empresa Natura Cosméticos como modelo de negócio e vantagem competitiva.

Tripé da sustentabilidade

A Bolsa de Valores de São Paulo, Bovespa, atua na promoção de índices de sustentabilidade. Nesta perspectiva, o mesmo age em duas ações o Índice de Carbono Eficiente (ICO2) e o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). O ICO2 objetiva “[...] incentivar as empresas emissoras das ações mais negociadas a aferir, divulgar e monitorar suas emissões de GEE, preparando-se, dessa forma, para atuar em uma economia chamada de “baixo carbono””.

Já o ISE almeja “[...] criar um ambiente de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e estimular a responsabilidade ética das corporações” (BM&BOVESPA, 20--).

O ISE apresentou em sua fundação do financiamento do *International Finance Corporation* (IFC), advindo do Banco Mundial, no ano de 2005. A formulação da pesquisa é de responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCes), sediado na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) (BM&BOVESPA, 20--).

Com base nos relatórios gerados pelo ISE, na carteira 2015, o tópico busca demonstrar o posicionamento da Natura frente aos itens que compõem o tripé da sustentabilidade, como o ambiente, a economia e o social. Assim, os itens a seguir têm sua composição advinda das respostas do questionário aplicado pela ISE.

Social

A Natura apresenta um compromisso com inúmeros aspectos sociais, conforme apresenta o relatório da ISEBVM (2015). Entre suas responsabilidades, encontra-se a erradicação do trabalho infantil e trabalho forçado, assim como o combate a todas as formas de discriminação, valorização da diversidade, prevenção do assédio moral e sexual e respeito a formação sindical.

Dos compromissos assumidos pela empresa, a mesma utiliza do código de conduta no combate à discriminação, valorizando a diversidade e na prevenção do assédio. Essas ações em conjunto com os demais compromissos são expostas na política corporativa e nas ações formais e públicas. Todavia não há um compromisso

formalizado com relação ao combate da exploração sexual de crianças e adolescentes.

A organização em suas ações sociais, acompanha as políticas públicas, de forma a atuarem dentro de suas perspectivas, no entanto, não patrocina campanhas políticas.

Seguindo de preceitos éticos com respeito a sociedade e ao meio ambiente, a produção de marketing, que atua na constituição de produtos e serviços, para a aceitação pelo público, respeita a sustentabilidade em espaços públicos. Em meio a esta perspectiva mercadológica, a Natura afirma não utilizar comunicação publicitária enganosa ou abusiva.

Econômico

O conselho de administração e a diretoria da empresa Natura, trazem nos indicadores e metas do planejamento estratégico tópicos como interesse múltiplos de acionistas, clientes e outros interessados. Além de pontos como os impactos socioambientais, em prazos como curto, médio e longo prazo da companhia na cadeia de valor, assim como as oportunidades e riscos destes impactos.

Consideram a inovação, reposicionamento, modelo de negócios, novos produtos e serviços, com relação aos impactos socioambientais. Ainda em meio ao planejamento estratégico, ultrapassam as necessidades previstas por lei no que diz respeito a inclusão social no desenvolvimento/reposicionamento de produtos e serviços. Os aspectos socioambientais refletem em dados numéricos como receitas, custos e despesas, ativos operacionais e custo de capital.

Com relação aos ativos intangíveis, a empresa apresenta políticas específicas para capital organizacional, humano, de informação e reputacional. Também há processos e procedimentos atuantes na gestão de risco, atuante em curto, médio e longo prazo. Os riscos, são monitorados em um período anual, sendo considerados em amplitude estratégico, operacional, financeiro, reputacional e legal.

Além de processos e procedimentos para a gestão de risco, também existem para a gestão de oportunidades, em um âmbito socioambiental. Estes processos e procedimentos, que se encontram em expansão, tem o foco em negócios inclusivos e não ambientais. Havendo ainda processos e procedimentos para a monitoração dos impactos econômicos das atividades da empresa.

Ambiental

Durante o relatório de índice de Sustentabilidade Empresarial, realizado no período de 2014/2015, a empresa Natura Cosméticos atendeu os critérios estabelecidos, no qual se trata da análise das práticas sustentáveis exercidas pelas empresas que disponibilizam ações na Bolsa de Valores BMF&BOVESPA.

Referindo-se ao primeiro critério, no qual relata o compromisso, abrangência e divulgação, é essencial que a política ambiental esteja documentada e formalmente aprovada pela direção da empresa, abrangendo ainda, o compromisso da mesma em atender os requisitos legais aplicáveis as atividades, produtos e serviços que a empresa desenvolve.

Outro fator de grande relevância trata-se do compromisso da organização em prevenir a população e a degradação ambiental, bem como administrar a utilização sustentável dos recursos, promovendo a melhoria contínua do desempenho ambiental.

Vale ressaltar que o monitoramento do comprometimento e conhecimento das ações em relação à política ambiental por parte dos colaboradores é essencial, visando incentivar a utilização de mecanismos sistemáticos para a avaliação dos requisitos, sendo que os efeitos da política ambiental no planejamento e gestão da companhia devem ser objetivamente evidenciados, por exemplo, nas metas, nos programas de gestão, nos procedimentos específicos e em seus resultados.

Entre os questionamentos remetidos a empresa Natura Cosméticos, com o objetivo de avaliar a política ambiental da organização, foi possível constatar que a mesma mantém a implantação da política ambiental, adotando procedimentos para alinhar a sua cadeia de valor com a política imposta pela Bolsa de Valores BMF&BOVESPA, no qual a empresa utiliza avaliação de terceira parte ou avaliação interna verificada por auditorias externas.

Tratando-se dos aspectos de mudanças climáticas, no qual busca-se identificar, se de fato, a organização possui diretrizes relativas às mudanças climáticas, bem como o grau de formalização do processo, foi possível constatar que a empresa Natura Cosméticos, mantém a política de meio ambiente e sustentabilidade, aprovada pela alta direção.

Destacando, ainda, a promoção de incentivo à eficiência energética e uso de energias renováveis, estabelecimento de metas de redução de emissão de GEE, bem

como a promoção e incentivo à inovação tecnológica, objetivando também, reduzir a emissão de GEE tanto na comercialização de bens ou serviços, quando na produção.

Ratificando a preocupação da organização em incentivar as boas práticas ambientais em toda a organização, a política é disponibilizada no site institucional com livre acesso, facilitando o acesso desde acionistas e investidores, funcionários, fornecedores, bem como comunidade e governo.

Considerações finais

Se a natureza cobrasse um valor monetário para a disponibilização de seus recursos certamente o custo seria bastante elevado, pois, os mesmos são responsáveis pela sobrevivência humana. Com base nessa conscientização, o artigo em questão buscou estudar o desenvolvimento sustentável como estratégia competitiva no setor de saúde e beleza.

Percebe-se que muitas empresas utilizam a sustentabilidade como estratégia competitiva de negócio, realçando a participação no mercado e ainda ajudando o planeta defendendo as causas ambientais, sociais e econômicas.

O Instituto *Ethisphere* (2016), listou as 131 empresas mais éticas do mundo, envolvendo 45 setores de 21 países, a partir dessa informação foi analisado apenas o setor de saúde e beleza no qual teve abrangência de quatro empresas, sendo elas: *Kao Corporation* e *Shiseido Group*, ambas de origem japonesa, *L'Oréal* de origem francesa e *Natura Cosméticos* de origem brasileira.

Pelo fato de a empresa *Natura Cosméticos* possuir grande relevância no país de origem e ser a única empresa brasileira listada como uma das mais éticas do mundo, este estudo objetivou estudar as ações ambientais praticadas pela empresa como fonte de vantagem competitiva.

A empresa *Natura* é responsável por grandes projetos responsáveis pelo desenvolvimento sustentável, visto que para isso é necessário a integração de três importantes áreas, sendo elas: ambiental, econômica e social.

A pesquisa apontou que a empresa em estudo, não realiza estudos e teste com animais desde o ano de 2006, visto que essa prática foi substituída por pesquisas científicas e testes computadorizados.

Cuidar do ambiente é papel de todos e certamente as empresas que adotam práticas sustentáveis recebem mais credibilidade com os clientes, conseqüentemente, com o meio ambiente.

Dessa forma, conclui-se que as ações de sustentabilidade ambiental desenvolvidas pela empresa Natura, vem conquistando a competitividade no mercado em que atua e, que sua estratégia se baseia na diferenciação sustentável, concedendo à organização uma vantagem competitiva de grande relevância.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). Disponível em: <http://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=91309> Acessado em 09/03/2016.

BARNEY, Jay. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, 99-120, 1991.

BM&FBOVESPA .Disponível em: <http://www.isebvmf.com.br/index.php?r=relatorio&qid=2014>. Acesso em: 24/06/2016.

ELKINGTON, John. Enter the Triple Botton Line. 2004. Disponível em: <<http://www.johnelkington.com/archive/TBL-elkington-chapter.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2016.

ETHISPHERE INSITUTE. Disponível em: <http://worldsmoethicalcompanies.ethisphere.com/> Acessado em 10/03/2016.

GIL, A. C.. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 2009.

GUIMA, Daniela. **Beleza Sustentável**. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/noticias/beleza-sustentavel/>>. Acesso em: 20 mar. 2016.

LADWIG, Nilzo Ivo; COSTA, Rogério Santos da (Org.). **Sustentabilidade e gestão estratégica: debates e experiências interdisciplinares**. Palhoça, SC: Ed. Unisul, 2010.

MACHADO, Michele Pires do Prado. **Uma análise sobre a estratégia de diferenciação no setor de cosméticos: O caso Natura**. 2006. 72 f. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

MATOS, Rafael Gomes. **Marketing e identidade corporativa: análise das estratégias da Apple**. 2013. 53 f. Monografia (Pós-Graduação *Lato Sensu* em Marketing e Cadeia de Valor) Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2013.

NASCIMENTO, E. P. **Trajatória da sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico**. Revista de Estudos Avançados. V. 26, n.74. 2012.

NATURA. **Relatório Anual 2014**. Disponível em: <http://www.natura.com.br/relatorio-anual>. Acessado em: 05/03/2016.

PADOVANO, Bruno Roberto; NAMUR, Marly; SALA, Patrícia Bertacchini. **São Paulo em busca da sustentabilidade**. São Paulo: Pini, 2012. 349 p.

SILVEIRA, Marco Antônio. Introdução à sustentabilidade organizacional: integrando o capital humano aos ecossistemas organizacionais. In.: AZEVEDO, Adalberto Mantovani Martiniano de; SILVEIRA, Marco Antônio. **Gestão da Sustentabilidade Organizacional: Desenvolvimento de Ecossistemas Colaborativos**. Campinas: Centro de Tecnologia da Informação "Renato Archer" (CTI). 2011.

SLOMSKI, Valmor; SLOMSKI, Vila Geni; KASSAI, José Roberto and MEGLIORINI, Evandir. **Sustentabilidade nas organizações**: a internalização dos gastos com o descarte do produto e/ou embalagem aos custos de produção. Rev.Adm. (São Paulo) [online]. 2012, vol.47, n.2, pp. 275-289.

VIEIRA, Susana; PERASSI, Richard. Gestão do Design: A percepção da Imagem da Marca. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 01-21, 2013.

Dados para contato:

Autor: Jaqueline Bitencourt Lopes

E-mail: jaqueline.bl@hotmail.com

ECONOMIA SOLIDÁRIA E SOCIAL: UMA ARTICULAÇÃO COM O EMPODERAMENTO/EMPOWERMENT

Desenvolvimento territorial sustentável e solidário

**Anderson Correa Benfatto¹; Ana Paula Silva dos Santos¹; Karoline Brasil de
Oliveira¹; Cristina Keiko Yamaguchi¹**

¹Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: A pesquisa objetiva demonstrar a integração entre economia solidária, economia social, empoderamento e *empowerment*. Para o alcance do objetivo a pesquisa caracteriza-se como interdisciplinar, qualitativa, exploratória e bibliográfica. O estudo baseou-se em uma revisão sistemática para o mapeamento de estudos brasileiros já publicados. Foi percebido que a terminologia economia solidária e social se distinguem por seus princípios. A economia social surge como uma alternativa ao governo e as organizações privadas, e a economia solidária é envolvida de valores ambientais, sociais e econômicos. No entanto, é válido ressaltar que ambas trazem características que favorecem o empoderamento/*empowerment* de seus colaboradores.

Palavras-chave: Economia solidária. Economia social. Empoderamento. Empowerment.

Introdução

Estudos sobre empoderamento são abordados nas mais diversas áreas do conhecimento, com destaque nas áreas de ciências sociais, medicina e psicologia (NUTBEAM, 1987; RAPPAPORT, 1987), negócios, gestão e contabilidade (HARTLINE; FERRELL, 1996), enfermagem (GIBSON, 1991) e questões de gênero com o empoderamento feminino (SARDENBERG, 2006), (LISBOA, 2008).

Outras pesquisas apresentam o empoderamento relacionado a modelos de desenvolvimento alternativos, como democracias participativas, autogestão e movimentos sociais autônomos. Neste sentido, indivíduos emergem de ações sociais e fortalecem sua capacidade pessoal e social ao ponto conseguirem transformar relações sociais de poder (BAQUERO, 2012).

O empoderamento acontece quando o indivíduo, grupo ou uma instituição, percebe sua posição diante a sociedade, sente-se inconformado e busca uma

transformação da sua realidade com o propósito de progredir (BÜLER, 2011). Neste sentido, eles desenvolvem competência para tomar decisões, atuar e motivar os outros (HOROCHOVSKI; MEIRELLES, 2007). Começam a se inserir em situações sociais, econômicas e políticas ainda mais complexas e de maior privilégio.

A busca pela igualdade na sociedade, inserido na produção, em um ambiente caracterizado pela autogestão ou gestão individual e a democracia na economia, caracteriza a economia solidária. Esta teoria trás o lucro não como objetivo central, sua presença é caracterizada como um meio de medir a sustentabilidade da atividade econômica. Assim o foco está no social, com a melhoria na qualidade de vida, no ambiental, na autonomia, assim como na ética (LISBOA, 2005; SINGER, 2008).

Diferenciando-se em alguns fatores da economia solidária encontra-se a economia social. Esta surgiu na lacuna entre o setor público e o setor privado, despondo de características semelhantes a economia solidária como o lucro em uma posição secundária, democracia e a autogestão, mas também com características próprias como foco nas pessoas e no objetivo social, este último frente a distribuição de excedentes, recebe uma porcentagem para manter-se (DEFOURNY, 2009).

Foram encontrados poucos estudos, em investigações teóricas e empíricas, com o propósito de analisar a economia solidária e social como um meio para o empoderamento num contexto local. Justifica-se assim a importância deste trabalho, pois pode contribuir com outros estudos semelhantes. Desta forma o estudo tem por objetivo demonstrar a integração entre economia solidária, economia social, empoderamento e *empowerment*.

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa científica é caracterizada pelo uso de procedimentos pré-estabelecidos. Estes procedimentos, denominados procedimentos metodológicos regem a aplicação do estudo, de forma a garantir seguridade com relação aos resultados encontrados.

Considerando o exposto, a pesquisa elaborada caracteriza-se por seu caráter interdisciplinar, de forma a conciliar a visão constituinte da economia solidária, com a economia social e por fim o empoderamento. Estas três áreas, são temas que advém de uma teoria bastante consolidada e com aplicação prática na sociedade, caracterizando o tipo de pesquisa como aplicada e método de pesquisa dedutivo (GIL, 2009).

A pesquisa formulada apresenta uma abordagem qualitativa, com objetivo de pesquisa exploratória, com estratégia de pesquisa estudo bibliográfico e técnica de pesquisa análise de dados. Esta composição permite um estudo aprofundado, todavia sem a possibilidade de generalização (GIL, 2009).

Assim, os resultados obtidos advêm de uma revisão sistemática, baseada em quatro repositórios (*Scopus, Emerald, Scielo e Spell*). Seguindo os preceitos de Pocinho (2008), este baseado no Cochrane Handbook, elencam sete princípios constituintes de uma revisão sistemática, conforme o quadro 1:

Quadro 1 – Constituição da Revisão Sistemática

| | Etapas Segundo a Cochrane Handbook | Pesquisa |
|---|---|--|
| 1 | Elaboração de uma pergunta bem definida | Qual a integração entre economia solidária, economia social, empoderamento e <i>empowerment</i> ? |
| 2 | Localização e seleção de estudos | Levantamento nas bases <i>Scopus, Emerald, Scielo e Spell</i> . |
| 3 | Avaliação crítica dos estudos | A avaliação dos estudos foi desenvolvida pelo seguimento dos filtros pré-estabelecidos. |
| 4 | Recolha de dados | O levantamento se deu com a seleção de palavras-chaves, tanto em português como em inglês. A validação das palavras em inglês foi por meio da pesquisa de estudos já publicados. A aplicação dos termos nos repositórios seguiu uma estrutura pré-estabelecida de filtragem. |
| 5 | Análise e apresentação dos dados | Se desenvolveu por meio do uso de ferramentas com quadros, onde inicialmente pesquisou um panorama com um número maior de publicações, reduzindo a amostragem para um maior aprofundamento. |
| 6 | Interpretação dos resultados | Apresentado nas seções a seguir. Com relação aos benefícios, o mesmo possibilita a compreensão do que já foi estudado com relação ao tema e as formas de interação das mesmas. No entanto a mesma apresenta risco com relação a limitação da pesquisa, com o uso de apenas quatro bases de dados e o uso de cinco palavras-chaves. |
| 7 | Aperfeiçoamento e atualização | A atualização dos dados ocorreu no período dos dias 17 de junho à 15 de julho. No entanto, o mesmo apresenta-se aberto para o recebimento de críticas e sugestões a serem incorporados. |

Fonte: Adaptado de Pocinho (2008).

A compreensão do processo formador da revisão sistemática completa-se na seção destinada a esta fração do estudo.

Resultados e Discussão

Economia solidária

A economia solidária é definida como um meio de produção que é regida pelo princípio da igualdade de direitos dos indivíduos que formulam seus produtos ou

serviços, ou seja, a gestão dos empreendimentos solidários é feita pelos próprios trabalhadores de maneira coletiva e totalmente democrática, isto é a autogestão (SINGER, 2008).

Para Lisboa (2005), define como principal característica da economia solidária a autogestão, porém, não é o único e suficiente aspecto para classificar um empreendimento como solidário, tendo em vista que tais empreendimentos estão no mercado e que acabam se sujeitando muitas vezes as suas particularidades, assim sendo atividades com autogestão, más, sem o caráter solidário.

Segundo Lisboa (2005), para que um empreendimento possa ser classificado como economia solidária, é necessário que eles tenham alguns indicadores ambientais, sociais e econômicos. Nos indicadores ambientais se mensura a sustentabilidade como; o descarte responsável dos resíduos a gestão eficaz da água e do uso consciente e eficiente dos recursos e sua reposição. Em relação aos indicadores sociais algumas dimensões devem ser verificadas tais como, o empreendimento deve ser solidário ao invés de competitivo, gerando possibilidades de inserção étnica, de gênero, pessoas excluídas e diversas realidades culturais, criando condições de saúde adequada e melhorando a qualidade de vida de seus associados e colaboradores (LISBOA, 2005).

Nas bases econômicas do empreendimento solidário não pode haver de forma alguma, nenhum tipo de exploração do trabalho, trabalho infantil, processo de trabalho excessivo e condições de trabalho desumanas. O empreendimento deve ainda investir na transparência das informações da gestão tornando o gerenciamento das decisões participativa e coletiva, buscando sempre se fortalecer em redes de cadeia produtiva solidária, praticando em suas transações o preço justo de venda, fortificando o consumo responsável e solidário, tendo em vista que todos esses valores devem fazer parte das redes, cadeias produtivas e empreendimentos solidários, para que possam ser classificados como economia solidária (LISBOA, 2005).

Economia social

A economia social nasce em face das necessidades individuais e coletivas da sociedade, em meio a revoluções de alguns países europeus entre os séculos XVIII e XIX. Com essas revoluções os sistemas de trabalho e de mercado são incapazes de inserir a todos em suas cadeias de produção e distribuição, e o Estado ineficaz de resolver os diversos problemas sociais (CAEIRO, 2008).

A economia social nasce com caráter de função social, organizacional, associativa, cooperativa, inserção social, geração e distribuição de renda, proporcionando o crescimento individual e coletivo (CAEIRO, 2008).

Ainda segundo Caeiro (2008), está no espaço entre o Estado e o mercado, na essência de resolver os problemas que o Estado não pode ou não se interessa em resolver e de onde o setor econômico privado não investe por não haver rentabilidade ou a maximização do lucro.

Para que a economia social possa existir e acontecer, ela deve partir da sociedade civil organizada, conservar a sua força e capacidade criativa, sempre buscando experiências maiores em convenções práticas mais elaboradas e desenvolvidas (DEFOURNY, 2009).

Já para Caeiro (2008), tem um sentido mais específico identificando algumas figuras como importantes e significativas para que a economia social tenha sua força e sua eficácia mantida. As famílias fazem parte dos grandes associados dessa economia, muitas delas não conseguem se inserirem no mercado de trabalho e com a economia social conseguem assumir por meio do empreendedorismo social uma área em meio de um sistema capitalista.

Empresas sociais que tem como viés mais importante é possibilitar o emprego, salário e saciar as necessidades sociais e não maximização do lucro e disputa de mercado. Instituições em geral que venham contribuir com a resolução dos problemas sociais e que buscam incentivar o crescimento dessa economia. As cooperativas onde os associados se unem de maneira voluntária para atender o bem comum, as misericórdias, instituições antigas como a igreja, que possuem uma tendência social e de bem-estar comum, as mutualidades que são associações que se constituem em seus fins a concessão de benefícios de segurança social, saúde e proteção social e o desenvolvimento da qualidade de vida (CAEIRO, 2008).

Empoderamento

O empoderamento acontece quando indivíduos, grupos ou organizações perpassam seus conhecimentos e começam a tomar decisões e conquistar espaços com autonomia, autoridade e responsabilidade. Deste modo, conquistam uma maior participação democrática na sociedade (RAPPAPORT, 1987) e buscam uma transformação da sua realidade com o propósito de progredir e participarem de

situações sociais, econômicas e políticas ainda mais complexas e de maior privilégio (BÜLER, 2011).

De modo geral, o empoderamento possibilita que o indivíduo mude sua conduta e das pessoas que o rodeiam (FESTE; ANDERSON, 1995). Oakley e Clayton (2003) acreditam que o empoderamento se revela de três modos, sendo o poder por meio de uma confiança própria, o poder adquirido com outros relacionamentos e por fim, o poder pelo acesso a recursos.

O empoderamento ainda, na literatura, é subdividido primeiro como empoderamento individual o qual está relacionado ao nível psicológico, ao controle do indivíduo sobre sua vida e a capacidade de adquirir conhecimento e influenciar a sua história. A segunda é a organizacional onde o empoderamento se apresenta por meio de uma maior participação dos colaboradores nas tomadas de decisões da empresa onde trabalha. Por último, o empoderamento coletivo se manifesta quando minorias passam por um processo de capacitação e começam a buscar seus direitos e até mesmo influenciar políticas do estado (BAQUERO, 2012).

No contexto do empoderamento comunitário, são colocados em práticas planos e iniciativas sociais que fazem com que a comunidade não se sinta apenas objeto desse processo, mas sujeitos que influenciam diretamente nele. A comunidade precisa passar por uma fase de conscientização dos problemas que lhes afetam e buscar em conjunto meios para ultrapassar essa condição e promoverem soluções em prol da comunidade (BAQUERO; BAQUERO, 2007).

Além da análise de empoderamento nos três níveis é necessário compreender seus efeitos nas suas dimensões, dentre estas se destacam aqui as dimensões econômica, social, política e cultural na realidade do sujeito em que se estuda (LUTTRELL; QUIROZ, 2009). Na dimensão econômica, Horochovski (2006) ressalta que a falta de recursos implica na exclusão da participação dos indivíduos que se encontram nesta condição, sem que tenham poder sobre sua realidade. Não há empoderamento sem acesso a recursos e renda.

Na dimensão política são questionadas as conquistas dos direitos referentes aos indivíduos estudados e o reconhecimento destes perante a sociedade (KLEBA, WENDAUSEN, 2009). Nas dimensões sociais e culturais o interessante é buscar a transformação, que ocorreu nesses dois âmbitos, que houve com o empoderamento e entender o impacto dessas mudanças no processo.

Revisão sistemática

A pesquisa utilizou por base quatro repositórios, dois com foco internacional e dois que possibilitam maior profundidade no entendimento das publicações brasileiras. A escolha das bases se deu pelo intuito de levantar estudos brasileiros publicados em nível nacional e internacional.

O repositório *Scopus* é caracterizada como uma base interdisciplinar, atuante em áreas como ciência, tecnologia, medicina, ciências sociais, artes e humanidades. Sua composição é baseada em revistas científicas, livros e anais de conferência (SCOPUS, 2016). A *Emerald*, de forma semelhante a *Scopus*, atua com artigos científicos, livros, adicionando casos de ensino (EMERALD, 2016). Com uma área de impacto um pouco menor encontra-se a *Scientific Electronic Library Online* (SciELO). A mesma tem o foco em países em desenvolvimento da América Latina e Caribe, facilitando o acesso a literatura científica (SCIELO, 2016). Por fim a *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) é uma base de artigos científicos gratuito, voltado para a área da administração, contabilidade e turismo, com sede no Brasil (SPELL, 2016).

Os quadros 2, 3, 4, 5, 6 e 7 apresentam o processo de filtragem e os resultados em números encontrados:

Quadro 2 – Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|-------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Economia Social" | 43 | 8 | 77 | 6 |
| Empoderamento | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

Quadro 3 - Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|-------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Economia Social" | 43 | 8 | 77 | 6 |
| Empowerment | 0 | 4 | 1 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

Quadro 4 - Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Social Economy" | 1523 | 629 | 61 | 5 |
| Empoderamento | 1 | 0 | 0 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

Quadro 5 - Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Social Economy" | 1523 | 629 | 61 | 5 |
| Empowerment | 42 | 164 | 1 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

Quadro 6 - Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|----------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Economia Solidária" | 36 | 0 | 123 | 68 |
| Empoderamento | 2 | 0 | 0 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

Quadro 7 - Processo de Filtragem

| Palavras-Chaves | Scopus | Emerald | SciELO | Spell |
|----------------------|--------|---------|--------|-------|
| "Economia Solidária" | 36 | 0 | 123 | 68 |
| Empowerment | 1 | 0 | 2 | 0 |

Fonte: Autores (2016).

A busca foi composta por termos na língua portuguesa e inglesa, devido a utilização de repositórios brasileiros e internacionais. Para a captação destes números, as bases *Scopus*, *Emerald* e *SciELO* utilizaram aspas entre os termos, devido a seu formato de busca.

A pesquisa revelou um total de 5158 estudos, com relação a terminologias economia social, economia solidária e *social economy*. Estes estudos estão dispostos nos mais diversos formatos, entre artigos, capítulos de livros, obras na íntegra, *paper*, trabalhos de conferência entre outros mais. Em meio a esses estudos, 218 traziam em sua composição o termo empoderamento ou *empowerment*.

As pesquisas relacionando os dois temas tiveram suas publicações iniciadas no ano de 1905, no entanto o trabalho trazia uma perspectiva diferenciada com relação ao tema, com o foco na composição química dos alimentos. Para tanto, foi apenas em 2012 apresentou o seu pico de publicações, conforme o quadro 8:

Quadro 8 – Anos de Publicação

| Ano | Frequência | Ano | Frequência | Ano | Frequência | Ano | Frequência |
|------|------------|------|------------|------|------------|------|------------|
| 2016 | 12 | 2009 | 11 | 2002 | 3 | 1992 | 1 |
| 2015 | 20 | 2008 | 10 | 2001 | 5 | 1987 | 2 |
| 2014 | 24 | 2007 | 6 | 2000 | 2 | 1985 | 1 |
| 2013 | 19 | 2006 | 11 | 1999 | 3 | 1984 | 1 |
| 2012 | 25 | 2005 | 9 | 1998 | 1 | 1938 | 1 |
| 2011 | 21 | 2004 | 4 | 1997 | 4 | 1907 | 1 |
| 2010 | 13 | 2003 | 3 | 1996 | 4 | 1905 | 1 |

Fonte: Autores (2016).

Os estudos relacionados a este tema não apresentaram um repositório de grande relevância para esta área. Esta afirmação está fundada na relação de números de estudos (218) para o número máximo de pesquisas publicadas em uma única revista (34), caracterizada como 15,60% do total de estudos. Desta forma, é perceptível uma relevância com relação a revista *Social Enterprise Journal*, considerando ser o mesmo com o maior número de estudos, seguido pelo *International Journal of Social Economics*, com um total de 30 publicações, conforme o quadro 9:

Quadro 9 – Repositórios

| Revista | Frequência | Revista | Frequência |
|--|------------|--|------------|
| Social Enterprise Journal | 34 | Accounting, Auditing & Accountability Journal | 2 |
| International Journal of Social Economics | 30 | Advanced Series in Management | 2 |
| Humanomics | 15 | Advances in the Economic Analysis of Participatory & Labor-Managed Firms | 2 |
| International Journal of Sociology and Social Policy | 6 | British Food Journal | 2 |
| Dialogues in Critical Management Studies | 5 | Geographie Economie Societe | 2 |
| International Journal of Public Sector Management | 4 | International Journal of Gender and Entrepreneurship | 2 |
| Advances in Ecopolitics | 3 | Management Decision | 2 |
| Critical perspectives on international business | 3 | Management Research News | 2 |
| Cuadernos de Desarrollo Rural | 3 | Postdata | 2 |
| Foresight | 3 | Research in the History of Economic Thought and Methodology | 2 |
| Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy | 3 | The Learning Organization | 2 |
| Advances in Austrian Economics | 2 | Sociedade E Cultura | 2 |

Fonte: Autores (2016).

O número de publicações associando os temas é significativo, no entanto, entre esse número, ocorre alguma frequência de repetição. Buscando compreender o que o Brasil está pesquisando nesta área, utilizou-se como filtro o fato do estudo ser de autoria brasileira, independente da língua de publicação. Nesta esfera, existem apenas três pesquisas, caracterizada no quadro 10:

Quadro 10 – Perfil das publicações nacionais

| | Repositório | Ano | Autor | Instituição | País | Título | Revista | Formato |
|---|-------------|------|---------------------|---|--------|---|---------------------------|---------|
| 1 | Scopus | 2011 | Costa, J. C. | Universidade Federal da Bahia, Universidade Estadual da Paraíba | Brasil | Women and Solidarity Economy: Time to discuss the relationship! | Sociedad e e Cultura | Review |
| 2 | Emerald | 2012 | Turcato, C. | Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil | Internal and external pressures: How does an organic cotton production network learn to keep its hybrid nature? | The Learning Organization | Artigo |
| | | | Barin-Cruz, L. | HEC Montréal | Canadá | | | |
| | | | Pedrozo, E. A. | Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil | | | |
| 3 | SciELO | 2013 | Andrade, M. C. | Universidade Estadual de Maringá | Brasil | Loucura e trabalho no encontro entre saúde mental e economia solidária | Psicol. cienc. prof. | Artigo |
| | | | Burali, M. A. M. | Universidade Estadual de Maringá | Brasil | | | |
| | | | Vida, A. | Universidade Estadual de Maringá | Brasil | | | |
| | | | Fransozio, M. B. B. | Universidade Estadual de Maringá | Brasil | | | |
| | | | Santos, R. Z. | Universidade Estadual de Maringá | Brasil | | | |

Fonte: Autores (2016).

Os três estudos encontrados, estão dispostos em três repositórios distintos, sem haver a repetição de pesquisas em mais de uma base de dados. Destes estudos, dois encontram-se em língua inglesa e apenas um em português.

Os estudos de publicação recente, considerando que todos foram compostos na presente década, não disponibiliza de autores especializados nas duas temáticas, sendo os mesmos formadores de uma única publicação do tema. Todavia, um dos

estudos disponibiliza de parceria entre autores brasileiros e um canadense. Com relação ao segmento metodológico, a maioria caracteriza-se como artigo científico.

As linhas de pesquisa dos estudos utilizam de objetos de estudos distintos, conforme apresenta o quadro 11:

Quadro 11 – Assunto dos estudos

| | Título | Objetivo | Resultados |
|---|---|--|--|
| 1 | Women and Solidarity Economy: Time to discuss the relationship! | Reconstruir o caminho das mulheres no campo analisado e questionando as relações que culminam em sua invisibilidade como sujeito. | O estudo caminha em meio a discussão da presença da mulher em grupos expressivos e articulados, com foco em organizações políticas e movimento social, grupos descritos como invisíveis em meio a economia solidária. |
| 2 | Internal and external pressures: How does an organic cotton production network learn to keep its hybrid nature? | Investigar como uma rede de produção de algodão orgânico aprende a manter sua rede híbrida e sua sustentabilidade em face de pressões internas e externas. | A pesquisa aplicada com gestores de organizações da economia social demonstra que em uma organização de rede, há a necessidade da projeção de compromisso em membros internos participantes, para o alcance da imposição de mudança com organizações externas, tendo foco na sustentabilidade. |
| 3 | Loucura e trabalho no encontro entre saúde mental e economia solidária | A relação entre loucura e trabalho, no contexto de articulação saúde mental e economia solidária, na elaboração de uma política pública inter setorial de inclusão social pelo trabalho. | Frente a associação da economia solidária e saúde mental, há a centralidade do trabalho, em que são direcionados como recursos terapêutico, direito humano, produtor de subjetividade e possibilidade de cidadania, e emancipação para a inclusão social. |

Fonte: Autores (2016).

Os dois primeiros estudos mostram o foco na área rural, no entanto o primeiro tem por objeto de pesquisa a atuação da mulher e o segundo gestores da economia solidária de rede de produção e algodão. O terceiro estudo disponibiliza a perspectiva do trabalho na economia solidária.

Os estudos ainda se diferenciam devido ao seu seguimento metodológico. O primeiro estudo é caracterizado por uma abordagem teórica, enquanto o segundo é baseado no caso de seis membros de uma rede de produção de algodão orgânico, já o terceiro estudo concilia uma pesquisa teórica da aplicação prática no Centro de Atenção Psicossocial. Frente aos procedimentos metodológicos, os estudos são todos caracterizados como qualitativos.

É válido ressaltar o uso da terminologia economia solidária, por parte do primeiro e o terceiro estudo e de economia social pela segunda pesquisa. Neste contexto marca-se a diferença entre as terminologias, onde a economia solidária

apresenta-se envolta de um conjunto de princípios éticos para o enquadramento de um empreendimento, enquanto a economia social adequa-se a uma gama maior de empreendimentos.

Considerações Finais

A terminologia economia social e solidária é descrita por muitos estudiosos, como distintas. No entanto Caeiro (2008) reflete a respeito desta separação, com a possibilidade de ser apenas um aperfeiçoamento linguístico. No entanto o quadro 12 apresenta características de cada termo:

Quadro 12 – Economia Social e Solidária

| Economia Social | Economia Solidária |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Justiça social e equidade; - Formato jurídico, onde encontra-se empresas do tipo cooperativo, mutualista, organizações associativas, as fundações e com finalidade social; - Foco na prestação de serviço para os membros; - Autogestão; - Democracia; - Preferência para as pessoas e do objeto social para a um investimento, na distribuição do capital excedente; - Não exclui a busca por lucro, mas o lucro não é o objetivo principal. | <ul style="list-style-type: none"> - Igualdade de direitos - Autogestão; - Gestão individual e participativa; - Formato de rede, que inibe a competitividade; - Segmento dos princípios ambientais, sociais e econômicos, solidários; - Ética; - Qualidade de vida; - Sem exploração do trabalho; - Transparência das informações; - Decisão participativa - Foco na qualidade e não na quantidade de produção. |

Fonte: Adaptado de Caeiro (2008) Defourny (2009), Lisboa (2005) e Singer (2008).

A interação entre a economia social e solidária com o empoderamento/empowerment ocorre como um fluxo, em que a aplicação da economia social ou da economia solidária leva ao empoderamento de seus membros. Neste cenário, a atuação na economia social ou solidária gera confiança no indivíduo, por meio de iniciativas sociais.

A formação de uma economia com raízes na área social ou solidária, também trazem em sua composição princípios aplicados por pessoas empoderadas, com a autonomia, a participação democrática, com foco no desenvolvimento social, econômico e político.

A associação das duas áreas temáticas apresenta-se como um fortalecimento mútuo. Esta possibilidade encontra-se no direcionamento de cada corrente teórica, onde enquanto a economia solidária e a economia social têm o objetivo voltado para a ação coletiva, o empoderamento demonstra a possibilidade de crescimento individual

por meio de suas atividades. Por mais que haja a possibilidade da interação entre os temas, há pouca disseminação da associação das linhas em pesquisas científicas no Brasil. Este fato é confirmado com a revisão sistemática, onde apenas três estudos foram encontrados.

O estudo um demonstrou a possibilidade do empoderamento da mulher na economia solidária em um meio rural. O segundo estudo expõe fortemente a concepção da economia social, onde há a formação de rede, com ações internas utilizadas também na busca por mudanças externas. Por fim o terceiro estudo expõem o empoderamento em um contexto de saúde mental para a inclusão em uma economia solidária.

O estudo apresentou como fator limitante o fato de ser elaborado com base em dados recolhidos em quadro repositórios. Todavia, sugere-se para futuros estudos a busca por casos práticos de interação entre as terminologias, assim como a compreensão desta interação em outros países.

Referências

BAQUERO, M; BAQUERO, R. Capital Social e Empoderamento no Desenvolvimento Social: Um Estudo com Jovens. **Sociedade em Debate**, v. 13, n. 1, p. 47-64, 2007.

BAQUERO, R. V. A. Empoderamento: Instrumento de emancipação social? Uma discussão conceitual. **Revista Debates**, v.6, n.1, p. 173-187, 2012.

BULER, N. **O empoderamento das mulheres envolvidas nas atividades de turismo rural no roteiro “Caminhos de Pedra”**. Bento Gonçalves, RS. 2011. 46 f. Monografia (Curso de Graduação Tecnológico em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural) – Faculdades de Ciências Econômicas da UFRGS.

CAEIRO, J. M. C.. Economia social: conceitos, fundamentos e tipologia. **Katálysis**, v. 11, n. 1, p. 61-72, 2008.

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.

EMERALD. **About Emerald**. 2016. Disponível em: <<http://www.emeraldgrouppublishing.com/about/index.htm>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

FESTE, C.; ANDERSON, R. M. Empowerment: from philosophy to practice. **Patient Education and counseling**, v. 26, p 139-144, 1995.

GIBSON, C.H. A concept analysis of empowerment. **Journal of advanced nursing**, v.16, n.3, p 354-351, 1991.

GIL, A. C.. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas. 2009.

HARTLINE, M.D; FERRELL, O.C. The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. **Journal of Marketing**, v.60, n.4, p 52-60.

HOROCHOVISKI, R. R. Empoderamento: definições e aplicações. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 30, 2006, Caxambu. **Anais eletrônicos...** Caxambu: ANPOCS, 2006.

HOROCHOVISKI, R. R.; MEIRELLES, G. Problematizando o conceito de empoderamento. In: SEMINÁRIO NACIONAL. MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA, 2, 2007, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2007.

KLEBA, M. E. WENDAUSEN, A. Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. **Saúde e Sociedade**, v. 18, n. 4, 2009.

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.

LISBOA, T.K. O Empoderamento como estratégia de inclusão das mulheres nas políticas sociais. In: FAZENDO GÊNERO – CORPO, VIOLÊNCIA E PODER, 8, 2008, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: UFSC, 2008.

LUTTRELL, C. QUIROZ, S. **Understanding and operationalising Empowerment**. London: Overseas Development Institute, 2009.

NUTBEAM, D. Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. **Health Promotion International**, v. 15, n.3, p 259-267, 1987.

OAKLEY, P.; CLAYTON, A. **Monitoramento e avaliação do empoderamento (“empowerment”)**. São Paulo, Instituto Pólis, 2003. 96 p.

POCINHO, Margarida. **Lições da Metanálise**. 2008. Disponível em: <http://docentes.ismt.pt/~m_pocinho/Licoes_de_revisao_sistematica_e_metanalise.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2016.

RAPPAPORT, J. Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. **American Journal of Community Psychology**, v. 15, n. 2, p. 121-148, 1987.

SARDENBERG, C. M. B. Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL: TRILHAS DO EMPODERAMENTO DE MULHERES, 1, 2006, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador, 2006, 12 p.

SCOPUS. **Who uses Scopus**. 2016. Disponível em:
<<https://www.elsevier.com/solutions/scopus/who-uses-scopus>>. Acesso em: 12 jul.
2016.

SCIELO. **SciELO**: Modelo de publicação eletrônica para países em
desenvolvimento. Disponível em: <
<http://www.scielo.org/php/level.php?lang=&component=56&item=1>>. Acesso em: 12
jul. 2016.

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](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010340142008000100020&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 12 jul. 2016.

SPELL. **Objetivos**. Disponível em: < <http://www.spell.org.br/sobre/objetivos>>.
Acesso: 12 jul. 2016.

Instituição de fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível
Superior (Capes) e Universidade do Extremo do Sul Catarinense (UNESC).

Dados para contato:

Autor: Cristina Keiko Yamaguchi

E-mail: criskyamaguchi@gmail.com

ESTILOS DE LIDERANÇA E SUA INFLUÊNCIA NA CULTURA ORGANIZACIONAL

Gestão e estratégia das organizações

Viviane Bussolo Mazzuco¹; Adriana Zomer de Moraes²

¹ UNICRED A; ² UNIBAVE

Resumo: As lideranças são a via de conexão entre os valores da empresa e os colaboradores, a elas se atribui o papel de condução das equipes para a perpetuação dos valores organizacionais e sustentabilidade das organizações contemporâneas. O trabalho busca mapear o estilo de liderança predominante e compreender a sua relação com os aspectos expostos na cultura organizacional que impactam na sustentabilidade do negócio; sob a perspectiva dos liderados. Foi possível identificar que a abordagem da liderança utilizada influenciou aspectos expostos na cultura organizacional, sendo a abordagem transformacional predominante. Observou ainda, a presença em menor grau, porém ainda expressiva da abordagem transacional, evidenciando sua correlação com alguns comportamentos que contrapõem aos valores da organização, estes que devem ser melhor observados a fim de garantir a sustentabilidade organizacional.

Palavras-chave: Lideranças. Sustentabilidade. Valores organizacionais.

Introdução

A formação de lideranças está atrelada diretamente à sustentabilidade das organizações. O dia a dia de muitas empresas tem mostrado que a formação de líderes vai além da definição de processos de recrutamento e permeia o universo da formação e desenvolvimento de líderes. A organização estudada neste trabalho também reflete este contexto, a perpetuação dos valores organizacionais pressupõe a conexão estabelecida pelas lideranças com as equipes.

Com o objetivo de que os líderes sejam os condutores da cultura organizacional e garantam resultados no curto, médio e longo prazo; as organizações têm investido fortemente na identificação e formação de suas lideranças.

De acordo com Migueles e Zanini (2009), a liderança tem sido vista como um caminho para a construção da sustentabilidade econômica e social das organizações. Ainda segundo os autores, a estrutura das organizações contemporâneas evidencia a importância da atuação dos líderes para a sustentabilidade das organizações e

neste mercado altamente competitivo, as empresas investem na formação e desenvolvimento de seus líderes.

Segundo Ulrich e Smallwood (2014), no mundo todo, centenas de líderes, participam ou irão participar de treinamentos de liderança com o objetivo de ter *insights* sobre como aprimorar a sua forma de liderar. O autor cita que a sustentabilidade da liderança está atrelada ao reconhecimento do impacto das ações do líder sobre os outros, o líder deve ter a habilidade de expressar suas intenções por comportamentos observáveis pela sua equipe.

O estudo deseja identificar o estilo de liderança predominante e compará-lo com os aspectos expostos pela cultura que impactam na sustentabilidade do negócio. Neste contexto, faz-se necessário investigar a formação recebida pelos líderes e o impacto no seu estilo de liderança praticado.

O exercício da liderança requer a resolução de dilemas de cooperação e confiança cuja atuação só será viável com base na construção de vínculos que ofereçam a confiança necessária para a ação dos líderes nos cenários incertos e complexos (MIGUELES e ZANINI, 2009). A coordenação de equipes requer a construção de uma visão coletiva de realidade, de modo que todos se engajem em uma mesma direção. A coerção com o apelo da *necessidade de trabalho* muito utilizada em modelos de gestão do passado não demonstra resultados sustentáveis (MIGUELES; ZANINI, 2009).

Segundo Chaves (2013, p.19), *o líder é o exemplo para a equipe*, apontado desta forma para uma necessidade de aprimorar o autoconhecimento, de maneira que seja possível identificar os pontos de melhoria e buscar aprimoramentos para que sua equipe siga o modelo compatível ao que ele deseja. Sendo este conhecimento primordial quando o líder precisa formar seus sucessores. Segundo o autor, o líder precisa estar consciente da importância do aprendizado focado no uso consciente dos sentidos sobre si mesmo e sobre a equipe que lidera.

A construção da cooperação necessária requer a compreensão dos inúmeros laços que ligam as pessoas naquele contexto, de maneira a perceber o valor que a instituição produz para os clientes e para a sociedade em geral. (MIGUELES; ZANINI, 2009). Dentro deste contexto o autor cita que: (...) há inúmeras formas de não cooperar, mesmo estando empregado, que ameaçam a sustentabilidade das organizações ao longo do tempo (MIGUELES; ZANINI, 2009).

Segundo Chaves (2013), o profissional que aceita a missão de ser líder deve se sentir instigado a contribuir com o desenvolvimento contínuo das pessoas, pois é o exercício de melhorias contínuas da equipe que irá assegurar que os resultados sejam possíveis e sustentáveis.

A formação de lideranças tem grande importância, por uma razão que transcende o desempenho organizacional. A qualidade das lideranças afeta a qualidade de nossas vidas. Um bom líder contribui para tornar o mundo um lugar melhor. Segundo o autor mesmo grandes corporações podem se desviar do seu propósito e até sucumbirem, quando contratam ou promovem o líder errado (SISODIA; MACKEY, 2013).

Lideranças conscientes revelam-se capazes de identificar e dar visibilidade às alegrias e belezas de cada desafio a ser cumprido e são convictos de que o seu trabalho é uma oportunidade de contribuir para a construção de um mundo melhor. Por estarem profundamente conectados à sua vocação, estes líderes conseguem compartilhar os valores que praticam com as suas equipes servindo de inspiração. Ainda segundo os autores, estes líderes desenvolvem refinados processos de inteligência, descritos como: sistêmica, analítica, espiritual e emocional (SISODIA; MACKEY, 2013).

A construção de uma liderança baseada em valores aplicáveis e internalizados, constrói um ambiente seguro para as pessoas, elas sabem que o seu líder estará tomando decisões importantes com base em valores reconhecidos por todos. A liderança baseada em valores fortalece o gestor em momentos de tomada de decisões complexas e permite ao gestor conduzir as pessoas na busca de um objetivo maior e conseqüentemente sustentável (CHAVES, 2013).

Os valores da organização são percebidos pelo colaborador na atitude da liderança, os valores escritos em banner, não tem demonstrado relevância para o colaborador, porém a atitude do líder permeia por todos os empregados e assegura a evolução das organizações (CHAVES, 2013).

Segundo Marques (1998, p.11), “é certo que os líderes são um retrato da cultura organizacional de suas empresas (...)”, segundo o autor os líderes são escolhidos pela capacidade de adequação ao ambiente e compatibilidade com as ideologias da empresa, e pela capacidade que demonstram em conectar os liderados à cultura da organização.

Marques (1998, p. 11) alerta para o fato de os líderes que ainda creditam no modelo “eu mando você obedece” apresentam um modelo de gestão obsoleto. Destaca o autor que a característica dos profissionais denominados “Geração Y, contemporânea à internet e às novas tecnologias, e como uma visão nada tradicional” está cada vez mais distante deste perfil de liderança, esta geração requer um estilo de liderança motivadora, aglutinadora e estimulante, que seja; que seja capaz de conduzir a equipe para níveis de construção de valor e sustentação à organização a qual estão inseridos.

A literatura especializada, aponta dois modelos conceituais definidores de estilo de liderança, cujo precursor teórico foi Burns (1978). O autor revela dois modelos diferenciados de liderança: a liderança transacional e a liderança transformacional. Segundo Burns (1978), a Liderança Transacional corresponde ao estilo de liderança baseado na capacidade do líder em atender os interesses particulares dos seguidores; já a Liderança Transformacional pressupõe um estilo de liderança baseado no desenvolvimento dos colaboradores. Desta forma, este modelo propicia que as equipes sejam comprometidas com um conjunto de valores construídos coletivamente.

Para Burns (1978) o modelo de liderança transacional é representado por líderes que legitimam a sua atuação na sua habilidade de influenciar e no seu poder de barganha. Constituindo-se desta forma, uma relação em que o líder é capaz de atender as necessidades da equipe, a medida em que esta atende aos objetivos por ele propostos. Segundo o autor a relação é estabelecida com base na lógica utilitarista em que a recompensa e punição são largamente aplicadas; uma relação de troca. Este modelo não constitui uma relação baseada nos valores coletivos e sim no atendimento de necessidades individuais. Caracteriza-se por um modelo que privilegia o interesse individual, tanto dos seguidores quanto do líder.

De acordo com os autores Burns (1978) e Bass (1985; 1999^a), no que se refere ao desenvolvimento dos seguidores, a liderança transformacional pressupõe o desenvolvimento moral dos seguidores. Ainda de acordo os autores isto significa que o líder, é capaz de inspirar as pessoas em um objetivo maior, conduzindo cada indivíduo para que este transcenda a sua autossatisfação em prol dos valores e objetivos do grupo ao qual pertencem. Para que isto seja possível, os autores sugerem que os líderes devem utilizar-se de competências fundamentais para a vivência deste

estilo de liderança, as competências citadas são: comunicação, inspiração visionária e o empoderamento (BURNS, 1978; BASS, 1985; 1999a).

O Laissez-Faire por sua vez, caracteriza-se pela ausência de liderança (BASS, 1999). De acordo com Northouse (2007), este modelo se caracteriza pela adoção de um comportamento por parte do líder em que ele procrastina decisões, não assume a sua responsabilidade e não demonstra interesse em conduzir a equipe a alcançar suas metas pessoais.

Bass (1999) se destaca como um dos expoentes pesquisadores do modelo de liderança transformacional, ampliando o modelo teórico proposto por Burns. Bass (1999), contribui com a proposição de um modelo de quatro aspectos essenciais do líder transformacional. Estes são, a influência idealizada, a inspiração, a estimulação intelectual e a consideração individualizada. (BASS, 1999a; AVOLIO; BASS, 1991).

Dentro deste proposto teórico, a liderança transacional vislumbra o reconhecimento e a valorização pelo cumprimento dos objetivos propostos. Utiliza de reforços e punições para o engajamento das equipes em prol dos objetivos, bem como, para a gestão de comportamentos considerados inadequados no grupo. Em contraponto, os líderes transformacionais, baseiam seus processos de motivação sensibilizando o grupo para a construção de valores morais e ideais superiores que vão além dos interesses individual e atendem a coletividade. Dentro deste estilo de liderança; o líder deve ser capaz de construir coletivamente um valor para organização, de maneira que sua tomada decisão seja reconhecida por todos com confiança em cumprimento as valore constituídos pelo grupo. (BASS, 1999a; AVOLIO; BASS, 1991).

Em contraponto ao estilo de liderança transacional, Northouse (2017), defende que o modelo de liderança transformacional solidifica os valores propostos pela organização e fomentam a motivação dos colaboradores através do alinhamento entre as expectativas pessoais e organizacionais. Segundo Silveira (2014), este alinhamento possibilita que os colaboradores valorizem as suas atividades e percebam que ao desempenhar as suas atribuições, podem progredir no sentido moral e profissional. Ainda segundo Silveira (2014), isto aumenta a motivação com o trabalho e o comprometimento com os valores organizacionais.

Dentre as atribuições de um líder, a literatura especializada destaca a capacidade de influenciar pessoas para um objetivo comum. (MARQUES, 2013; CHAVES, 2013; MACKEY; SISODIA 2013). A relação de influência sobre pessoas e

equipes se dá através da utilização de uma fonte poder, esta forma de poder caracteriza aspectos definidores da relação entre líder e liderados.

Para Northouse (2007), ao discorrer sobre o processo de influenciar pessoas, é necessário compreender a relação de poder existente, uma vez que a influência sobre as pessoas é projetada a partir de uma relação de poder que a liderança estabelece com as suas equipes. Para o autor, as pessoas têm poder quando têm a habilidade de influenciar outras, e assim utilizam alguma fonte de poder para interferir no curso de outras.

French e Raven (1959) estabeleceram uma taxonomia de bases de poder que são amplamente utilizadas, pesquisadas e ensinadas em várias disciplinas. De acordo com os autores existem cinco aspectos que se destacam para a origem do poder de uma pessoa sobre outra: o poder de recompensa, o poder coercitivo, o poder legítimo, o poder de especialista e o poder de referência. Segundo os autores, no poder de recompensa, o alvo concorda com a influência para obter recompensas contratadas pelo agente. Já no poder coercitivo a pessoa alvo concorda com a influência para evitar punições controladas pelo agente, relacionado com a ameaça de punição que o agente poderá aplicar no caso se uma não conformidade. O poder legítimo, por sua vez se origina na percepção que o alvo tem de que o agente tem o poder de fazer prescrições de comportamento à ele, a pessoa alvo concorda com a influência porque acredita que o agente tem o direito de fazer solicitações e ela tem obrigação de aceitar. O poder de especialista é baseado na percepção por parte da pessoa alvo de que o agente detém o conhecimento necessário para decidir o que deve ser feito. Já no poder de referência, que tem a sua base na identificação entre agente e alvo; a pessoa alvo concorda porque ela admira o agente ou se identifica com ele, e fará o que for necessário para ganhar a sua aprovação.

Os estilos de liderança transacional e transformacional são modelos que nos permitem a identificação dos valores construídos pelas lideranças, por sua vez a identificação das fontes de poder utilizados possibilita a visualizações de como esta relação é estabelecida, uma vez que o agente o líder, é quem estabelece as diretrizes da relação líder e liderados, uma vez que fará uso do poder que lhe é atribuído formalmente de alguma forma, o que o estudo pretende é identificar isso.

Procedimentos metodológicos

A realização de uma pesquisa científica pressupõe a delimitação de um percurso metodológico, o qual apresenta a forma como o estudo foi realizado. Para alcançar os objetivos desta pesquisa, foi realizado um estudo de caso com o método descritivo de abordagem quantitativa. De acordo com Oliveira (1999) a abordagem quantitativa é orientada à quantificação de dados, apoiando-se de ferramentas estatísticas, comumente utilizada com fins de classificar e descobrir a relação entre várias do objeto de estudo.

De acordo com Reis (2005) uma população é formada por indivíduos e objetos que apresentam uma ou mais características em comum. Em muitos casos, se torna impossível investigar toda a população, desta forma se faz necessário retirar uma amostra sobre a qual serão investigadas as características pertinentes. A amostra deste estudo foi formada pela equipe dos líderes promovidos no período de janeiro de 2013 a dezembro de 2014 na instituição. Foram entrevistadas quatro equipes com um total de 16 colaboradores. Desta forma, foram encaminhados via e-mail os questionários estruturados para a realização da pesquisa com as equipes. A pesquisa foi realizada no ambiente de trabalho dos colaboradores envolvidos.

Logo após a coleta dos dados, a média das respostas para cada item do questionário foi calculada para visualizar graficamente os resultados obtidos. Entretanto, a análise dos dados observou os pressupostos de Taylor e Bogdan (1998). Os dados coletados foram classificados e divididos em grupos por código, em seguida proposições teóricas foram construídas para responder ao problema de pesquisa.

Resultados e Discussões

O presente estudo observou uma amostra das últimas promoções internas realizadas pela organização, período de 2013-2014. Identificou-se que na amostra 50% ainda não passaram por programas de treinamento que os desenvolvam para o exercício da função, e outros cinquenta por cento já realizou algum tipo de treinamento de formação liderança. Na organização estudada, 70% do quadro de gestores foram promovidos internamente e a instituição não possui um programa de educação com o objetivo de identificar e desenvolver os seus líderes, o que indica que o aprendizado ocorre de maneira prática.

Para Chaves (2013), a formação de lideranças é um processo que requer investimentos contínuos, para formar um líder é necessário identificar nele

componentes básicos de liderança e conduzi-lo neste processo de desenvolvimento. A formação de líderes, requer a identificação de pessoas com elementos essenciais do conteúdo liderança. Para a identificação destes requisitos, pode-se observar a motivação pela busca de resultados cada vez melhores e a aspiração pelo crescimento permanente (CHAVES, 2013).

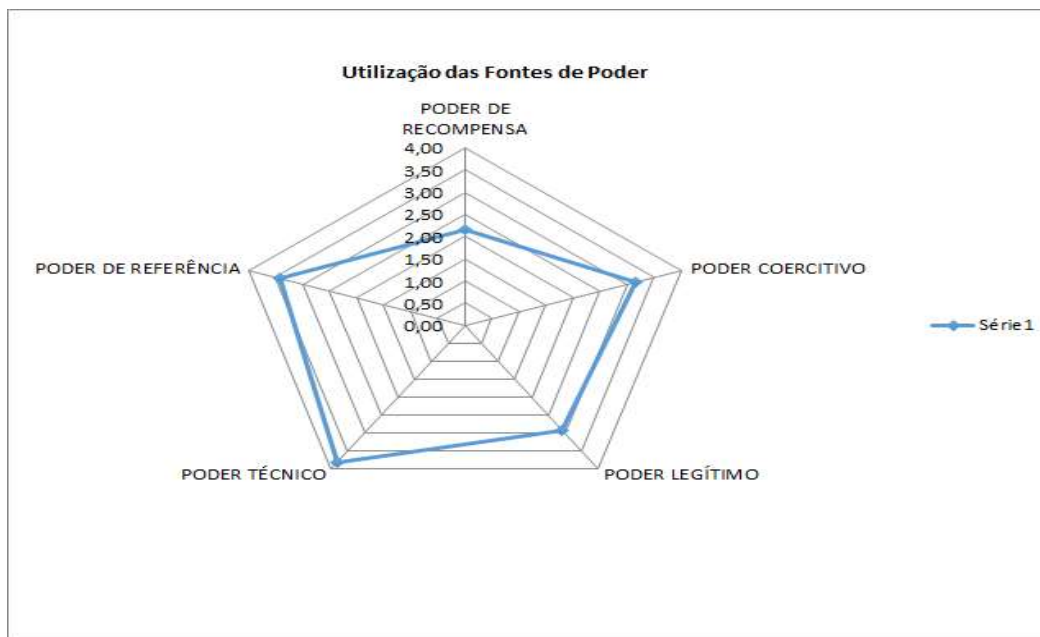
Pode-se compreender desta forma que a formação de lideranças pressupõe dois momentos importantes: a identificação do perfil de liderança e o processo de desenvolvimento deste profissional. É possível evidenciar que a identificação de profissionais com perfil de liderança é crucial para o êxito do cargo, entretanto para formação de lideranças a empresa deverá conduzir a construção de programas de acompanhamento que possibilitem o desenvolvimento das competências almejadas para os seus líderes.

No estudo realizado nos programas de formação da referida instituição não foram identificados conteúdos programáticos relacionados com a temática liderança. Os programas de formação para liderança aplicados, tem enfoque na formação técnica, e com conteúdo programático focado no autoconhecimento; não sendo desta forma desenvolvidos programas de educação corporativa focados no desenvolvimento de estilo de liderança.

a) O estilo de liderança praticado e utilização das fontes de poder

No estudo realizado, foi possível observar a utilização das cinco fontes de poder apresentadas por French e Raven (1959).

Gráfico 01 – Fontes de poder



Fonte: Autores (2016).

Cada extremidade do pentágono apresentado no gráfico 01, demonstra a presença de um tipo de poder por parte da liderança. Observa-se que quanto mais próximo o vértice estiver a curva do gráfico, maior será a utilização deste tipo de poder pela liderança.

Conforme gráfico 01, a análise dos dados sugere uma maior utilização do poder técnico, seguido do poder de referência. De acordo com French e Raven (1959), o poder técnico está relacionado à percepção por parte da equipe de que o líder detém o conhecimento necessário para tomada de decisão e o poder de referência é baseado na identificação do liderado com o líder, sendo que o liderado se identifica com o líder e fará tudo o que for possível para ganhar a aprovação do seu líder.

A utilização do poder coercitivo e do poder legítimo também podem ser identificados, em menor grau com relação aos anteriores, porém ainda expressivo no gráfico. Segundo os autores na utilização do poder coercitivo o líder estabelece a relação com base em ameaças de punição, e no poder legítimo também identificado o liderado acredita que o líder tem o poder de fazer prescrições e a ele cabe o dever de aceitar. (FRENCH; RAVEN, 1959). Ambos os tipos de poder não promovem um ambiente relacional favorável ao diálogo, exposição de ideias, e conseqüente atravancam o desenvolvimento das equipes em prol de objetivos de construção de valor para a organização. Segundo Marques (2013), este modelo de gestão é obsoleto

e não é capaz de conectar as pessoas para construção de valores sustentáveis à organização.

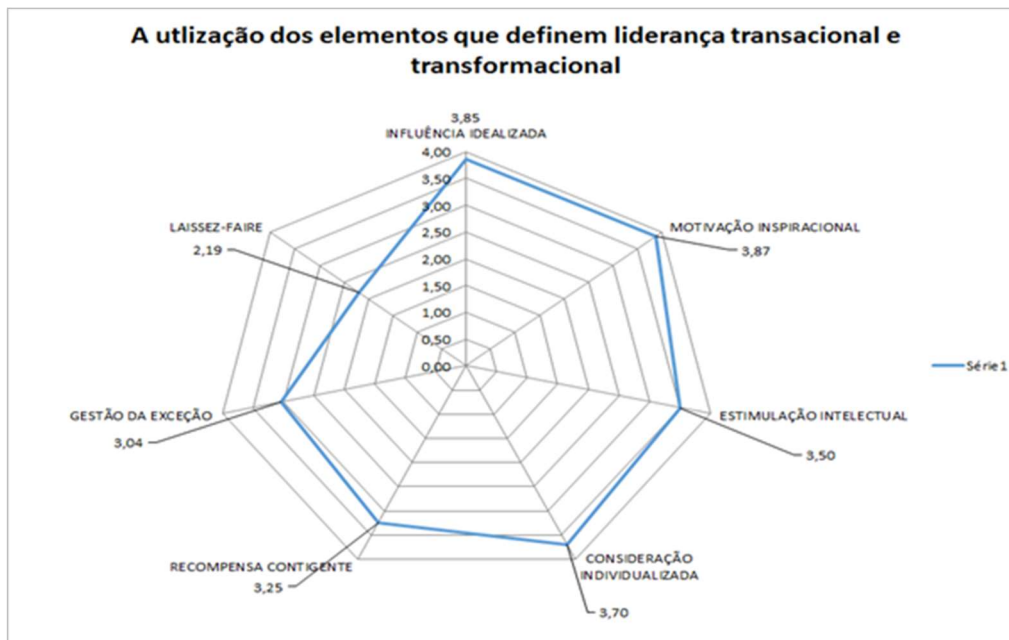
Destaca-se desta forma, a necessidade da identificação e da formação de lideranças que conduzam as equipes utilizando-se de modelos de gestão com características únicas em que seja possível a perpetuação dos valores organizacionais. Segundo Chaves (2013), a formação de lideranças envolve a identificação de aspectos essenciais e a condução do líder no desenvolvimento das habilidades desejadas.

b) A identificação do estilo de gestão predominante

O gráfico 02 apresenta aspectos relacionados à abordagem da liderança, de acordo com o modelo teórico da liderança transformacional e transacional proposto por Burns (1978) e Bass (1999).

Observa-se no gráfico 02, a utilização predominante do estilo de liderança transformacional, focado no desenvolvimento dos liderados e caracterizado no gráfico pelos aspectos: influência idealizada, motivação inspiracional, estimulação intelectual e consideração individualizada.

Gráfico 02 – Elementos que definem liderança



Fonte: Autores (2016).

Cada extremidade do heptágono representado no gráfico demonstra a utilização de um elemento que compõe o modelo de liderança: Transformacional ou Transacional. Analisando os dados coletados observa-se também a presença marcante de estilo de liderança transacional, mesmo não sendo predominante; características marcantes de uma relação baseada na troca e no poder de barganha (BASS, 1999a; AVOLIO; BASS, 1991). No gráfico estes comportamentos definidores são a recompensa contingente e a gestão da exceção.

A proposição teórica apresentada anteriormente, permite a compressão de que, o líder transacional estabelece a sua conduta na legitimidade e autoridade que lhe são reconhecidas em termos formais para exercer o poder. De acordo com Bass, este líder, comumente estabelece e enfatiza o cumprimento de regras e requer atenção dos seguidores para a realização de atividades previamente definidas (BASS, 1990).

Em menor grau aparece o Laissez-faire, que é modelo pautado na ausência de prática de liderança, quando o líder abdica do exercício de seu papel. Segundo Silveira (2014) é importante que os líderes não abdicuem de sua função e adotem uma postura. Neste aspecto Migueles e Zanini (2009), defendem a construção de modelos que contribuam com o desenvolvimento das equipes, caracterizado pelos autores como estilo de liderança baseado em valores. Em contraponto, os autores destacam que a liderança que negocia a atuação dos subordinados em prol, do alcance de objetivos próprios, conquista resultados a curto prazo e provoca o enfraquecimento da cultura organizacional, em detrimento do alcance de objetivos pessoais; do líder e subordinados.

c) O impacto em alguns aspectos exposto na cultura organizacional

O estilo de liderança aplicado reflete na cultura organizacional e permite que façamos conexão entre estilo de liderança e aspectos culturais. O gráfico 03 esboça estas características organizacionais, segundo relato dos colaboradores.

Gráfico 03 – Valores da cultura organizacional



Fonte: Autores (2016).

Aspectos como planejamento, fundamentalmente ligados a uma cultura de sustentabilidade e visão de longo prazo conotam baixo impacto nos aspectos presentes no dia a dia das equipes. De acordo com a fundamentação teórica aplicada, isto se relaciona ao estilo de liderança transacional aplicado, focado em recompensas diretas e relação de troca (BASS, 1990).

Outro aspecto observado a valorização do trabalho, quando não existe uma conexão com propósitos maiores o colaborador apresenta uma baixa identificação e valorização do seu trabalho, buscando motivação na recompensa monetária dentre outros aspectos expoentes da liderança transacional (MIGUELES, ZANINI 2009).

É por essa razão que o modelo de liderança transformacional tem sido observado como um modelo pertinente ao atual contexto organizacional, tendo em vista o fato das organizações viverem intensamente em contextos turbulentos. Corroborando com estes pressupostos, Migueles e Zanini (2009), citam que: o trabalho que poderia ser a fonte mais profunda de sentido, tem sido banalizado como meio para resultados de curto prazo. Em alternativa a este contexto, o líder baseado em valor, cria espaços de sentido, ética, realização e excelência, onde a maioria das pessoas só enxerga espaço para pressão por resultados e redução dos custos. Sendo desta maneira um “antídoto”, contra as métricas fáceis que produzem resultados de curto prazo e destroem as condições para a produção de valores e sustentabilidade.

Considerações finais

Este trabalho foi realizado com o objetivo de responder ao seguinte problema de pesquisa: Carreiras de gestão: uma proposta de identificação dos estilos de liderança praticados e sua influência na cultura organizacional.

Após a finalização da coleta de dados e classificação dos dados, foi possível perceber o estilo de liderança predominante na organização, bem como identificar correlações com os comportamentos expostos na cultura organizacional. Os dados comprovam que foi predominante o uso da liderança transformacional que influencia o comportamento exposto na cultura organizacional, evidenciando comportamentos convergentes aos valores organizacionais, tais como: orgulho de pertencer, respeito aos valores cooperativistas dentre outros que podem ser observados no gráfico 3.

Conforme mencionado anteriormente, é possível identificar o estilo de liderança transformacional como sendo predominante, porém observa-se uma presença expressiva do estilo de liderança transacional, baseado em relações de troca de poder e barganha. A proposição teórica apresentada nos permite fazer a alusão de que estes aspectos estão relacionados com os comportamentos expostos que evidenciam contraponto aos valores organizacionais, evidenciando baixos níveis de planejamento, foco nos objetivos e valorização do trabalho. Desta forma, fica evidente a necessidade do aprimoramento dos processos de identificação e formação de lideranças, para que estas reflitam de maneira coesa os valores organizacionais garantindo a sustentabilidade organizacional.

A pesquisa possibilitou várias percepções no que concerne às lideranças desta organização. Sabe-se, entretanto, que a formação de lideranças requer investimentos constantes, iniciando-se com a identificação de lideranças e programas de formação, bem como, o acompanhamento do gestor imediato com a realização de mentoria para o desenvolvimento e adequação das necessidades comportamentais, pertinentes aos cargos de gestão.

Referências

CHAVES, Neuza Maria Dias. **Esculpindo Líderes de Equipes**. 4ª ed. Nova Lima: FALCONI, 2013.

ULRICH, David. SMALLWOOD, Norm. **Sustentabilidade da Liderança: 7 disciplinas para transformar intenções em ações eficientes**. São Paulo: HSM Editora, 2014.

MIGUELES, Carmen; ZANINI, Marco Tulio. **Liderança baseada em valores: caminhos para a ação em cenários complexos e imprevisíveis**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009

BASS, B. M. **Leadership and performance beyond expectations**. New York: Free Press, 1985.

_____. From transactional to transformational leadership: learning to share the vision. **Organizational Dynamics**, Oxford, v. 18, n. 3, p. 19-31, Oct./Dec. 1990.

_____. Two decades of research and development in transformational leadership. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, Oxford, v. 8, n. 1, p. 9-32, Jan./Mar. 1999a.

_____. Ethics, character, and authentic transformational leadership behavior. **Leadership Quarterly**, Oxford, v. 10, n. 2, p. 181-218, Apr./Jun. 1999b.

BASS, B. M.; AVOLIO, B. J. Developing transformational leadership: 1992 and beyond. **Journal of European industrial Training, Bingley**, v. 14, n.5, p. 21-27, 1990.

BURNS, J. M. **Leadership**. New York: Harper and Row, 1978.

FRENCH JR, J. R. P.; RAVEN, B. H. The bases of social power. In: CARTWRIGHT, D. (Ed.). **Studies in social power**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1959. p.150-167.

NORTHOUSE, Peter Guy. **Leadership: Theory and Practice**. London: Sage Publications, 2007.

REIS, Elizabeth. **Estatística descritiva**. 6 ed. Lisboa: Edições Síbalo. 2005.

SANTOS, Rodrigo Antonio Silveira dos. **O processo de liderança na administração e sua influência sobre os valores expostos pela cultura organizacional**. 2014.

MARQUES, José Roberto. **Líder Coach: o coaching como filosofia de liderança**. São Paulo: Editora Ser Mais, 2013.

MACKEY John; SISODIA Raj. **Capitalismo Consciente: como libertar o espírito heroico dos negócios**. São Paulo: HSM Editora, 2013.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira. 1997.

Dados para contato:

Autora: Adriana Zomer de Moraes

E-mail: azomermoraes@gmail.com

ESTUDO DA SATISFAÇÃO DO CLIENTE INTERNO EM UMA EMPRESA DO RAMO PLÁSTICO DO MUNICÍPIO DE ORLEANS/SC

Gestão e estratégia das organizações

Vanilda Maria Antunes Berti¹; Fernanda da Silva¹

¹.Centro Universitario Barriga Verde – UNIBAVE

Resumo: Este estudo realizou uma pesquisa quantitativa, exploratória, com um questionário contendo dezoito perguntas, do qual participaram vinte e dois funcionários da área administrativa e cinquenta e três da área de produção. Após a coleta dos dados verificou-se que a grande maioria está satisfeita com os fatores organizacionais, porém, quanto ao aproveitamento e crescimento, uma parcela significativa da produção está insatisfeita. Quanto aos fatores motivacionais na área de produção, apresentaram satisfação quanto ao salário, respeito entre colegas e gestores e oportunidade de crescimento e relacionamento, entretanto na área administrativa foi relevante quanto ao reconhecimento. Em se tratando de espaço físico da empresa há satisfação das duas áreas nos aspectos, temperatura, iluminação e limpeza. Diante deste resultado, sugere-se à empresa pesquisada, a realização de cursos para incentivar a motivação, adotar plano de carreira e reuniões para esclarecimentos gerais.

Palavras-chave: Satisfação do cliente. Motivação. Cliente interno.

Introdução:

O estudo sobre a satisfação do cliente interno se faz necessário, tendo vista, a relevância nas decisões e na melhoria do ambiente interno, bem como na qualidade dos serviços prestados. Neste sentido, o papel da empresa e seus gestores devem ficar atentos às necessidades de seus funcionários e o grau de satisfação. Neste contexto: quais os fatores de motivação e o grau de satisfação dos clientes internos em uma empresa do ramo plástico no Município de Orleans?

Com o intuito de formular um parecer para possível melhoria no ambiente organizacional, tem-se como objetivo geral analisar os fatores que determinam a motivação e a satisfação dos clientes internos; e objetivos específicos: verificar o baixo nível da satisfação no trabalho; mostrar os fatores que contribuem para a baixa motivação e relatar as expectativas dos funcionários perante a organização.

O estudo é oportuno, tendo em vista que o tema abordado é realidade nas organizações atuais e com isso garantir um relacionamento positivo e conseqüentemente melhoria nos aspectos da motivação e produtividade.

Desenvolvimento organizacional

O termo desenvolvimento organizacional engloba uma série de intervenções de mudança planejada, sempre com base nos valores humanos e democráticos para a melhoria e eficácia organizacional, gerando substancialmente o bem-estar dos funcionários (ROBBINS, 2005). O estudo do comportamento organizacional preocupa-se com o impacto causado pelas pessoas na organização, influenciando diretamente no desempenho da mesma.

Toda organização que contribui para a construção de um ambiente mais agradável com canais de comunicação, tendo regras claras e papéis definidos, terá um significado no seu todo, contribuindo também para a satisfação do cliente externo (BRUM, 2010).

Cliente interno

A mudança constante da democratização de empregado para funcionário e na atualidade para colaborador verifica-se a conscientização do empregador no comprometimento e satisfação do seu cliente interno, atingindo então as metas e a qualidade dos processos (SPILLER et al, 2004). Diante desta evolução entende-se que o cliente interno é peça chave nas organizações, contribuindo de acordo com a sua satisfação e executando suas tarefas de acordo com o planejando, contribuindo para a imagem positiva da empresa. Neste sentido, clientes “são todos aqueles que sofrem com o impacto do uso de nossos produtos” (PALADINI, 2004 p.81/82).

Os clientes internos e os externos são impactados pelo produto, porém, é que os externos não fazem parte da organização – compram o produto -, os internos fazem parte da organização e produzem o produto, ligados diretamente à organização (JURAN, 2004). Para que as partes – cliente interno e externo – estejam satisfeitos a organização deve trabalhar de forma unificada para haver a integração entre ambos e satisfeitos com o desenvolvimento da empresa.

As atividades executadas pelo cliente interno são atividades de apoio dentro das diversas divisões e subdivisões da empresa, caracterizando, portanto, a relação de clientela-fornecedor interna (GIANESI; CORREA, 2006).

Relacionamento com o cliente interno

A liderança representada pela gerência da empresa deve estar atenta aos aspectos relacionados ao cliente interno, em uma sintonia com os mesmos, criando laços de proximidade para a identificação rápida dos fatos que afetam o desenvolvimento dos funcionários, contribuindo, portanto, para um desempenho de excelência em toda organização (SILVA, 2005). Por isso, “quanto mais a organização conhece os estímulos que motivam seus empregados, melhor pode projetar programas internos de marketing proativos que satisfaçam suas necessidades” (SILVA, 2005, p. 71).

Endomarketing

As ações de marketing dirigidas ao público interno da organização denominam-se endomarketing, sendo, portanto, “tudo aquilo que estimula positivamente os sentidos dos funcionários e permite que a empresa estabeleça com eles relacionamentos saudáveis, duradouros e, sobretudo, produtivos” (BRUM, 2010, p. 199). O endomarketing aproxima os funcionários e empregadores, construindo relacionamentos em todos os níveis da empresa, os quais aderem os valores e objetivos da empresa e acredita-se no trabalho em equipe, em um contexto de cooperação e integração nos diversos setores da organização. Gerando importe diferencial de competitividade e estratégias de mercado (BEKIN, 2004).

A relação da cultura organizacional e do endomarketing

A cultura organizacional define a personalidade da organização, a liderança, o comportamento dos funcionários diferenciando-se das outras organizações pelas características e significados. A cultura equivale ao modo de vida da empresa, definindo padrões de comportamento, atitudes de decisões, formando sua identidade (LACOMBE, 2011).

Na concepção de Robbins (2005, p.288) “cultura organizacional é um sistema de significados partilhados pelos membros de uma organização distinguindo-a uma das outras”. Convém salientar, que a diversidade pode contribuir para o enriquecimento cultural, como pode causar conflitos. Para tanto, a liderança deverá agir para que haja um compartilhamento de crenças, valores e atitudes para o crescimento da organização como um todo (DIAS, 2008).

A comunicação interna como ferramenta no endomarketing

Toda empresa é composta de fluxos de informações que tramitam entre a comunicação dos funcionários de um mesmo setor às hierarquias diferentes; gerando comunicação interna que deve ser transparente e acessível em todos os processos organizacionais. Com a prática do endomarketing o fluxo da comunicação interna gera motivação nos funcionários na realização e suas tarefas (TAVARES, 2010).

Com a modernização nas organizações as pessoas estão perdendo o hábito de falar e ouvir, utilizando-se de ferramentas eletrônicas, muitas vezes deixando de expor opiniões e discussões, comprometendo a empresa em seu melhoramento, por isso, “existem quatro formas de nos comunicarmos: falando, ouvindo, lendo e escrevendo” (BRUM, 2010, p.40), com estas formas de se comunicar aumenta o potencial de crescimento e comprometimento junto à organização. Ainda de acordo com Brum (2005, p. 63), “o ideal é que a empresa estabeleça para si uma política de comunicação interna como uma das estratégias para o pleno cumprimento da sua missão”.

Na concepção de Robbins (2005), a comunicação tem a função de controlar, motivar, expressar emoções e informar. Estes elementos oportunizam o desenvolvimento organizacional, observando-se que a empresa deve ter controle sobre os funcionários, saber motivá-los, oferecendo oportunidade de se expressarem e capazes de tomarem decisões quando necessário. Na visão de Bekin (2004, p. 97) “no local onde não há comunicação, predominam o boato, a insatisfação”.

A comunicação interna permite uma equipe motivada e bem informada, utilizando-se adequadamente das ferramentas disponíveis na atualidade. Pois a comunicação ativa a satisfação no trabalho e na coordenação interfuncional, trazendo o entendimento, nesta perspectiva “a comunicação é uma atividade indispensável para o funcionamento de todos os processos organizacionais” (DIAS, 2008, p. 25).

Motivação

O termo motivação como “a disposição de exercitar um nível persistente e elevado de esforço na direção de metas organizacionais, condicionada pela capacidade do esforço de satisfazer certa necessidade individual” (ROBBINS, 2005, p. 342). Neste contexto a motivação surge como ânimo impulsionando os funcionários a alcançarem as metas e resultados desejados pela gestão da empresa.

O aspecto mais relevante no comportamento motivacional concebe-se a visão de futuro, pois somente com esta projeção as pessoas podem realmente realizar coisas importantes. Os gestores devem entender que o processo de motivação é contínuo, exigindo um programa permanente adaptando-se às necessidades dos funcionários em determinado momento. Pode ser também um processo cíclico exigindo reformulações constantes e adaptações (BRUM, 2010).

A motivação pode ser interna – “mecanismo intrínseco, move o indivíduo mantendo feliz e disposto” -, e externo – “gera estímulos e interesse para a vida das pessoas” (CASTRO, 2002, p. 86).

Sabe-se que a motivação interna, nas organizações são fontes determinantes de satisfação dos funcionários, pois gera realização nas pessoas e felicidade. A motivação se manifesta de maneira diferente em cada pessoa, pois cada um tem seus próprios objetivos. Com isso, as organizações tentam trabalhar a motivação externo para alinhar os objetivos pessoais aos organizacionais (CASTRO, 2002).

O funcionário se encontrará motivado quando suas necessidades individuais estiverem em congruência com as metas organizacionais, satisfazendo seus anseios em benefícios da organização (ROBBINS, 2005).

Satisfação do cliente interno

Todo processo passa por variações ao longo do seu estabelecimento, convém salientar que no processo da satisfação do cliente interno, que estão vinculados o relacionamento entre funcionários e empresa, não havendo atritos pelos pares, sem ameaças e coações. Atitudes contrárias comprometem o andamento eficaz do programa. “Hoje, o ser humano, está conscientizado de que não é um fator qualquer da produção, mas sim o fator principal do processo produtivo” (CERQUEIRA, 2005, p. 2).

Faz-se necessário que as pessoas gostem de trabalhar na organização [...] eles constituem um ativo muito valioso [...] emanam criatividade talento [...] neles se concreta o principal recurso para a criação de riqueza [...] (TACHIZAWA, 2001, p. 243). Por isso, todos os setores devem estar interligados em função dos objetivos organizacionais, porém, só será possível se os funcionários sejam valorizados com profissionais e como pessoa.

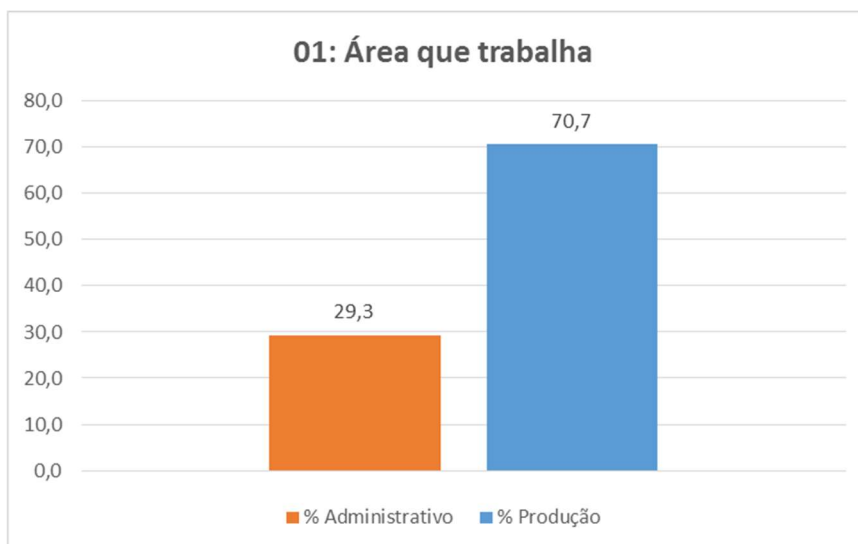
Atualmente, “a função da empresa, não é apenas produzir e vender bens e serviços, mas principalmente proporcionar um nível de satisfação interna que conquiste e fidelize cliente” (BRUM, 2010, p.21).

Resultados e Discussão

A pesquisa da satisfação do cliente interno em uma Empresa de plásticos na região sul de Santa Catarina, foi viabilizada com um questionário contendo 18 perguntas, focado nos funcionários da administração e da produção, com uma abordagem quantitativa e delineamento exploratório, apresentada de forma aleatória.

Os entrevistados responderam da área administrativa: 22 questionários e da área da produção: 53 questionários, perfazendo um total de 75 funcionários. Os dados coletados de forma quantitativa apresentam-se em gráficos e posterior análises.

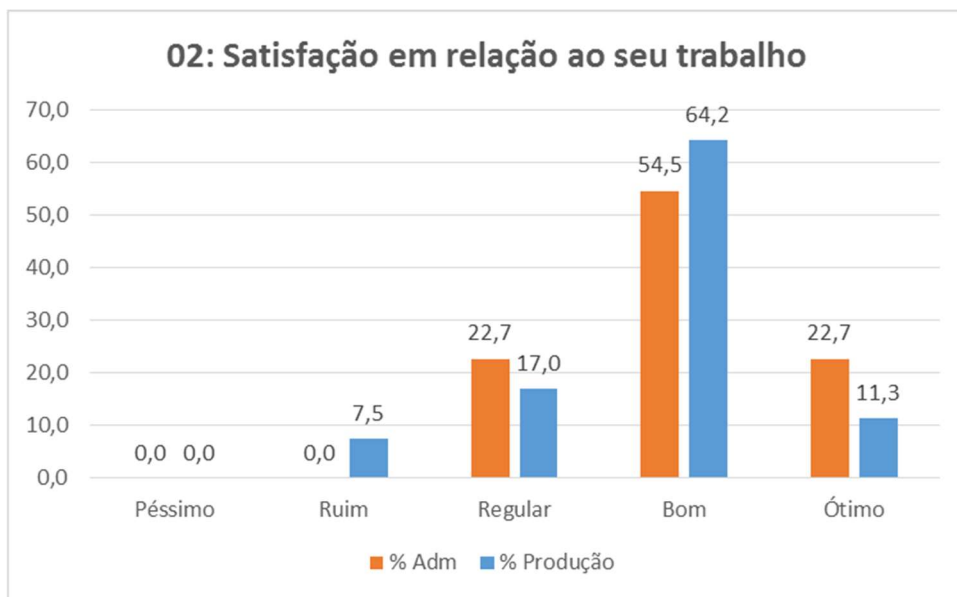
Gráfico 1 - Área que trabalha



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Foram pesquisadas as áreas de administração e produção, resultando em 29,3% da administração e 70,7% da produção.

Gráfico 2 - Satisfação em relação ao seu trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com o resultado nos gráficos acima possibilitou verificar nas áreas pesquisadas o grau satisfação, tendo a sua maioria considerada bom, porém, cabe fazer melhorias para resgatar às respostas com satisfação regular.

As pessoas que trabalham em uma organização são o ativo da organização, neles se concreta o principal recurso para a criação de riqueza (TACHIZAWA, 2001). Por isso, todos os setores devem estar interligados em função dos objetivos organizacionais, porém, só será possível se os funcionários sejam valorizados com profissionais e como pessoa.

Quando funcionários são comprometidos com o trabalho e têm o devido reconhecimento pelo trabalho realizado, há maior satisfação, portanto, os dados coletados permitiram visualizar que há necessidade de melhoria neste item, tendo em vista que 31,8% e 35,8% (administração e produção) requerem medidas urgentes.

Pois, a satisfação em relação ao comprometimento e reconhecimento com o trabalho realizado se traduz em desenvolvimento e eficiência para a empresa. Pessoas efetivamente comprometidas contribuem com desempenho mais elevado. Geralmente ultrapassam o mínimo esperado. É fundamental para a organização manter o trabalhador comprometido (REGO, 2003).

O quesito satisfação com a função/cargo considera-se satisfatório, porém, repensar a respeito da área de produção onde assinalou que 28,3% apresenta insatisfação.

As pessoas nas organizações quando ocupam cargos ou exercem suas funções requerem interação com os colegas e chefes, seguindo as normas e regras e políticas organizacionais, bem como, atender aos padrões de desempenho (ROBBINS, 2005).

Entretanto, Spector (2003, p. 224) diz que “as pessoas apresentam sentimentos diferentes em relação ao trabalho, isso envolve valores básicos que variam de local”.

O item pesquisado apresentou que os funcionários são responsáveis em contribuir com o sucesso da empresa. Muitas organizações têm como base programas de remuneração como incentivo e motivação. Porém, para manter funcionários comprometidos e motivados podem-se utilizar políticas de promoção interna, qualidade, pois funcionários muitas vezes se desmotivam com a fabricação de produtos de baixa qualidade (CERTO 2003). Por outro lado, Luz (2003), diz que há uma identificação e envolvimento dos funcionários com os processos de trabalho que passaram a ser determinantes para o equilíbrio das relações entre empresa e funcionários.

O sentimento de realização profissional apresentou índice considerável, porém, os 27,3% e 35,8% de insatisfação requerem revisão nas ações da empresa.

A satisfação no trabalho realiza um sentimento de natureza afetiva, onde o funcionário tem uma concepção social tornando-se um indivíduo com possibilidade de ser cidadão integrado à sociedade, à família, com isso, apresenta índices de bem-estar físico e mental (ZANELLI; BORGES-ANDRADE; BASTOS, 2004).

A qualidade do trabalho, na concepção de Deming (1990) pode ser determinada pelos dirigentes da organização com o intuito de alcançar o público interno e externo. Entretanto, Juran (1999), classifica qualidade como adequação do uso, onde a organização deverá adequar suas condições ao do mercado onde está inserida. Enfatizando a importância que a qualidade é uma revolução contínua.

A comunicação entre os setores e os gestores com os funcionários, traz à empresa confiabilidade na execução de tarefas e nos processos, porém, diante do resultado da pesquisa verificou-se a necessidade de tomar providências neste aspecto. A produção, local de demanda de produto, acarretou em 32,1% inadequada, reproduzindo insatisfação.

Toda empresa é composta de fluxos de informações que tramitam entre a comunicação dos funcionários de um mesmo setor às hierarquias diferentes; gerando comunicação interna que deve ser transparente e acessível em todos os processos

organizacionais. Por isso, Tavares (2010, p. 15), diz que “a comunicação é a base de qualquer processo administrativo”.

As organizações com os seus gestores e funcionários tem códigos de respeito entre si, gerando motivação e desenvolvimento. O entendimento entre os funcionários e gestores permite a dignidade da organização conforme os dados coletados o índice de 90,9% e 81,15 % apresentou um índice muito bom. Pois, “é preciso que o outro seja considerado enquanto um ser capaz de pensar, de comunicar-se, de defender suas razões, e comunicar-me com ele nesta condição: igualdade” (TEIXEIRA, 2008, p. 91).

O reconhecimento do potencial dos funcionários traz à organização competitividade e desenvolvimento e o comprometimento do funcionário, gerando laços com a organização. Neste quesito na área administrativa está satisfeita, entretanto, a área de produção com 56,6% e 43,4% informam que não são aproveitados em seu talento, conduz a novas ações junto ao Recursos Humanos para a melhoria neste aspecto.

Neste sentido, está inserido o comportamento organizacional, onde é definido por Robbins (2005, p.6) “como [...] um campo de estudo que investiga o impacto que indivíduos, grupos e a estrutura têm sobre o comportamento dentro das organizações com o propósito de utilizar esse conhecimento para melhorar a eficácia organizacional”.

A coleta na produção identificou que 66,0% estão satisfeitos com o crescimento na empresa, porém, 32,1% estão insatisfeitos. Neste sentido, os benefícios que a organização obtém com a oportunidade aos funcionários de crescimento, acarretam na capacitação e desenvolvimento dos mesmos, proporcionando maior responsabilidade, disposição e motivação no empenho de suas atribuições, porém, deve ser fortemente influenciada pela empresa (GIL, 2001).

Os fatores que contribuem para a motivação dos funcionários segundo Marras (2005, p.33) diz que "cada um desenvolve forças motivacionais distintas em momentos distintos e que essas forças afetam diretamente a maneira de encarar o trabalho e suas próprias vidas".

Porém, a organização deve viabilizar condições para atender as necessidades, tendo em vista, que cada indivíduo apresenta necessidades distintas, gerando, portanto, satisfação com o trabalho (SILVA, 2000).

Os índices da desmotivação desta pesquisa levam a empresa a repensar suas ações nos diversos aspectos apresentados, pois a desmotivação no ambiente de trabalho pode estar ligada a diversos fatores, interna ou externa. Estes fatores trazem à organização prejuízos como baixo desempenho e baixa produtividade. As qualidades nas tarefas realizadas estão em conexão direta à satisfação do funcionário (ROBBINS, 2010).

Ainda neste contexto, Robbins (2003), esclarece caso os funcionários estejam desmotivados deve-se às práticas organizacionais e aos gestores, os mesmos devem fornecer ferramentas e remover as barreiras que possam impedir o bom funcionamento das tarefas pelos funcionários, dessa maneira, trazendo satisfação aos funcionários.

O ambiente de trabalho é constituído de ambiente físico (instalações, equipamentos, luminosidade, temperatura entre outros) e social (demais funcionários e gestores), sempre de acordo com a região onde a empresa estará localizada. Estes fatores contribuem de forma favorável ou desfavorável, de acordo com as necessidades dos funcionários. Em caso precário haverá um baixo moral, reduzindo consideravelmente a produtividade (MAGALHÃES, 1990).

Considerações Finais

As organizações geralmente focam em resultados operacionais, esquecendo-se do seu público interno. Deve-se entender que o ambiente interno tem prioridade nos relacionamentos que envolvem indivíduos de diferentes valores, princípios, credos e objetivos.

Um ambiente participativo, onde o compartilhamento de informações contribui para a realização dos objetivos das organizações, bem como o desenvolvimento na competitividade externa.

Os funcionários compartilhando as metas e informações sentem-se mais motivados e valorizados, porém, a inexistência de um ambiente organizacional sem a valorização do funcionário, a empresa encontrará dificuldades junto ao cliente externo, perdendo muitas vezes a identidade da empresa.

Com a melhoria das condições de trabalho nas diversas variáveis, relacionamentos, valorização entre outros, torna o cliente interno comprometido, cumpre as metas e agrega valor à empresa e proporciona um ambiente estável.

Este estudo teve como objetivo analisar os fatores que determinam a motivação e a satisfação dos clientes internos; verificar o baixo nível da satisfação no trabalho;

mostrar os fatores que contribuem para a baixa motivação e relatar as expectativas dos funcionários perante a organização. em uma empresa de plásticos no Município de Orleans.

Após a coleta dos dados pode-se observar que os funcionários da área administrativa apresentam maior satisfação, em alguns aspectos, porém, em outros conforme demonstrado nos gráficos precisam de ações para melhoria no seu ambiente organizacional.

Entende-se também que a comunicação deve ser eficaz e clara, com reuniões, treinamentos, um diálogo aberto e sincero. O sucesso das organizações depende, na atualidade, do seu maior capital, que são as pessoas que participam no seu ambiente organizacional.

Referências

BEKIN, Saul. Faingaus. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

BISPO, Anselmo Lino. **Venda orientada por marketing**. Brasília: SENAC-DF, 2008.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Um Olhar Sobre o Marketing Interno**. 3 ed. Porto Alegre: L&PM, 2000.

_____. **Respirando Endomarketing**. Porto Alegre: L&PM, 2003.

_____. **Face a Face com o Endomarketing**. Porto Alegre: Ed. L & PM, 2005.

_____. **Endomarketing de A a Z: Como alinhar o pensamento das pessoas à Estratégia da Empresa**. RJ. Integrare: 2010

CASTRO, Alfredo Pires de. **Manual de Gestão de Pessoas e equipes: estratégias e tendências**. Ed. Gente. São Paulo: Gente, 2002.

CERQUEIRA, Wilson. **Endomarketing: educação e cultura para a qualidade**. RJ: Qualitymark, 2005.

CERTO, Samuel C. **Administração moderna**. 9.ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2003.

DEMIM, W.C. **Qualidade: a revolução da Administração**. RJ. Saraiva: 1990.

DIAS, José Geraldo Gaurink. **Endomarketing: um instrumento estratégico na busca da melhoria da competitividade empresarial**. São Paulo: Livro pronto, 2008.

GIANESI, Irineu, G.N.; CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. 1ª ed. – 14ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, A. C. **Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2001.

JURAN, J.M. **Juran na liderança da qualidade: um guia para executivos**. São Paulo: Pioneira, 1992.

_____. **A Qualidade desde o Projeto (Os Novos Passos para o Planejamento da Qualidade em Produtos e Serviços)**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

LACOMBE, Francisco J. M. **Recursos Humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva 2011.

LUZ, Ricardo. **Gestão do Clima Organizacional** – Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MAGALHÃES, Celso. **Técnica da chefia e do comando**. 9. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 1990.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 10ª ed. São Paulo: Futura, 2005.

PALADINI, E. P. **Gestão da qualidade: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas 2004.

REGO, A. Comprometimento organizacional e ausência psicológica. *Revista de Administração de Empresas*; São Paulo, v. 43, n.4, p. 25-23, out/dez. 2003.

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

_____. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

_____. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SILVA, J.C.S. **A satisfação docente e a política de recursos humanos da Universidade do Oeste de Santa Catarina**. 2000. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-graduação do Centro de Ciências Socioeconômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

SILVA, S. F. D. **Marketing de serviços: fundamentos, análise e prática no setor de saúde**. Maceió: EDUFAL, 2005.

SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva 2003.

SPILLER; E. S.; PLÁ; D.; LUZ; J. F.; SÁ; P. C. G. **Gestão de serviços e marketing interno**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.

TAVARES, Mauricio. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática** – 3 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

TEIXEIRA, Maria L. M. Dignidade Organizacional: valores e relações com stakeholders. In: TEIXEIRA, Maria L. M. (org.) **Valores humanos & gestão: novas perspectivas**. São Paulo: SENAC: 2008.

ZANELLI, J. C., BORGES-ANDRADE, J. E. e BASTOS, A. V. B. **Psicologia, Organizações e Trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

Dados para contato:

Autor: Vanilda Maria Antunes Berti

E-mail: vanildamaberti@yahoo.com.br

O ESTUDANTE COMO PROTAGONISTA DO PROCESSO DE ENSINO- APRENDIZAGEM NA CONSTRUÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Empreendedorismo e sociedade

**Ricardo Pieri¹; Kátia Aurora Dalla Libera Sorato¹; Almerinda Tereza Bianca Bez
Batti Dias¹**

¹. Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: Este trabalho tem como objetivo analisar qualitativamente se as estratégias de ensino aprendizagem utilizadas na disciplina de Seminário Integrador, na qual se desenvolve o Plano de Negócio, contemplam as quatro áreas de desenvolvimento propostas por Masetto (2003). Trata-se de pesquisa qualitativa descritiva e, como método de coleta de dados, a observação participante realizada na disciplina de Seminário Integrador no Curso de Tecnologia em Gestão Financeira da Unesc. Verificamos que as estratégias de ensino aprendizagem promovem o desenvolvimento das quatro áreas: conhecimento, afetivo-emocional: habilidades humanas e profissionais e atitudes e valores, com destaque para a primeira: do conhecimento.

Palavras-chave: Processo de ensino aprendizagem. Áreas de desenvolvimento. Pesquisa qualitativa. Plano de negócios.

Introdução

Na chamada educação tradicional, o professor ensina por meio da exposição do conteúdo, e o estudante, passivo e sem interação com os colegas e até mesmo com o docente, absorve o assunto dado. Essa abordagem de ensino, além de trazer prejuízos para a efetiva aprendizagem, ainda contribui para a formação de um sujeito passivo e não crítico afirmou Vasconcellos (1992). Em contraponto a esta concepção, Vasconcellos (1992) discorreu sobre a perspectiva dialética, para a qual o sujeito é ser ativo e de relações, o conhecimento é construído entre os diversos atores.

Abreu e Masetto (1990) expuseram quatro tendências de aprendizagem que privilegiam o desenvolvimento: I – mental (aspecto cognitivo), II – pessoa singular como um todo (aspectos cognitivo afetivo e social), III – relações sociais (interação do homem com a realidade social), IV – capacidade de decidir, o desenvolvimento de habilidade para assumir responsabilidade social e política. Na última, o professor, ao

ter o foco nessa abordagem de aprendizagem, oportunizará ao estudante o desenvolvimento cognitivo, mas também no que diz respeito às atitudes e às habilidades, uma vez que focalizará atividades e conteúdos com o propósito de privilegiar o desenvolvimento de uma postura ativa diante das situações de decisões, propiciando que o estudante distenda sua participação em seu processo de aprendizagem.

Portanto, para o aprendizado se realizar, segundo Vasconcellos (1992; 2005), há três momentos relevantes que o professor deve promover junto aos seus acadêmicos: I - mobilização para o conhecimento: o papel do professor será de motivar, estimular, provocar o estudante em relação a determinado conhecimento, por meio de uma relação desse conteúdo com a realidade; II - construção do conhecimento: se dá por intermédio de atividades variadas como pesquisa, leitura, seminários, dentre outras. Trata-se da operacionalização do conhecimento; III - elaboração da síntese do conhecimento: refere-se à consolidação do conhecimento pelo estudante. Dito de outra forma, o estudante deverá sistematizar o que foi aprendido.

Nesse sentido, Masetto (2003) trouxe que o ensino-aprendizagem deve contemplar quatro áreas de desenvolvimento, a saber: I - do conhecimento: refere ao desenvolvimento intelectual: aquisição, elaboração e organização de informações. Acessar e relacionar o conhecimento existente e o novo. II - Afetivo-emocional: trata-se de conhecer a si próprio, construir novas relações, tanto pessoais quanto profissionais. III - Habilidades humanas e profissionais – refere-se ao desenvolvimento intelectual, a comunicação e a expressão, bem como trabalhar em equipe. IV - Atitudes e valores: cooperação, solidariedade, criticidade, criatividade, democracia, responsabilidade com seu processo de formação.

Para tanto, buscam-se metodologias/estratégias de ensino-aprendizagem que promovam o protagonismo do estudante no processo de aprendizagem. Este artigo tem como objetivo analisar qualitativamente se as estratégias de ensino aprendizagem utilizadas na disciplina de Seminário Integrador, no Curso de Tecnologia em Gestão Financeira da Unesc, na qual se desenvolve o Plano de Negócio, contemplam as quatro áreas de desenvolvimento propostas por Masetto (2003).

Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa se classifica na abordagem qualitativa, para a qual é importante a aproximação dos sujeitos envolvidos. Pires (2008) expôs que a pesquisa qualitativa é flexível, seus objetos vão descobrindo-se e construindo-se à medida que a investigação avança, além de possuir diversificadas formas. Quanto à natureza, é descritiva. Deslauriers e Kérisit (2008) afirmaram que esta visa à descrição do fenômeno em evidência, podendo fornecer informações para outras etapas da pesquisa. Busca descrever as características de uma população ou fenômeno, em que o pesquisador já parte de um problema de pesquisa.

A pesquisa foi realizada com dois docentes que lecionaram a disciplina de Seminário Integrador, no curso de graduação de Gestão Financeira nos semestres 2015-2 e 2016-1.

A coleta de dados se deu por meio da observação participante. Nela, o pesquisador passa a desempenhar o papel de agente e instrumento de coleta de dados, enfatizando a experiência vivida pelo observado, interage com os demais elementos do grupo em que o fenômeno está sendo estudado e, também, pode tornar-se membro do grupo. Como aspecto positivo, a observação se dá no momento em que os acontecimentos se realizam, propiciando o registro mais íntegro do fato; por outro lado, o observador, quando faz parte do grupo, pode não perceber situações que, quando vistas por um pesquisador, são evidenciadas. Pires (2008) expôs que essa técnica de coleta de dados era utilizada para observar a vida social no seu próprio contexto.

A análise dos dados se dá em conformidade com a proposta de Masetto (2003) a fim de verificar se as estratégias de ensino-aprendizagem utilizadas para desenvolver o Plano de Negócios contemplam as áreas de desenvolvimento apresentadas na Figura 1.

Figura 1 - Áreas de desenvolvimento do processo de aprendizagem

| Áreas de desenvolvimento | Características |
|-------------------------------------|--|
| Do conhecimento | Refere ao desenvolvimento intelectual. Ou seja: aquisição, elaboração e organização de informações. Acesso ao conhecimento existente. Relacionar o conhecimento existente e o novo. Reconstrução do próprio conhecimento. Inferência e generalização de conclusões. Transferência do conhecimento para novas situações. Compreensão de argumentos acerca de teorias existentes. Identificação de diferentes pontos de vista sobre o mesmo assunto. Emitir opiniões próprias fundamentadas. Desenvolvimento da imaginação e da criatividade, do pensar e do resolver problemas. |
| Afetivo-emocional | Trata-se do seu conhecimento de si mesmo. Seria focalizar questões como atenção, respeito, cooperação, competitividade, solidariedade, segurança. Oportunizar novas redes de relações, pessoais e profissionais. |
| Habilidades humanas e profissionais | É saber aplicar os conhecimentos adquiridos no desenvolvimento intelectual. Mas também aprender a comunicar-se e expressar com os outros atores da esfera acadêmica e profissional, trabalhar em equipe. |
| Atitudes e valores | Trabalhar com os estudantes a valorização do conhecimento, a necessidade de atualização contínua dele, a pesquisa, além e valores como: cooperação, solidariedade, criticidade, criatividade, democracia, compromisso com sua evolução e trabalho em equipe. Também valores pessoais como: responsabilidade com seu processo de aprendizagem, ética, respeito aos outros, honestidade intelectual, criticidade, autonomia, dentre outros. |

Fonte: Adaptado de Masetto (2003, p. 37- 40)

Resultados

Apresentamos inicialmente a organização da disciplina a fim de contextualizar os conteúdos trabalhados, bem como as etapas de produção. Na seção seguinte, detalhamos as estratégias (aqui como sinônimo de metodologias de aprendizagem) utilizadas e sua relação com as quatro áreas apresentadas por Masetto (2003).

Organização da Disciplina

O Plano de Negócios é uma ferramenta de gestão que tem o objetivo de avaliar a viabilidade de empreendimentos econômicos novos, já existentes ou em fase de ampliação. Em uma organização, definir ações estratégicas, realizar um adequado planejamento e segui-lo é fundamental para o sucesso do negócio. Chiavenato (2005) destacou que o empreendedor não pode improvisar, sendo seu dever planejar. Um bom planejamento resulta em um plano, com previsão, programação e sequência de eventos. Assim, para colocar em prática o que planeja, faz-se necessário documentar para seguir adequadamente as etapas elencadas, e assim surge o Plano de Negócios.

Para isso é necessária à utilização de técnicas e conhecimentos de várias áreas da administração, bem como, a realização de pesquisas técnicas, de mercado, de satisfação, dentro outras, que fundamentem as análises de viabilidade do negócio, das estratégias empresariais, da estrutura e necessidades operacionais, das estratégias de marketing e as respectivas projeções financeiras.

Esse plano é desenvolvido na disciplina de Seminário Integrador, no Curso de Gestão Financeira da Unesc, e tem como objetivo desenvolver, no acadêmico, habilidades e competências na elaboração e análise de projetos de empreendimentos econômicos, por meio da análise competitiva do mercado, da definição estratégica do negócio e de estratégias empresariais e operacionais, avaliando a viabilidade do empreendimento.

Para o desenvolvimento do Plano de Negócios, há a necessidade de utilização dos conhecimentos de outras disciplinas já cursadas pelo acadêmico, porém, agora, utilizadas de forma integrada, em uma visão sistêmica, objetiva e com sustentação estratégica, operacional, mercadológica e financeira.

Portanto, a fim de atingir este objetivo, são adotadas metodologias em que o estudante seja o protagonista do seu próprio aprendizado, tendo a responsabilidade da busca consistente de informações do empreendimento escolhido por ele para o desenvolvimento do Plano de Negócio, por meio da adoção de um tutorial estruturado com os elementos necessários a montagem do plano. Para o desenvolvimento do Plano de Financeiro – etapa sete apresentada na Figura 2 – é proposto a utilização de um planilha *Excel* programada especificamente para o Plano de Negócios, possibilitando a projeção do empreendimento para os próximos cinco anos.

A Figura 2 demonstra o fluxograma da abordagem dos conteúdos trabalhados no desenvolvimento da disciplina, de acordo com o tutorial e, portanto, a sequência do desenvolvimento do Plano de Negócios.

Figura 2 - Fluxograma dos conteúdos trabalhados no plano de negócio



Fonte: Autores (2016).

A construção do plano é realizada por meio do preenchimento do tutorial e desenvolvido de forma processual durante o semestre. Para poder propiciar um atendimento e/ou orientação individualizada por projeto, a disciplina conta com um professor para cada grupo de onze estudantes.

Durante as aulas há a produção de conteúdo, que são postados na sala virtual da disciplina, no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA) da Universidade, para correção pelos professores e devolução com suas considerações na aula seguinte para que o acadêmico já possa fazer as correções necessárias e incorporá-las no plano. Também a cada aula, os docentes orientam separadamente as duplas sobre o que deve ser desenvolvido naquele momento.

A realização de um Plano de Negócios pode ocorrer tanto antes da abertura de um novo negócio, como também durante as atividades que já se encontram em andamento. Para isso, faz-se necessário ter objetivos bem definidos e a partir disso, elaborá-lo observando os principais pontos que compõem tal plano. Na disciplina, os acadêmicos tanto podem realizar um estudo em um negócio já existente, quando avaliam a situação atual, a ampliação do negócio ou o incremento de novos produtos/serviços ou ainda sobre uma nova empresa.

Conforme Casarotto Filho (2010), planejar denota em criar um esquema para fazer algo desejável. Por isso, no momento de elaborar um Plano de Negócios é necessário fazê-lo o mais próximo da realidade, tendo consciência de que será possível chegar aos resultados planejados, uma vez que de nada adianta fazer um plano com futuros resultados que sejam impossíveis de alcançar.

Análise do Processo Ensino-aprendizagem

Durante o processo de desenvolvimento do Plano de Negócio, são utilizadas as seguintes metodologias de ensino-aprendizagem: aula expositivo-dialogada, pesquisas bibliográficas, de campo com dados primários – visitas técnicas e entrevistas - e secundários, produção textual, estudo de caso que permitem a obtenção dos conhecimentos e das informações necessárias à sua elaboração, além de enfatizarem o estudante como protagonista do seu processo de aprendizagem as quais detalhamos a seguir.

A produção textual do acadêmico deve estar fundamentada nas teorias existentes, devendo usar da sua imaginação, criatividade e autonomia para desenvolver os elementos do plano com base na fundamentação teórica e nas pesquisas de campo realizadas, procurando resolver as situações que surgem durante a construção do plano.

Dessa maneira, a pesquisa bibliográfica possibilita o acesso ao conhecimento necessário ao desenvolvimento do plano, além de ampliar os conteúdos apresentados a cada etapa por meio de aulas expositivo-dialogadas, as quais não ultrapassam trinta minutos de exposição.

Na pesquisa de campo, realizada por meio de visitas e entrevistas a empresários de empreendimentos correlatos ao Plano de Negócios desenvolvido, os acadêmicos tiram dúvidas sobre o funcionamento do negócio, seus riscos, forma de operação, procurando identificar as estratégias e boas práticas utilizadas na atividade em questão, num processo de *Benchmarking* em busca de um desempenho superior.

Também realizam pesquisa com dados secundários em órgãos governamentais que regulam as atividades do negócio estudado, e outras fontes secundárias que disponibilizam dados pertinentes ao tema desenvolvido. Dessa maneira, os acadêmicos passam pela definição do que buscar, onde buscar e sistematização das informações coletadas para, por fim, analisar os resultados.

A pesquisa mercadológica é utilizada para avaliação do potencial do mercado consumidor para o futuro negócio. Logo, é necessário definir e pesquisar concorrentes, prospectar consumidores e fornecedores para o futuro negócio, tanto de matéria prima quanto de máquinas, equipamento, móveis e utensílios, reformas, dentro outros.

Entendemos que o desenvolvimento do conhecimento apresentado por Masetto (2003) se dá, também, em razão de que os conteúdos trabalhados em outras disciplinas durante o curso são resgatados na elaboração do plano, fazendo os acadêmicos relacionarem o conhecimento existente com o novo apresentado por meio dos momentos expositivo-dialogados, nos quais os estudantes têm a possibilidade de interagir com os docentes e entre eles. Masetto (2003, p. 38) corroborou a necessidade de “desenvolver um saber integrando os conhecimentos de uma área específica com os de outras áreas, de forma interdisciplinar [...]”

Também na implementação das pesquisas bibliográficas, mercadológicas, de campo com dados primários e secundários, porque, para tanto, precisam abstrair os conhecimentos postos e transferi-los para a situação do respectivo Plano de Negócio. Também, ao realizarem análise dos resultados, é necessário refletir e decidir sobre eles, indicando a viabilidade ou não do negócio pretendido.

Acerca do desenvolvimento afetivo-emocional apontado por Masetto (2003), acreditamos que o fato de o plano ser desenvolvido em duplas faz com que os estudantes tenham que lidar com suas características, porque se faz necessário respeitar a opinião do outro. Portanto, entendemos que os acadêmicos, por terem que ser solidários com seus pares, acabam por desenvolverem essas habilidades pessoais, tornando-os pessoas mais seguras e comprometidas, desenvolvendo valores como o respeito, a cooperação, a criticidade, a ética, a solidariedade e o bom relacionamento entre membros de uma equipe. Com isso, ao terem que partilhar a realização do Plano de Negócios com um colega, os estudantes desenvolvem, a nosso ver, maior conhecimento de si mesmo.

Além de o trabalho ser desenvolvido em duplas, os estudantes realizam pesquisas com dados primários, ou seja: estão em contato com empresários da área, fornecedores, possíveis consumidores promovendo o desenvolvimento da comunicação e expressão, já que terão que entrevistar esses atores das esferas acadêmica e profissional. Essas pesquisas servem para aumentar o conhecimento

do acadêmico acerca do que está produzindo e também sobre si mesmo, levando-o a desenvolver a sua rede de relacionamento, pessoal e profissional.

Também o momento de defesa do Plano de Negócios junto a uma banca de profissionais especialistas em estudos de viabilidade leva-os a se preparem para a argumentação e persuasão acerca do seu ponto de vista. Cabe esclarecer que a avaliação do processo é realizada durante o semestre por meio das correções da produção textual realizada pelo acadêmico, do produto final do trabalho, que é o Plano de Negócios e pela defesa em uma banca de arguição, no final do semestre. Massetto (2003, p. 51) orientou que o processo avaliativo deve ser visto “[...] como uma contínua informação ao aluno e ao professor sobre o desempenho do primeiro, de modo a saber se ele está aprendendo ou não, o que deverá ser feito caso esteja com dificuldades e como superá-las. ”

Continuamente no processo de ensino-aprendizagem da disciplina são trabalhadas questões como ética, honestidade intelectual, respeito, dentre outros inclusive focalizando as pesquisas, já que os dados coletados só terão validade se forem fidedignos.

Essa dimensão está presente na Visão de Futuro da Universidade na qual se encontra materializado o do compromisso com a formação ética do cidadão: “Ser reconhecida como uma Universidade Comunitária, de excelência na formação profissional e ética do cidadão, na produção de conhecimentos científicos e tecnológicos, com compromisso sócio-ambiental.”

Como o Plano de Negócios vai sendo construído de forma processual e sob a orientação dos docentes, os estudantes são estimulados a tomarem decisões pautadas nos resultados obtidos a cada etapa, dessa forma desenvolvendo a autonomia deles.

Por aprendizagem de atitudes e valores queremos dizer a necessidade de os cursos superiores se preocuparem com que seus educandos valorizem o conhecimento, a atualização contínua deste, a pesquisa, o estudo dos mais diversos aspectos que cercam um problema, a cooperação, a solidariedade, a criticidade, a criatividade, o trabalho em equipe (MASETTO, 2003, p. 39).

Logo o processo como um todo contribui ainda para desenvolver a responsabilidade com o seu processo de aprendizagem, em outras palavras: com a sua formação. A disciplina, por meio das estratégias de ensino, tem como desafio

possibilitar o estudante ser o protagonista do seu processo de aprendizagem. Para isso, os docentes necessitavam de metodologias que rompessem com as abordagens consideradas tradicionais. No entender de Pimenta e Anastasiou (2002), o desafio do ensino aprendizagem está em ultrapassar o modelo de ensino centrado no professor em busca da elaboração colaborativa do conhecimento com o docente e os estudantes.

Sabemos da limitação de uma análise focalizando o desempenho dos acadêmicos na disciplina, mas não deixa de ser um indicador o fato 70% dos estudantes estarem com nota final acima de oito, 25% entre sete e oito e somente 5% abaixo de sete, mas mesmo assim alcançando a média para aprovação na disciplina conforme apresenta a Tabela 1.

Tabela 1 - Desempenho em notas dos acadêmicos

| Situação | Qtde Alunos | % | % Acum. |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Aprovados de 9,00 a 10,00 | 3 | 15% | 15% |
| Aprovados de 8,00 a 8,99 | 11 | 55% | 70% |
| Aprovados de 7,00 a 7,99 | 5 | 25% | 95% |
| Aprovados de 6,00 a 6,99 | 1 | 5% | 100% |
| Reprovados | 0 | 0% | 100% |
| Total | 20 | 100% | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Considerações Finais

O Plano de Negócios é uma ferramenta que visa auxiliar o administrador a ter previsibilidade de seus negócios e contribuir para mantê-lo vivo no mercado. Com um plano de negócios bem elaborado, a existência da empresa ao longo dos anos poderá ser concretizada, mesmo em momentos difíceis, por mais que um plano de negócios não vá prever o futuro, mostrará os caminhos a seguir para alcançar os melhores resultados.

Percebemos que as estratégias de ensino-aprendizagem - utilizadas no desenvolvimento do Plano de Negócios na disciplina de Seminário Integrador do Curso de Gestão Financeira - contemplam, de formas distintas, as quatro áreas de desenvolvimento apontadas por Masetto (2003), a saber: do conhecimento, afetivo-emocional, habilidades humanas e profissionais e atitudes e valores.

Dentre as quatro áreas apontadas pelo autor, os resultados da análise indicaram que há uma maior ênfase no desenvolvimento do conhecimento, uma vez que os acadêmicos tiveram que resgatar os saberes trabalhados em outras disciplinas no decorrer do curso, articulando-os com novos conhecimentos apreendidos na atividade em estudo. Dessa maneira, foi possível a reconstrução para o acadêmico do seu próprio conhecimento, colocando-o em prática durante a elaboração do Plano.

Embora as quatro áreas de desenvolvimento tenham sido contempladas pelas estratégias, os resultados da análise qualitativa revelaram que as áreas do afetivo-emocional e atitudes e valores - mesmo sendo trabalhadas por meio de atividades em duplas que permitiram desenvolver a solidariedade, cooperação, respeito pelo colega, aceitar opinião diversa a sua e questões ética e honestidade intelectual por meio das pesquisas realizadas - ainda podem ser melhor exploradas nas estratégias de ensino-aprendizagem usadas na disciplina.

A limitação desta pesquisa está no fato de que a análise ocorreu na percepção dos docentes, dessa maneira ficou explícita um dos atores do processo de ensino-aprendizagem. Fica a sugestão então de que seja realizada uma pesquisa junto aos acadêmicos para verificar a compreensão dos discentes acerca das metodologias utilizadas e em que medida elas promovem o desenvolvido das quatro áreas defendidas por Masetto (2003).

Referências

ABREU, C. A.; MASETTO, M. T. **O professor universitário em aula: práticas e princípios teóricos**. 8. Ed. São Paulo: MG editora Associados, 1990.

CASAROTTO FILHO, Nelson. **Elaboração de projetos empresariais: análise estratégica, estudo de viabilidade e plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DESLAURIERS; J.P.; KÉRISIT, M.O. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008. p.127-234.

MASETTO, M.T. **Competência pedagógica do professor universitário**. São Paulo: Summus, 2003.

PIMENTA, S. G.; ANASTASIOU, L. G. C. **Docência no ensino superior**. São Paulo: Cortez, 2002.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Tradução de Ana Cristina Nasser, Petrópolis: Vozes, 2008. p. 43-94.

VASCONCELLOS, C. S. Metodologia dialética em sala de aula. **Revista de Educação AEC**, n. 83. Abril de 1992.

_____. **Construção do conhecimento em sala de aula**. 16. ed. São Paulo: Libertad, 2005. 141p.

Dados para contato:

Autor: Ricardo Pieri

E-mail: rpi@unesp.net

O IMPACTO DA APLICAÇÃO DA NOVA LEGISLAÇÃO DO EMPREGADO DOMÉSTICO – UMA PESQUISA COM OS EMPREGADORES E EMPREGADOS DO MUNICÍPIO DE SÃO LUDGERO – SC

Contabilidade pública

Marina Michels¹; Jádina De Nez¹; Luiz de Noni¹; Marcos Volpato Lubave¹; José Sadi Borges Júnior¹

¹.Centro universitário Barriga Verde - Unibave

Resumo: Este estudo mostra o impacto que a nova Lei do empregado doméstico está causando aos empregadores e empregados de São Ludgero – SC. Em 2015, a Lei Complementar nº 150 foi editada e sancionada e passou a causar mudanças na relação trabalhista entre empregador e empregado doméstico, bem como entre eles e os órgãos reguladores. O principal impacto para os empregadores foram os gastos para o registro dos empregados. Para os empregados, o principal benefício foi os direitos registrados, porém, possivelmente, haverá redução na oferta de emprego doméstico.

Palavras-chave: Empregado Doméstico. Empregador. Direito do trabalho. EC/2013. LC 150/2015.

Introdução

Entende-se por empregado doméstico aquele que presta serviço de natureza contínua e finalidade não lucrativa à pessoa física no âmbito residencial deste. Neste termo integra-se na categoria os trabalhadores: empregado, cozinheiro, governanta, babá, lavadeira, faxineira, entre outros.

A categoria do empregado doméstico é diferenciada dos demais empregados e trabalhadores brasileiros, enquanto os trabalhadores são regidos pela Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT, aos empregados domésticos se dá o regimento pela Constituição Federal e pela Lei 5.859 de 1972.

O conceito de empregado doméstico é melhor compreensível no artigo 1º da Lei 5.859/72, que “Ao empregado doméstico, assim considerado aquele que presta serviços de natureza contínua e de finalidade não lucrativa à pessoa ou à família no âmbito residencial destas[...].” Mas também deve-se incluir neste conceito o que o

art. 3º diz a respeito de empregado celetista “Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante salário”. (CLT)

Com base nesses conceitos entende-se como empregado doméstico aquele maior de 18 (dezoito) anos que presta serviço com pessoalidade, onerosidade, subordinado, de natureza contínua e de finalidade não lucrativa a pessoa ou a família no âmbito residencial desta. Integra-se nesta categoria os seguintes trabalhadores: empregado, cozinheiro, governanta, babá, lavadeira, faxineiro, motorista particular, vigia, jardineiro, acompanhante de idoso, dentre outros.

O Professor Dácio Guimarães de Andrade define em seu artigo, serviço de natureza contínua e finalidade não lucrativa como:

Serviços de natureza contínua são aqueles não eventuais ou esporádicos, ou seja, devem ser eles permanentes; quanto à finalidade não lucrativa entende-se por aqueles serviços dos quais o patrão não obtenha lucro ou qualquer outro benefício financeiro (ANDRADE, 1997 p.85).

É de inteira importância destacar que âmbito residencial engloba não só o lar como também suas imediações – o jardim, o quintal, bem como automóveis, lanchas e aviões particulares de lazer ou passeio, guarda de quarteirão e enfermeiro, ou seja empregado doméstico é aquele que prestam serviços, mediante remuneração em residências particulares ou em benefícios destas.

Como citado no presente trabalho, empregador é a pessoa física ou jurídica que admite trabalhadores a serem seus subordinados para prestarem serviços em troca de um salário e outros direitos.

Martins (2008) define que empregador doméstico a pessoa ou família que admite empregado doméstico para trabalhar em âmbito residencial, sem fins lucrativos e com natureza contínua. O empregador doméstico não poderá ser pessoa jurídica.

Nestes conceitos supracitados entende-se que empregador doméstico é aquela pessoa física ou família que contrata trabalhador a ser subordinado para exercer atividades em seu âmbito residencial, onde não tenha finalidade lucrativa, em troca de salário.

Em 02 de abril de 2013, foi lançada a Emenda Constitucional 72, a qual complementa o parágrafo Único do Art. 7º da Constituição Federal, ficando assim:

Art. 7º Parágrafo Único. São assegurados à categoria dos trabalhadores domésticos os direitos previstos nos incisos IV, VI, VII, VIII, X, XIII, XV, XVII, XVIII, XIX, XXI, XXII, XXIV, XXVI, XXX, XXXI e XXXIII e, atendidas as condições estabelecidas em lei e observada a simplificação do cumprimento das obrigações tributárias, principais e acessórias decorrentes da relação de trabalho e suas peculiaridades, os previstos nos incisos I, II, III, IX, XII, XXV e XXVIII, bem como a sua integração à previdência social.

Com a aprovação da EC das domésticas (72/2013) vários direitos de empregados domésticos, comparados aos dos celetistas, ainda não estavam em vigor. Em 02 de junho de 2015, a Presidente Dilma Rousseff sancionou a Lei Complementar 150/2015, garantindo aos empregados domésticos novos direitos trabalhistas.

A LC começa salientando o conceito de empregado doméstico, logo depois optou o legislador em aplicar a lei apenas àqueles que comparecem à residência do empregador por período superior a 2 dias, deixando de fora o trabalhador eventual, que vai à residência da pessoa normalmente uma vez por semana, recebendo pelo dia – o chamado “diarista”. (PICON, 2015). Com essa decisão as discussões doutrinárias entre os tribunais acabam instantaneamente.

O Art. 2º da Lei Complementar 150/2015, trata dos direitos dos domésticos quanto ao horário de trabalho:

Art. 2º A duração normal do trabalho doméstico não excederá 8 (oito) horas diárias e 44 (quarenta e quatro) semanais, observado o disposto nesta Lei.

§ 1º A remuneração da hora extraordinária será, no mínimo, 50% (cinquenta por cento) superior ao valor da hora normal.

§ 2º O salário-hora normal, em caso de empregado mensalista, será obtido dividindo-se o salário mensal por 220 (duzentas e vinte) horas, salvo se o contrato estipular jornada mensal inferior que resulte em divisor diverso.

§ 3º O salário-dia normal, em caso de empregado mensalista, será obtido dividindo-se o salário mensal por 30 (trinta) e servirá de base para pagamento do repouso remunerado e dos feriados trabalhados.

§ 4º Poderá ser dispensado o acréscimo de salário e instituído regime de compensação de horas, mediante acordo escrito entre empregador e empregado, se o excesso de horas de um dia for compensado em outro dia.

§ 5º No regime de compensação previsto no § 4º:

I - será devido o pagamento, como horas extraordinárias, na forma do § 1º, das primeiras 40 (quarenta) horas mensais excedentes ao horário normal de trabalho;

II - das 40 (quarenta) horas referidas no inciso I, poderão ser deduzidas, sem o correspondente pagamento, as horas não

trabalhadas, em função de redução do horário normal de trabalho ou de dia útil não trabalhado, durante o mês;

III - o saldo de horas que excederem as 40 (quarenta) primeiras horas mensais de que trata o inciso I, com a dedução prevista no inciso II, quando for o caso, será compensado no período máximo de 1 (um) ano.

§ 6º Na hipótese de rescisão do contrato de trabalho sem que tenha havido a compensação integral da jornada extraordinária, na forma do § 5º, o empregado fará jus ao pagamento das horas extras não compensadas, calculadas sobre o valor da remuneração na data de rescisão.

§ 7º Os intervalos previstos nesta Lei, o tempo de repouso, as horas não trabalhadas, os feriados e os domingos livres em que o empregado que mora no local de trabalho nele permaneça não serão computados como horário de trabalho.

§ 8º O trabalho não compensado prestado em domingos e feriados deve ser pago em dobro, sem prejuízo da remuneração relativa ao repouso semanal. (LC 150, 2015 p. 01)

A Lei trouxe os direitos dos empregados celetistas para os domésticos com algumas alterações, uma delas sendo relacionada as horas extras em que as primeiras 40 horas extras deverão ser pagas com adicional de 50% sobre o valor da hora normal, e as excedentes as 40 deverão ser compensadas no prazo máximo de um ano, lembrando que a jornada diária não poderá ultrapassar 10 horas.

O Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, que até então estava sancionado como direito opcional para o empregado, foi regularizado e agora fica obrigatório o seu recolhimento. O art. 21 e 22 da LC 150/2015 esclarece:

Art. 21. É devida a inclusão do empregado doméstico no Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), na forma do regulamento a ser editado pelo Conselho Curador e pelo agente operador do FGTS, no âmbito de suas competências, conforme disposto nos arts. 5º e 7º da Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990, inclusive no que tange aos aspectos técnicos de depósitos, saques, devolução de valores e emissão de extratos, entre outros determinados na forma da lei.

Parágrafo único. O empregador doméstico somente passará a ter obrigação de promover a inscrição e de efetuar os recolhimentos referentes a seu empregado após a entrada em vigor do regulamento referido no caput.

Art. 22. O empregador doméstico depositará a importância de 3,2% (três inteiros e dois décimos por cento) sobre a remuneração devida, no mês anterior, a cada empregado, destinada ao pagamento da indenização compensatória da perda do emprego, sem justa causa ou por culpa do empregador, não se aplicando ao empregado doméstico o disposto nos §§ 1º a 3º do art. 18 da Lei nº 8.036, de 11 de maio de 1990.

§ 1º Nas hipóteses de dispensa por justa causa ou a pedido, de término do contrato de trabalho por prazo determinado, de

aposentadoria e de falecimento do empregado doméstico, os valores previstos no caput serão movimentados pelo empregador.

§ 2º Na hipótese de culpa recíproca, metade dos valores previstos no caput será movimentada pelo empregado, enquanto a outra metade será movimentada pelo empregador.

§ 3º Os valores previstos no caput serão depositados na conta vinculada do empregado, em variação distinta daquela em que se encontrarem os valores oriundos dos depósitos de que trata o inciso IV do art. 34 desta Lei, e somente poderão ser movimentados por ocasião da rescisão contratual.

A Lei Complementar trouxe também o Simples doméstico, uma alusão do simples das micro e pequenas empresas. Assim o empregador recolherá os encargos em uma única guia. Além de 8% de FGTS, 8, 9 ou 11% (dependendo da faixa em que o salário se adequa) de INSS, o empregador deverá recolher uma importância de 3,2% sobre o salário que será destinado a indenização compensatória por perda de emprego. Para empregados celetistas no ato da demissão é recolhido 40% sobre o montante de FGTS depositado ao empregado. O empregador recolherá também a importância de 0,8% para financiar seguro contra acidente de trabalho.

Este estudo tem como objetivo geral identificar qual o impacto da implantação da nova legislação do empregado doméstico na visão dos empregadores e empregados do município de São Ludgero – SC. Constituem objetivos específicos da pesquisa: Levantar dados estatísticos dos impactos que causaram aos empregadores e empregados do município de São Ludgero SC; identificar na nova lei os direitos dos empregados domésticos e apresentar uma abordagem sobre a nova do empregado doméstico.

A realização deste estudo justifica-se sob três principais aspectos: aspecto social, aspecto prático e aspecto teórico.

Quanto ao aspecto social, os resultados deste estudo contribuirão para a divulgação do tema. Quanto ao aspecto prático, empregadores e empregados domésticos poderão fazer uso dos resultados apontados nesta pesquisa para seu conhecimento próprio e aplicabilidade na prática. Quanto ao aspecto teórico, os resultados desta pesquisa resultarão num volume bibliográfico podendo servir como fonte de consulta a professores, acadêmicos e demais pessoas interessadas no assunto.

Procedimentos Metodológicos

Para atingir-se os objetivos estabelecidos para este estudo, são utilizados como procedimentos metodológicos a pesquisa descritiva. Para Kauark (2010) a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento.

Referente a natureza da pesquisa, esta será de forma aplicada, método este que se define como tendo objetivo de investigar, comprovar ou ainda rejeitar hipóteses sugeridas pelos métodos teóricos. Os conhecimentos adquiridos são utilizados para aplicação prática voltados para a solução de problemas concretos da vida moderna (RODRIGUES, 2007).

Quanto a abordagem do estudo, ressalta-se que é qualitativa. Richardson (1999, p. 80) enfatiza que:

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

Assim sendo, será demonstrada a complexidade do problema encontrado, demitindo-se pareceres por meio de análises.

Para atingir-se os objetivos deste estudo é realizado uma pesquisa com os empregadores e empregados domésticos da cidade de São Ludgero – SC. Assim será elaborado um questionário. Este questionário é aplicado a uma amostra da população de empregadores domésticos e a uma amostra da população de empregados domésticos. Assim os dados levantados com os questionários aplicados serão analisados para levantar informações para que se possa demonstrar quais foram as estatísticas, por exemplo, em relação ao aumento de empregados domésticos com carteira assinada e sem carteira assinada.

A população de São Ludgero é de 12.192 habitantes. Não se sabe exatamente quantos empregados e empregadores domésticos tem na cidade, então foi levantado os dados de uma amostra da população. Foram questionados 20 empregadores e 9 empregados domésticos.

Segundo Pradanov (2013, p. 98) “Amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou um plano”. Refere-se ao subconjunto do universo ou da população, por meio do qual estabelece-se características desse universo ou população estudada. A amostra pode ser probabilística ou não probabilística.

Para a obtenção dos dados é utilizado um questionário com perguntas fechadas. O referido questionário foi aplicado pessoalmente, via telefonema ou enviado por correio eletrônico aos empregados e empregadores domésticos do município de São Ludgero – SC.

As respostas obtidas por meio da aplicação de perguntas fechadas foram analisadas, interpretadas, comentadas e apresentadas por meio de gráficos.

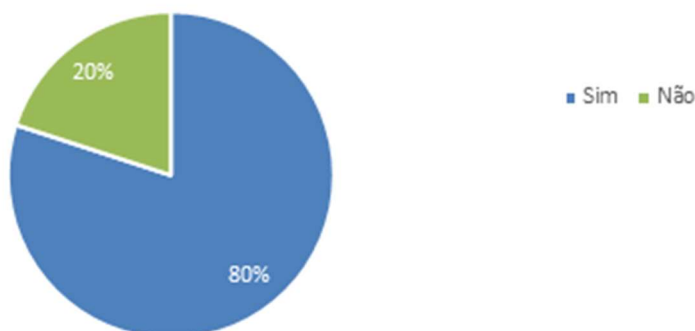
Optou-se pela utilização genérica do nome “Nova Lei das Domésticas” em referência a Lei Complementar 150/2015, com o objetivo de facilitar o entendimento dos questionados.

Resultados e Discussão

Apresenta-se na sequência alguns gráficos referentes às respostas obtidas dos empregadores e empregados domésticos questionados.

Dados obtidos por meio de questionamento aos empregadores domésticos

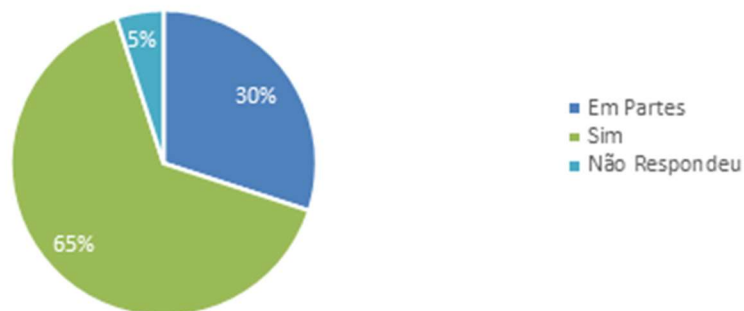
Gráfico 1 - Empregadores que conhecem a nova lei dos empregados domésticos.



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme demonstra o gráfico 1, que maioria dos empregadores entrevistados conhecem a nova lei dos empregados domésticos, a Lei Complementar nº 150/2015.

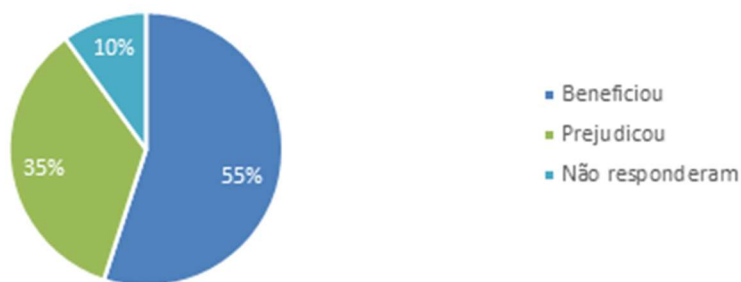
Gráfico 2 - Opinião dos empregadores quanto as vantagens que a lei trouxe aos empregados.



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme o gráfico 2, a opinião da maioria dos empregadores foi que a lei trouxe vantagens aos empregados domésticos. Dentre essas vantagens, muitas que foram citadas pelos empregadores foram justiça social, jornada de trabalho de oito horas, intervalo entre as oito horas trabalhadas, definição do pagamento da hora extra, adicional noturno, salário família, auxílio creche, sendo o fundo de garantia por tempo de serviço e a seguridade social como elementos marcantes citados.

Gráfico 3: Opinião dos empregadores quanto as vantagens que a lei trouxe a eles mesmos e percentual dos que já tiveram ações trabalhistas.



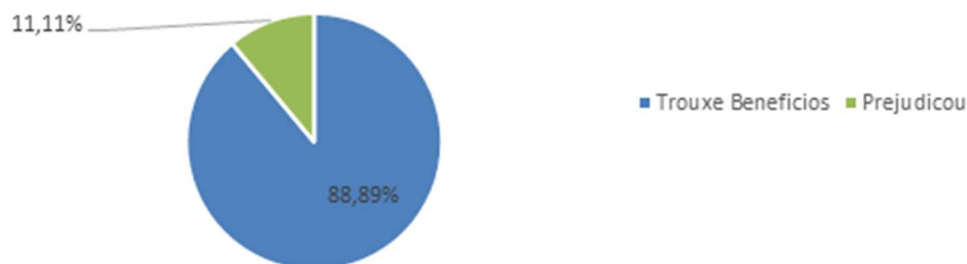
Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme demonstra o gráfico 3, mais da metade dos empregadores que responderam ao questionário acham que a lei trouxe benefícios a eles mesmos, todavia uma parte significativa acha que acabaram prejudicados. Os comentários sobre essa pergunta foram que a lei trouxe mais segurança, garante e ajuda o empregador nas ações judiciais, outros comentaram também que os custos ficaram

muito altos, mas ao mesmo tempo motiva o empregado a encarar isso como uma carreira.

Dados obtidos por meio de questionamento aos empregados domésticos

Gráfico 04 - Opinião dos empregados sobre os impactos que a Nova Lei trouxe a eles mesmos.

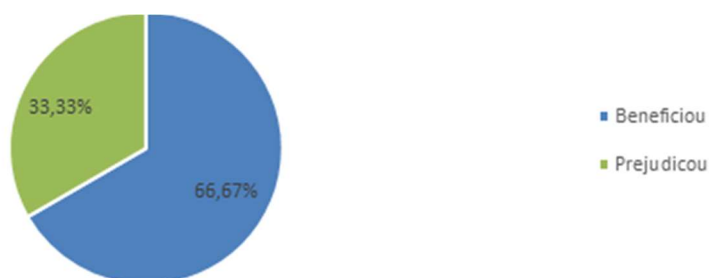


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme demonstra o gráfico 04, a maioria dos empregados domésticos questionados responderam que a lei trouxe benefícios a eles mesmos, destacando que uma minoria acredita que prejudicou (Gráfico 5). Foi lhes questionado quais os direitos que adquiriram, contudo eles não souberam responder.

Os empregados sabiam que houve alteração na lei e consideravam-nas benéficas, mas não sabiam exatamente quais direitos foram sancionados. A minoria dos que responderam que a nova lei os prejudicou, destaca creditar esse prejuízo à burocracia e ao alto custo que se tornou ter um empregado doméstico, sendo que agora os empregadores preferem contratar faxineiras por poucos períodos não caracterizando emprego doméstico.

Gráfico 05: Opinião dos empregados sobre os impactos que a Nova Lei trouxe aos seus empregadores.



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme demonstra o gráfico 05, no questionamento quanto aos prejuízos ou benefícios que a lei trouxe aos empregadores, a maioria dos empregados entrevistados respondeu que a lei trouxe benefícios a seus patrões, mas uma parte considerável acredita que acabou por prejudica-los. Foi lhes questionado também quais os benefícios ou prejuízos que a lei causou aos empregadores, mas, assim como os benefícios e prejuízos a eles próprios, os empregados não souberam responder exatamente ou enumerar algum benefício.

Análise Geral do Dados

A pesquisa com os empregadores e empregados no município de São Ludgero em relação à nova legislação do emprego doméstico leva a uma análise geral do questionamento em relação aos benefícios ou prejuízos dos mesmos. Em relação aos impactos que a lei trouxe aos empregadores, eles mesmos responderam que a nova lei, em certa parte, trouxe benefícios devido à confiança e segurança diante de ações judiciais. De mesmo modo, esta também é a opinião dos empregados.

E relação aos impactos sobre os empregados, os empregadores acreditam que a lei os beneficiou, trazendo seus direitos comparados a um empregado celetista. Já a opinião dos próprios empregados mostra que a maioria acredita que tiveram benefícios, todavia uma parte menor, porém significativa dos empregados acredita que tiveram prejuízos devido ao alto custo e ao fato de agora os empregadores estarem preferindo contratar faxineiras diaristas cuja ida na residência do contratante para a execução dos trabalhos não seja superior a dois dias na semana.

Dos empregadores entrevistados, poucos sofreram ações trabalhistas. Comparando esse dado com os dados dos empregados que tiveram benefícios negados, que também foram poucos, obtém-se a informação de que há uma boa relação entre empregados e empregadores. Esses dois dados podem ser relacionados também com o tipo de contrato de trabalho, pois tanto nos dados dos empregadores, quanto dos empregados a maioria dos empregados já está com carteira assinada e isso faz com que tais empregados não tenham a intenção de colocar uma ação trabalhista contra seus empregadores, pois os mesmos já estão pagando os seus direitos.

Considerações Finais

A Lei complementar 150/2015 trouxe modificações quanto a legislação trabalhista do empregado doméstico. Tais modificações causaram impactos tanto para os empregadores domésticos como para os empregados domésticos.

Este estudo teve como objetivo geral identificar qual o impacto da implantação da nova legislação do empregado doméstico na visão dos empregadores e empregados do município de São Ludgero – SC. Constituíram objetivos específicos da pesquisa: levantar dados estatísticos dos impactos que causaram aos empregadores e empregados do município de São Ludgero SC; identificar na nova lei os direitos dos empregados domésticos e apresentar uma abordagem sobre a nova do empregado doméstico.

Obteve-se como resultado que os empregadores questionados em sua maioria têm perfil de 21 a 50 anos, do sexo masculino e pouco mais da metade possui empregado contratado no momento.

A grande maioria dos empregadores conhece a nova lei do emprego doméstico, todavia com base na pesquisa 10% dos empregadores que possuem algum empregado doméstico não conhece a lei, o que pode ter como impacto o comprometimento dos direitos do empregado.

Apesar de alguns empregadores não conhecerem a lei, os demais que conhecem acreditam que a lei trouxe vantagens aos empregados domésticos. Dentre as vantagens citadas pelos empregados estão a jornada de trabalho de oito horas, o intervalo intrajornadas, o pagamento das horas extras, o salário família, o adicional noturno, entre outros.

Embora a nova lei traga vários direitos para os empregados, e, portanto, deveres para os empregadores, grande parte destes empregadores ainda considera que a nova lei trouxe benefícios a eles mesmos, a respeito da segurança, garantia e ajuda nas ações judiciais.

A pesquisa também teve o intuito de verificar se houve empregadores que já sofreram alguma ação judicial e o resultado mostra que a relação entre empregador e empregado é relativamente boa e apenas extrajudicial, pois apenas um dos entrevistados sofreu algum tipo de ação trabalhista, aliado ao fato de que metade dos empregados contratados tem carteira assinada.

A maioria dos empregados entrevistados tem de 36 a 50 anos e são do sexo feminino. Na opinião destes empregados a lei trouxe benefícios a eles próprios, já com

relação aos impactos que a lei trouxe aos empregadores, uma parte considerável dos empregados acredita que a lei prejudicou seus patrões.

A grande maioria dos empregados entrevistados trabalha há mais de 10 anos como empregado doméstico e são pessoas de idade mais avançada. Considera-se então que empregados jovens já não procuram mais esse ramo de emprego.

Os empregados entrevistados responderam também que trabalham com carteira assinada e que a maioria dos empregadores nunca negaram direitos a eles. Comparando as respostas dos empregados com as respostas dos empregadores, há uma boa relação entre empregado e empregador, pois dificilmente são negados direitos e são feitas reclamações trabalhistas.

Portanto, com base no levantamento das respostas da pesquisa, houve benefícios tanto para empregador – que teve mais segurança nas questões trabalhistas envolvidas com esses empregados - quanto para empregado – que agora tem seus direitos garantidos comparado a um trabalhador de outro ramo de serviço.

Contudo destaca-se a controvérsia de que o trabalho doméstico pode ter ficado dificultoso na oferta devido a dois impactos relevantes: a burocracia e o alto custo.

Depois dessa mudança a burocracia cresceu visto que o empregador terá que estar frequentemente enviando informações do seu empregado aos órgãos de fiscalização.

O outro impacto é o alto custo, pois agora para estar em dia com as obrigações trabalhistas o empregador terá que pagar os encargos obrigatórios previstos na lei.

Referências

ANDRADE, Dárcio Guimarães de. **Empregado doméstico**. Rev. TRT - 3ªR. - Belo Horizonte, 27 (57): 69-75, Jul.97/Dez.97Disponível em: http://www.trt3.jus.br/escola/download/revista/rev_57/Darcio_Andrade.pdf>. Acesso em 17 mai 2015.

BRASIL. Consolidação das Leis Trabalhistas, de 01 de maio de 1943. Aprova a consolidação das leis do trabalho (CLT). **Ministério do Trabalho**. Poder Executivo, Brasília, DF, 09 ago 1973. p. 11937

_____. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

_____. Emenda Constitucional n. 72, de 2 de abril de 2013. Da nova redação do parágrafo único do art. 7º da Constituição Federal. Diário Oficial da União. Poder Legislativo, Brasília, DF, 3 abr 2013. p. 6

_____. Lei Complementar nº 150, de 01 de junho de 2015. Dispõe sobre o contrato de trabalho doméstico; altera as leis nº 8.212, de 24 de julho de 1991, nº 8.213, de 24 de julho de 1991, e nº 11.196, de 21 de novembro de 2005; revoga o inciso i do art. 3º da lei nº 8.009, de 29 de março de 1990, o art. 36 da lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991, a lei nº 5.859, de 11 de dezembro de 1972, e o inciso vii do art. 12 da lei nº 9.250, de 26 de dezembro 1995. **Diário Oficial da União**. Poder legislativo, Brasília, DF, 02 jun 2015. P. 1.

_____. Lei nº 5.859, de 11 de dezembro de 1972. Dispõe sobre a profissão de empregado doméstico e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Poder Executivo, Brasília, DF, 12 dez 1972, p. 11.065

DELGADO, Mauricio Godinho. **Curso de direito do trabalho**. 9 ed. São Paulo: LTR, 2010.

KAUARK, F; MANHÃES, C; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa**: guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010.

MARTINS, Sergio Pinto. **Direito do trabalho**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PICON, Leonardo. **Breve análise da nova lei dos domésticos**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/39888>>. Acesso em: 17 ago. 2015.

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

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos técnicos. 3. ed São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, William Costa. **Metodologia Científica**. Paracambi: Faetec, 2007.

Dados para contato:

Autor: Jádina De Nez

E-mail: jadinadenez@gmail.com

O PROCESSO DE FORNECIMENTO DE INSUMOS INDIRETOS NA CONFECÇÃO: UMA ANÁLISE DESCRITIVA

Gestão e estratégia das organizações

**Bruna Inácio da Rosa; Michele Domingos Schneider; Júlio César Zilli; Adriana
Carvalho Pinto Vieira; Débora Volpato¹**

¹Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: O setor vestuário no Estado catarinense possui concentração de importantes empresas. Assim, o estudo objetiva analisar o processo de fornecimento de insumos indiretos (caixas de papelão) em uma indústria no ramo da confecção no município de Criciúma, utilizadas no setor da expedição. A metodologia utilizada foi pesquisa de campo, análise documental com dados primários e secundários, observação participante e abordagem qualitativa. Foram identificadas fragilidades nos processos de compra e expedição como: falta de programação e registro de compra. O estudo apontou os problemas resultantes do processo atual e sugestões de melhorias para o bom funcionamento da empresa.

Palavras-chave: Administração de materiais. Insumos indiretos. Fornecimento.

Introdução

A cadeia de suprimento de materiais, movimentação, controle de produtos, vendas e entrega do produto acabado no prazo determinado, são etapas que fazem parte do sistema logístico, no qual a implantação de melhorias na estrutura industrial requer um sistema dinâmico. Nesse contexto, as organizações passam a perceber que é necessária a identificação desses processos para compreender melhor o fluxo contínuo dos materiais, a relação entre tempo-estoque na produção e na distribuição (DIAS, 1993).

Cada vez mais as empresas percebem a importância das atividades logísticas no seu negócio. E a necessidade da obtenção de materiais e serviços dos fornecedores se torna cada vez mais importante para as organizações, por isso que as empresas devem firmar parcerias com seus fornecedores. As organizações precisam se preocupar também com a relevância que tem a cadeia de abastecimento e de demanda no processo produtivo, buscando redução de custos, prazo de entrega e qualidade dos produtos e serviços (BERTAGLIA, 2003).

No que se refere ao setor têxtil-confecção brasileiro, este é um dos setores que mais representa as tradicionais indústrias, devido ao volume de recursos que movimenta e do número de empregos que gera. O Estado de Santa Catarina possui uma concentração de importantes empresas deste setor, sobre tudo no litoral norte do Estado, Joinville e Jaraguá do Sul, e no Sul do Estado (SIMON, 2009).

O setor têxtil é dividido em indústrias de confecção e facções. A origem das primeiras facções em Criciúma – SC aconteceram desta forma: os pequenos alfaiates que montaram suas próprias confecções. O setor vestuário na região é chamado como: confecção e facção. A confecção é a empresa onde possuem sua etiqueta própria, ou seja, define a moda, busca o mercado consumidor. Já a facção é o prestador de serviço, onde vende a mão de obra para as confecções (GOULARTI FILHO; JENOVEVA NETO, 1997). No caso da empresa em estudo não é diferente, pois a mesma é classificada por confecção por ter sua identidade própria.

Nos cinco primeiros meses do ano de 2015, o setor vestuário da indústria catarinense foi o setor que mais registrou queda nas vendas, comparado com o mesmo período do ano anterior. O faturamento teve queda de 26,8% e as vendas tiveram queda de 8,7%.

Neste contexto, o estudo bem por objetivo analisar o processo de fornecimento de insumos indiretos em uma indústria do ramo da confecção localizada em Criciúma – SC.

Logística

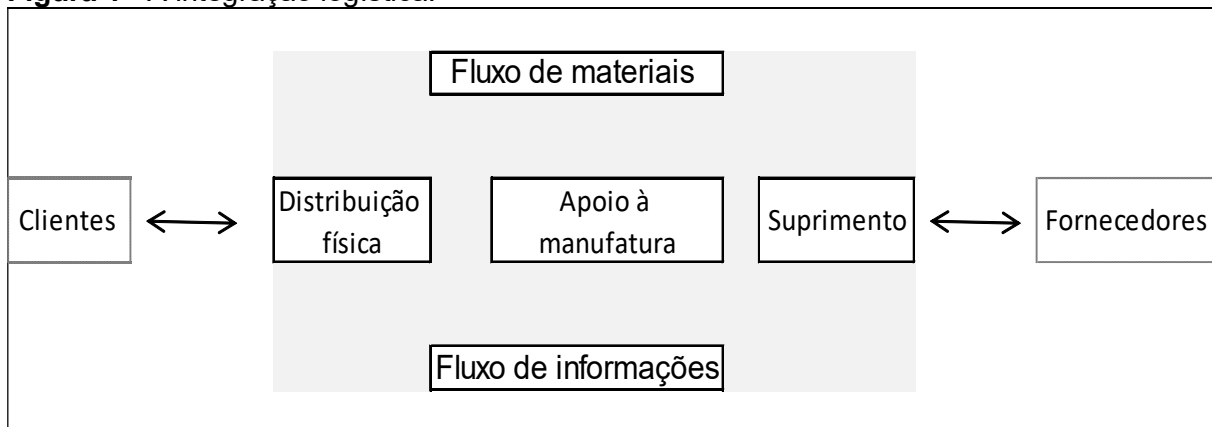
A princípio a logística era classificada apenas como transporte ou armazenagem de produtos, onde as oportunidades de melhorias nos processos não eram vistas. A partir da Segunda Guerra Mundial, a logística apresentou uma evolução continuada, sendo que hoje é considerada um dos elementos chaves nas estratégias das empresas. Atualmente um ponto estratégico na cadeia produtiva é o conceito *Supply Chain Management* (SCM - Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos) (NOVAES, 2007).

No passar dos anos as organizações começaram a perceber a importância do processo logístico dentro das empresas. A partir daí os valores de qualidade, informação e principalmente tempo começaram a agregar valor à cadeia produtiva desta forma às empresas passaram a buscar informações para tornar seus processos produtivos mais eficientes (NOVAES, 2007).

O processo entre empresa, clientes e fornecedores é chamado de logística integrada. Onde as informações recebidas dos clientes, por meio das vendas e pedidos, são filtradas em estratégias de compras e produção. Todo esse processo se resulta no produto acabado entregue ao cliente (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

Fluxo de informações e fluxo de materiais são duas ações que possuem relação e fazem parte do processo logístico. Para essas duas ações é importante mostrar a integração logística, de acordo com a Figura 1 (BOWERSOX; CLOSS, 2001).

Figura 1 - A integração logística.



Fonte: Bowersox e Closs (2001).

As principais etapas do processo logístico são classificadas como: suprimento, produção e distribuição física. A diferença entre suprimento e distribuição física é que suprimento lida com matérias primas e distribuição física trabalha com produto acabado, já a produção faz a transformação da matéria prima no produto acabado, sua função é cuidar desta transformação (GOMES; RIBEIRO, 2004).

Sobre os conceitos de logística Novaes (2007, p.35), afirma que:

Logística é o processo de planejar, implementar e controlar de maneira eficiente o fluxo e armazenagem de produtos, bem como os serviços e informações associados, cobrindo desde o ponto de origem até o ponto de consumo, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor.

O foco dos elementos que fazem parte do processo logístico é possuir o objetivo em atender as necessidades e preferências de seus consumidores finais, buscando sempre a satisfação dos clientes de forma que se sintam bem atendidos (NOVAES, 2007).

Atividades Logísticas

As atividades logísticas variam de empresa para empresa, de acordo com a concepção da cadeia de suprimentos, os componentes, membros da cadeia e objetivos. Porém independente da concepção e configuração da cadeia de suprimentos existem atividades comuns que são as atividades principais da logística ou atividades chaves e atividades de suporte (BALLOU, 2006).

As atividades logísticas se relacionam diretamente na formulação e concretização das estratégias da organização, dessa forma devem estar alinhadas ao planejamento organizacional. O alinhamento das estratégias às atividades logísticas pode permitir que a organização alcance os melhores resultados e o estabelecimento de diferenciais competitivos (MORAIS, 2015).

Atividades Chaves - Por atividades chaves entendem-se algumas atividades que são primárias para o atendimento dos objetivos logísticos. São atividades que são encontradas nas mais diversas cadeias de suprimentos independentemente do tipo de empresa e cadeia. São consideradas atividades críticas para a efetivação das estratégias e assumem relevância para a cadeia uma vez que representam custos significativos para o gerenciamento da cadeia. Nessa categoria as atividades de estabelecimento de padrões de serviços aos clientes, transporte, manutenção dos estoques e processamento de pedidos (BALLOU, 2006).

Atividades de Suporte – as atividades de suporte são atividades que compõe o processo logístico juntamente com as atividades chaves, também são chamadas de atividades de apoio, pois embora não representarem questões tão críticas como às atividades chaves auxiliam na consolidação das estratégias, planejamentos e na operação logística. As atividades de suporte compreendem as atividades de: armazenagem, manuseio de materiais, compras, embalagem de proteção, cooperação com a produção e manutenção de informação (BALLOU, 2006).

Gestão da Cadeia de Suprimentos

A era da informação iniciou no século XX, e mudou a realidade dos negócios e impulsionou a mudança na gestão da cadeia de suprimentos. Com a ajuda da informação os produtos podem ser fabricados por meio de especificações exatas e serem entregues de forma rápida (BOWERSOX; CLOSS; COOPER, 2014).

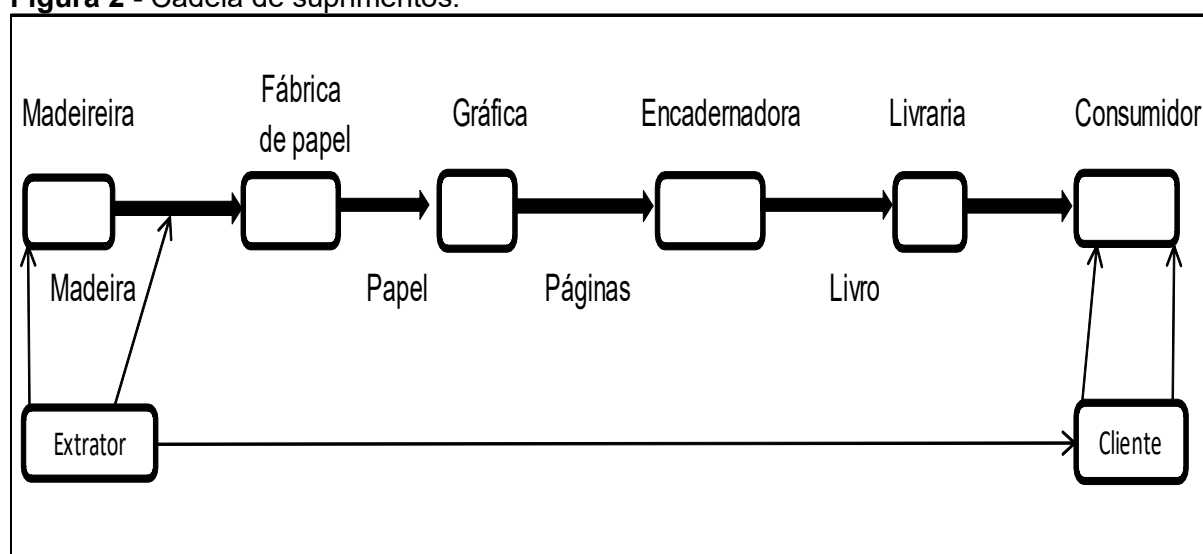
A cadeia de suprimento se estende desde a fonte da matéria prima, até o consumidor final. Quando se adquire um produto, não se imagina todo o processo

necessário para converter a matéria prima e mão de obra em produto acabado (NOVAES, 2007).

Para Fleury, Wanke e Figueiredo (2000), a gestão da cadeia de suprimentos é um novo conceito de ferramenta gerencial, que faz com que as empresas possuem grandes resultados. A gestão da cadeia de suprimentos auxilia as empresas no gerenciamento do seu processo produtivo.

Taylor (2005) exemplifica na Figura 2, os processos que compõem a cadeia para produção de um livro.

Figura 2 - Cadeia de suprimentos.



Fonte: Taylor (2005).

O objetivo principal no gerenciamento de uma cadeia de suprimentos é controlar o fluxo dos produtos, desde o início da extração de matéria-prima até a chegada do produto ao cliente (TAYLOR, 2005).

Gerenciar a cadeia de suprimentos é ter a responsabilidade de abastecer as necessidades dos consumidores, seja cliente final ou intermediário. Devido às pressões competitivas existentes atualmente, a atividade de gerenciar a cadeia de suprimentos tem ganhado cada vez mais espaço nos negócios (FIGUEIREDO; FLEURY; WANKE, 2003).

Compras

Para uma organização bem-sucedida, a função de compras deve ser vista como uma ferramenta estratégica para os negócios. Porém nem todas as empresas

conseguem perceber a função de compras como uma peça fundamental para um bom desempenho. Muitas empresas ainda compram de forma errada, não conseguem estabelecer o momento certo de realizar a compra, e compram sem nenhum planejamento estratégico (BAILY et al, 2000).

Para Dias e Costa (2003), o departamento de compras tem como objetivos priorizar a aquisição de bens ou serviços, na qualidade necessária, na quantidade pedida, no momento certo, e pelo menor custo possível.

Para que a cadeia de suprimentos funcione bem, é necessário que o profissional de compras esteja treinado para comprar bem. Para ajudar o comprador na hora de negociação existe um fluxo, chamado fluxo da negociação, classificado dessas três formas (CARVALHAL, 2010):

a) Planejamento: Onde o negociador precisa ter uma visão do cenário que irá encontrar, ou seja, precisa entender o que irá negociar;

b) Execução: É quando o comprador coloca em prática tudo o que foi preparado na 1ª fase chamada de planejamento. Este estágio se dá quando o negociador junto com o parceiro com quem se quer negociar chega a um comum acordo onde fica bom para as duas partes, evitando desgastes desnecessários;

c) Controle: É o estágio onde é feito o controle dos dois estágios anteriores, e avaliado a negociação realizada na fase da negociação. Deve se registrar a negociação e controlar para ter a certeza de que aconteceu conforme o combinado.

Assim como todo o departamento dentro de uma organização, o setor de compras possui suas dificuldades rotineiras para execução dos seus trabalhos, tais como:

Compras emergenciais - que são compras realizadas em regime de urgência e normalmente ocorrem por falta de planejamento do setor solicitante. Dessa forma o comprador não dispende de tempo suficiente para o planejamento da aquisição e por vezes, acaba comprando produtos com valores mais elevados, em função inclusive da exigência de menores prazos de entrega solicitado para a disponibilidade do produto.

Estabelecimento de controles - o comprador precisa estabelecer controles básicos para a realização das compras e para tanto algumas informações são básicas como, quem são os solicitantes e quais produtos são solicitados e os processos pelos quais as solicitações dos materiais não realizadas.

Conscientização dos solicitantes – em alguns casos, o comprador precisa conscientizar aos solicitantes da não eficiência das compras urgentes, ou seja, demonstrar aos solicitantes as consequências negativas que essa prática de compra urgente pode trazer (DIAS; COSTA, 2003).

Estoque

Estoque pode ser classificado como qualquer produto acabado que aguarda a venda para o cliente intermediário ou consumidor final. Pode-se considerar estoque também, a matéria prima ou material indireto que aguarda o uso na produção. O estoque pode ser qualquer quantidade de bens físicos que estejam armazenados, de forma não produtiva, por um intervalo de tempo (MOREIRA, 2008).

Os estoques são acumulações de mercadorias que existem na organização e ao longo da cadeia de suprimentos para amenizar possíveis variações na demanda, possíveis atrasos de entrega do fornecedor e para permitir a continuidade da produção (BALLOU, 2007).

Para Taylor (2005), os estoques podem ser classificados das seguintes formas:

a) **Estoque de matéria prima:** Onde são os produtos que estão aguardando para serem utilizados na produção, em forma de transformação de material;

b) **Estoque em processo:** Esse tipo de estoque responde a todo material que está em processamento;

c) **Estoque de produto acabado:** Se refere aos produtos prontos para embarque, onde os mesmos ficam armazenados aguardando a entrega ao cliente intermediário ou final;

d) **Estoque em trânsito:** É a conexão entre o estoque de produto acabado da instalação de embarque e o estoque de matéria prima da instalação que recebe o embarque. Os contêineres são exemplos de estoque em trânsito.

Com a busca de redução de estoques, maior qualidade nos serviços e a competição entre as empresas num ambiente globalizado, as organizações precisam encontrar formas para conseguir custos reduzidos e prazos curtos nos pedidos, desta forma é possível reduzir os estoques. Uma alternativa utilizada pelas empresas, na atualidade tem sido a utilização da tecnologia da informação para ter acesso a novos fornecedores e clientes abrindo dessa forma novas oportunidades (NOVAES, 2007).

No sentido de otimizar os estoques, faz-se uso do gerenciamento de estoques e algumas questões devem ser analisadas constantemente e passam pela

necessidade da existência de estoques, se a quantidade pedida está de acordo com as necessidades da organização, e os pedidos de estoque estão sendo colocados no momento certo e se as técnicas de controles dos estoques estão sendo eficazes (SLACK et al, 2008).

O gerenciamento de estoque serve para prever o valor dos estoques, sendo assim consegue-se tomar ações para possíveis imprevistos. Obter a avaliação de estoque é assegurar que o capital imobilizado em estoque seja o mínimo possível, e esteja de acordo com a política da empresa, e possa evitar desperdícios como envelhecimentos e extravios dos materiais (BALLOU, 2007).

Procedimentos Metodológicos

Não é possível apresentar uma metodologia que indique todos os pontos de uma pesquisa, no entanto existe um consenso de que os principais pontos subdivididos em outros mais específicos são o planejamento, coleta de dados, análise, interpretação e resumo do relatório (KMETEUK FILHO, 2005).

Quanto aos fins de investigação o presente trabalho foi caracterizado como uma pesquisa descritiva, de forma a se propor em descrever a atividade de compra. Para os meios de investigação, optou se por utilizar os seguintes meios: bibliográficos, documental, pesquisa de campo, observação participante e estudo de caso. A abordagem utilizada é qualitativa para realização das análises dos dados.

A pesquisa utilizou como objeto de estudo, a empresa do ramo da confecção, diretamente ligada ao público feminino. A organização em estudo está localizada na cidade de Criciúma-SC. Está no mercado há vinte e nove anos. Conta com 600 funcionários, além de gerar mais de 1.200 empregos indiretos na terceirização da confecção dos seus produtos.

O estudo foi realizado no setor da expedição para descrever o processo de compra, em específico o insumo caixas de papelão. Foi realizado posteriormente uma entrevista com o fornecedor do insumo, com objetivo de compreender os impactos do processo de compras no fornecedor e verificar possíveis melhorias. O setor de expedição que controla a entrada e saída dos insumos indiretos tais como: caixa de papelão para embalar os produtos, plástico termoencolhível, entre outros. Optou-se pelo insumo caixa de papelão, pois o pesquisador percebe problemas na reposição deste, uma vez que o pesquisador faz parte do quadro de funcionários da empresa em estudo.

Resultados e Discussão

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos no desenvolvimento do estudo, partindo da descrição do processo de compras e entrevista com o fornecedor de caixas de papelão, para compreensão do processo de fornecimento e as fragilidades na realização desta.

Descrição do Processo de Compras

O processo de compras do material indireto em estudo, chamado caixa de papelão, funciona da seguinte forma: O coordenador da expedição verifica a necessidade das caixas, e faz a solicitação de compra para o comprador responsável por meio de *email*. Após recebimento deste *email* o comprador imediatamente envia a ordem de compra para o fornecedor X com as quantidades e tamanhos das caixas conforme solicitado. Logo após o envio o comprador entra em contato com o fornecedor por meio de contato telefônico para frisar que precisa dessas caixas no próximo dia, no primeiro horário.

O fornecedor na maioria das vezes confirma a entrega, pois costuma trabalhar com um estoque de pequenas quantidades em seu centro de distribuição, caso o fornecedor não tenha as quantidades necessárias, o mesmo irá informar a quantidade disponível para entrega solicitada e o restante será entregue no próximo dia útil.

Após conversa com o fornecedor, o comprador comunica o solicitante sobre a confirmação de entrega das caixas e aguarda o recebimento da nota fiscal que será entregue pelo próprio solicitante para dar baixa na ordem de compra.

Esse processo de compra das caixas de papelão não é saudável para empresa, pois além de a empresa não ter programação ou previsão dos consumos das caixas a mesma conta com apenas um fornecedor. Sendo assim a empresa do ramo da confecção em estudo pode sofrer sérios problemas, tais como: se o fornecedor atrasar a entrega das caixas, esse atraso irá resultar no atraso do processo de embalagem das peças que irá resultar no atraso do faturamento, onde essas peças irão chegar após o prazo de entrega acordado com o cliente final ou representante.

Entrevista com o Fornecedor

A empresa fornecedora das caixas de papelão está há 12 anos no mercado, sendo fornecedor da empresa em estudo desde 2011. O fornecedor possui apenas a

matriz, localizada no município de Içara. Sua produção conta com cinco máquinas classificadas como: grampeadeira, coladeira, impressora, cortadeira e vincadeira.

Na medida em que vai baixando o estoque das caixas prontas o planejamento e controle de produção (PCP) sinaliza o setor de compras para realizar a compra da matéria prima que são as chapas de papel, sendo que para cada caixa é comprada uma chapa de papel. Após a chegada da matéria prima na empresa, o PCP analisa o estoque das caixas e coloca as chapas em produção.

O tempo de produção de 1.000 caixas utilizadas na empresa em estudo, independentemente do tamanho, é de duas horas. O planejamento de produção das caixas e compra da matéria prima é baseado no estoque do produto acabado. Para entrega de seus produtos a organização conta com dois veículos de transportes próprios.

Devido à falta de programação de compra das caixas de papelão utilizadas na expedição, o fornecedor busca sempre possuir um estoque de todas as medidas dessas caixas, as quantidades máximas deixadas no estoque são essas: *i)* 2000 caixas tamanho PP; *ii)* 4.000 caixas tamanho M; *iii)* 2.000 caixas tamanho G; *iv)* caixas tamanho GG e *v)* 500 caixas tamanho EG.

O total de 9.500 caixas, na medida em que essas caixas vão sendo entregue o estoque vai sendo repostado. Desta forma o cliente não corre o risco de ficar sem caixa.

Com relação ao estoque de caixas para o cliente, o entrevistado argumenta que:

[...] este é o estoque máximo que a empresa pode ter dessas caixas, devido ao espaço físico, fluxo de caixa e que se torna um pouco preocupante, pois se caso o cliente não venha mais consumir esses produtos, a empresa ficará no prejuízo pelo fato de serem caixas personalizadas (utilizadas apenas da empresa x) onde a empresa não poderá vender para seus outros clientes.

O fornecedor pode correr esse risco, pois não existe nenhum contrato formalizando que a empresa consumidora deverá consumir todo o estoque do fornecedor antes de migrar para outro fornecedor. Durante esses quatros anos de parceria a confecção não deixou de consumir essas caixas, independentemente da sazonalidade das vendas.

O entrevistado foi questionado pela a seguinte situação: Se a empresa consumidora das caixas viesse a enviar uma ordem de compra de 3.000 unidades de

cada tamanho de caixa, no total de 15.000 caixas, com entrega no próximo dia, e a empresa fornecedora tivesse apenas o seu estoque de 9.500 caixas, qual seria a reação da organização fornecedora? E o fornecedor respondeu que entregaria as 9.500 unidades do estoque, e o restante entregaria em sete dias úteis que é o tempo de chegar às chapas e produzi-las, caso não tivesse as chapas no estoque, caso contrário entregaria em um dia útil.

Durante a coleta de dados, o entrevistado colocou que para empresa, o tempo ideal entre recebimento da ordem de compra e entrega do pedido, poderia ser de no mínimo dois dias úteis. Já que a empresa sempre possui o estoque das caixas. Por exemplo, recebe a ordem de compra, na segunda feira pela manhã, e entrega na quarta-feira pela manhã, pois a empresa consumidora opta por receber mercadorias na parte da manhã.

Hoje acontece de um dia para o outro ou muitas vezes é recebido à ordem de compra no período da manhã para entregar no período da tarde, sendo assim a confecção em estudo não corre o risco de atrasar suas entregas devido ao atraso das entregas das caixas. Segundo o fornecedor durante todo o tempo de parceria entre as duas empresas foram poucas a vez que a empresa fornecedora atrasou na entrega da ordem de compra enviada pelo comprador, e nessas poucas vezes de atraso nenhuma impactou no faturamento das peças da confecção.

Para finalização da entrevista questionou-se: Se por algum motivo, como por exemplo, a empresa fornecedora vier a pegar fogo e não conseguir mais atender a organização em estudo por um longo período, qual seria o posicionamento da mesma diante desta situação? O entrevistado informou que a empresa fornecedora pode contar com parceiros da região que poderão entregar os pedidos das caixas, não no mesmo tempo de entrega que acontece hoje, mas existe a possibilidade de fornecimento.

O Quadro 1 apresenta de forma objetiva o histórico e a produção da empresa.

Quadro 1 – Síntese da entrevista com o fornecedor.

| HISTÓRICO | PRODUÇÃO |
|---|--|
| <p>12 anos no mercado;</p> <p>Possui apenas a Matriz;</p> <p>Localizada em Içara;</p> <p>25 funcionários;</p> <p>200 clientes ativos.</p> | <p>Produz caixas de papelão em todas as medidas com ou sem impressão;</p> <p>Cinco máquinas (grampeadeira, coladeira, impressora, cortadeira e vincadeira);</p> <p>Programação baseado no estoque do PA;</p> <p>Fornecedores: Rio Grande do Sul, Itajaí e Blumenau;</p> <p>Tempo de produção para 1000caixas é de duas horas;</p> <p>Quantidade de caixas deixadas em estoque para empresa X: 9500 caixas;</p> <p>Tempo ideal entre recebimento e entrega da ordem de compra: 2 dias úteis;</p> <p>Possui dois transportes próprios para entrega dos produtos.</p> |

Fonte: Autores (2016).

O processo de compra de insumos indiretos na empresa x funciona de forma rápida, porém sem nenhum registro e programação. De acordo com Bertaglia (2003), o ato de comprar não deve se limitar em apenas comprar, é preciso existir um processo estratégico onde a programação de compra precisa estar presente, os aspectos que envolvem custos, a qualidade e a velocidade na entrega também não podem ficar de fora.

Este processo citado pelo autor acima, não está acontecendo na empresa, de acordo com o processo apresentado anteriormente, ficou claro que o processo acontece sem nenhuma programação, muitas vezes o solicitante, solicita para o comprador a caixa no período da manhã para entregar no período da tarde.

Diante deste atual processo de compras, foi analisado algumas questões que podem vir acontecer, tais como: o solicitante pode pedir a caixa e o comprador não estar no setor ou na empresa no momento, sendo assim poderá ocorrer atraso no pedido e conseqüentemente na entrega dos produtos e a falta de programação pode fazer com que o fornecedor não consiga entregar no prazo solicitado.

Conforme Tubino (2009), o PCP é um setor que está na empresa para suprir as necessidades dos demais setores, em especial compras e produção, dessa forma o setor de compras pode trabalhar junto com o PCP, para organizar as suas programações de caixas, além de todos os outros produtos que podem ser programados.

Na entrevista com o fornecedor, foi possível compreender que a empresa fornecedora pode ser tratada como parceira da confecção em estudo, pois ficou claro

que o fornecimento das caixas exclusivas é sempre tratado com muito cuidado, para que não se tenha problemas na entrega. O interessante para a empresa do ramo da confecção é que o fornecedor mantém um estoque das caixas solicitadas, aonde consegue suprir suas necessidades.

Porém, de certa forma, este tipo de fornecimento aonde à empresa consumidora conta com apenas um único fornecedor, pode não ser saudável. Por mais que durante os quatro anos de parceria o fornecedor não falhou, a empresa consumidora precisa ficar atenta a este fornecimento e buscar novas oportunidades de melhoria. Pois existem alguns casos que podem vir acontecer, tais como: a empresa fornecedora pode deixar de manter o estoque de caixa de papelão ou por motivos de forças maiores a empresa venha a fechar suas atividades, ou ainda poderá haver um atraso na entrega de matéria prima do fornecedor aonde irá acarretar atraso em todo o processo de produção inclusive na entrega do produto ao cliente.

Ainda neste caso de manter apenas um fornecedor o comprador não sabe se o preço que o fornecedor está oferecendo é justo ou está fora do preço de mercado, pois por se tratar de apenas um fornecedor para este material o fornecedor pode estar fazendo o seu preço conforme a sua necessidade. Neste caso pode existir a possibilidade de a empresa em estudo estar deixando de obter melhores preços e condições de pagamento.

Para Viana (2002), na hora de o comprador desenvolver novas oportunidades de compra, é importante levar em consideração alguns pontos tais como: desempenho comercial do fornecedor, cumprimento do prazo de entrega, qualidade do seu produto, onde pode ser medida através de amostra, rapidez no atendimento, preço e condições de pagamento.

Este contexto acima poderá ajudar a empresa em estudo para o desenvolvimento de novos fornecedores, não só de caixas de papelão como também dos outros insumos indiretos ou matéria prima.

Considerações Finais

O ramo do mercado vestuário da empresa estudada é bastante importante para a região de Criciúma, por mais que no primeiro semestre de 2015 as vendas obtiveram uma queda de 8,7%, este segmento tem grande relevância para o município e região devido ao histórico que as empresas do ramo da confecção possuem.

A empresa oferece um grande suporte para o desenvolvimento da economia da cidade, além de gerar cerca de 600 empregos diretos, e inúmeros empregos indiretos a organização está bem consolidada neste segmento.

Diante de todos os estudos realizados, por meio de pesquisa de campo, análise bibliográfica, e acompanhamento nos dois setores chamados expedição e compras foi possível identificar que para o bom funcionamento da cadeia produtiva de uma organização, onde esta cadeia envolve desde a compra da matéria prima até a entrega do produto acabado ao cliente final, é crucial que todos os processos envolvidos estejam alinhados.

Os problemas identificados durante a abordagem nos setores foram no processo de compra das caixas de papelão aonde não há uma devida programação de compra, e também ficou evidente que não há registro das compras realizadas. Outra divergência encontrada na pesquisa foi que a empresa conta com apenas um parceiro para o fornecimento das caixas. Esses problemas podem acarretar algumas consequências negativas para organização, tais como: atraso na entrega das caixas, ocorrendo também o atraso na entrega dos produtos acabados para o cliente final. Além de que a empresa pode não estar atualizada com o preço das embalagens que o mercado está oferecendo, pois como se trata de apenas um fornecedor, o comprador não tem o conhecimento de como está o preço de fornecimento destes produtos no mercado.

Desta forma, conseguiu se identificar oportunidades de melhorias nos dois setores estudados que envolvem a cadeia produtiva da organização. Sugeriu se para empresa as seguintes melhorias: revisão de procedimento de compra, programação de compra e desenvolvimento de novos fornecedores. Com essas melhorias acredita-se que a organização terá resultados positivos para sua cadeia produtiva.

Referências

BAILY, P.; FARMER, D.; JESSOP, D.; JONES, D **Compras: princípios e administração**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

BERTAGLIA, P.R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.

BOWERSOX, D.; CLOSS, D. **Logística empresarial: O processo de integração da cadeia de suprimento**. São Paulo: Ed. Atlas, 2001.

_____. _____.; COOPER, M. **Gestão da cadeia de suprimentos e logística**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CARVALHAL, E.do. **Negociação – fortalecendo o processo**: como construir relações de longo prazo. Rio de Janeiro: Ed. Vision, 2010.

DIAS, M. A. P. **Administração de materiais**: Uma abordagem logística. São Paulo: Atlas, 1993.

DIAS, M.; COSTA, R.F. **Manual do Comprador**: conceitos, técnicas e práticas indispensáveis em um departamento de compras. São Paulo: Ed. Edicta, 2003.

FLEURY, P.F.; WANKE, P.; FIGUEIREDO, K.F. **Logística empresarial**: a perspectiva brasileira. São Paulo: Atlas, 2000.

GOMES, C.F.S., RIBEIRO, P.C.C. **Gestão da cadeia de suprimentos integrada à tecnologia da informação**. São Paulo: Ed. Thomson, 2004.

GOULARTI FILHO, A., JENOVEVA NETO, R, **A Indústria do vestuário**: economia, estética e tecnologia. Florianópolis: Ed. Obra Jurídica, 1997.

KMETEUK FILHO, O. **Pesquisa e análise estatística**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2005.

MOREIRA, D.A. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2014.

NOVAES, A.G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SIMON, K.C. **Estratégias competitivas das empresas de confecção de Criciúma— SC**. Monografia em Ciências Econômicas, UFSC, Florianópolis 2009.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R.; BETTS, A. **Gerenciamento de operações e de processos**. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2008.

VIANA, J.J. **Administração de materiais**: um enfoque prático, São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

Dados para contato:

Autor: Michele Domingos Schneider

E-mail: michele.schneider@unesc.net

OS CUSTOS DE PRODUÇÃO CONFORME O SISTEMA DE CUSTEIO ABC: UM ESTUDO DE CASO NUMA EMPRESA FABRICANTE DE MATERIAIS DE LIMPEZA DO SUL DE SC

Gestão e Estratégia das Organizações

Elton John de Melo Batista¹; Jádina De Nez¹; Luiz de Noni¹; Marcos Lubave Volpato¹; Volnei Margotti¹

¹.Centro Universitário Barriga Verde- UNIBAVE

Resumo: O sistema de custeio ABC permite que sejam identificados os custos por atividade. Esse estudo teve como objetivo geral identificar os custos de produção de uma empresa fabricante de produtos de limpeza localizada na região Sul de SC conforme o sistema de custeio ABC. Utilizou-se pesquisa bibliográfica, aplicada, descritiva com estudo de caso. A realização do estudo gerou informações para a gestão da empresa; contribuiu para a divulgação do tema. Por meio dos dados constatou-se que a atividade que mais absorve recursos é o envase. A empresa poderá tomar as devidas providências no sentido de redução dos custos.

Palavras-chave: Custos de produção. Sistema de custeio ABC. Produtos de limpeza. Amaciante.

Introdução

Cada vez mais as empresas buscam aumentar a qualidade dos produtos e serviços e otimizar sua produtividade com o intuito de oferecer produtos ou serviços pelo menor custo possível. Assim sendo, é indispensável a mensuração e o controle dos custos.

Com o desenvolvimento tecnológico dos processos industriais, o controle do custo torna-se mais complexo pelo fato de que a maioria deles são custos indiretos e de difícil alocação aos produtos. Com isso as empresas têm dificuldades para conhecer o custo de transformação de cada produto, além da falta de registro dos possíveis desperdícios que ocorrem no processo produtivo.

Quando é mencionado custo industrial, está referindo-se aos procedimentos contábeis e extra contábeis necessários para se conhecer o quanto custou para a empresa a fabricação dos seus produtos através do processo industrial.

Para Megliorini (2007), os custos de uma empresa resultam da combinação de diversos fatores, entre os quais: a capacitação tecnológica e produtiva relativa a processos, produtos e gestão; o nível de atualização da estrutura operacional e gerencial; a qualificação da mão-de-obra.

Quando numa empresa são combinados diversos fatores como produtos, gestão, capacitação produtiva e tecnológica, mão de obra, dentre outros itens, surgem então os custos da produção.

O termo Custo compreende a soma dos gastos com bens e serviços aplicados ou consumidos na fabricação de outros bens. São três os elementos componentes do custo de fabricação: matérias primas, mão-de-obra e gastos gerais de fabricação (RIBEIRO, 2009).

Materiais, mão-de-obra e CIF (custo indireto de fabricação) são tipos de custos que somados forma-se os custos de fabricação do produto.

Para Bruni e Famá (2004, p.109),

“os custos indiretos de fabricação são os gastos identificados com a função de produção ou elaboração do serviço a ser comercializado e que, o próprio nome já revela, não podem ser associados diretamente ao produto ou serviço específico”.

Custeio é um processo pelo qual se efetua a apropriação dos custos. A apuração dos custos é resultante do relacionamento de informações de natureza monetária e informações físicas, exigindo para ambas um adequado processo de coleta, registro, processamento e compilação (SILVA JUNIOR, 2000).

O custeio baseado em atividades, também é conhecido como ABC, por sua forma em inglês (*Activity Based costing*). Esse é um dos tipos de métodos de custeio oferecidos para as organizações, ele é uma importante ferramenta para gestores em suas tomadas de decisões.

De acordo com Nakagawa (2008), o ABC trata-se de uma metodologia desenvolvida para facilitar a análise estratégica de custos relacionados com as atividades que mais impactam o consumo de recursos de uma empresa, ou seja, a quantidade, a relação de causa e efeito e a eficiência e eficácia com os recursos são consumidos nas atividades mais relevantes de uma empresa constituem o objetivo da análise estratégica de custos do ABC.

Esse sistema de custeio baseado em atividades surgiu para reduzir as distorções causadas por rateios dos custos indiretos de fabricação.

O direcionador de custos é determinado fator que influencia a quantidade de trabalho da empresa. Ele pode estar relacionado com o volume de produção ou não. Os direcionadores de custos (*cost drivers*) foram uma inovação do ABC, visto que é por meio deles que os custos, provenientes do consumo de recursos, vão sendo agregados a suas respectivas atividades. (CREPALDI, 2011).

Ribeiro (2009, p. 241) conceitua direcionador como “o fator que indica a relação entre o consumo do recurso e a atividade ou entre as atividades e os produtos”. Desta forma, os recursos relacionam-se com as atividades, assim como as atividades relacionam-se com os produtos e/ou serviços, assim, para cada recurso ou atividade existe um direcionador.

De acordo com Megliorini (2007), os direcionadores têm dois estágios, os direcionadores de recursos, que são aqueles que identificam como as atividades consomem recursos, e os direcionadores de atividades que são aqueles que identificam como os objetos de custeio consomem as atividades.

Para entender melhor a estrutura do ABC, mostra alguns exemplos de direcionadores no quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Custeio ABC – Direcionadores

| Departamentos | Atividades | Direcionadores |
|---------------|---------------------------|------------------------|
| Compras | Comprar materiais | Número de pedidos |
| | Desenvolver fornecedores | Número de fornecedores |
| Almoxarifado | Receber materiais | Número de recebimentos |
| | movimentar materiais | Número de requisição |
| Montagem | Preparar máquinas | Número de preparação |
| | montar conjuntos | Número de montagem |
| Pintura | Preparar máquinas | Número de preparação |
| | Pintar conjuntos montados | Número de pintura |

Fonte: Megliorini (2007).

O quadro 1 demonstra as atividades ocorridas na empresa, com o direcionador que determina os custos de cada departamento.

Muitos gestores têm pouco conhecimento nos custos de seus produtos. Este trabalho de pesquisa tem a importância de registrar a formação dos custos de uma

empresa fabricante de produtos de limpeza, para que os administradores tenham uma fundamentação que sirva de suporte para suas tomadas de decisões.

Este estudo tem como objetivo geral identificar os custos de produção de uma empresa fabricante de produtos de limpeza localizada na região Sul de SC conforme o sistema de custeio ABC. Constituem objetivos específicos: apresentar uma abordagem sobre o assunto relacionado ao tema; escolher dentre a cadeia produtiva, um produto, do qual serão identificados os custos pelo sistema ABC; apontar vantagens e desvantagens da implantação do sistema de custeio ABC na empresa.

A realização da presente pesquisa justifica-se basicamente sob três aspectos: aspecto social; aspecto prático e aspecto teórico.

Conforme o aspecto social, a realização desta pesquisa contribui com a divulgação de um tema importante para as empresas, independentemente de seu segmento e porte.

Quanto ao aspecto prático, os resultados do trabalho desta pesquisa podem ser utilizados como ferramenta de gestão pela própria empresa objeto deste estudo.

Por fim, quanto ao aspecto teórico, a pesquisa constitui-se num volume bibliográfico podendo os resultados serem consultados por acadêmicos, professores, profissionais da área e demais pessoas interessadas no assunto.

Procedimentos Metodológicos

Este estudo é desenvolvido por meio de pesquisa aplicada, com abordagem quantitativa. Quanto aos os objetivos, classifica-se como pesquisa exploratória.

A pesquisa aplicada caracteriza-se pela utilização prática dos conhecimentos. A preocupação da pesquisa aplicada está mais voltada para uma aplicação imediata do que para o desenvolvimento de teorias universais. (GIL, 2011).

Quanto a abordagem quantitativa, Richardson (1999, p. 70) afirma que a abordagem quantitativa:

Caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio- padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.

Resultados numéricos e precisão são basicamente os objetivos da pesquisa quantitativa, proporcionando resultados precisos, com distorção mínima ou nula.

Conforme os objetivos estabelecidos nesse trabalho de estudo, pode-se dizer que essa pesquisa é caracterizada como exploratória, pois, conforme Gil (1999), a pesquisa exploratória é desenvolvida no objetivo de proporcionar uma visão geral do assunto. Portanto, esse tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Raupp e Beuren (2013, p. 80), definem a pesquisa exploratória como:

A caracterização do estudo como pesquisa exploratória normalmente ocorre quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada. Por meio do estudo exploratório, busca-se conhecer com maior profundidade o assunto, de modo a torná-lo mais claro ou construir questões importantes para a condução da pesquisa.

Os dados deste estudo são obtidos por meio de um estudo de caso. De acordo com Rauen (2002, p. 210), o estudo de caso “é uma análise profunda e exaustiva de um ou de poucos objetos, de modo a permitir o seu amplo e detalhado conhecimento”.

O estudo de caso a ser desenvolvido para a presente pesquisa dar-se-á numa empresa fabricante de produtos para limpeza localizada no Sul do estado de SC. São analisados os processos de produção, os documentos de compra de matérias primas, documentos de controle interno, dentre outros.

Resultados e Discussão

Por solicitação da direção da empresa, o nome da mesma será preservado. Atualmente, a empresa possui um galpão de aproximadamente 1500 m², onde há cinco equipamentos industriais que facilitam a produção de mais de 140.000 litros mensais de produtos de limpeza, sendo fabricado três categorias de produtos, os de limpeza geral, de limpeza residencial e limpeza automotiva.

São produtos da empresa: cloro; amaciante de roupa; detergente de louça; desinfetante; sabão líquido; detergente clorado, água sanitária e alvejantes; detergente automotivo; preteador de pneus; silicone de painel; produtos de limpeza geral; limpa alumínio e desengraxante.

Nesse estudo são analisados os custos do amaciante, um dos produtos da empresa. O amaciante de roupa tem um preparo diferenciado dos demais produtos, passando por duas atividades a mais que os outros produtos, sendo esse o motivo principal da escolha dele como objeto de estudo.

Cada atividade que o amaciante de roupa passa em seu processo produtivo acarreta gastos para a empresa. Primeiramente os custos diretos, e logo após, as atividades e os custos percorridos nesses processos.

Para apurar os custos de produção do amaciante deve-se levar em conta que o sistema ABC é utilizado para os custos indiretos de produção. Os custos diretos são apurados diretamente por serem apropriados no produto.

O amaciante absorve os seguintes custos diretos: água, matérias-primas, embalagens, tampas e rótulos.

A água que é utilizada no processo é também a base do produto, sendo que o amaciante de roupas é feito de 79% água. Essa água é potável e tratada pela instituição municipal competente. A empresa Y paga uma taxa de serviço de água tratada, taxa esta conhecida como “conta de água”.

As matérias-primas são 6 tipos de substâncias que serão chamadas de MP1(matéria-prima 1), MP2 (matéria-prima 2), MP3 (matéria-prima 3), MP4 (matéria-prima 4), MP5 (matéria-prima 5) e MP6 (matéria-prima 6), por sigilo e segurança.

O amaciante fabricado é despejado em embalagens de 5 litros para a venda unitária e utilização dos consumidores finais. Além das embalagens o produto recebe uma tampa para lacrar-se com segurança. Tal tampa não faz parte da embalagem e por isso são considerados dois custos diretos distintos.

Para finalizar, é utilizado um rotulo em volta da embalagem com objetivo de trazer informações importantes de auxílio ao consumidor final, sendo tal rótulo obrigatório conforme legislação sanitária vigente.

A seguir observa-se o quadro 2 que mostra todos os custos diretos do amaciante de roupas na empresa objeto de estudo:

Quadro 2 – Custos diretos de produção

| Matéria-prima | Quant/ unid. | Quant/ Fabricada | Custos Unitários | Custos totais |
|---|--------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Água | 3,95 litros | 948 litros | R\$ 0,01 | R\$ 2,75 |
| MP1 | 125 ml | 30 litros | R\$ 0,03 | R\$ 8,25 |
| MP2 | 20,83 mg | 5 g | R\$ > 0,01 | R\$ 0,50 |
| MP3 | 0,83 ml | 200 ml | R\$ > 0,01 | R\$ 0,36 |
| MP4 | 7,5 ml | 1,8 litros | R\$ 0,07 | R\$ 16,20 |
| MP5 | 0,83 litros | 200 litros | R\$ 0,07 | R\$ 17,90 |
| MP6 | 83,34 ml | 20 litros | R\$ 0,03 | R\$ 8,00 |
| Embalagens | 1 unid. | 240 unid. | R\$ 1,05 | R\$ 252,00 |
| Tampas | 1 unid. | 240 unid. | R\$ 0,18 | R\$ 43,20 |
| Rótulos | 1 unid. | 240 unid. | R\$ 0,09 | R\$ 22,24 |
| Total de custos diretos do Amaciante de roupas | | | R\$ 1,55 | R\$ 371,40 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme a conta de Água da empresa Y, o custo de 10m³ de água são de R\$ 29,50, ou seja, 2,90 reais por m³. Transformando em litros, o m³ equivale à 1.000 litros de água.

Para encontrar os resultados da utilização das matérias-primas foram definidos na seguinte fórmula; preço de compra, dividido pela quantidade comprada, multiplicado pela quantidade utilizada em cada processo.

As embalagens são compradas por valor unitário, sendo pago para o fornecedor o preço de R\$ 1,05 por cada embalagem utilizada.

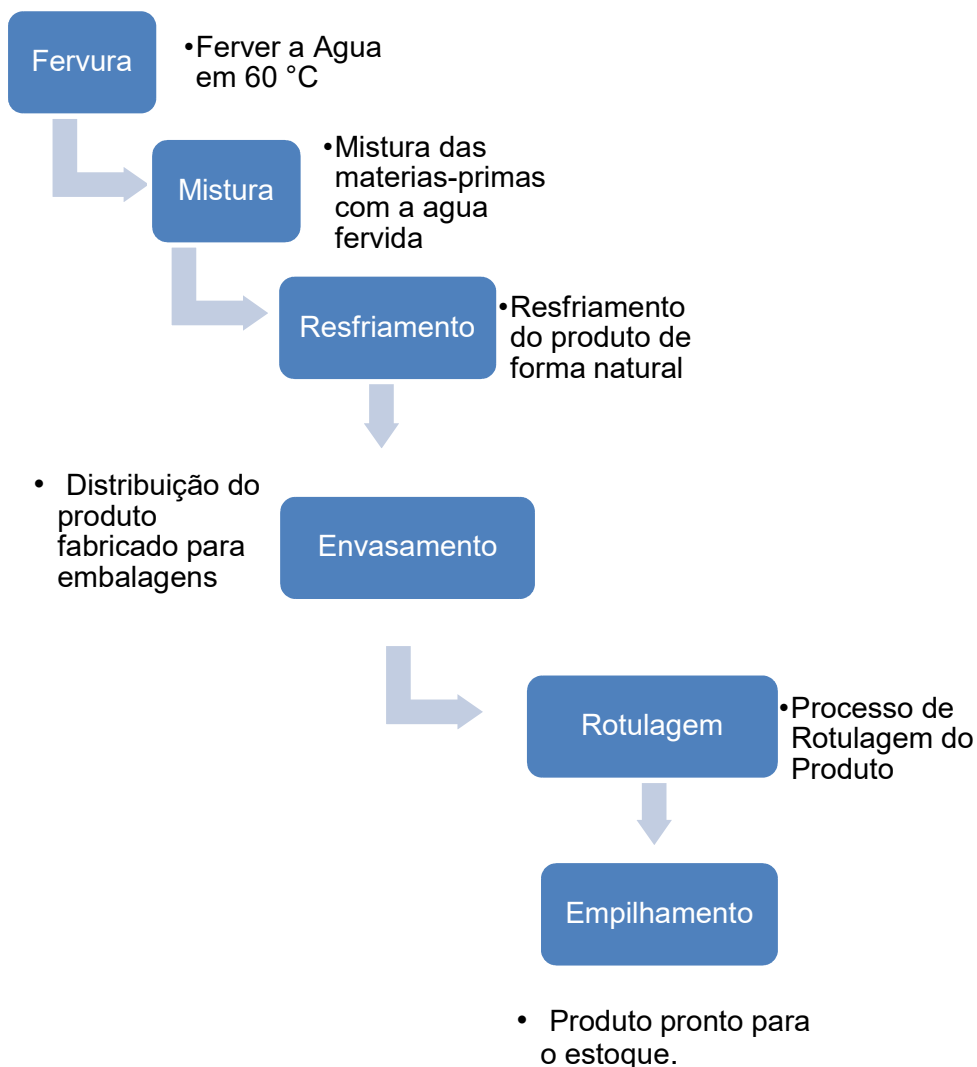
Conforme a empresa Y, as tampas são compradas em uma sacola de 1.000 unidades, com um valor de R\$ 180,00 por sacola. Dividindo o valor do preço pela quantidade de unidades resulta em R\$ 0,18 centavos por tampa, esse é o custo atribuído a cada unidade de amaciante de roupas.

O fornecedor dos rótulos é uma gráfica da região onde a empresa Y tem a sua sede, os rótulos são comprados em rolos com 3.400 unidades, com um valor de R\$ 315,00. Portanto para chegar ao resultado é feito uma conta matemática, preço de compra / unidades compradas X unidades utilizadas.

Com isso, sabe-se que o valor total de custo direto (por processo diário de 1.200 litros de amaciante de roupas) equivale a o valor de R\$ 371,40, assim como R\$ 1,55 de custo direto unitário (5 litros de amaciante).

Atividades do processo através do sistema ABC são os setores que o produto percorre até o seu acabamento. São 6 as atividades que o amaciante percorre até virar um produto final: fervura, mistura, resfriamento, envasamento, rotulagem e empilhamento.

Figura 1 – Fluxograma sobre o processo do Amaciante de Roupas



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

As atividades percorridas pelo amaciante absorvem muitos custos indiretos, esses custos são indicados por direcionadores. Cada atividade tem os direcionados que indicam os custos apropriados pelo processo naquela atividade.

Os custos de produção do amaciante de roupas foram encontrados por meio do sistema de Custeio Baseado em Atividades (ABC). Esse estudo pesquisou todos os direcionadores de custos de cada atividade que o produto passa em sua fabricação. Com isso, foram levantados os valores totais de custos em cada uma destas atividades.

Para saber-se qual o custo da produção do amaciante de roupas basta somar os custos diretos encontrados, com todos os custos totais de cada atividade que o produto passou em sua fabricação (custos indiretos). O quadro 3 demonstra os resultados obtidos por esse estudo:

Quadro 3 – Custos da fabricação do Amaciante de roupas

| Atividades do processo | Valor |
|-------------------------------|-------------------|
| Custos diretos do Produto | R\$ 371,40 |
| Fervura | R\$ 14,24 |
| Mistura | R\$ 9,21 |
| Resfriamento | R\$ 1,49 |
| Envase | R\$ 60,70 |
| Rotulagem | R\$ 9,94 |
| Empilhamento | R\$ 1,70 |
| Total | R\$ 468,68 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O valor encontrado são os custos totais por um processo diário do amaciante de roupas. Cada processo do amaciante produz 240 unidades de 5 litros do produto, ou seja, para produzir 240 unidades de amaciante de roupas, a empresa Y precisa de 7h50 min. e têm um custo de R\$ 468,68.

O quadro 4 traz o valor do custo unitário para fabricar o amaciante de roupas:

Quadro 4 – Custo unitário do amaciante de roupas

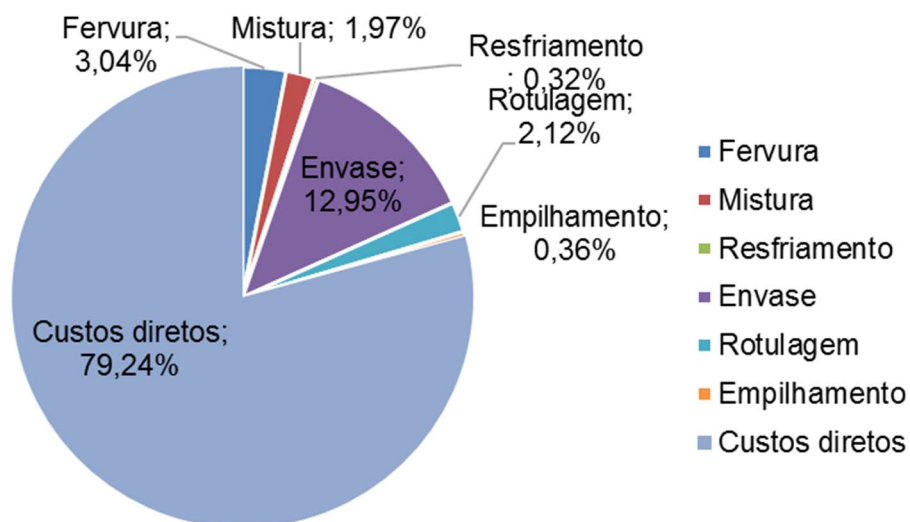
| Produto | Custo total | Unidades produzidas | Custo unitário |
|-----------|-------------|---------------------|-----------------|
| Amaciante | R\$ 468,68 | 240 unidades (5L) | R\$ 1,95 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O valor do custo para empresa Y fabricar uma embalagem de amaciante de roupas de 5 litros é de aproximadamente R\$ 1,95. Mais que a metade deste custo é da embalagem.

Conforme visto, o amaciante passa por seis atividades, são eles: fervura, mistura, resfriamento, envase, rotulagem e empilhamento. A seguir observamos o gráfico 1 que se mostra os custos diretos com os custos indiretos encontrados através do sistema ABC, com seus valores:

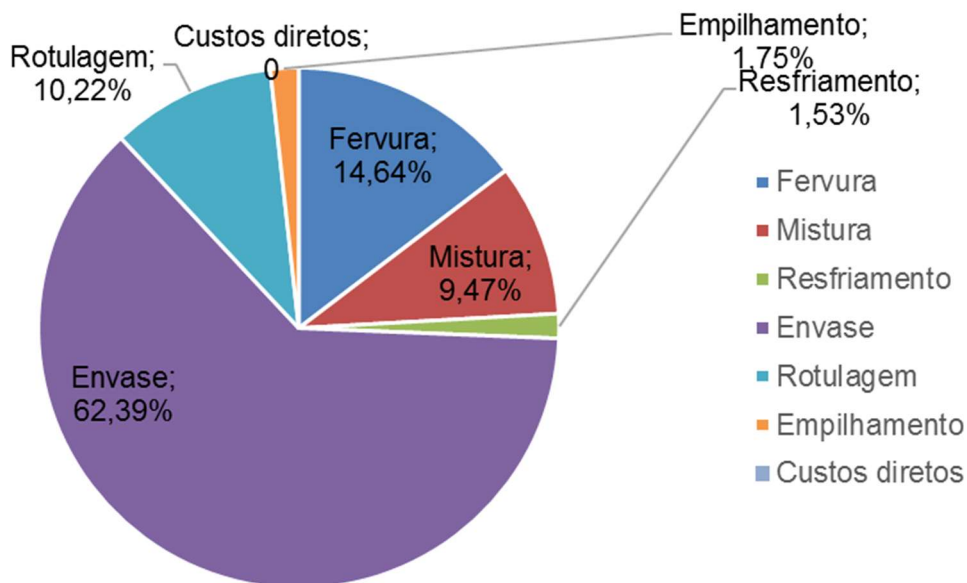
Gráfico 1 - Custos diretos e atividades do Amaciante de roupas



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Sabe-se que os custos diretos representam 79,24% do amaciante fabricado, e que os demais 20,76%, são custos indiretos encontrados através do sistema ABC. O gráfico 2 mostra os custos indiretos encontrados em cada atividade, ou seja, quando cada atividade consome de custos para a fabricação do amaciante.

Gráfico 2 - Atividades percorridas pelo amaciante

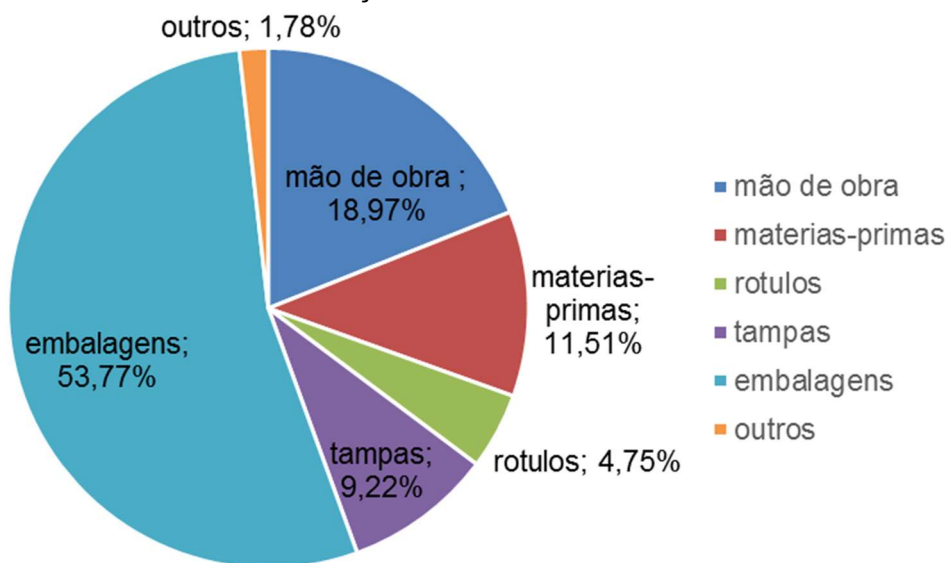


Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Por meio do gráfico 2 pode-se observar que a atividade do envase consome 62,39 % dos custos indiretos totais do amaciante de roupas, ou seja, mais de 1/2 do custo indiretos de produção do amaciante ocorre na atividade do envase.

Sabendo quanto cada atividade consome de custos na fabricação do amaciante, ver-se no gráfico 3 quanto cada custo representa o produto fabricado:

Gráfico 3 - Custos de fabricação



Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O valor do custo com as embalagens que é de R\$ 252,00 por processo, representa 53,77% do custo total do amaciante de roupas, ou seja, mais de $\frac{1}{2}$ do custo de produção do amaciante é a embalagem, A mão-de-obra direta representa 18,97% do custo do amaciante, esse direcionador é utilizado por várias atividades, que somando, resulta em R\$ 88,92 de custo.

As matérias-primas são: a água e os outros produtos que não foram identificados por segurança e os totais de depreciações, energia elétrica e gás estão em “outros”.

Após análise de dados pode-se destacar as vantagens e as desvantagens de implantar o sistema ABC na empresa Y. Com os dados obtidos nessa pesquisa destaca-se os pontos positivos e negativos da utilização do sistema ABC nesta empresa.

Quanto aos positivos:

- Através do ABC pode-se conseguir encontrar com mais facilidade e veracidade os custos que são relevantes e irrelevantes para a produção do produto.
- Sabendo quais custos são relevantes, pode-se procurar uma melhoria na absorção deste custo, como por exemplo, sabe-se que o custo da embalagem do amaciante é altíssimo, com esse análise, pode-se procurar um método de diminuir o valor deste.
- Como já visto, o ABC trabalha por atividade ocorrida na fabricação do produto, com isso, pode-se analisar atividades sem importância para o produto, porém, causando custos. Por exemplo, a atividade de resfriamento causa um custo e pode-se analisar e observar se é vantagem modificar essa atividade, como por exemplo adquirir um resfriamento automático.
- O sistema ABC é o método de custeio que chega mais perto do verdadeiro custo para produzir determinado produto, fornecendo informações acuradas para o processo decisório.

Quanto aos negativos:

- Apesar de ser uma ótima ferramenta para a contabilidade de custos, o sistema ABC têm suas limitações e no caso desta empresa, o maior

problema é que por ser muito detalhado, o ABC consome muito mais tempo que outros métodos.

- Caso a empresa Y venha à implantar o Sistema ABC em suas atividades, serão necessários alguns investimentos como por exemplo a aquisição de um telefone, um computador, uma mesa para o computador e ainda a contratação de um funcionário destinado à esse trabalho. Tais gastos variam entre R\$ 3.000,00 à R\$ 3.500,00, mais as despesas com a contratação do colaborador responsável.

Considerações Finais

Com o desenvolvimento tecnológico dos processos industriais, o controle do custo torna-se mais complexo, pelo fato que a maioria deles são custos indiretos e de difícil alocação corretamente aos produtos. Com isso as empresas têm dificuldades para conhecer o custo de transformação de cada produto, além da falta de registro dos possíveis desperdícios que ocorrem no processo produtivo.

O sistema de custos ABC surgiu diante dessa necessidade que cresce diariamente, seu objetivo é apurar os custos dos produtos com transparência e evidenciar o consumo dos custos diretos e indiretos.

Diante disso, esse trabalho de estudo teve como objetivo geral identificar os custos de produção de uma empresa fabricante de produtos de limpeza localizada na região Sul de SC conforme o sistema de custeio ABC, sendo os objetivos específicos os seguintes: apresentar uma abordagem sobre o assunto relacionado ao tema; escolher dentre a cadeia produtiva, um produto, do qual são identificados os custos pelo sistema ABC; apontar vantagens e desvantagens da implantação do sistema de custeio ABC na empresa.

Por meio dos procedimentos metodológicos adotados, todos os objetivos foram alcançados sendo que com a análise de dados, observou-se que a atividade de envase é a que mais consome recursos para a empresa na fabricação do amaciante de roupas. Sabe-se também que o direcionador embalagem é o mais oneroso para produzir o amaciante de roupas.

Esse trabalho apresentou também algumas vantagens e desvantagem na implantação do sistema ABC na empresa Y (objeto de estudo), destacando-se os pontos positivos e negativos deste método para com a empresa fabricante de produtos de limpeza.

Ressalta-se que, além do amaciante de roupas, a empresa Y fabrica outros produtos, tais como: cloro, água sanitária, detergente de louças, desinfetantes para banheiros e pisos, dentre outros, portando é aconselhável que sejam feitos estudos verificando os custos nas atividades de produção destes itens citados.

Referências

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços:** com aplicações na calculadora HP 12C e Excel. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade gerencial:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2011.

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

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

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

NAKAGAWA, Masayuki. **Custeio Baseado em Atividades.** 2. ed. São Paulo: atlas, 2008.

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de investigação científica.** Tubarão, SC: Unisul, 2002.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (org) **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade:** Teoria e Prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2013, p. 76-96.

RIBEIRO, Osni moura, **Contabilidade de Custo Fácil.** 7. ed. São Paulo: saraiva, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA JÚNIOR, José Barbosa da. **Custos: Ferramentas de Gestão.** 1 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Dados para contato:

Autor: Jádina De Nez

E-mail: jadinadenez@gmail.com

PRODUTOR RURAL: ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE TRIBUTAÇÃO PESSOA FÍSICA E PESSOA JURÍDICA EM DUAS PROPRIEDADES RURAIS DE ORLEANS-SC

Contabilidade rural

Rubia Cancelier Eing¹; Luiza Leandro da Silva¹; Alessandra Knoll¹

¹ Centro Universitário Barriga Verde – UNIBAVE

Resumo: Esta pesquisa teve por objetivo fazer uma análise comparativa da tributação – pessoa física, simples nacional e lucro presumido o anos de 2014 de duas propriedades rurais e comparar a carga tributária das formas de tributação existentes. Para elaboração do referencial teórico, utilizou-se o método bibliográfico, que consiste na pesquisa em livros, artigos, periódicos, dentre outros. Para a abordagem do problema foi utilizado o estudo de caso, com caráter descritivo, quali-quantitativo. Para se chegar aos dados necessários, foram realizadas entrevistas estruturadas aplicadas a dois produtores rurais para obtenção de seus rendimentos, custos e investimentos. Assim, simulou-se as diversas formas de tributação para comparar e ver qual delas é mais vantajosa para cada caso. Os resultados apontam que a tributação pessoa física é mais vantajosa para o agricultor rural.

Palavras-chave: Contabilidade. Produtor rural. Tributação. Análise comparativa.

Introdução

O desconhecimento da importância da contabilidade, pela maioria dos pequenos produtores rurais, os leva a crer que ela existe apenas como formalidade exigida em função da abertura de uma empresa, normalmente somente as empresas rurais mantêm escrituração regular e apenas para cumprirem a legislação fiscal.

A forma extremamente técnica exige dos usuários um grau de conhecimento raramente presente no meio rural, fazendo com que os produtores rurais tenham dificuldades até mesmo em iniciar os registros de suas atividades, podendo ser mais um fator que prejudique a saída da informalidade.

A legislação brasileira exige que independente do resultado econômico (lucro ou prejuízo) é obrigatório o produtor rural prestar contas ao fisco.

O senso comum acredita que a pessoa jurídica paga mais impostos que a pessoa física e que a pessoa física tem menos formalidade, o que facilitaria o

processo. Entretanto é necessário fazer um estudo de caso para confirmar qual o melhor enquadramento, antes de fazer uma opção inadequada que possa prejudicar o produtor rural.

Diante disso, esse projeto tem como objetivo identificar e analisar o melhor regime de tributação aplicável para o produtor rural: se como Pessoa Física (PF) ou Pessoa Jurídica (PJ). O senso comum acredita que a pessoa jurídica paga mais impostos que a pessoa física e que a pessoa física tem menos formalidade, o que facilitaria o processo. Entretanto é necessário fazer um estudo de caso para confirmar qual o melhor enquadramento, antes de fazer uma opção inadequada que possa prejudicar o produtor rural.

Levando em conta a diferença, em termos de contabilidade, que existe entre pessoa física e jurídica, qual a melhor forma de tributação existente para um pequeno produtor rural?

Desta forma o objetivo principal desta pesquisa foi analisar que tributação é a mais vantajosa para os pequenos e médios produtores rurais. E os objetivos específicos foram: analisar os tipos de tributações existentes para os pequenos e médios produtores rurais; estudar os valores dos impostos existentes de produtor rural pela forma de tributação pessoa física; analisar valores dos impostos existentes de produtor rural, pessoa jurídica, pela forma de tributação pelo Simples Nacional; analisar valores dos impostos existentes de produtor rural pela forma de tributação, pessoa jurídica, Lucro Presumido; fazer uma análise comparativa entre as formas de tributação existentes.

A importância deste trabalho se dá pelo fato de diversos pequenos e médios produtores rurais não fazerem nenhuma declaração à Receita Federal do Brasil de seus rendimentos, muitos por falta de conhecimento da obrigatoriedade, outros até por acharem que terão que pagar muitos impostos sobre os seus rendimentos. Cumprir com as obrigações acessórias pode auxiliar esses pequenos produtores rurais a ter acesso a benefícios, créditos e financiamentos. No Município de Orleans há cerca de 1.800 estabelecimentos agrícolas⁴, são famílias que tem pequenas

4 Disponível em:
<http://orleans.sc.gov.br/2013/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=518> .Acesso em 11/06/2015.

propriedades e nelas fazem plantações de fumo, milho, feijão, mandioca, cana-de-açúcar, criação de gados, granjas de galinhas e suínos, etc.

Há uma importância de se fazer uma análise de mais que um ano para se verificar se existe alguma tendência a mudança de quadro de um ano para o outro ou se o regime de tributação mais vantajoso tende a continuar o mesmo.

Existe uma diferença tributária entre produtor rural pessoa física e produtor rural pessoa jurídica. Para se chegar a um resultado de uma melhor vantagem financeira tributária há a necessidade de um estudo e acompanhamento anual para se analisar se houve alguma mudança no quadro.

No ano de 2014 foi realizada uma análise em duas propriedades rurais onde obteve-se um resultado como melhor forma tributária, para ambos, a opção pela Declaração de Ajuste Anual de Pessoa Física. Diante disso, esse projeto tem como objetivo identificar e analisar o melhor regime de tributação aplicável para o produtor rural: se como Pessoa Física (PF) ou Pessoa Jurídica (PJ) fazendo uma análise comparativa das formas de tributação existentes para os pequenos e médios produtores rurais no ano 2014.

Diversos pequenos e médios produtores rurais não fazem nenhuma declaração à Receita Federal do Brasil de seus rendimentos, muitos por falta de conhecimento da obrigatoriedade, outros até por acharem que terão que pagar muitos impostos sobre os seus rendimentos. Cumprir com as obrigações acessórias pode auxiliar esses pequenos produtores rurais a ter acesso a benefícios, créditos e financiamentos.

Marion (2014) nos esclarece que no Brasil a atividade rural, quando de pequeno e médio produtor, prevalece como pessoa física e que estas não necessitam fazer escrituração regular em livros contábeis. Já quando a atividade rural é de grande porte são equiparadas às pessoas jurídicas, portanto devem fazer escrituração contábil regular por intermédio de um profissional contábil qualificado.

Marion (2012) conceitua a empresa rural como sendo aquela empresa que explora uma atividade produtiva por meio de cultivo do solo, de criação de animais e também de transformação de produtos agrícolas e nos explica que as atividades rurais podem ser divididas em três grupos: A) produção vegetal – atividades agrícolas como: cultivo de arroz, feijão, milho, verdura, batata, laranja, vinhedos, etc; B) produção animal – atividade zootécnica como: criação de abelhas, aves, gado, peixes, etc.; C)

indústrias rurais – atividade agroindustrial como: beneficiamento de arroz, café, milho, etc.

Contabilidade Rural é um ramo da contabilidade que destina-se a estudar o patrimônio rural. Crepaldi define:

Contabilidade Rural é um instrumento da função administrativa que tem como finalidade: - controlar o patrimônio das entidades rurais; - apurar o resultado das entidades rurais; - prestar informações sobre o patrimônio e sobre o resultado das entidades rurais aos diversos usuários das informações contábeis (Crepaldi, 2012, p. 84)

A tributação de uma empresa rural pode se dar de três formas: Pessoa Física; Simples Nacional; Lucro Presumido; Lucro Real. O Imposto de Renda de Pessoa Física - IRPF é um imposto federal que incide sobre todas as pessoas que tenham obtido um ganho acima de um determinado valor mínimo determinado por lei. Anualmente o contribuinte que atinge este valor mínimo, é obrigado a prestar informações através da Declaração de Ajuste Anual - DIRPF, para apurar possíveis débitos ou créditos. Para o ano de 2014 o produtor rural obrigado a prestar contas para a Receita Federal foi aquele que obteve uma receita bruta superior R\$ 134.082,75. Já a obrigatoriedade para apresentar a declaração referente ao ano-calendário de 2015 passou a ser para aquele produtor rural que obteve uma receita bruta superior a R\$ 140.619,55.

O Simples Nacional é um regime tributário simplificado, que abrange todos os impostos e contribuições existente na esfera federal, estadual, municipal e união, e destina-se às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. O regime tributário foi constituído pela Lei 123 de 14 de dezembro de 2006: “Art. 12. Fica instituído o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional.” As alíquotas aplicadas às empresas optantes pelo Simples Nacional são determinadas por tabelas (anexos) e dependem do tipo de atividade, além de ser dividido em faixas de receitas, ou seja, quanto maior a receita bruta da empresa maior será a alíquota do imposto. Ressalta-se que o imposto neste tipo de tributação é incidente sobre a receita bruta total, portanto os custos, despesas e investimentos não interferem para o cálculo do imposto.

O lucro presumido é conceituado pela Receita Federal do Brasil (2015) como uma forma e tributação simplificada que determina a base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social das pessoas jurídicas que não estão obrigadas a

apurarem seus impostos pelo lucro real. No Lucro Presumido as contribuições de PIS e COFINS são apuradas mensalmente aplicando-se as alíquotas 0,65% e 3,00% respectivamente.

Já o Imposto de Renda e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido a apuração do imposto se dá trimestralmente aplicando-se uma base de cálculo de presunção de 8% para o IR e 12% para CSLL. As alíquotas dos impostos são de 15% para o IR e 9% para a CSLL.

O Lucro Real é normalmente utilizado por grandes empresas ou por pessoas jurídicas que estão por algum motivo, proibidas de tributarem pelo Simples Nacional e/ou pelo Lucro Presumido. É a forma mais complexa de tributação.

Procedimentos Metodológicos

Para elaboração do referencial teórico, utilizou-se o método bibliográfico, que consiste na pesquisa em livro, artigos, periódicos, dentre outros. A pesquisa bibliográfica segundo Gil (2008, p. 50) é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Para a abordagem do problema será utilizado o estudo de caso, e terá caráter descritivo, quali-quantitativo. Gil (2008) nos esclarece que o estudo de caso é aquele que se caracteriza pelo estudo profundo de um ou de poucos objetos e permite o seu conhecimento amplo e detalhado. Para se chegar aos dados necessários, uma entrevista estruturada será elaborada e aplicada aos produtores rurais. Serão entrevistados dois produtores rurais e obtido dados de seus rendimentos, custos e investimentos. Assim simular as diversas formas de tributação para comparar e ver quais das formas é mais vantajosa para cada caso.

A pesquisa estruturada “É aquela em que o entrevistador segue em roteiro previamente estabelecido; as perguntas feitas ao indivíduo são predeterminadas (...) (LAKATOS; MARCONI, 2009, p. 199).

Resultados e Discussão

No município de Orleans existem cerca de 1.800 estabelecimentos agrícolas, que trabalham com a plantação de fumo, milho, feijão, mandioca, cana-de-açúcar, criação de gados, granjas de galinhas e suínos, etc. Para o desenvolvimento desta pesquisa será aplicado um questionário para obtenção dos dados de 2 propriedades rurais.

O produtor rural denominada “**Produtor Rural A**” tem uma propriedade com extensão de 2,5 hectares e nela é desenvolvido o trabalho de avicultura, mais precisamente produção de ovos de galinha. A granja é toda mecanizada. O proprietário tem 54 anos e desenvolve esta atividade à 26 anos. Para o desenvolvimento da atividade o agricultor não tem funcionários. O produtor rural denominada “**Produtor Rural B**” tem uma propriedade com extensão de 9,7 hectares e nela é desenvolvido o trabalho de cultivo de eucalipto. Os proprietários desenvolvem esta atividade há 6 anos. Para o desenvolvimento da atividade trabalham os dois sócios (irmãos) e mais um funcionário.

Quadro 1 – Faturamento anual

| Ano 2014 | Receita Produtor Rural A | Receita Produtor Rural B |
|--------------|--------------------------|--------------------------|
| Janeiro | R\$ 24.750,00 | R\$ 17.150,00 |
| Fevereiro | R\$ 24.750,00 | R\$ 6.566,00 |
| Março | R\$ 26.400,00 | R\$ 10.621,00 |
| Abril | R\$ 26.400,00 | R\$ 11.309,00 |
| Mai | R\$ 26.400,00 | R\$ 11.803,50 |
| Junho | R\$ 26.400,00 | R\$ 7.052,00 |
| Julho | R\$ 21.450,00 | R\$ 6.770,96 |
| Agosto | R\$ 21.450,00 | R\$ 14.740,00 |
| Setembro | R\$ 21.450,00 | R\$ 9.020,00 |
| Outubro | R\$ 19.800,00 | R\$ 24.787,00 |
| Novembro | R\$ 19.800,00 | R\$ 9.262,00 |
| Dezembro | R\$ 19.800,00 | R\$ 0,00 |
| Total | R\$ 278.850,00 | R\$129.080,96 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Despesas com custeios e investimentos Produtor Rural A = R\$ 231.800,00.

Despesas com custeios e investimentos Produtor Rural B = R\$ 42.502,86

Imposto de Renda Pessoa Física

Para o cálculo e entrega da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física utiliza-se um programa disponibilizado anualmente pela Receita Federal do Brasil.

Quadro 2 - Demonstrativo para obtenção do resultado tributável da atividade rural

| Ano 2014 | Produtor Rural A | Produtor Rural B |
|---|-----------------------|------------------|
| Receita bruta total | R\$ 278.850,00 | R\$ 129.080,96 |
| Despesa de custeio e investimento total | R\$ 231.800,00 | |
| Resultado tributável | R\$ 47.050,00 | |
| Limite de 20% sobre a receita | R\$ 55.770,00 | |
| Resultado tributável | R\$ 223.080,00 | |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Em 2014 para o produtor rural A, a apuração pelo resultado é mais vantajosa pois utilizando-se das despesas, custeio e investimentos o produtor chegou a um resultado para tributação em 2014 de R\$ 47.050,00 e se utilizarmos a dedução possível limitada a 20% o resultado para tributação é de R\$ 55.750,00.

O faturamento anual produtor rural B no ano de 2014 foi de R\$ 129.080,96 e está obrigada a apresentação da Declaração de Ajuste Anual do Imposto de Renda Pessoa Física do ano-calendário de 2014, apenas o produtor rural que teve rendimento superior a R\$ 134.082,75.

Portanto neste caso e no ano-calendário de 2014 este produtor rural está desobrigado da apresentação da declaração e também isento dos impostos.

Quadro 3 - Demonstrativo do cálculo do imposto

| | |
|--|---------------------|
| Ano 2014 | |
| Resultado tributável mais vantajoso | R\$ 47.050,00 |
| Deduções legais | R\$ 0,00 |
| Base de cálculo do imposto | R\$ 47.050,00 |
| Imposto calculado (faixa 22,50%) | R\$ 10.586,25 |
| Parcela a deduzir - tabela progressiva | R\$ 7.235,54 |
| Imposto devido | R\$ 3.350,71 |
| Resultado tributável mais vantajoso | R\$ 47.050,00 |
| Desconto simplificado de 20% | R\$ 9.410,00 |
| Base de cálculo do imposto | R\$ 37.640,00 |
| Imposto calculado (faixa 15%) | R\$ 5.646,00 |
| Parcela a deduzir - tabela progressiva | R\$ 4.020,35 |
| Imposto devido | R\$ 1.625,65 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Na dedução legal o declarante pode incluir para diminuição da base de cálculo do imposto seus dependentes. Também é permitido a inclusão de despesas médicas e de educação tanto da pessoa declarante como do dependente. Neste caso como não temos informações de dependentes e de despesas do produtor rural deixaremos sem valores.

Então teremos como base de cálculo para a tributação do imposto no ano de 2014 o valor de R\$ 47.050,00 que foi obtido anteriormente no resultado da atividade rural, e um valor total de imposto a pagar de R\$ 3.350,71.

No desconto simplificado é permitido utilizar no lugar das deduções legais um desconto de 20% sobre a base de cálculo do imposto. Como podemos analisar no quadro acima, o desconto simplificado foi no valor de R\$ 9.410,00 obtendo então uma nova base de cálculo do imposto no valor de R\$ 37.640,00. Neste caso então o produtor rural pagaria de imposto o valor de R\$ 1.625,65.

Assim concluímos que na tributação de pessoa física o produtor rural A pagaria um imposto menor deduzindo suas despesas com custeio e investimentos e utilizando a dedução simplificada para a tributação do imposto.

Simples Nacional

A atividade desenvolvida na propriedade A e B está enquadrada na no anexo II da Resolução CGSN nº 94, de 29 de novembro de 2011. Por não termos histórico de faturamento do ano anterior levaremos em conta que a empresa iniciou suas atividades no ano de 2014, então a tributação neste caso começará com a alíquota da segunda faixa que tem como percentual 5,97%, porém a atividade desenvolvida nesta propriedade é isenta de ICMS, portanto pode-se deduzir o percentual de 1,86% o qual se refere a este imposto, ficando então a alíquota aplicada sobre o faturamento bruto de 4,11% e para a primeira faixa de alíquotas que tem como percentual de 4,25% pode-se deduzir o percentual de 1,25% referente ao ICMS ficando assim a alíquota a ser utilizada de 3,25%.

Quadro 4 – Faturamento anual

| | PRODUTOR RURAL A | | | PRODUTOR RURAL B | | |
|------------------|-----------------------|------------------|----------------------|-----------------------|------------------|---------------------|
| | Faturamento | Alíquota Imposto | Valor de Imposto | Faturamento | Alíquota Imposto | Valor de Imposto |
| Janeiro | R\$ 24.750,00 | 4,11% | R\$ 1.017,23 | R\$ 17.150,00 | 4,11% | R\$ 704,87 |
| Fevereiro | R\$ 24.750,00 | 4,11% | R\$ 1.017,23 | R\$ 6.566,00 | 3,25% | R\$ 213,40 |
| Março | R\$ 26.400,00 | 4,11% | R\$ 1.085,04 | R\$ 10.621,00 | 3,25% | R\$ 345,18 |
| Abril | R\$ 26.400,00 | 4,11% | R\$ 1.085,04 | R\$ 11.309,00 | 3,25% | R\$ 367,54 |
| Mai | R\$ 26.400,00 | 4,11% | R\$ 1.085,04 | R\$ 11.803,50 | 3,25% | R\$ 383,61 |
| Junho | R\$ 26.400,00 | 4,11% | R\$ 1.085,04 | R\$ 7.052,00 | 3,25% | R\$ 229,19 |
| Julho | R\$ 21.450,00 | 4,11% | R\$ 881,60 | R\$ 6.770,96 | 3,25% | R\$ 220,06 |
| Agosto | R\$ 21.450,00 | 4,11% | R\$ 881,60 | R\$ 14.740,00 | 3,25% | R\$ 479,05 |
| Setembro | R\$ 21.450,00 | 4,11% | R\$ 881,60 | R\$ 9.020,00 | 3,25% | R\$ 293,15 |
| Outubro | R\$ 19.800,00 | 4,11% | R\$ 813,78 | R\$ 24.787,00 | 3,25% | R\$ 805,58 |
| Novembro | R\$ 19.800,00 | 4,11% | R\$ 813,78 | R\$ 9.262,00 | 3,25% | R\$ 301,02 |
| Dezembro | R\$ 19.800,00 | 4,11% | R\$ 813,78 | R\$ 0,00 | 3,25% | R\$ 0,00 |
| TOTAL | R\$ 278.850,00 | | R\$ 11.460,74 | R\$ 129.081,46 | | R\$ 4.342,64 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Valor total de imposto a ser pago na opção pelo Simples Nacional no ano de 2014 para o produtor rural A é de R\$ 11.460,74 e para o produtor rural B é de R\$ 4.342,64.

Lucro Presumido

Como já foi mencionado a atividade desenvolvida é isenta de ICMS. Os impostos federais e contribuições as seguintes percentagem:

IRPJ – 1,2% (8% base receita bruta – 15% aplicada sobre a receita bruta)

CSLL – 1,08% (12% base receita bruta – 9% aplicada sobre a receita bruta).

Quadro 5 - PIS e COFINS – 0,65% e 3%

| | PRODUTOR RURAL A | | | PRODUTOR RURAL B | | |
|------------------|-----------------------|------------------|----------------------|-----------------------|------------------|---------------------|
| | Faturamento | Alíquota Imposto | Valor de Imposto | Faturamento | Alíquota Imposto | Valor de Imposto |
| Janeiro | R\$ 24.750,00 | 5,93% | R\$ 1.467,68 | R\$ 17.150,00 | 5,93% | R\$ 1.017,00 |
| Fevereiro | R\$ 24.750,00 | 5,93% | R\$ 1.467,68 | R\$ 6.566,00 | 5,93% | R\$ 389,36 |
| Março | R\$ 26.400,00 | 5,93% | R\$ 1.565,52 | R\$ 10.621,00 | 5,93% | R\$ 629,83 |
| Abril | R\$ 26.400,00 | 5,93% | R\$ 1.565,52 | R\$ 11.309,00 | 5,93% | R\$ 670,62 |
| Mai | R\$ 26.400,00 | 5,93% | R\$ 1.565,52 | R\$ 11.803,50 | 5,93% | R\$ 699,95 |
| Junho | R\$ 26.400,00 | 5,93% | R\$ 1.565,52 | R\$ 7.052,00 | 5,93% | R\$ 418,18 |
| Julho | R\$ 21.450,00 | 5,93% | R\$ 1.271,99 | R\$ 6.770,96 | 5,93% | R\$ 401,52 |
| Agosto | R\$ 21.450,00 | 5,93% | R\$ 1.271,99 | R\$ 14.740,00 | 5,93% | R\$ 874,08 |
| Setembro | R\$ 21.450,00 | 5,93% | R\$ 1.271,99 | R\$ 9.020,00 | 5,93% | R\$ 534,89 |
| Outubro | R\$ 19.800,00 | 5,93% | R\$ 1.174,14 | R\$ 24.787,00 | 5,93% | R\$ 1.469,87 |
| Novembro | R\$ 19.800,00 | 5,93% | R\$ 1.174,14 | R\$ 9.262,00 | 5,93% | R\$ 549,24 |
| Dezembro | R\$ 19.800,00 | 5,93% | R\$ 1.174,14 | R\$ 0,00 | 5,93% | R\$ 0,00 |
| TOTAL | R\$ 278.850,00 | | R\$ 16.535,81 | R\$ 129.081,46 | | R\$ 7.654,53 |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Valor total de imposto a ser pago na opção pelo Lucro Presumido no ano de 2014 para o produtor rural A é de R\$ 16.535,81 e para o produtor rural B é de R\$ 7.654,53.

Considerações Finais

Considerando apenas a parte tributária conclui-se que referente ao ano de 2014 para os dois produtores rurais, A e B, é mais vantajoso continuar sendo pessoa física, pois no caso do produtor rural A ele pagaria apenas R\$ 1.625,65 de imposto e no caso o produtor rural B no ano de 2014 ele seria isento de impostos, pois não atinge o limite para ser obrigatório declarar seus rendimentos.

Porém o estudo foi realizado em apenas um ano de atividade, então apenas para o ano de 2014 a pessoa física teria mais vantagem financeira, se acaso tivéssemos dados de mais tempo este resultado poderia ser outro.

Vale lembrar que apenas a vantagem financeira não deve ser o único fator para a tomada de decisão de abrir ou não uma empresa. Outros fatores importantíssimos influenciam muito para isso, como: exigência de um cliente, contratação de funcionários, abertura no mercado, facilidades de tomada de empréstimos e financiamentos, etc.

Esta pesquisa terá continuação, com intuito de realizar uma análise comparativa entre o ano de 2014 e 2015. Porém os dados referentes ao ano de 2015 ainda estão sendo levantados.

Referências

BRASIL. **Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2012**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

CREPADI, Silvio Aparecido. **Contabilidade rural**: uma abordagem decisoria. 7. ed. revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Atlas, 2012.

SIMPLES NACIONAL. Disponível em:
<<http://www18.receita.fazenda.gov.br/legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>> Acessado em 06/05/2015

LUCRO PRESUMIDO. Disponível em:
<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/dipj/2000/orientacoes/lucropresumido.htm>> Acesso em 11 de março de 2015.

MARION, José Carlos. **Contabilidade rural**: contabilidade agrícola, contabilidade da pecuária. 13. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade da Agropecuária**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade rural**: contabilidade agrícola, contabilidade da pecuária. 14. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

OLIVEIRA, Neuza Corte de. **Contabilidade do agronegócio**: teoria e prática. 2. ed. 2ª reimp. Curitiba: Juruá, 2010.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade geral fácil**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Dados para contato:

Autora: Rubia Cancelier Eing

E-mail: biaeing@hotmail.com

PRÁTICAS DA INICIAÇÃO CIENTÍFICA: A CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO

Produção dos saberes e tecnologia na administração e Desenvolvimento territorial sustentável e solidário

**Priscila Machado Zanela¹ Luana Figueira Reus¹ Ana Paula Silva dos Santos¹
Cristina Keiko Yamaguchi¹**

¹UNESC

Resumo: O estudo objetiva descrever como ocorre a criação e compartilhamento do conhecimento junto aos acadêmicos que participam das atividades desenvolvidas nos projetos de iniciação científica. Os procedimentos metodológicos adotados foram: interdisciplinar, qualitativo, exploratório, estudo de caso e a observação participante. A saída a campo nas propriedades rurais enriquece o conhecimento dos acadêmicos envolvidos, permitindo o crescimento pessoal e profissional, dando condição suficiente para propor ideias inovadoras no processo da gestão agrícola. Os acadêmicos envolvidos nos projetos de iniciação científica não possuíam envolvimento com as práticas dos trabalhos desenvolvidas na agricultura. Percebeu-se uma quebra de paradigmas no tocante à agricultura, pois, aprenderam que a agricultura é uma atividade econômica de grande relevância na economia regional e nacional. Constatou-se a importância que as atividades agrícolas desenvolvidas nas propriedades rurais da agricultura familiar necessitam de gestão e de novas tecnologias inovadoras aplicadas por profissionais capacitados. As acadêmicas observaram a oportunidade de aproximar as teorias de gestão no ambiente agrícola como meio de inovar e gerir o negócio com eficácia, bem como, a importância de inserir no plano de ensino do curso de administração, ementas que abordem o cenário organizacional urbano e agrícola.

Palavras-chave: Conhecimento agrícola. Iniciação científica. Agricultura familiar inovadora.

Introdução

O ambiente acadêmico tem papel fundamental no desenvolvimento e crescimento pessoal e profissional dos estudantes, sendo responsável por auxiliar na transformação da sociedade. Dentro das universidades, o acadêmico tem a oportunidade de desenvolver novas habilidades a aprimorar as já existentes. O universo de oportunidades no qual o estudante passa a fazer parte acaba despertando inquietação nos acadêmicos mais curiosos, fascinados pelo conhecimento e que possuem vocação científica, que até o momento não havia sido despertada, tendo em

vista que as escolas de ensino fundamental e médio dificilmente incentivam seus estudantes a desenvolverem habilidades de pesquisadores como independência e perseverança.

As universidades são locais que oferecem ensino, pesquisa e extensão e por essa razão tem papel fundamental no desenvolvimento do acadêmico pesquisador, ao oferecer programas de incentivo a pesquisa. Entende-se como ensino “um processo que se constitui em uma via de mão dupla, no qual alguém divide algo com outra pessoa, com o intuito de aprendizagem” (PINTO, 2009, p.22). Sobre pesquisa, Gil (2009) considera como um processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico cujo objetivo é responder a problemas por meio de procedimentos científicos. E por fim, sobre extensão, pode-se afirmar que é um o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade (NOGUEIRA, 2001). Dessa forma, as universidades são responsáveis por promover o desenvolvimento da sociedade.

Entende-se como conhecimento a “forma organizada de informações consolidadas pela mente humana por meio dos mecanismos cognitivos da inteligência, da memória e da atenção” (PEREIRA; FONSECA, 1997, p. 225). Utilizando a ferramenta pesquisa, as universidades incentivam a construção e compartilhamento do conhecimento por meio de práticas que permitem a integração entre acadêmicos de diferentes cursos, fases e realidades. Essa diversidade enriquece tanto a universidade quanto os estudantes.

Ainda que as instituições de ensino superior se esforcem para oferecer mais aos seus estudantes, alguns fatores delimitam o conteúdo que será compartilhado com os acadêmicos, seja por não fazer parte da grade curricular do curso de graduação, pelo limite de horas/aula e pela falta de oportunidade. É o caso das propriedades agrícolas, que são pouco debatidas dentro dos cursos que fazem parte da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas, numa universidade no sul do estado de Santa Catarina. Foi com base na participação em um grupo de estudos, com pesquisa científica e saídas de campo que estudantes do curso de Administração de Empresas puderam perceber que a agricultura é uma atividade lucrativa, onde o seu aprendizado teórico absorvido em sala de aula pode ser aplicado nas propriedades rurais.

Sendo assim, essa pesquisa tem por objetivo evidenciar a rotina da criação, compartilhamento e armazenamento de conhecimento de acadêmicos de iniciação científica, participantes de um grupo de pesquisa com foco agrícola.

Universidade

As universidades são caracterizadas no Brasil por instituições de nível superior, pluridisciplinares, composta pelo ensino, a pesquisa e a extensão. Frente o intuito de se caracterizar como uma universidade, as instituições de ensino superior devem apresentar adequações quanto a sua composição, assim a mesma deve ser composta por um terço do corpo docente com título de mestrado ou doutorado e um terço do corpo docente com atuação em tempo integral (BRASIL, Lei nº 9.394, 1996, art. 52º).

As instituições de ensino superior (IES) podem ser de cunho privado ou público. A diferença para o acadêmico entre as duas naturezas de mantenedora está no fato de que as instituições públicas não cobram matrícula ou mensalidade. Quando a mantenedora é de fins público, a IES pode ser Federal, Estadual ou Municipal. Já uma instituição, cuja a mantenedora é privada, a mesma pode ser considerada comunitária, confessional, filantrópica ou particular (BRASIL, Lei nº 9.394, 1996, art. 20º; MRE, [20--]).

Uma instituição de ensino superior cuja a mantenedora é comunitária é composta por personalidade jurídica de direito privado, incluindo as formuladas pelo poder público, com patrimônio pertencente a sociedade civil ou ao poder público. A mesma é classificada como sem fins lucrativos, com transparência administrativa e destinação do patrimônio frente a extinção para uma instituição pública (BRASIL, Lei nº 12.881, 2013, art. 1º).

As instituições privadas confessionais são pessoas jurídicas, que seguem uma orientação confessional e ideológica. Já as IES filantrópicas auxiliam a sociedade como uma forma complementar as ações do Estado. Por fim as instituições particulares são mantidas por uma ou mais pessoa física ou jurídica de direito privado (BRASIL, Lei nº 9.394, 1996, art. 20º; MRE, [20--]).

Independente da sua composição legal, uma universidade se estabelece sobre o tripé, ensino, pesquisa e extensão. Estas três ações aproximam as instituições com compromisso social. A sua formalização ocorre na internalização e produção científica, afim de proporcionar a excelência do ensino superior. Esta composição classifica como interdisciplinar, opondo-se a visão cartesiana (MARTINS, 2012).

A indissociabilidade entre o ensino, pesquisa e extensão, se apresenta como um fluxo complementar. O ensino mostrar-se como o compartilhamento e a apropriação do conhecimento, a pesquisa se responsabiliza na criação do conhecimento e a extensão concretiza o conhecimento por meio da intervenção na realidade. Sua relevância no constructo do saber leva a importância da inserção em Projetos Políticos Pedagógicos dos cursos, todavia se utilizada em todas as disciplinas limitaria a criação do conhecimento, visto que reduz ao aplicável imediatamente (MARTINS, 2012).

Pesquisa universitária

A utilização da pesquisa científica em conjunto com o ensino é vista como um complemento às ações da sala de aula. A articulação da teoria com a prática, enriquece a formação superior do indivíduo e pode ser desenvolvida com o uso da pesquisa. No entanto a cultura universitária nem sempre consegue propagar a relevância desta atividade por todo o campus (NÓBREGA-THERRIEN et al., 2015).

A pesquisa científica é descrita como a responsável pela identidade e sentido na atuação universitária. Neste contexto, a mesma pode assumir uma função de ensino e aprendizagem. O resultado desta inserção desenvolve “o pensamento científico, crítico e criativo, somando a uma atitude científica, que juntos incrementam a motivação, estimula a independência cognoscitiva e a autonomia para equacionar os problemas apresentados com soluções racionais e razoáveis” (SANTOS, 2014, p. 191).

A associação das duas práticas, ensino e pesquisa, nas instituições de ensino superior são frágeis. Este fato decorre em algumas situações do própria didática de ensino, em que em muitas situações mantém-se no formato tradicional proposto por Mizukami (1986), com um formato de ensino vertical, centrado no professor (NÓBREGA-THERRIEN et al., 2015).

O uso das práticas de pesquisa por docentes em sala de aula ocorre principalmente por professores inseridos em um ambiente de iniciação científica (IC), grupos de pesquisa e desenvolvimento de projetos. Todavia quando em sala de aula, a utilização da pesquisa é muito mais direcionada a reafirmação da teoria. Este profissional inserido nas atividades de pesquisa, diferencia-se dos demais quando atuam na prática docente. Essas ações são encontradas na valorização da atuação

do acadêmico em sala de aula e em certas habilidades que auxiliam na construção do conhecimento (NÓBREGA-TERRIEN et al., 2015).

Criação do conhecimento

O conhecimento tem a sua valorização como um processo crescente, visto que a sociedade apresenta o mesmo como um fator fundamental na competitividade e para o crescimento. Para o seu uso, o conhecimento é associado a dois modelos, o racionalismo e o empirismo. No modelo racionalista o conhecimento advém da experiência, da dedução, gerado de conceitos, leis e teorias. Já o conhecimento no modelo empírico é formado por experiência, demonstrado na indução (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

A segmentação do conhecimento proposta por pesquisadores, expõem a formação por níveis, sendo eles dados, informações, chegando por fim ao conhecimento. Os dados são símbolos expostos na forma oral, gráfica e gestual. Separados, os dados não apresentam um significado, todavia tem importância para a organização. A informação decorre da junção de mais de um dado, criando uma compreensão relevante. Esta informação estruturada, validada e aplicada gera o conhecimento (COOPER, 2014; FIALHO et al., 2006; NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

Este conhecimento é desenvolvido com base em duas dimensões, a ontológica e a epistemológica. A dimensão ontológica é relacionada a amplitude de alcance do conhecimento, onde o mesmo pode ser compartilhado em nível individual, grupal, organizacional ou interorganizacional. A dimensão epistemológica considera a criação do conhecimento com base na interação entre os conhecimentos tácito e explícito (NONAKA; TAKEUCHI, 1997).

O conhecimento explícito é relacionado ao racionalismo. Neste modelo o conhecimento encontra-se no formato de “[...] palavras, números ou sons, e compartilhado na forma de dados, fórmulas científicas, recursos visuais, fitas de áudio, especificações de produtos ou manuais” (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p.19).

O conhecimento tácito assemelha-se ao empirismo, por ter sua raiz em “[...] ações e na experiência corporal do indivíduo, assim como nas ideias, valores ou emoções que ele incorpora” (TAKEUCHI; NONAKA, 2008, p. 19). Este conhecimento de difícil formalização é dividido em conhecimento técnico e cognitivo. O conhecimento técnico é descrito pelo *know-how* advindo de experiências, que geram *insights*, já o

conhecimento cognitivo aproxima-se dos valores, ideais e crenças do seu possuidor (TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

As espécies de conhecimento, aparentemente opostas, são complementares. Takeuchi e Nonaka (2008) expõem que há um pouco do conhecimento explícito no tácito e do conhecimento tácito no explícito. A conversão de um formato de conhecimento no outro também é responsável pela criação do conhecimento.

Agricultura familiar

É fato que o setor agrícola contribui de forma positiva para o desenvolvimento do país. No ano de 2015, o Produto Interno Bruto (PIB) agropecuário chegou a R\$ 263,6 bilhões. Se comparado a outros setores, o agronegócio merece destaque, pois enquanto a indústria sofreu queda de 6,2% e os serviços de 2,7%, o agronegócio cresceu 1.8% se comparado ao ano de 2014 (BRASIL, 2016).

O setor agrícola engloba as atividades de agricultura, pecuária e florestamento, sendo a agricultura familiar uma das ramificações da atividade agrícola. Segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO, 2014, p.4) pode ser considerada como agricultura familiar toda atividade “que é gerida e dirigida por uma família que depende principalmente da mão laborais familiares, de homens e mulheres.” A agricultura familiar tem se destacado por ser uma atividade que garante emprego e renda aos membros familiares, contribuindo na esfera econômica e social e no desenvolvimento não apenas da região onde encontra-se inserida, mas do país (SAVOLDI; CUNHA, 2010).

No Brasil, dos 5.175.489 estabelecimentos agrícolas, 4.367.902 são propriedades agrícolas familiares e no Estado de Santa Catarina, das 193.663 propriedades agrícolas, 168.544 são estabelecimentos agrícolas familiares (IBGE, 2006).

A região de Criciúma, localizada no extremo sul catarinense, e que abrange os municípios de Balneário Rincão, Cocal do Sul, Criciúma, Forquilha, Içara, Lauro Muller, Morro da Fumaça, Nova Veneza, Siderópolis, Treviso e Urussanga possui um total de 369.398 habitantes, sendo 93.921 o total de habitantes do meio rural. Em relação a propriedades agrícolas, dos 5.769 estabelecimentos existentes, 4.983 são propriedades agrícolas familiares, ou seja, os membros familiares é que possuem o controle da propriedade e fornecem a mão de obra necessária para o desenvolvimento das atividades agrícolas (IBGE, 2006).

Procedimentos Metodológicos

Para que a pesquisa alcance seu objetivo e seja considerada uma pesquisa científica, sua aplicação é decorrente da aplicação de uma série de passos metodológicos pré-estabelecido. Desta forma, o estudo inicia-se na classificação, em que quanto a sua disciplinaridade, a pesquisa caracteriza-se como interdisciplinar, para que não haja a limitação frente as fronteiras de cada disciplina, havendo uma interação entre as disciplinas pesquisa universitária e a criação de conhecimento.

O estudo tem por abordagem de pesquisa qualitativa, em que há o aprofundamento no objeto de pesquisa, todavia não há a possibilidade de generalização. O objetivo de pesquisa é exploratório, onde se examina as ações que envolvem o objeto de pesquisa, afim de alcançar o objetivo de pesquisa (GIL, 2009).

A estratégia de pesquisa é um estudo de caso, aplicado com a técnica de pesquisa observação participante. Neste contexto, a pesquisa envolve um caso, em o objeto de estudo, ou seja, o grupo de pesquisa, onde há a atuação das pesquisadoras, que relatam suas experiências (GIL, 2009).

Situada em Santa Catarina, a Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) é legalmente caracterizada como uma universidade privada comunitária. Entre suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, o presente estudo tem seu foco nas atividades de pesquisa. Neste cenário, as pesquisadoras são caracterizadas como acadêmicas participantes da Iniciação Científica PIBIC (Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica). Suas experiências extra acadêmicas não são compostas pela vivência das rotinas da agricultura familiar ou alguma atividade nas propriedades rurais. Este fato decorre de as mesmas terem crescido, viverem e trabalharem na área urbana. No entanto, por meio do grupo de pesquisa, as acadêmicas aprofundam seus estudos na área agrícola, atividade de grande relevância na economia local. Assim, a pesquisa buscou evidenciar a rotina da criação, compartilhamento e armazenamento de conhecimento de acadêmicos de iniciação científica, participantes de um grupo de pesquisa com foco agrícola.

Resultados e Discussão

Universidade, grupo de pesquisa e grupo de estudo

A Universidade do Extremo Sul Catarinense, mais conhecida como UNESC, é uma universidade (BRASIL, Lei nº 9.394, 1996, art. 52º), comunitária (BRASIL, Lei nº

12.881, 2013, art. 1º), cujo campus fica localizado na cidade de Criciúma, Santa Catarina. Sobre as universidades comunitárias, podemos dizer que são as instituições de educação superior:

[...] que não têm finalidades lucrativas e reinvestem todos os resultados na própria atividade educacional. São universidades criadas e mantidas pela sociedade civil e contribuem para o desenvolvimento do país através da oferta de educação de qualidade (UNESC, [20--]).

A UNESC, teve seu início com a Fundação Educacional de Criciúma (Fucri), caracterizada como a primeira escola de nível superior criada no sul de Santa Catarina, com sua fundação em 22 de junho de 1968. Todavia, a mesma passou a se chamar UNESC somente em junho de 1997, quando foi aprovada a transformação para Universidade do Extremo Sul Catarinense, recebendo homologação em agosto de 1997.

A UNESC tem como missão: “Educar, por meio do ensino, pesquisa e extensão, para promover a qualidade e a sustentabilidade do ambiente de vida”. Tendo em vista sua missão, a universidade está sempre buscando formas de se manter inerente a este tripé norteador de seu ensino. Dentro deste contexto, a pesquisa é idealizada como formadora de novos conhecimentos e soluções para as problemáticas existentes hoje na sociedade, com o objetivo de promover o desenvolvimento regional e melhora no ambiente de vida (UNESC, [20--]).

O órgão executivo que coordena, superintende e supervisiona todas as atividades relacionadas à Pós-Graduação, Extensão e Pesquisa da UNESC, é a PROPEX (Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão). Com vistas a estimular e fortalecer o desenvolvimento da pesquisa em vários setores de atuação, a UNESC possui um total de 57 Grupos de Pesquisa cadastrados no CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), distribuídos entre as Ciências Biológicas, Ciências da Saúde, Ciências Exatas e da Terra, Ciências Humanas e Ciências Sociais Aplicadas, na qual está inserido o Grupo de Pesquisa Estratégica, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD).

O GECOMD foi constituído em 2007, formado por professores que hoje compõem o Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS), e busca contribuir para as seguintes temáticas: (1) Estratégia em Cadeias Produtivas; (2) Estratégia do Uso da Informação; (3) Desempenho e Dinâmica

Organizacionais; (4) Governança das organizações privadas e públicas; (5) Alianças e Redes para a Competitividade; (6) Políticas Públicas de Desenvolvimento Local, Regional e Nacional; (7) Regulação e Grupos de Interesse; (8) Gestão do Conhecimento; (9) Sustentabilidade Socioeconômica, Ambiental e Tecnológica e (10) Desenvolvimento Agropecuário e Agroindustrial (UNESCO, [20--]). Ainda dentro do GECOMD, estão inseridos dois grupos de estudos, que podem ser classificados como grupos de pesquisa informal. Um deles é o Grupo de Estudos em Conhecimento, Inovação e Desenvolvimento (GECID), o qual será abordado subsequentemente.

GECID

O Grupo de Estudos em Conhecimento, Inovação e Desenvolvimento (GECID), faz parte do Grupo de Pesquisa Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD) da Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC). Iniciou suas atividades em 2015 e tem como objetivo promover a criação e troca do conhecimento entre seus membros. Atualmente, o grupo é formado por sete mulheres que atuam como pesquisadoras sendo: duas graduandas do curso de Administração de Empresas; uma graduanda do curso de Ciências Contábeis; duas mestrandas do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico, uma mestre e coordenadora por uma professora doutora. Dessa maneira, o GECID pode ser considerado um grupo interdisciplinar, por contemplar diversas áreas do conhecimento.

Os encontros acontecem semanalmente com dia, hora e local pré-definidos, de modo que fatores externos possam influenciar na troca da data dos encontros como: saídas a campo, eventos na universidade ou em outras cidades, entre outros. O principal foco é promover a integração entre seus membros de modo a estimular produções em conjunto que serão submetidos em anais, congressos e eventos dentro e fora da universidade onde o grupo encontra-se inserido. Nesses momentos também acontecem as produções individuais, tendo em vista que os três membros que estudam na graduação são caracterizados como Iniciação Científica (IC), possuidores de bolsas de pesquisa, o qual apresentam projetos de pesquisa para aplicar e divulgar os resultados. Já as duas mestrandas pesquisam para a formulação de suas dissertações. E por fim, o grupo contempla outros projetos de pesquisas, além de trabalhos de conclusão de curso e pesquisas advindas da curiosidade do próprio pesquisador. Seguindo as últimas tendências tecnológicas, o grupo também faz uso

das redes sociais para fins de divulgação do trabalho e comunicação. Por meio de uma página de rede social, são divulgados os trabalhos apresentados e publicados pelo grupo, e além do e-mail, a comunicação do grupo é realizada por meio de um aplicativo de mensagens em aparelho móvel, onde o grupo mantém contato interativo, trocando informações sempre que necessário nos sete dias da semana, facilitando a comunicação eficiente.

Uma das principais características do GECID é a liberdade que seus membros possuem na produção científica. Dentro da linha de pesquisa que o grupo de estudos desenvolve, cada membro tem liberdade para decidir qual caminho pretende seguir e na participação para elaborar projetos, de modo que se pode afirmar que o grupo contribui: para o crescimento e desenvolvimento do pesquisador; promove o *empowerment* dos participantes e incentiva a independência e autonomia de seus membros. Assim, o pesquisador membro do GECID amplia seu nível de conhecimento, além de desenvolver e melhorar características relevantes de um pesquisador como independência, criatividade e liderança.

Saída a campo

Para aprimorar o crescimento intelectual, no decorrer do ano, as integrantes têm acesso a vários cursos e palestras, que visam aprimorar o rendimento e conhecimento do pesquisador, além de realizar visitas a empresas da região, para conhecerem as práticas dessas organizações.

Sobretudo, o grupo realiza reuniões semanais para discutir assuntos diversos. Em geral, essas reuniões podem ser consideradas como uma grande troca de aprendizado e experiências, onde todo o grupo contribui para o crescimento intelectual de seus membros. Geralmente as discussões são sobre cursos ou palestras que são do interesse do grupo, assuntos que foram estudados durante a graduação ou estão sendo estudados atualmente por alguma integrante do grupo, novas parcerias que podem ser estabelecidas, eventos próximos que irão abordar os temas estudados pelo grupo, todo o planejamento para viagens a eventos. Também nesses encontros são realizados o planejamento das saídas de campo e discussão sobre trabalhos que estão em andamento ou novos trabalhos que podem ser desenvolvidos.

Logo após ser decidido e discutido os objetivos dos novos trabalhos, os pesquisadores iniciam uma fase de apropriação do novo assunto, que começa com a busca e leitura de artigos sobre o tema que será abordado. Como fonte de pesquisa,

são utilizados revistas, livros, vídeos, artigos e bases de dados disponíveis na internet, que apresentam artigos científicos, e-books, teses e dissertações. Entretanto, é importante ressaltar que apenas bases renomadas e confiáveis são utilizadas, a fim de garantir a procedência da informação que está sendo obtida. Algumas das mais utilizadas são: *Scopus*, *Web of Science*, *Scielo*, *Spell*, Portal de Periódico da Capes, entre outros. Por meio desse estudo, os pesquisadores consolidam sua base teórica sobre o assunto, que servirá de alicerce, para elaborar a entrevista que será aplicada na pesquisa de campo ou no estudo de caso.

As saídas a campo para entrevista de amostras do grupo GECID, geralmente acontecem uma ou duas vezes ao ano. As entrevistas são realizadas de forma qualitativa trazendo um vocabulário adequado de acordo com o entendimento do entrevistado, a fim de garantir a compreensão da pergunta e obter a melhor assertiva.

A saída de campo do ano de 2015, foi realizada no mês de janeiro, sendo ela a primeira saída de campo para uma das pesquisadoras que iniciava sua inserção no grupo formado por duas acadêmicas, uma mestranda, acompanhado pela professora doutora e orientadora das bolsistas. Como as entrevistas seria realizada na cidade de Timbé do Sul, o dia começou às cinco horas da manhã, para que houvesse tempo de se locomover até o local. As visitas as propriedades foram realizadas com o objetivo de aplicar três questionários, com uma amostragem de sete proprietários agrícola.

A aplicação da pesquisa no campo trouxe um aprendizado, que foi desde a boa receptividade pelos entrevistados e a sua preocupação de responder corretamente as perguntas para contribuir no aprendizado das bolsistas. Bem como, a importância de adequarem a linguagem das questões da entrevista, para que ficasse compreensível para os entrevistados, para obter informações corretas das perguntas e não houvesse constrangimento dos entrevistados.

No mesmo ano, foi aplicada uma entrevista com o engenheiro agrônomo da Epagri, do município de Nova Veneza, para estudar sobre agricultura familiar e a cooperativa descentralizada.

Percebe-se que num primeiro momento é difícil associar administração e agricultura familiar. Quando se pensa num curso superior de administração, logo se pensa em empresas, organizações, políticas públicas e empreendedorismo. Porém, a partir da experiência da primeira saída a campo, foi possível verificar que todo o aprendizado da sala de aula pode ser aplicado na agricultura familiar. Sobretudo, quando um dos entrevistados era egresso da universidade, com formação em

administração com ênfase em comércio exterior e relatou que aplicava os conhecimentos adquiridos na universidade em sua propriedade e seu agronegócio familiar, e obtinham resultados profícuos. Por meio deste exemplo e da saída de campo, as pesquisadoras puderam aprender o quanto a administração está intrinsecamente relacionada à agricultura familiar, e o quanto a participação em um grupo de pesquisa pode expandir o leque de aprendizado, para além da teoria passada em sala de aula.

Pesquisa

A pesquisa é parte fundamental no processo de transformação do estudante em um pesquisador científico. A partir do momento que ele é inserido no mundo da pesquisa, raramente sentirá vontade de sair. O sentimento da descoberta faz com que ele sinta a necessidade de continuar a busca pelo conhecimento. O acadêmico pesquisador percebe uma grande oportunidade nas mãos e que a realização pessoal, será o resultado de seu esforço transformado em pesquisas que ajudarão a desenhar a história da sociedade.

As mudanças que a atividade extracurricular proporciona aos acadêmicos é refletida dentro da sala de aula. Todo estudante que participa de pesquisas científicas, desenvolve características diferentes dos seus colegas de sala de aula, como a visão sistêmica, criatividade, capacidade de perceber problemas e buscar soluções para eles são algumas dessas características. O gosto pela leitura é um fator determinante para o sucesso de um bom pesquisador, pois quem costuma ler terá maior facilidade para escrever e desenvolver ideias de forma crítica e objetiva.

No GECID, a pesquisa tem início no momento que o pesquisador observa um problema que o deixa incomodado e busca uma solução. Nesse momento, é desenvolvido um esboço com a ideia principal. Isso pode acontecer individualmente ou em conjunto com outras pesquisadoras. O próximo passo será passá-lo para o papel, transformando em um objetivo, que servirá de base para o desenvolvimento da pesquisa. Ao passar para o papel, o pesquisador tem a percepção de que a ideia se torna real, dessa forma tornando-a possível sua conclusão. Após a concepção da ideia e a escolha do objetivo principal, é necessário apropriar-se do conhecimento teórico que esteja envolvido com o objetivo principal. A pesquisa teórica tem o propósito de aproximar o estudante com o assunto a ser pesquisado, pois muitas vezes são

assuntos diferentes dos que se encontra dentro da grade curricular do curso que estuda.

Pode-se afirmar que ocorrem quebra de paradigmas na percepção das pesquisadoras integrantes do GECID e que são estudantes do curso de administração na UNESC principalmente em relação a agricultura e a administração. Durante os quatro anos do curso de administração, a agricultura não é tratada como uma atividade econômica no qual o futuro administrador possa aplicar todas as ferramentas que estudou em sala de aula. No entanto, as saídas de campo para as propriedades rurais da agricultura familiar, foi possível perceber que atividades agrícolas podem ser lucrativas e necessárias para o desenvolvimento da região e que quando tratadas como uma empresa, o crescimento das propriedades torna-se mais sustentável.

É necessário mudar a visão dos jovens estudantes, e mostrar que as atividades agrícolas necessitam de gestão e de novas tecnologias aplicadas por profissionais capacitados. E que a agricultura é o futuro de muitas famílias, principalmente na região sul de Santa Catarina, onde existem inúmeras propriedades rurais. Todos os princípios da administração podem e devem ser aplicados na agricultura e dessa forma, garantir a continuidade dessas propriedades, assim como o fortalecimento das atividades agrícolas no país.

Análise de resultado

O levantamento realizado para a presente pesquisa, com objetivo de descrever como ocorre a criação e compartilhamento do conhecimento junto aos acadêmicos que participam das atividades desenvolvidas nos projetos de iniciação científica, pode apontar alguns pontos com relação à pesquisa científica.

A Iniciação Científica (IC) e Pesquisa desempenham um papel importante para o crescimento das acadêmicas participantes. Conforme Massi e Queiroz (2010), em seus estudos que apresentam discussões sobre o papel da IC na formação de graduandos, a mesma desempenha um papel notável na formação dos graduandos, principalmente em atividades realizadas no curso de graduação, no desenvolvimento pessoal, na construção de uma visão de ciência e na socialização profissional. As autoras ainda expõem as vantagens trazidas pelos programas de fomento à IC, principalmente o PIBIC, sendo este um programa do qual duas das integrantes do grupo recebem bolsas, como o despertar e incentivo a vocação científica dos graduandos e avanço e concretização dos núcleos de pesquisa nas IES.

Validando a visão dos autores, as integrantes do grupo relatam que a participação na IC é uma oportunidade única, um divisor de águas na vida do participante, que passa a ter maior facilidade de assimilar alguns conteúdos da graduação, visualizar a teoria sendo posta em prática, desenvolve a contínua busca pelo conhecimento, alcança a realização pessoal e até mesmo a experiência na quebra de paradigmas.

O maior paradigma trazido neste estudo é a relação entre a administração e agricultura familiar. Durante as experiências em campo, as pesquisadoras do grupo GECID tiveram a oportunidade de adquirir um vasto conhecimento sobre a agricultura familiar: (1) por meio de leitura de artigos, (2) entrevistas com os agricultores, e os (3) levantamentos para seus próprios estudos. Neste processo, as integrantes viram a importância das teorias da administração na agricultura familiar e o quão intrínseco são esses dois fatores, ao mesmo tempo testemunhando casos de agricultores que possuíam e aplicavam este conhecimento, assim como agricultores que necessitavam de apoio para a gestão e inovação tecnológica, para melhorarem suas propriedades e qualidade de vida.

Enfatiza-se ainda, o fato de que esse aprendizado surgiu unicamente da participação em IC, levando em conta que no curso de Administração de Empresas da universidade supracitada é inexistente uma disciplina referente à agricultura familiar ou similar. Tal disciplina pode ser encontrada somente na grade curricular de 2 cursos da Unidade Acadêmica de Ciências Sociais Aplicadas da universidade frequentada pelas pesquisadoras: no curso de Ciências Econômicas, é ministrada a disciplina de Economia Rural e Agricultura Familiar durante a 6^o fase e a disciplina Gestão do Agronegócio como disciplina optativa, e no curso de Direito, a disciplina Direito de Cooperativa também é oferecida como optativa. Isto deve-se ao fato de a agricultura familiar estar muito presente e ser um forte elemento de geração de riqueza na região sul do estado, conforme os dados trazidos pelo IBGE e mencionados anteriormente, no sul de Santa Catarina, na região da AMREC, a qual é formada por municípios 11 municípios, tendo Criciúma como a principal cidade, do total de 369.398 habitantes, 93.921 se encontram o meio rural, ou seja, 25,43% do total da população. Somando-se a isso, outro fato trazido pelo IBGE, do total de 5.769 propriedades agrícolas da região, 86,37% são propriedades agrícolas familiares. Em uma visão macro, no Brasil, conforme traz Guilhotto et al. (2013), a agricultura familiar atua na redução do êxodo rural e desigualdade social rural e urbana. A agricultura familiar é

um forte gerador de riquezas, tanto para o setor agropecuário, como para a economia do país, sendo responsável por cerca de 10% do PIB brasileiro em uma análise feita entre os anos de 1995 a 2005. Ao levar em conta principalmente a atuação da agricultura familiar na região da AMREC, houve uma quebra de paradigma das participantes perante a aplicação do conhecimento adquirido na graduação na agricultura familiar e levantou a deficiência dos cursos de graduação em Administração de Empresas em geral, pelo fato de não abordarem devidamente o tema agricultura familiar em seus planos de ensino. Por meio dos dados citados acima, os quais expressam a importância da agricultura familiar na região sul de Santa Catarina tanto na geração de riqueza, quanto na geração de empregos, percebe-se a importância deste tema estar melhor inserido no meio acadêmico por meio de disciplinas, a fim de melhor compreender a atualidade da agricultura familiar, e com isso, criar um alicerce para que se possa qualificar a mão de obra e profissionalizar o gerenciamento dessas propriedades, e tornar a produção familiar mais competitiva, aumentando o valor da produção e receitas e melhorando a qualidade de vida dos produtores, sendo esta a principal forma de evitar a saída desses produtores do meio rural, e como consequência, impulsionar o desenvolvimento socioeconômico da região.

O conhecimento adquirido pelas pesquisadoras tem sua criação baseada na socialização do conhecimento, utilizando da observação, conversas e aplicação. Para que haja esses processos, as participantes utilizam de meios como as reuniões, uso de tecnologia e as visitas técnicas. Neste processo a criação e o compartilhamento do conhecimento atuam em conjunto, pois frente ao compartilhamento de um indivíduo, seja um relato de experiência, ou até mesmo um material pesquisado, a outra participante do grupo cria seu próprio conhecimento (COOPER, 2014; FIALHO et al., 2006; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

O armazenamento do conhecimento ocorre de forma distinta de acordo com o seu objetivo. As saídas a campo são armazenadas em áudio e a transcrição do áudio. Já o conhecimento socializado é formalizado em artigos científicos, armazenados em publicações de periódicos, capítulo de livros e anais de evento (COOPER, 2014; FIALHO et al., 2006; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

O compartilhamento do conhecimento não tem seu foco apenas para a criação de um conhecimento interno ao grupo. O uso de apresentações em eventos, publicações em periódicos, capítulos de livros e anais de eventos são meios utilizados

para o compartilhamento com a sociedade, de forma a buscar o desenvolvimento da criação do conhecimento mutuo (COOPER, 2014; FIALHO et al., 2006; NONAKA; TAKEUCHI, 1997; TAKEUCHI; NONAKA, 2008).

Considerações Finais

A universidade é um ambiente que proporciona conhecimento. Participar apenas de um curso regular do ensino superior muitas vezes não é o suficiente. Nesse contexto, a universidade oferece a oportunidade de participar de projetos de pesquisa com objetivo principal de despertar no acadêmico a vocação científica. Participar de um grupo de estudos, realizar pesquisas científicas, entrevistar, analisar dados, realizar saídas de campos e participar de eventos interno e externo a universidade são experiências que transformam a vida do estudante. O conhecimento adquirido com essa prática complementa o que é aprendido em sala de aula, que muitas vezes, por falta de oportunidade é limitado e insuficiente para os acadêmicos mais curiosos.

A pesquisa científica tem o poder de mudar a forma como o estudante vê e vive o mundo. É uma experiência enriquecedora, que precisa ser incentivada dentro das universidades, pois com ela obtém-se conhecimentos fora da sala de aula, extravasando os limites da grade curricular, pois, o conhecimento é infinito na percepção dos acadêmicos que participam dos projetos de iniciação científica.

A partir do relato das acadêmicas que participaram dos projetos de iniciação científica, os conhecimentos foram criados e compartilhados durante as experiências em campo, por meio de leitura de artigos, entrevistas com os agricultores, e os levantamentos para seus próprios estudos. Soma-se ainda, os testemunhos de casos práticos dos agricultores que possuíam e aplicavam este conhecimento, assim como agricultores que necessitavam de apoio para a gestão e inovação tecnológica, para melhorarem suas propriedades e qualidade de vida.

Grande parte do conhecimento foi adquirido por meio da socialização do conhecimento, utilizando-se da observação, conversas por meio das reuniões, uso de tecnologia e as visitas técnicas. Nesse processo a criação e o compartilhamento do conhecimento atuam em conjunto, pois frente ao compartilhamento de um indivíduo, seja um relato de experiência, ou até mesmo um material pesquisado, a outra participante do grupo cria seu próprio conhecimento.

O compartilhamento do conhecimento é realizado nas discussões em grupo, nas apresentações em eventos científicos, publicações em periódicos, capítulos de

livros e anais de eventos são meios utilizados para o compartilhamento com a sociedade, de forma a buscar o desenvolvimento da criação do conhecimento mútuo.

Já o armazenamento do conhecimento ocorre de forma distinta, quando os registros das saídas a campo são armazenados em áudio e em transcrição do áudio. Já o conhecimento socializado é formalizado em artigos científicos, armazenados em publicações de periódicos, capítulo de livros e anais de evento.

Percebe-se ainda que a pesquisa científica realizada por universidades, na área da agricultura familiar é de grande relevância para a academia. A aproximação do estudante a este setor de grande impacto na economia regional e nacional, em um curso com foco em gestão é imprescindível. Todavia ainda é deficiente, pois, a grade curricular não contempla uma disciplina na área agrícola, nem como disciplina optativa.

É de suma importância que mais relatos sobre a experiência da atuação de um acadêmico pesquisador sejam publicados, como forma de incentivar futuros pesquisadores a externalizar o conhecimento adquirido durante a participação em pesquisas.

Referências

BRASIL. **Lei nº 12.881**, de 12 de novembro de 2013. Dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior - ICES, disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm>. Acesso em: 09 nov. 2014.

_____. **Lei nº 9.394**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm>. Acesso em: 02 fev. 2014.

_____. Ministério da Agricultura. **PIB da agropecuária tem alta de 1,8% em 2015**. 2016. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2016/03/pib-da-agropecuaria-tem-alta-de-1porcento-em-2015>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

_____. Ministério das Relações Exteriores. **Denominação das Instituições de ensino superior (IES)**. Brasília, DF., 20---. Disponível em: <http://www.dce.mre.gov.br/nomenclatura_cursos.html>. Acesso em: 02 fev.2015.

COOPER, Paul. Data, information, knowledge and wisdom. **Anaesthesia & Intensive Care Medicine**, v. 15, n. 1, p. 44-45, jan. 2014.

FAO. Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura **Agricultores**

familiares: Alimentar al mundo, cuidar el planeta. 2014. Disponível em <<http://www.fao.org/docrep/019/mj760s/mj760s.pdf>> Acesso em: 12 jun 2016.

FIALHO, Francisco Antônio Pereira; SANTOS, Neri dos; MACEDO, Marcelo; MITIDIERI, Tibério da Costa. **Gestão do conhecimento e aprendizagem: as estratégias competitivas da sociedade pós-industrial.** Florianópolis: Visual Books, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GUILHOTO, Joaquim José Martins et al. Agricultura familiar: contribuindo para a riqueza nacional. **Departamento de Economia (FEAECOM) da Universidade de São Paulo (USP)**, v. 6, n. 04, 2013. Disponível em: <<http://www.fea.usp.br/feaecon>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

IBGE. **Censo Agropecuário** 2006. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/agropecuaria/censoagro/agri_familiar_2006/default.shtm> Acesso em: 12 jun 2016.

MARTINS, Lígia Márcia. **Ensino-Pesquisa-Extensão como fundamento metodológico da construção do conhecimento na universidade.** UNESP, 2012. Disponível em: <http://www.umcpes.com.br/centraldoaluno/arquivos/07_03_2014_218/2_-_ensino_pesquisa_extensao.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2016.

MASSI, Luciana; QUEIROZ, Salete Linhares. Estudos sobre iniciação científica no Brasil: uma revisão. **Cadernos de Pesquisa**, v. 40, n. 139, p. 173-197, 2010. Disponível em: <<http://publicacoes.fcc.org.br/ojs/index.php/cp/article/view/192/210>>. Acesso em: 12 mar. 2016.

MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino: As abordagens do processo.** São Paulo: EPU, 1986.

NÓBREGA-TERRIEN, Sílvia Maria; TERRIEN, Jacques; FARIAS, Isabel Maria Sabino de; SILVA, Silvínia Pimentel. Pesquisa como princípio educativo na docência universitária: território de ensino e aprendizagem. **Caderno de Pesquisa**, São Luís, v. 22, n. 1, jan./abr. 2015.

NOGUEIRA, Maria das Dores Pimentel. Extensão Universitária no Brasil: uma Revisão Conceitual. In. FARIA, Doris Santos de (org). **Construção Conceitual da Extensão na América Latina. Brasília.** Editora UNB. 2001.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa: Como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação.** 20. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.

PEREIRA, M. J. B. P.; FONSECA, J. G. M. **Faces da decisão: as mudanças de paradigmas e o poder da decisão.** São Paulo: Makron Books, 1997.

PINTO, Maira Meira. **Responsabilidade Social Em Universidade**

Comunitária: Novos Rumos Para A Educação Superior. 2009. 179 f. Tese (Doutorado) - Curso de Educação, Faculdade em Educação, Pontifca Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_arquivos/10/TDE-2009-08-10T084532Z-2083/Publico/415567.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2016.

SANTOS, Nivaldo dos. A pesquisa científica como metodologia no ensino jurídico. **Revista da Faculdade de Direito da UFG**, v. 38, n. 02, p. 177-194, jul./dez. 2014.

SAVOLDI, Andréia; CUNHA, Luiz Alexandre. Uma Abordagem Sobre a Agricultura Familiar, Pronaf e a Modernização da Agricultura no Sudoeste do Paraná na Década de 1970. **Geografar: Revista Eletrônica de Pós-Graduação em Geografia - UFPR**, Curitiba, v. 5, n. 1, p.25-45, jun. 2010. Semestral. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/geografar/article/viewFile/17780/11607>>. Acesso em: 12 jun 2016.

TAKEUCHI, Hirotaka; NONAKA, Ikujiro. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

UNESC - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE. **Reitoria**. Universidade comunitária. [20--]. Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/capa/index/91/5788/>>. Acesso em: 11 mar. 2016.

_____. **Propex**. A pró-reitoria [20--]. Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/capa/index/71/3098//>>. Acesso em: 11 mar. 2016.

_____. **PPGDS**. Grupos de Pesquisa. [20--]. Disponível em: <<http://www.unesc.net/portal/capa/index/412/7361/>>. Acesso em: 11 mar. 2016.

Instituição de fomento:

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – MCTI/CNPQ/UNIVERSAL 14/2014 - Brasil, ao Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico PPGDS/UNESC e ao grupo de estudo e pesquisa em Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD).

Dados para contato:

Autor: Priscila Machado Zanela

E-mail: titazanella@hotmail.com

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DA COOPERATIVA PIONEIRA DE ENERGIA NO MUNICÍPIO DE FORQUILHINHA – SC

Gestão e estratégia das organizações

**Ramiris da Rosa Peruchi; Julio César Zilli; Adriana Carvalho Pinto Vieira;
Michele Domingos Schneider¹**

¹Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: O artigo tem como objetivo analisar a percepção dos associados empresariais sobre a qualidade do serviço prestado da Cooperativa Pioneira de Energia no município de Forquilha – SC. Trata-se de uma pesquisa descritiva, bibliográfica e uma pesquisa de campo, com abordagem qualitativa. Verificou-se que a maioria das empresas respondentes caracterizou suas respostas como satisfeitos ao que se refere aos itens indagados por meio do questionário. A partir deste cenário, pode ser inferido que a cooperativa Pioneira de energia localizada no município de Forquilha/SC apresenta uma boa estrutura envolvendo todos os seus setores, a partir da qualidade propiciada aos seus clientes.

Palavras-chave: Serviço. Cliente. Cooperativismo.

Introdução

Percebe-se que no passar dos anos aconteceram algumas mudanças na prestação de serviços e, a partir destas mudanças, a qualidade do serviço prestado foi reestruturada gradativamente, tornando assim o serviço mais flexível e de maior qualidade. Segundo Lovelock (2006), o setor de serviços está passando por mudanças quase revolucionárias dos quais afetam drasticamente o modo como se vive e trabalha. Novos serviços são lançados continuamente para satisfazer as necessidades e exigências dos consumidores.

As cooperativas são associações de pessoas que tem um mesmo interesse, a fim de obter vantagens comuns em suas atividades econômicas. As associações cooperativistas têm como âmbito progresso sociais com a cooperação mútua de todos os envolvidos. Assim, a regência sobre os serviços prestados pela cooperativa é de suma importância, não somente para a gerência, como também para todos envolvidos na associação.

Decorrente da importância de se prestar serviços de qualidade surgiu o interesse de se realizar o presente estudo sobre a prestação de serviço da Cooperativa Pioneira de Energia localizada na cidade de Forquilha/SC.

Para medir a qualidade, um dos métodos utilizados é a pesquisa e, é por meio destas, que se observa quando as organizações estão atendendo as necessidades e as exigências de seus clientes. Assim, a pesquisa possibilita que os gestores das organizações possam identificar os erros e as falhas nos serviços, e com isso possam criar estratégias para melhorar serviço prestado.

A cooperativa estudada por sua vez está constantemente em busca para melhor capacitar e qualificar os serviços prestados. Neste sentido, o presente estudo tem como meta contribuir positivamente para a empresa e para o cliente, tendo em vista que, a partir de melhor qualidade no serviço prestado, o consumidor terá sua necessidade satisfeita. Neste contexto, o presente estudo tem por objetivo analisar a percepção dos associados empresariais sobre a qualidade do serviço prestado pela Cooperativa Pioneira de Energia, localizado no município de Forquilha – SC.

Cooperativismo

O cooperativismo⁵ é idealizado como uma forma ideal de organização da humanidade. Dentre os seus princípios se destacam: a democracia, participação, direitos e deveres iguais para todos, sem discriminação de qualquer natureza. Este tipo de sociedade surgiu na Revolução Industrial, após ao início de uma crise na Inglaterra, no século XVIII.

Com todas as dificuldades dos trabalhadores em relação aos seus baixos salários e a grande jornada de trabalho, essas pessoas começaram a buscar novas formas para superar as dificuldades. Surgiu então, a ideia de criar uma organização formal denominada de cooperativa, onde as regras, normas e princípios próprios seriam praticados com o intuito de respeitar os valores do ser humano.

A partir destes princípios, em 21 de dezembro de 1844, no bairro de Rochdale-Manchester na Inglaterra, foi fundada a primeira cooperativa do mundo. Baseando-se no pensamento de 28 operários, em sua maioria tecelões, respeitaram seus costumes, tradições e estabeleceram normas e metas para a organização de uma

⁵ As informações desta seção foram extraídas do Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo - SESCOOP (2011).

cooperativa. Após um ano de trabalho, acumularam um capital de 28 libras e conseguiram abrir as portas de um pequeno armazém cooperativo.

No Brasil, o cooperativismo é analisado desde o início da colonização portuguesa. Porém, apenas no século XIV surgiu o Movimento Cooperativista Brasileiro (MCB), estimulado por funcionários públicos, militares, profissionais liberais e operários, para atender às suas necessidades.

O movimento começou na área urbana, com a criação da primeira cooperativa de consumo de que se tem registro no Brasil, em Ouro Preto (MG), no ano de 1889, denominada Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos e Ouro Preto. Posteriormente, se expandiu para outras cidades, tais como: Pernambuco, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, além de se espalhar nas Minas Gerais.

Características gerais das cooperativas

As cooperativas possuem três características básicas, que são a gestão, a propriedade e o compartilhamento (VEIGA; FONSECA, 2002). E outras várias características gerais, demonstradas por Zanluca (2014): *i)* As cooperativas não possuem um número limitado de cooperados; *ii)* Seu controle democrático; *iii)* Não são permitidas transferências das quotas-partes a terceiros, estranhos à sociedade ainda que por herança; *iv)* Todo o retorno é proporcional aos valores das operações; uma cooperativa não é sujeita a falência; *v)* Constitui-se por intermédio da assembleia dos fundadores ou por instrumento público, e seus atos constitutivos devem ser arquivados na Junta Comercial e publicados; *vi)* Deve ostentar a expressão “cooperativa” em sua denominação, sendo vedado o uso da expressão “banco”; *vii)* Neutralidade política e não discriminação religiosa, social e racial.

Algumas vantagens oferecidas pelas cooperativas além da rentabilidade e das distribuições de sobra são as evidências de desconto de taxas sobre empréstimos, pagamento de taxa de juros maior sobre aplicações com prazo fixo, atendimento personalizado, assessoria econômica, financeira e empresarial (CARVALHO, 2011).

Ramos de atividade das cooperativas

As organizações cooperativas atuam em diversos ramos e setores, estas podem ser classificadas por seus ramos de atuação. No Quadro 1 são demonstrados alguns ramos de atuação do cooperativismo.

Quadro 1 - Ramos de atividade do cooperativismo.

| RAMOS | CARACTERÍSTICA |
|---------------------|--|
| Saúde | Este setor é composto pelas cooperativas de todos os profissionais da saúde, entre eles, médicos, psicólogos, enfermeiros, entre outros. As cooperativas de saúde têm como objetivo a dedicação e a preservação da saúde humana. |
| Transporte | É composto pelas diversas classes de motoristas, tanto no transporte de cargas como no transporte de pessoas. |
| Agropecuário | Composto pelas cooperativas de produtores rurais, que procuram aperfeiçoar o processo de produção, bem como obter preços melhores para seus produtos. |
| Consumo | São as cooperativas que trabalham para o abastecimento de seus associados, garantindo a estes uma melhor condição de compras. |
| Crédito | Segmento composto pelas cooperativas de crédito, que podem ser urbana ou rural. Destinadas a promover a poupança, financiamento ou empreendimentos dos seus associados. |
| Educacional | Este segmento é composto por cooperativas de professores, cooperativa de alunos de escola agrícola, cooperativa de pais de alunos e cooperativas de atividades afins. |
| Outros | Cooperativas que não se enquadram nos ramos definidos. |

Fonte: Pinho (2004, p. 270).

Mas, para Pinho (2004) as cooperativas são associações prestadoras de serviços, sem intuito lucrativo, o que a torna diferente da empresa capitalista, que tem como objetivo obter o maior lucro possível.

Diferenças entre cooperativa e empresa mercantil

De acordo com Carvalho (2011) existem diferenças entre cooperativas e empresas mercantis. Estas diferenças se referem desde a política e diretrizes da organização até a forma como é realizada a recompensa monetária para seus colaboradores. O Quadro 2, com base em Carvalho (2011), demonstra as mais importantes diferenças:

Quadro 2 - Diferenças entre uma cooperativa e uma empresa mercantil.

| SOCIEDADE COOPERATIVA | EMPRESA MERCANTIL |
|--|---|
| Sociedade de pessoas físicas. | Sociedade de capital. |
| Visa às sobras que são divididas entre cooperados. | Visa ao lucro para proprietários. |
| Número ilimitado de cooperados. | Número limitado de acionistas. |
| Controle democrático e livre. | Controle centralizado no proprietário. |
| Realização de assembleias para tomada de decisão. | Tomada de decisão centralizada no proprietário. |
| Vedação da transferência de capital. | Permissão a transferência de ações a terceiros. |
| Sobras na distribuição proporcionalmente ao número de cooperados. | Dividendos distribuídos proporcionalmente ao valor das ações. |
| Diretrizes da administração por meio de assembleias gerais. | Diretrizes e ordens por meio do sócio majoritário. |
| Decisões e objetivos por votos. | Decisões e objetivos impostos. |
| Educação cooperativista para desenvolver a visão dos cooperados como donos do negócio. | Educação e treinamentos para a tarefa do empregado. |

Fonte: Carvalho (2011, p. 24).

Panzutti *et al* (2009, p.7) apresentam que, além dos itens referenciados no Quadro 2, diferenciam a empresa mercantil das cooperativas, são necessárias algumas condições internas e elas são definidas, como se segue: *i*) Grupo social coeso, tanto econômico como socialmente, com objetivos comuns, que pode transformar o capital excedente em capital cooperativado; *ii*) Esse capital cooperativo difere do capital industrial, financeiro e agrário, ou seja, a sua mobilização não irá requerer no final do processo um capital maior do que foi inicialmente aplicado; *iii*) O resultado desse processo será o benefício que o associado recebeu, ou a prestação de serviços que a cooperativa forneceu; e *iv*) O capital cooperativo só será possível devido à existência da empresa cooperativa cujo objetivo não é o lucro, pois não tem sentido aplicar capital na cooperativa para receber dividendos, ou um capital a mais, daí a figura do empresário cooperativo.

Prestação de Serviço

O serviço é atividade de produção humana que tem como função suprir a necessidade e não possui aspecto de um bem material (DALLEDONNE, 2008). Albrecht e Zemke (2002, p.30) definem serviço como “conjunto de atividades cuja produção é intangível”.

A definição de serviço para Lovelock e Wirtz (2006, p.8) é:

Um serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte à outra. Embora o processo possa estar vinculado a um produto físico, o desempenho é transitório, frequentemente de natureza intangível e não resulta normalmente em propriedade de quais quer dos fatores de produção. Um serviço é uma atividade econômica que cria valor e proporciona benefícios a clientes em horários e locais específicos, efetuando uma mudança desejada em quem recebe o serviço, ou m seu nome.

Conforme Johnston e Clark (2002), na perspectiva organizacional, o serviço é a percepção dos clientes sobre o serviço prestado pela empresa. Em uma ótica tradicional, trata-se como o setor terciário, o terceiro elemento da sacrossanta trindade, e os outros dois setores primários, componente agrícola e o setor secundário que é a atividade de mineração ou indústrias. Dessa forma, o setor terciário engloba as atividades cuja produção não é nem um bem físico, nem uma edificação (TÉBOUL, 1999).

Qualidade em serviços

Os clientes estão cada dia mais exigentes e apenas o serviço com sorriso no rosto não são mais suficientes para satisfazer a maior parte deles. Assim, as empresas precisam inovar, criando mecanismos para impressionar, agradar e surpreender o cliente para que ele se satisfaça com o serviço prestado pela empresa, seja ele qual for (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005).

A qualidade em serviço conforme Johnston e Clark (2002) pode ser identificada por meio de como o cliente é tratado ou, pode significar o resultado e a expectativa do serviço recebido pelo cliente. A partir disto, a avaliação de qualidade surge ao longo do processo de prestação de serviço. Cada contato com o cliente é referido como sendo um momento de verdade, uma oportunidade de satisfazer ou não ao cliente. A satisfação do cliente com a qualidade do serviço pode ser definida pela comparação da percepção do serviço prestado com as expectativas do serviço desejado. (FITZSIMMONS; FITZSIMMONS, 2005)

Diferenciação em serviço

Conforme Kotler (2000) diferenciação é o ato de criar, modificar ou melhorar um produto ou serviço de forma significativa para distinguir a oferta da empresa da concorrência. A diferenciação em serviços é a chave do sucesso competitivo. Os grandes diferenciadores de serviço são: facilidade de pedido entrega instalação, treinamento do cliente, orientação ao cliente e manutenção e reparo (KOTLER, 2000). O Quadro 3 baseado em Kotler (2000), expõe as características das diferenciações de serviços existentes.

Quadro 3 - Características das diferenciações de serviços.

| DIFERENÇAS | CARACTERÍSTICAS |
|-------------|---|
| Facilidade | É a facilidade que o cliente encontra para realizar um pedido a empresa. |
| Entrega | A entrega refere-se a qualidade com que o serviço é entregue ao cliente. Isso inclui o aspecto, velocidade, precisão e preocupação com o processo de entrega. |
| Instalação | A instalação é o trabalho feito para tornar um produto operacional planejado. Os compradores de equipamentos pesados esperam bons serviços de instalação. Esse aspecto de diferenciação é importante para empresas que comercializam produtos mais complexos. |
| Treinamento | O treinamento ao cliente se constitui em treinar os clientes dos funcionários para que eles utilizem os equipamentos de maneira apropriada e eficiente. |
| Orientação | A orientação ao cliente consiste nos dados, sistema de informação e serviços de consultoria que a empresa oferece aos compradores |
| Manutenção | A manutenção e reparos refere-se o programa de atendimento destinado a auxiliar os clientes e manter os produtos comprados em boas condições de funcionamento. |

Fonte: Kotler (2000, p.58).

Diferenciar, produtos ou serviços em uma visão geral está ligada a vantagem competitiva sobre o mercado. A diferenciação pode ser um sentido de melhoria na condição de valor ao cliente, pois é tratado como uma qualificação positiva sobre as empresas que praticam a diferenciação (JUSTO, 2009).

Procedimentos Metodológicos

Quanto aos fins de investigação, o estudo se caracteriza como uma pesquisa descritiva. A pesquisa descritiva abrange aspectos gerais e amplos e relacionam fatos e fenômenos tudo isso sem modificar a sua forma natural (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007). Assim, o estudo descreve a percepção da satisfação da qualidade do serviço prestado pela Cooperativa Pioneira de Energia aos seus associados.

Quanto aos meios de investigação, caracterizou-se como bibliográfica e uma pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica, de acordo com a definição de Gil (2008), serviu para dar embasamento teórico para o estudo, abordando os principais assuntos relacionados com o tema em estudo. Para Gil (2008), a pesquisa de campo tem como objetivo, aprofundar na realidade do estudo apresentado visando por meio de dados e informações coletados observar o grupo estudado. Com isso foi utilizada a pesquisa de campo para que se possa observar a satisfação do associado empresarial perante a cooperativa em estudo.

Forquilha, Criciúma e Nova Veneza compuseram as cidades estudadas, para análise do público alvo, tendo sua população delimitada pela quantidade de associados

pessoa jurídica que a organização mantém nos municípios, a pesquisa será aplicada juntamente com os associados ativos da cooperativa. Para definição da população utilizada na pesquisa, utilizaram-se os dados dos associados pessoa jurídica que se encontram no banco de dados e que foram disponibilizados pela empresa.

Essa população estudada se concentra na região Sul de Santa Catarina, que é dividida em três microrregiões, porém a região estudada será a associação dos municípios da região carbonífera (AMREC), e será delimitada apenas entre as cidades de Criciúma, Nova Veneza e Forquilha, que é onde a empresa em questão atua na prestação de serviço, compreende-se a população um total de 86 empresas de atuação diversa.

Foi definido que a pesquisa seria aplicada em todas as empresas que se enquadram como associados junto à cooperativa, essas empresas seriam o público-alvo da pesquisa em estudo. A partir do público-alvo foi aplicado um total de 86 questionários junto às empresas. Porém, pela disponibilidade das empresas e pela participação das envolvidas não teve um retorno satisfatório levando em consideração que apenas 21 empresas retornaram o questionário respondido no período de 02 até 30 de setembro de 2015.

Para a coleta dos dados, foi utilizado um questionário, enviado por e-mail contemplando as fases que abarcam os objetivos específicos do estudo: i) perfil das empresas; ii) satisfação quanto aos produtos, serviços e projetos; iii) Atendimento; iv) Assembleias; v) Tarifas; e vi) Administração da cooperativa.

O presente estudo utilizou-se de uma abordagem essencialmente qualitativa para a análise dos dados, uma vez que estes não sofreram um tratamento estatístico profundo, descaracterizando-se assim, uma abordagem quantitativa.

Resultados e Discussão

O primeiro ponto identificado na pesquisa foi em relação a porte da organização, cidade onde está localizada e o mercado de atuação de cada empresa, conforme demonstrado no Quadro 4.

Das 21 empresas que responderam o questionário pode ser percebido que a maioria das organizações é do setor do agronegócio (agroindústrias) e são de médio porte, situadas nas cidades de Forquilha e Nova Veneza. Entre as empresas pesquisadas as agroindustriais compreendem (29%) do total da amostra, isso se dá pela localização da organização estudada que está em zona rural. Em segundo está

o setor metalúrgico que abrange (19%) do total da amostra. Isso decorre da localização do núcleo industrial que está na cidade de Nova Veneza e se concentram no distrito do Caravaggio, pois o setor metalúrgico é a principal atividade econômica da cidade.

Quadro 4 - Perfil das empresas que são associadas à cooperativa.

| SETOR | QUANTIDADE | PORTE | CIDADE | TOTAL | |
|----------------------|------------|--------|-------------|-------|------|
| | | | | Q/T | % |
| Químico | 1 | Médio | Criciúma | 1 | 5% |
| Agroindustrial | 2 | Médio | Nova Veneza | 6 | 29% |
| | 1 | Grande | Forquilha | | |
| | 1 | Médio | Forquilha | | |
| | 2 | Micro | Nova Veneza | | |
| Metalúrgico | 2 | Médio | Nova Veneza | 4 | 19% |
| | 2 | Grande | Nova Veneza | | |
| Confecção | 1 | Grande | Nova Veneza | 1 | 5% |
| Construção Civil | 1 | Grande | Forquilha | 1 | 5% |
| Plásticos | 1 | Micro | Nova Veneza | 1 | 5% |
| Metal-Mecânica | 1 | Médio | Nova Veneza | 2 | 10% |
| | 1 | Médio | Forquilha | | |
| Combustíveis | 1 | Médio | Criciúma | 1 | 5% |
| Alimentícia | 1 | Micro | Criciúma | 3 | 14% |
| | 1 | Grande | Forquilha | | |
| | 1 | Médio | Nova Veneza | | |
| Suplemento Alimentar | 1 | Médio | Forquilha | 1 | 5% |
| Total | | 21 | | | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

O ponto observado na segunda etapa foi em relação aos produtos e serviços oferecidos aos seus associados, conforme pode ser visualizado no Quadro 5.

Quadro 5- Percepção quanto aos produtos, serviços e projetos.

| AFIRMATIVAS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | TOTAL | |
|---|----------------------|---|---|---|--------------------|--------|----|--------|---|--------|-------|------|
| | Muito Insatisfeito ← | | | | → Muito Satisfeito | | | | | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Prazo estabelecido pela cooperativa para os serviços: | | | | | | | 12 | 57,14% | 9 | 42,86% | 21 | 100% |
| Eletricistas da cooperativa: | | | | | 2 | 9,52% | 12 | 57,14% | 7 | 33,33% | 21 | 100% |
| Distribuição da energia elétrica pela cooperativa: | | | | | | | 12 | 57,14% | 9 | 42,86% | 21 | 100% |
| Qualidade da energia elétrica distribuída: | | | | | 1 | 4,76% | 13 | 61,90% | 7 | 33,33% | 21 | 100% |
| Projetos sociais (palestras) oferecidas pela cooperativa aos seus associados: | | | | | 8 | 38,10% | 11 | 52,38% | 2 | 9,52% | 21 | 100% |

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Pode-se observar a partir dos dados da pesquisa, em todas as perguntas do questionário relacionadas diretamente com o serviço e produto que a Coopera

oferece, demonstrou um ótimo resultado com aproximadamente mais de 55% de satisfação de seus clientes que responderam o questionário e com aproximadamente (40%) de seus associados muito satisfeitos.

Em relação aos serviços projetados, entre satisfeitos e muito satisfeitos a empresa estudada obteve aproximadamente (9,5%) de aprovação, e com isso demonstra como a Coopera procura cada vez mais a satisfação de seus clientes, bem como se preocupada cada vez mais a melhoria contínua da empresa com este quesito.

Um ponto a ser observado e que ocorreu melhorias é em relação as palestras oferecidas aos seus associados mostra um percentual de 38%, os seus associados estão neutros em relação a este ponto.

Com relação ao atendimento da Coopera aos seus associados, segue os dados apresentados no Quadro 6.

Quadro 6 - Percepção quanto ao atendimento.

| AFIRMATIVAS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | TOTAL | | | |
|--|----------------------|---|---|---|---|--------|----|--------|---|--------|-------|------|--------------------|--|
| | Muito Insatisfeito ← | | | | | | | | | | | | → Muito Satisfeito | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | | |
| Atendimento realizado na sede administrativa da cooperativa: | | | | | 3 | 14,29% | 13 | 61,90% | 5 | 23,81% | 21 | 100% | | |
| Atendimento nos pontos comerciais da cooperativa: | | | | | 4 | 19,05% | 12 | 57,14% | 5 | 23,81% | 21 | 100% | | |
| Atendimento realizado pelo plantão da cooperativa: | | | | | 2 | 9,52% | 14 | 66,67% | 5 | 23,81% | 21 | 100% | | |
| Horário do atendimento nos pontos comerciais da cooperativa: | | | | | 4 | 19,05% | 12 | 57,14% | 5 | 23,81% | 21 | 100% | | |

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Pode se observar nas respostas que aproximadamente (60%), dos associados estão satisfeitos com o que vem sendo realizado em relação ao atendimento ao público, seguido pelos associados que estão muito satisfeitos com aproximadamente (20%). Em relação ao atendimento é um fator de relevância o nível de satisfação dos seus associados, pois os atendentes são os que tem o maior contato com o associado e através deles que seus sócios terão satisfação plena, quando bem atendidos. Neste sentido, a pesquisa mostra que a empresa estudada vem fazendo um trabalho em que os resultados demonstram que há um bom atendimento aos seus clientes.

Para a percepção quanto às assembleias, foram tabulados os seguintes resultados, de acordo com o Quadro 7.

Quadro 7 - Percepção quanto às assembleias.

| AFIRMATIVAS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | TOTAL | |
|---|---|---|---|---|---|--------|----|--------|---|--------|-------|------|
| | Muito Insatisfeito ← → Muito Satisfeito | | | | | | | | | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Sua Participação nas assembleias gerais: | | | | | 3 | 14,29% | 15 | 71,43% | 3 | 14,29% | 21 | 100% |
| As informações passadas em assembleias aos associados | | | | | 4 | 19,05% | 15 | 71,43% | 2 | 9,52% | 21 | 100% |

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015).

Conforme a pesquisa, quanto aos seus associados e a satisfação dos mesmos é de aproximadamente (71%), em relação a participação e as informações que são repassadas sobre a empresa aos seus sócios. A participação dos associados é de grande importância nestas assembleias, pois são eles os proprietários da empresa. Nestas assembleias são votados e levantados pontos importantes que influenciam diretamente aos consumidores, conforme a pesquisa demonstra que seus associados vêm buscando cada vez mais informações e participando cada vez mais para obter informações sobre o que está sendo decidido em benefício aos seus cooperados.

O ponto destacado no Quadro 8 foi em relação a tarifa praticada pela Coopera em relação aos seus consumidores.

Quadro 8 - Percepção quanto a tarifa.

| AFIRMATIVAS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | TOTAL | |
|---------------------------|---|---|---|---|---|--------|----|--------|---|--------|-------|------|
| | Muito Insatisfeito ← → Muito Satisfeito | | | | | | | | | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| PERCEPÇÃO QUANTO A TARIFA | | | | | 3 | 14,29% | 12 | 57,14% | 6 | 28,57% | 21 | 100% |

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015)

Aproximadamente (57%) dos seus associados estão satisfeitos com a atual tarifa praticada pela empresa, conforme a Agencia Nacional de Energia Elétrica (ANEEL). A Cooperativa Pioneira de Eletrificação (COOPERA se encontra entre a tarifa mais barata do Brasil. Estas tarifas são ajustadas anualmente e são decididas pela ANEEL, em parceria com os demais órgãos competentes. Este ponto está relacionado com as perguntas anteriores da pesquisa e demonstra que os associados da Coopera utilizam uma energia de qualidade e com o melhor preço. Quanto à percepção à forma de administração, destacaram-se os seguintes resultados (Quadro 9).

Quadro 9- Percepção quanto á administração.

| AFIRMATIVAS | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | TOTAL | |
|--|---|---|---|---|---|--------|----|--------|---|--------|-------|------|
| | Muito Insatisfeito ←—————→ Muito Satisfeito | | | | | | | | | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Localização da cooperativa: | | | | | | | 16 | 76,19% | 5 | 23,81% | 21 | 100% |
| Infraestrutura da cooperativa: | | | | | 2 | 9,52% | 16 | 76,19% | 3 | 14,29% | 21 | 100% |
| Relação da cooperativa com o meio-ambiente | | | | | 4 | 19,05% | 14 | 66,67% | 3 | 14,29% | 21 | 100% |
| Atual administração da cooperativa: | | | | | 2 | 9,52% | 15 | 71,43% | 4 | 19,05% | 21 | 100% |
| Atual presidente da cooperativa: | | | | | 5 | 23,81% | 14 | 66,67% | 2 | 9,52% | 21 | 100% |

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa (2015)

Pode-se observar a partir dos dados da pesquisa em relação a parte de estrutura, que mais de (50%) dos associados aproximadamente (75%) do total das repostas estão satisfeitos com a parte estrutural que a empresa oferece aos seus associados. A parte de infraestrutura é importante para que o atendimento seja feito com rapidez, e quanto mais estruturada a empresa melhor a qualidade do serviço prestado.

Outra questão questionada foi em relação ao atual presidente e a atual administração. A partir dos dados, pode ser constatado em relação a duas perguntas, aproximadamente (70%), dos associados estão satisfeitos de como está sendo administrado a cooperativa, pode ser observado que o conjunto de todas as ações é o que faz com que a prestação de serviço tenha qualidade, conseqüentemente, há a satisfação plena dos seus associados.

Considerações Finais

Diante da grande exigência por serviços de qualidade, as empresas prestadoras de serviço precisam se alinhar à esta necessidade dos consumidores. Sendo assim, empresas que prestam serviços de qualidade e satisfazem a necessidade de seus clientes estão sempre à frente de seus concorrentes.

Neste sentido, formula-se então a ideia de pesquisa, em realizar um estudo da prestação de serviço da cooperativa pioneira de energia localizada no município de Forquilha/SC. Assim, este estudo teve por objetivo analisar a percepção dos

associados empresariais sobre a qualidade do serviço prestado pela Cooperativa Pioneira de Energia, localizado no município de Forquilha – SC.

Estabelecendo o objetivo geral foram definidos os objetivos específicos que são: Identificar o perfil do associado empresarial da cooperativa em estudo; Destacar a satisfação quanto aos produtos e serviços; Caracterizar a satisfação quanto ao atendimento; assembleias e tarifas; e Identificar a satisfação quanto a forma de administração da cooperativa em estudo. Diante deste aspecto, realizou-se a pesquisa quanto aos fins, descritiva e quanto aos meios de investigação, pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo.

Após metodologia definitivamente delineada iniciou-se então o processo de pesquisa. A pesquisa aconteceu com clientes jurídicos da Cooperativa Pioneira de Energia do município de Forquilha/SC. Para sua concretização foram aplicados questionários, onde se indagavam o nível de satisfação dos associados.

A pesquisa foi enviada via e-mail para 86 entrevistados onde apenas 21 respostas foram obtidas. Esta foi elaborada estrategicamente para que todos objetivos específicos fossem respondidos.

Deste modo, quanto ao perfil do associado empresarial da cooperativa em estudo, se verificou que entre as 21 empresas entrevistadas a maioria se localiza na cidade de Nova Veneza e eram empresas de médio porte. O setor de atuação da maioria foi do setor agroindustrial e 100% dos entrevistados eram associados da cooperativa em estudo. Com relação aos produtos e serviços e a satisfação quanto ao atendimento; a maioria dos entrevistados sentiu-se satisfeitos quanto aos produtos e serviços prestados pela cooperativa.

Sobre as assembleias e tarifas; constatou-se que aproximadamente 80 % participam da assembleia e dos que participam 71% está satisfeito com a forma que esta acontece. E, por fim em relação a satisfação quanto à forma de administração da cooperativa em estudo e sobre este as perguntas também receberam as respostas de que os clientes se encontram satisfeitos.

Neste sentido, avaliando todas as respostas em âmbito geral percebe-se que a cooperativa deste estudo apresenta uma boa estrutura envolvendo todos os seus setores e que estes sempre estão em busca de qualidade em seus serviços e produtos.

A mesma esta sempre pesquisando e procurando meios de aumentar sua qualidade. E isso faz com que a Cooperativa Pioneira de Energia, localizada no

município de Forquilha –SC seja referência de qualidade e responsabilidade para a todos os associados.

Uma empresa que presta serviços de qualidade, conseqüentemente, está à frente do mercado e de seus concorrentes, é visível a importância que a empresa estudada dá a isto, em todas as ações da mesma é fácil de identificar a preocupação com os seus associados e o interesse de satisfazê-los.

Referências

ALBRECHT, K.; ZEMKE, R. **Serviço ao cliente: a reinvenção da gestão do atendimento ao cliente.** ed. ampl. e atual Rio de Janeiro: Campus, 2002. 342 p.

CARVALHO, A. D. **O cooperativismo sob a ótica da gestão global.** São Paulo : Barauna, 2011

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia científica.** 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. 162p.

DALLEDONNE, J. **Gestão de serviço: a chave do sucesso nos negócios..** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008. 152p.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços: operações, estratégia e tecnologia de informação.** 4. ed Porto Alegre: Bookman, 2005. 564 p.

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

JOHNSTON, R.; CLARK, G. **Administração de operações de serviços.** 1ª. ed. Atlas, 2002.

KOTLER, P.. **Administração de marketing.** 10. ed São Paulo: Prentice Hall, 2000. 764 p.

LOVELOCK, C.; WIRTZ, J. **Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e resultados.** 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 412p.

PANZUTTI et al. **Gestão cooperativa: eficiência empresarial x associação de pessoas.** Disponível em :http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_2883.pdf. Acessado em: dia 23 de outubro de 2014.

PINHO, D. B. **O Cooperativismo no Brasil.** Da vertente pioneira à vertente solidária. São Paulo: Editora Saraiva, 2004.

TÉBOUL, J. **A era dos serviços : uma nova abordagem de gerenciamento.** 1. ed Rio de Janeiro: Quality Mark, 1999. 295 p.

VEIGA, S. M.; FONSECA, I. **Cooperativismo: uma Revolução Pacífica em Ação.** Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2002.

SESCOOP. **A história do cooperativismo**. Salvador, 2011. Disponível em: <http://www.bahiacooperativo.coop.br/historia-do-cooperativismo> Acessado em: 27 de agosto de 2015.

ZANLUCA, J.C. **Como funcionam as cooperativas**. 2014. Disponível em <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/cooperativas.htm> Acessado em: 20 de outubro de 2014.

Dados para contato:

Autor: Julio César Zilli

E-mail: zilli42@hotmail.com

QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DOCENTE E DESEMPENHO DISCENTE: UM ESTUDO NAS UNIVERSIDADES CATARINENSES QUE OFERTAM GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Gestão e estratégia das organizações

Eduardo T. Castanha¹; Andréia Cittadin¹; Dourival Giassi¹; Januário J. Monteiro¹; Milla Guimarães¹

¹ Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC

Resumo: O conhecimento científico e a experiência profissional são caminhos que levam o profissional a exercer a docência. O objetivo deste estudo consiste em verificar nos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses a relação entre a qualificação profissional docente com o desempenho discente no ENADE. Para tanto, foi realizado um estudo descritivo, documental e quantitativo, com uso do *software* estatístico SPSS. Com isso foi possível verificar por meio de análise de correlação, que universidades que possuem maior número de professores com qualificação profissional em seu corpo docente apresentaram notas inferiores no ENADE.

Palavras-chave: Docência. Ensino superior. Qualificação profissional. ENADE.

Introdução

As propostas pedagógicas e estratégias de ensino são atribuições dos professores no desenvolvimento de seu trabalho docente. No âmbito das universidades, a mera transmissão de conhecimentos não mais atende aos objetivos do mundo contemporâneo visto a necessidade em desenvolver capacidades críticas e habilidades dos estudantes. Para exercer a docência, Masetto (2003) comenta que até pouco tempo era necessário ter destaque profissional em sua área, colocando em segundo plano a formação pedagógica destes profissionais.

Em sintonia com o autor, Cunha (2004) menciona que a formação do professor universitário se constituiu com base na profissão que exerce vindo ao encontro da máxima “quem sabe fazer, sabe ensinar”, influenciado pela supremacia do

conhecimento técnico em detrimento ao pedagógico, fato que desvaloriza esse campo na formação dos docentes.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB/1996 não contempla nenhuma exigência referente à formação pedagógica do docente do ensino superior. Contudo a Instituição de Ensino precisa manter, pelo menos, um terço do seu corpo docente com titulação acadêmica de mestrado ou doutorado.

Estudiosos tanto da área da educação, quanto da contabilidade, tais como Vasconcelos (2000), Masetto (2003), Cunha (2004), Laffin (2011), Miranda (2013) mencionam a necessidade de qualificação que são indispensáveis para o exercício profissional do educador.

No que tange especificamente a qualificação dos docentes dos cursos de Ciências Contábeis, há três tipos: qualificação acadêmica, qualificação profissional e qualificação pedagógica. A **qualificação acadêmica** refere-se a formação do professor no tocante a pós-graduação nos níveis *Lato Sensu* (MBA e especialização) e *Stricto Sensu* (mestrado e doutorado); a **qualificação profissional** caracteriza-se pelo contato do professor com o mercado de trabalho; e, por fim, a **qualificação pedagógica** que está voltada à preparação do professor nos aspectos pedagógicos para exercício da docência (MIRANDA, 2013).

No que diz respeito ao desempenho discente, o Ministério da Educação (MEC) implantou, com o objetivo de garantir a qualidade do ensino superior, sistemas avaliativos que vem sendo remodelados e aplicados desde 1996. Atualmente, o Exame Nacional de Desempenhos de Estudantes (ENADE) tem por objetivo aferir o desempenho dos acadêmicos em relação aos conteúdos programáticos e suas habilidades e competências no decorrer do curso (GUIMARÃES, et al, 2015). Para os cursos de graduação em Ciências Contábeis, o ENADE foi aplicado em 2006, 2009, 2012 e em 2015 (este último, não dispõe de resultado divulgado).

Neste contexto, mediante o baixo desempenho apresentado pelos acadêmicos dos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses no ENADE em sua edição de 2012, têm-se a seguinte questão de pesquisa: Há relação entre a qualificação docente com o desempenho discente apresentado pelos acadêmicos dos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses no ENADE?

O objetivo geral desta pesquisa é verificar nos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses a relação entre a qualificação profissional docente com o desempenho discente no ENADE. Para tanto se fez necessário: i) identificar as

universidades catarinenses que ofertam cursos de Ciências Contábeis, bem como, os professores que lecionam os conteúdos de conhecimentos específicos; ii) averiguar, por meio do *currículo Lattes*, a qualificação profissional destes docentes; iii) investigar o resultado no ENADE (2012) dos cursos de Ciências Contábeis das universidades pesquisadas.

O presente trabalho busca contribuir para as Ciências Contábeis especialmente ao ensino, visto que repensa a prática docente, aludindo aspectos da formação acadêmica, profissional e pedagógica dos professores dos cursos de Ciências Contábeis. Além disso, contribui para a melhor formação do corpo docente das universidades, pois no processo de ensino-aprendizagem, o papel do docente é de fundamental importância, na medida em que, o professor é o “elemento facilitador, orientador e incentivador” deste processo (MASETTO, 1998).

Este artigo está estruturado em cinco seções, incluindo esta introdução. A segunda seção aborda o perfil, a qualificação acadêmica, pedagógica e profissional do professor universitário. A terceira descreve metodologia empregada no estudo e na quarta apresenta-se os resultados referente a relação entre a qualificação profissional do docente com o desempenho discente apresentado pelos acadêmicos dos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses no ENADE. Por fim, a quinta seção é dedicada às conclusões.

Referencial Teórico

A presente seção tem por objetivo elucidar o perfil dos professores universitários bem como as qualificações necessárias para o exercício da docência nos cursos de graduação em Ciências Contábeis.

O Professor Universitário

Para a compreensão do perfil do professor universitário faz-se necessário, primeiramente, refletir sobre os aspectos que envolvem o processo de ensino-aprendizagem e a prática docente na universidade.

O objetivo principal dos cursos de graduação é o aprendizado dos discentes e o professor faz parte deste processo, não apenas em relação ao ensino, mas também à aprendizagem. Por este prisma, faz-se necessário que o professor tenha consciência que o foco principal é a aprendizagem pelo aluno do conteúdo abordado,

e não a mera transmissão de conhecimentos de sua parte (CRUZ; CORRAR; SLOMSKI, 2008).

Para Masetto (2010), a aula é “tempo e espaço do professor e do aluno”. Nesse momento, docente e discente precisam trabalhar em parceria. O professor tem como tarefa o planejamento de atividades, estudos, aplicações práticas, estratégias, técnicas avaliativas, interação, trabalhos em equipe, enfim, metodologias capazes de promover um ambiente propício para o aprendizado de seu aluno. Ao aluno cabem atitudes ativas no que se refere à participação, execução de atividades propostas pelo docente, de perguntar, debater, trocar informações, de ser um aluno atuante para que o principal objetivo da aula, que é o aprendizado, seja culminado.

O encontro do aluno e do professor, durante a aula, é considerado por Masetto (2010) um momento de extrema valia em que “ambos trazem suas colaborações, criam condições de troca de pesquisa, de estudo, de debate, de perguntas e apresentação de dúvidas, de solução de problemas”. O autor afirma que sem uma preparação anterior, tanto da parte do professor quanto do aluno, os resultados esperados não seriam alcançados, nem em uma aula expositiva.

Traçando um diagnóstico do ambiente de aula, Mello e Francisco (2015) afirmam ser perceptível o desinteresse dos estudantes diante de aulas monótonas, em que o professor se coloca como detentor do saber, transmitindo o conteúdo, sem a preocupação da aprendizagem do aluno. Em contraponto, os autores evidenciam que o espaço de sala de aula, utilizado como um ambiente dinâmico e interativo, que oportuniza intervenções e manifestações faz com que o estudante saia de um estado de passividade para se tornar autônomo em sua própria aprendizagem.

No ensino da Contabilidade, Laffin (2011) aponta dois resultados distintos de aprendizagem decorrente da concepção do professor sobre o processo de ensinar: a) desenvolvimento cognitivo e sociocultural; ou b) transmissão e reprodução de conhecimentos.

Neste cenário proposto por Laffin (2011) torna-se imperioso que o estudante compreenda os objetivos do ensino e a partir disso aprimore sua maneira de aprender e que o professor deve expressar sua compreensão sobre os mais diversos recursos metodológicos a serem utilizados em suas aulas.

Enriconeet al., (2008) entendem como função social da universidade a relação entre o ensino, pesquisa e extensão, em associação com o desenvolvimento de um novo paradigma educacional. Assim, por meio da reflexão da prática docente, da

relação professor aluno nos espaços formativos com novos métodos de ensino utilizando, inclusive, os recursos tecnológicos.

Para Guimarães e Volpato (2016), o professor universitário é o responsável pela aplicação das propostas pedagógicas atribuídas pelo curso, desenvolvendo estratégias e despertando situações capazes de estimular a aprendizagem do acadêmico. A tríade: ensino, pesquisa e extensão, está sendo cada vez mais estimulada pelas instituições de ensino superior, e o perfil dos professores deverá atender a essas novas premissas.

A Qualificação do Professor Universitário

Segundo Vasconcelos (2000, p. 24), “Conhecer todas as nuances e possibilidades de sua profissão é condição essencial para bem exercê-las”.

Partindo da afirmação de Vasconcelos (2000), busca-se, nesta seção, elucidar os aspectos essenciais para a capacitação do docente universitário. Para tanto, serão utilizados os estudos de Masetto (1998; 2003), Volpato (2010), Laffin (2011) e Miranda (2011; 2013), entre outros.

a) Qualificação Acadêmica

Para Miranda (2013), a qualificação acadêmica do docente de Ciências Contábeis, refere-se ao desenvolvimento de pesquisas elaboradas com base em temas que leciona.

Diante disso, se faz necessário salientar que a pós-graduação nos níveis de mestrado e doutorado (*Stricto Sensu*) além de formar pesquisadores, possui caráter acadêmico, haja vista que o pós-graduando ao se aprofundar nas pesquisas passa a desenvolver, aprimorar e (re) pensar sua própria prática docente. A pós-graduação no nível (*Lato Sensu*) objetiva especializar o profissional que deseja atuar no mercado de trabalho.

b) Qualificação Profissional

Volpato (2010) menciona que até pouco tempo, as instituições de ensino convidavam profissionais de destaque em suas áreas de formação para lecionar no ensino superior tendo em vista que a docência se justificava para formar profissionais competentes tecnicamente. Logo, valiam-se da máxima de “quem sabe, automaticamente, sabe ensinar” (MASETTO, 1998, p. 11).

O conhecimento científico e a experiência profissional são fatores substanciais que conduzem o professor ao caminho da docência. A afinidade entre o exercício profissional praticado no mercado de trabalho, as práticas de ensino, e os bons resultados profissionais, mostram que o exercício da profissão é fator importante para este tornar-se professor. Portanto, percebe-se que o exercício da docência é subsidiado pelos conhecimentos oriundos das práticas profissionais Enricone et al., (2008).

O professor deve ser portador de conhecimentos oriundos das práticas profissionais nas quais seus alunos estão sendo formados, pois o vínculo existente entre a teoria e prática são pontos importantes para o exercício da docência no ensino superior. Para o autor não há dúvidas de que um professor detentor de conhecimentos técnicos científicos e ainda experiência profissional na área em que atua, torna-o um docente mais atualizado e capaz de aplicar a teoria na prática de seus discentes (NOSSA, 1999).

Vasconcelos (2000) utiliza da terminologia ‘aspectos de formação prática’ para destacar o conhecimento do professor e a habilidade de relacioná-lo com a prática utilizando-se de exemplos com vista ao favorecimento da aprendizagem.

Especificamente, para o ensino da Ciência da Contabilidade, o docente que conhece o cotidiano que envolve a profissão pode construir pontes no que necessita ser ensinado na academia, oferecendo condições de uma aprendizagem significativa (MIRANDA, 2011).

c) Qualificação Pedagógica

Para Volpato (2010) um profissional inserido no mercado de trabalho que repentinamente torna-se professor, comumente recebe o ementário pronto, com isso prepara suas aulas solitariamente. Este docente pode tornar-se, segundo o autor um “dador de aulas”, sem capacidade crítica e de reflexão, que são pontos característicos de professor universitário.

As políticas de formação docente são consequência das mudanças no trabalho pedagógico. Neste sentido os cursos de metodologia do ensino superior contribuem para a reflexão acerca das principais funções da universidade, que é o ensino. Ademais, o desenvolvimento dos projetos pedagógicos tem demandado estudos acerca do vínculo existente entre o ensino, pesquisa e extensão, e a pedagogia universitária está promovendo reflexões envolvendo as questões voltadas às

metodologias de ensino e articulação com a pesquisa e a extensão (ENRICONE et al., 2008).

Para Nossa (1999) a falta de conhecimentos pedagógicos por parte do professor pode dificultar seu compromisso com as ações desenvolvidas com seus discentes, com a instituição na qual atua e com a comunidade, pois a qualificação pedagógica ultrapassa os conteúdos que o professor ensina no seu fazer docente.

No ensino da Contabilidade, os contadores experientes, com profundos conhecimentos técnicos e legais, há alguns anos, rumavam a disseminar seus conhecimentos obtidos no mercado de trabalho ao meio acadêmico. Hodiernamente, além dos conhecimentos provenientes do exercício da profissão, o docente da área de Ciências Contábeis necessita de conhecimentos teóricos, estruturais, didáticos e pedagógicos para o exercício da docência (ANDERE; ARAUJO, 2008).

Contudo o docente que não possui qualificação pedagógica poderá oprimir os atributos de um professor adequado para o ensino. Os problemas de ensino vinculados a docentes que impossibilitam o aprendizado dos alunos podem ser minimizados por meio do aperfeiçoamento pedagógico do professor. A competência pedagógica docente faz com que os aspectos relacionados ao ensino e a educação surjam de forma instintiva (NOSSA, 1999).

Além da qualificação acadêmica, profissional e pedagógica citadas por Miranda (2013) como meios substanciais do processo de ensino-aprendizagem, Masetto (1998) destaca também a qualificação política, que defende a máxima de que a educação deve ser vista “como um ato político, intencional, para o qual se exige ética e competência”.

O professor como um cidadão comprometido com o seu tempo, ao entrar no espaço de sala de aula, precisa refletir de forma conjunta com seus alunos a respeito do momento em que vivem. Para tanto, faz-se um retrospecto de sua história e consequências na atualidade, com o objetivo de formar profissionais atentos ao contexto e as mudanças sociais (MASETTO, 1998).

O professor estará aberto para o que se passa na sociedade, fora da universidade ou faculdade, para suas transformações, evoluções, mudanças; atento para as novas formas de participação, as novas conquistas, os novos valores emergentes, as novas descobertas, as novas proposições, visando mesmo abrir espaço para discussão e debate com seus alunos sobre esses aspectos, já que eles afetam a formação e o exercício profissionais (MASETTO, 1998, p. 23).

Ademais, há de se considerar que o professor universitário está inserido em uma instituição de ensino, que por sua vez, possui objetivos educacionais e sociais próprios. A dimensão política do professor e os objetivos institucionais precisam estar em sinergia para oportunizar a formação de profissionais atualizados face às mudanças que, diariamente afetam a sociedade, assumindo um papel de agente transformador com pleno exercício profissional e de cidadania.

O ENADE

O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE) faz parte do Sistema de Avaliação do Ensino Superior (SINAES), sendo um componente curricular obrigatório, tem a função de avaliar o desempenho dos estudantes universitários em relação aos conteúdos programáticos, suas habilidades e competências.

O ENADE é periodicamente aplicado aos alunos dos cursos de graduação, ingressantes e concluintes. A avaliação do exame ocorre no máximo de três em três anos (MIRANDA, 2012).

Os instrumentos do ENADE são: prova; questionário de impressões dos estudantes sobre a prova; questionário do estudante; e questionário do coordenador do curso. A prova é composta por 40 questões, sendo 10 inerentes a formação geral e 30 sobre formação específica da área, contendo questões discursivas e de múltipla escolha (GUIMARÃES, et al., 2015).

Para os cursos de Ciências Contábeis as 30 questões que tratam de conteúdos de formação específica da área estão balizadas pela Resolução n. 10, do CNE, de dezembro de 2004. A referida resolução, dentre outros temas, menciona que os cursos deverão contemplar em seu PPC e em seu currículo conteúdos para o conhecimento do cenário econômico e financeiro, nacional e internacional, observando o perfil do egresso e que atendam os seguintes campos interligados: formação básica, específicos de formação profissional e de formação teórico-prática (GUIMARÃES, et al., 2015).

Os conteúdos de Formação Básica referem-se à construção de conhecimentos sobre outras áreas, tais como: Administração, Economia, Direito, Métodos Quantitativos, Matemática e Estatística. A Formação Profissional trata de conteúdos de: Teoria da Contabilidade, Contabilidade Geral, Contabilidade Pública, Análise das Demonstrações Contábeis, Contabilidade de Custos, Contabilidade Tributária, Auditoria, Perícia, Arbitragens, Controladoria e Atuariais. A Formação Teórico-Prática

baseia-se no estágio curricular supervisionado, atividades complementares, estudos independentes, conteúdos optativos e prática em laboratório de informática (BRASIL, 2004).

O ENADE é um dos dispositivos que garantem a sustentabilidade do sistema de educação superior (PEDERNEIRAS et al., 2011).

Procedimentos Metodológicos

Em relação aos objetivos, este estudo caracteriza-se como descritivo, pois Andrade (2002) destaca que a pesquisa descritiva se preocupa em observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos sem a interferência do pesquisador. Desta forma, este estudo descreve o desempenho dos acadêmicos dos cursos de graduação em Ciências Contábeis no ENADE 2012, bem como apresenta a qualificação dos docentes que lecionam os conteúdos de conhecimento específicos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses.

No que se refere a análise dos dados, utiliza-se a abordagem quantitativa, a qual

caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto na modalidade de coleta de informações, como no tratamento destas através de técnicas estatísticas, desde a mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc (RICHARDSON et al., 1999, p. 39).

O estudo também contempla abordagem qualitativa, a qual tem por objetivo

compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos (RICHARDSON et al., 1999, p. 39).

Como forma de averiguar a relação entre a qualificação profissional do docente e o desempenho discente, foi realizada uma análise de correlação por meio do *software* SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Segundo Stevenson (2001, p. 367) “o objetivo do estudo correlacional é a determinação da força do relacionamento entre duas observações emparelhadas, pois indica até que ponto os valores de uma variável estão relacionados com os de outra”.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa classifica-se como documental, na medida em que busca selecionar, tratar e interpretar os dados que ainda não passaram por análise aprofundada (BEUREN, et al., 2006). Buscou-se averiguar por meio dos currículos *Lattes* os docentes que lecionam as disciplinas de conteúdos de conhecimentos específicos dos cursos de ciências contábeis. Também utilizou-se os resultados obtidos no ENADE 2012 por meio de consulta ao site do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP).

Resultados e Discussão

Nessa sessão, apresentam-se os resultados referentes à coleta de dados realizada por meio do currículo *Lattes* dos professores dos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses.

A pesquisa

Conforme exposto anteriormente, com o propósito de verificar a possível relação entre o desempenho dos acadêmicos de Ciências Contábeis no ENADE e a qualificação profissional dos professores, realizou-se uma análise de correlação entre as variáveis: a) Qualificação Profissional do Professor; e, b) Nota do ENADE. Importante ressaltar que a nota ENADE utilizada neste estudo diz respeito ao ano de 2012, visto que as notas relativas ao exame aplicado em 2015 não foram divulgadas até o momento.

Para identificar a primeira variável “Qualificação Profissional do Professor” inicialmente, buscou-se no site do INEP, as universidades catarinenses que ofertam cursos de Ciências Contábeis que obtiveram nota (faixa)3 no ENADE, obtendo-se o resultado de 12 instituições, as quais são: Universidade Regional de Blumenau (FURB); Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC); Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade do Contestado (UNC); Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC); Universidade do Alto Vale do Rio do Peixe (UNIARP); Universidade do Planalto Catarinense (UNIPLAC); Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL); Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI); Universidade da Região de Joinville (UNIVILLE); Universidade Comunitária da Região de Chapecó (UNOCHAPECÓ); Universidade do Oeste De Santa Catarina (UNOESC).

Dando sequência, buscou-se identificar na prova do ENADE de 2012 quais disciplinas de conhecimentos específicos estavam contempladas nas questões, a

saber: Contabilidade Financeira, de Custos, Pública, Tributária, Gerencial, Auditoria, Perícia, Análise das Demonstrações Contábeis e Teoria da Contabilidade.

De posse destas informações, as universidades citadas foram contatadas, via telefone, com intuito de identificar os professores que lecionam as disciplinas anteriormente mencionadas, obtendo-se retorno de 6 universidades, conforme mostra o Quadro 1:

Quadro 1 - Universidades e Nota ENADE

| UNIVERSIDADES | NOTA ENADE |
|----------------------|-------------------|
| UNESC | 2,81 |
| UNIVALI | 3,63 |
| UDESC | 3,36 |
| FURB | 4,37 |
| UFSC | 3,49 |
| UNOCHAPECÓ | 2,88 |

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Das universidades que se disponibilizaram participar desta pesquisa, a FURB obteve a melhor nota no ENADE 2012 (4,37), seguida da UNIVALI (3,63) e da UFSC (3,49).

Posteriormente, realizou-se a análise dos currículos *Lattes* com a finalidade de averiguar a existência da atuação profissional, além da docência, dos professores que lecionam os conteúdos específicos de formação profissional nos cursos de Ciências Contábeis das universidades participantes do estudo. O Quadro 2 apresenta o percentual de docentes com qualificação profissional

Quadro 2 - Universidades e Percentual de Docentes com Qualificação Profissional

| Universidades | % de docentes com Qualificação Profissional |
|----------------------|--|
| UNESC | 90% |
| UNIVALI | 30% |
| UDESC | 22,22% |
| FURB | 11,11% |
| UFSC | 20% |
| UNOCHAPECÓ | 70% |

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

Por meio da análise dos Quadros 1 e 2, observa-se que as universidades que oferecem cursos de Ciências Contábeis e que mantêm em seus quadros professores que, além da docência, exercem outra atividade profissional, superior a 50% foram as que apresentaram menores notas no ENADE.

Para culminar os objetivos da pesquisa, foi realizado um teste de correlação por meio do *software* SPSS, a fim de identificar a possível relação entre a formação profissional do professor universitário com o desempenho dos no ENADE. A Tabela 3 apresenta os resultados do teste de correlação.

Tabela 3 - Universidades e Percentual de Docentes com Qualificação Profissional

| Correlação | Qualificação Profissional | Nota no ENADE |
|---------------------------|----------------------------------|----------------------|
| Qualificação Profissional | 1 | 0,454 |
| Nota no ENADE | 0,454 | 1 |

Fonte: Autores (2016).

O teste estatístico obtém resultados entre “0” e “1”. Os resultados mais próximos de “0” apresentam baixa correlação, e os resultados próximos de “1” apresentam alta correlação.

Como resultado obteve-se uma fraca correlação, indicando que, quanto maior o número de professores inseridos no mercado de trabalho compondo o corpo docente das universidades, menor será a nota obtida no ENADE.

Considerações Finais

As discussões sobre as competências necessárias para o exercício da docência em nível superior vêm adentrando a agenda de discussões no campo educacional. Até pouco tempo os profissionais que se destacavam no exercício de sua profissão eram convidados a lecionar, fato que privilegia o conhecimento em detrimento ao pedagógico. Os estudiosos na área da educação e da contabilidade apontam a necessidade de qualificação acadêmica, qualificação profissional e qualificação pedagógica para o exercício do fazer docente.

Este artigo, ao abordar os tipos de qualificação descritos na literatura, objetivou verificar a existência de relação entre a qualificação profissional dos docentes que lecionam os conteúdos específicos de formação profissional nos cursos de Ciências Contábeis das universidades catarinenses com o desempenho obtido no ENADE 2012.

Por meio de um teste de correlação utilizando-se o *software* SPSS, observou-se que os cursos que comportavam em seu corpo docente maior número de professores exercendo atividade profissional além da docência (qualificação profissional) apresentaram notas inferiores no ENADE referente ao ano de 2012.

Resultado semelhante foi obtido na pesquisa de Miranda (2013) na qual apontou que as universidades com o corpo docente composto em sua maioria por mestres e doutores (qualificação acadêmica) apresentaram notas superiores no ENADE. Tal resultado pode ser explicado em razão de que as provas do ENADE são elaboradas por professores com titulação de Mestres e Doutores.

Há de se considerar, no âmbito universitário, que o docente disponha das três qualificações apontadas pelos autores: a titulação em nível *Stricto Sensu* (qualificação acadêmica); experiência da prática profissional (qualificação profissional); e; a preparação para o exercício da docência (qualificação pedagógica).

Espera-se com este estudo que seus resultados aprimorem as discussões sobre a formação do corpo docente dos cursos de Ciências Contábeis, bem como possibilitem contribuições para a execução de políticas que possam contribuir com a formação discente, tanto no meio acadêmico quanto no meio profissional.

Referências

ANDERE, Maira Assaf; ARAUJO, Adriana Maria Procópio de. Aspectos da formação do professor de ensino superior de ciências contábeis: uma análise dos programas

de pós-graduação. **Revista Contabilidade e Finanças**, Ribeirão Preto, v. 19, n. 48, p. 91-102, dez. 2008. Disponível em:
<<http://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34273>>. Acesso em: 16 jul. 2016.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 165p.

BRASIL. Resolução CNE/CES 10, de 16 de dezembro de 2004. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Ciências Contábeis, bacharelado, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, seção 1, pt.1, p. 4, 16 dez. 2004.

CRUZ, Cássia Vanessa Olak Alves; CORRAR, Luiz Joao; SLOMSKI, Valmor. A docência e o desempenho dos alunos dos cursos de graduação em Contabilidade no Brasil. **Contabilidade Vista e Revista**, Belo Horizonte, v.19, n. 4, p. 15-37, out./dez. 2008. Disponível em:
<<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/view/366>>. Acesso em: 29 mar. 2016.

CUNHA, Maria Isabel da. Diferentes olhares sobre as práticas pedagógicas no ensino superior: a docência e sua formação. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 27, n.3, p.525-536, 2004. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/view/397>>. Acesso em: 29 mar. 2016.

ENRICONE, Délcia et al. **A docência na educação superior: sete olhares**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. 130p.

GUIMARÃES, Milla; CITTADIN, Andréia; GIASSI, Dourival; BORTOLUZZI, Morgana. Componentes específicos aferidos no Enade e as matrizes curriculares dos cursos de graduação em ciências contábeis das universidades catarinenses. In: GUIMARÃES, M. L. F.; CITTADIN, A.; GIASSI, D. (Orgs.). **Saberes Contábeis**. 2 ed. Curitiba: Multideia, 2015. p. 13-31.

GUIMARÃES, Milla; VOLPATO, Gildo. Formação Pedagógica: a Percepção dos Docentes do Curso de Ciências Contábeis em uma Instituição de Ensino Catarinense. **Revista de Ensino, Educação e Ciências Humanas**, Londrina, v.17, n. 2, p. 164-171, 2016. Disponível em:
<<http://pgsskroton.com.br/seer/index.php/ensino/article/view/3947>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

LAFFIN, Marcos. **Contabilidade e ensino: mediações pedagógicas**. 1 ed. Florianópolis: Núcleo de Publicações do CED/UFSC, 2011. 293p.

MASETTO, Marcos Tarciso. **O professor na hora da verdade: a prática docente no ensino superior**. 1 ed. São Paulo: Avercamp, 2010. 192p.

MASETTO, Marcos Tarciso. **Docência na universidade**. 1 ed. São Paulo: Papirus, 1998. 112p.

MASETTO, Marcos Tarciso. **Competência pedagógica do professor universitário**. 1 ed. São Paulo: Summus, 2003. 194p.

MELLO, Maria Aparecida; FRANCISCO, Thiago Henrique. O ser e o fazer da docência: uma reflexão à luz de novas perspectivas metodológicas para o ensino superior. In: PREVE, Daniel; SOUZA, Ismael Francisco de; MELLO, Maria Aparecida (Orgs.). **O saber e o fazer dos docentes no âmbito das ciências sociais aplicadas**. 3 ed. Curitiba: Multideia, 2015. p. 13-28.

MIRANDA, Gilberto; NOVA, Silvia Casa; CORNACHIONE JUNIOR, Edgard. Ao Mestre com Carinho: relações entre as qualificações docentes e o desempenho discente em Contabilidade. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 15, n. 48, p. 462-480, 2013. Disponível em: <https://rbgn.fecap.br/RBGN/article/viewFile/1351/pdf_14> Acesso em: 29 mar. 2016.

MIRANDA, Gilberto. Relações entre as qualificações do professor e o desempenho discente nos cursos de graduação em contabilidade no Brasil. 2011. 211 p. Tese de (Doutorado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

NOSSA, Valcemiro. Formação do corpo docente dos cursos de graduação em Contabilidade no Brasil: uma análise crítica. **Caderno de Estudos**, São Paulo, v. 11, n. 21, p. 01-20, mai./ago. 1999. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/cest/article/view/5649>>. Acesso em: 16 jun. 2016.

PEDERNEIRAS, Marcleide Macedo et al. Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes na visão de líderes formais. **Ensaio: avaliação e políticas públicas em educação**. Rio de Janeiro, v. 19, n. 71, p. 381-400, abr./jun. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40362011000300009&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 16 Jun. 2016.

RICHARDSON, Roberto *et al.* **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999. 336p.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais**. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.) Como elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: teoria e prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014, p. 76-96.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. 1 ed. São Paulo: Harbra, 2001. 495p.

VASCONCELOS, Maria Lúcia. **A formação do professor do ensino superior**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 2000. 74p.

VOLPATO, G. **Profissionais liberais professores: aspectos da docência que se tornam referência na Educação Superior**. Curitiba: Ed. CRV, 2010. 201p.

Instituição de Fomento: Universidade do Extremo Sul Catarinense

Autor: Eduardo Tramontin Castanha

E-mail: eduardo_tramontin@hotmail.com

SISTEMA DE ESCRITURAÇÃO DIGITAL DAS OBRIGAÇÕES FISCAIS, PREVIDENCIÁRIAS E TRABALHISTAS (eSOCIAL): OS DESAFIOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DE ROTINAS DIANTE DA GESTÃO ORGANIZACIONAL

Gestão e estratégia das organizações

Melissa Chanazis Valentini¹; Adriana Carvalho Pinto Vireira¹; Cristina Keiko Yamaguchi¹

¹Universidade Extremo Sul Catarinense

Resumo: O acesso as informações relevantes dentro das organizações é assunto corrente, principalmente em um mundo baseado em sistemas da informação. Por consequência as inovações nos sistemas da informação são presentes também nos procedimentos realizados pela Fazenda Pública, portanto, o presente estudo tem como objetivo apresentar como as empresas estão praticando a gestão e compartilhamento do conhecimento para se adequarem ao projeto eSocial - Sistema de Escrituração Fiscal Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas.

Palavras-chave: Gestão da informação. Compartilhamento da informação. Relações de trabalho. SPED Folha.

Introdução

Em tempos atrás, a contratação de um empregado em uma empresa era validada apenas como o registro da CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social e do pagamento do salário ajustado. Felizmente as organizações foram se adequando, organizando-se por departamentos, além da escrita contábil, surgindo setores importantes como o Departamentos Pessoal e Recursos Humanos.

Embora a conquista da estruturação setorial pertinente as relações do trabalho e emprego, as obrigações aos órgãos governamentais ainda são impostas de forma descentralizada, sem integração aos órgãos competentes, gerando, por consequência duplicidades de informações e demanda excessiva das obrigações impostas as organizações.

Felizmente, através do Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007, o Sistema Público de Escrituração Digital (Sped), foi implementado, constituindo um grande avanço na informatização da relação entre o fisco e os contribuintes.

O eSocial terá o desafio de criar a folha de pagamento digital padronizada que substituirá a obrigatoriedade da folha de pagamento impressa, enviando as informações a um ambiente nacional compartilhado.

Nesse contexto de informatização e simplificação tributária as organizações e os órgãos federais estão tratando o presente projeto como o maior desafio enfrentado, pois há que se estruturar dentro das empresas a gestão e o compartilhamento das informações que deverão ser informadas ao governo, gestão que envolverá setores como, departamento pessoal, recursos humanos, contábil, jurídico e segurança e medicina do trabalho.

Nesse sentido, cria-se a discussão das dificuldades enfrentadas nas organizações para compilar todos os dados necessários para o envio ao eSocial, em especial, quanto a gestão e compartilhamento das informações entre os setores das empresas.

O objetivo primordial da pesquisa foi investigar a gestão do conhecimento nas organizações, através do subsídio da tecnologia da informação, veiculada pelo Sped denominado eSocial.

Procedimentos Metodológicos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa e o procedimento de coleta de dados foi utilizado por meio de roteiro de pesquisa, instrumentalizado pelo aplicativo google docs, contendo 18 (dezoito) questões abertas e fechadas, envolvendo público alvo de 70 (setenta) empresas localizadas no sul do estado de Santa Catarina.

Trata-se também de pesquisa de bibliográfica com estudo por meio do Manual do e-Social, livros e artigos relacionados a gestão do conhecimento para dar sustentação teórica ao tema abordado.

Resultados e Discussão

Modelo atual do cumprimento das obrigações perante a legislação trabalhista e previdenciária

Todas as organizações, sejam representadas por empresas privadas e/ou entidades públicas estão sujeitas às regras trabalhistas, previdenciárias e fiscais. Para as empresas privadas que mantém empregados contratados, devem seguir o Decreto Lei nº 5.452 de 01 de maio de 1943 - CLT – Consolidação das Leis do Trabalho (CLT),

instrumento que consolidou as leis trabalhistas vigentes no Brasil e o os Planos de Benefícios da Previdência Social, estabelecidos na Lei ordinária 8.213/1991, além de outras leis e normas correlatas.

Atualmente os registros trabalhistas, previdenciários e fiscais são gerados de forma descentralizada, por meio de PGD – Programas Geradores de Documentos, ou seja, cada empresa possui base de dados intermediários para manutenção de suas obrigações mensais e anuais aos órgãos competentes.

A falta de centralização dos arquivos digitais, muitas vezes reflete a descentralização das informações nos próprios departamentos, cita-se, por exemplo, que muitas empresas, de pequeno ou grande porte diante de uma gestão de dados descentralizada, contratam funcionários, realizam os procedimentos de registro do CTPS, geram a folha de pagamento, através de um sistema de folha particular e, por livre arbítrio, esquecimento ou erro dos seus operadores podem ou não declarar os dados empregado aos órgãos competentes, de forma divergente para cada PGD, por meio dos programas gerenciais como SEFIP, GFIP, CAGED, RAIS, DIRF.

No modelo atual, o país enfrenta leis arcaicas, procedimentos morosos e obrigações com informações duplicadas e desinformadas, que dificultam tanto a organização interna das empresas quanto a gestão pelos próprios órgãos fiscalizadores.

Modelo regulamentado pelo fisco - sistema público de escrituração digital - sped

O SPED foi regulado pela Decreto nº 6.022/07 e é atrelado a Receita Federal do Brasil. O objetivo principal é aprimorar e proporcionar maior eficiência efetividade na administração tributária brasileira, por meio da integração, racionalização de esforços e recursos, atendendo ao mesmo tempo às necessidades dos contribuintes.

Por meio do SPED é possível garantir uma padronização e compartilhamento das informações contábeis e fiscais. Na prática, as informações sobre a gestão de financeira e tributária, por exemplo, migraram do suporte físico, do papel para o digital, por meio de documentos e livros fiscais eletrônicos.

Escrituração fiscal digital social – efd – social

A Escrituração Fiscal Digital das obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias foi instituída pelo Decreto 8.373/14, compondo um projeto do Governo Federal, Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), do Ministério do Trabalho e

Emprego (MTE), do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), da Caixa Econômica Federal (CEF) e do Ministério da Previdência (MPS), visando a entrega pela empresa de todas as declarações, resumos para recolhimento de tributos oriundos da relação trabalhista e previdenciária, bem como informações relevantes ao contrato de trabalho em arquivo digital único.

Conforme Manual do eSocial, são objetivos do eSocial: viabilizar a garantia de direitos previdenciários e trabalhistas aos trabalhadores, simplificar o cumprimento de obrigações e aprimorar a qualidade de informações das relações de trabalho, previdenciárias e fiscais.

É um projeto inovador que visa unificar dados, informações e procedimentos, viabilizando a garantia de direitos previdenciários e trabalhistas. As informações encaminhadas ao eSocial deverão ser prestadas por meio de grupos de eventos, como iniciais, de tabelas, não periódicos e periódicos, cada evento correspondente a um leiaute específico, elencados no Anexo I, do MOS 2.1.

O eSocial pode ser como a escrituração digital com maior volume de informações, pois, em princípio, é composto de 39 arquivos, com mais de 200 campos.

Os arquivos digitais serão gerados a cada evento relacionado a contratação de serviço, seja por trabalhador celetista, autônomo, avulso e cessão de mão de obra, além de eventos relacionado a fatos geradores de INSS e IRRF tais como aquisição de produção de produtor rural, envio de capital ao exterior, entre outros.

Os eventos que compõem o eSocial deverão ser transmitidos mediante autenticação e assinatura digital utilizando-se certificado digital válido no âmbito da Infraestrutura de Chaves.

O primeiro layout foi disponibilizado na versão 1.0, no qual o governo federal, estipulou prazo de início da obrigatoriedade, que posteriormente foi prorrogado, adequando o layout para a versão 2.1, ainda em tramitação.

Portanto, o eSocial estabelece a forma com que passam a ser prestadas as informações trabalhistas, previdenciárias e fiscais relativas à contratação e utilização de mão de obra onerosa, com ou sem vínculo empregatício, e de produção rural, por intermédio da plataforma XML, simplificando o cumprimento das obrigações, fazendo isso de modo centralizado.

Sem dúvida é um projeto que compilará várias informações com a integração dos dados armazenados em vários departamentos da empresa, por isso, se a organização não mantém pessoas e sistemas integrados entre setores, necessário o

desenvolvimento de integração dos setores, trabalho que mudará a cultura da empresa e revisão dos procedimentos adotados em consonância com a legislação vigente.

Conforme Fontani (2015) as empresas deverão revistar todos os seus procedimentos, adequando suas rotinas e informações para alimentar todos os arquivos que compõem o eSocial, em especial, os eventos, como as “Tabelas de Rubricas”, “Tabela de Lotações Previdenciárias”, “Cadastramento Inicial do Vínculo e Admissão de Trabalhador”, “Monitoramento da Saúde do Trabalhador”, “Condições Ambientais do Trabalho”, “Insalubridade, Periculosidade e Aposentadoria Especial” e “Remuneração do Trabalhador.”

Dentre as maneiras de analisar a composição da gestão do eSocial, de acordo com a proposta deste estudo, percebe-se que as organizações deverão integrar todos os departamentos envolvidos para o envio das informações, avaliando as tabelas e leiautes.

Conforme Resolução nº 1, de 24 de junho de 2015, do Comitê Diretivo do eSocial, as empresas que tiveram faturamento superior a R\$ 78 milhões no ano de 2014, passarão a utilizar o Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial) obrigatoriamente a partir da competência Setembro de 2016. Somente a partir da competência Janeiro de 2017 as empresas deverão transmitir informações sobre monitoramento da saúde do trabalhador e condições do ambiente de trabalho, bem como comunicação de acidente de trabalho. E a resolução dispõe ainda que para as demais empresas o novo sistema deverá iniciar na competência de janeiro de 2017, compreendendo, inclusive as microempresas, empresas de pequeno porte, como o empreendedor individual com empregado, o pequeno produtor rural, o contribuinte individual equiparado à empresa e o segurado especial que possua trabalhadores que lhes prestem serviços e nesses casos, os eventos relativos ao ambiente de trabalho deverão ser enviados a partir da competência Julho de 2017.

Antes da vigência programa, as empresas já podem ter acesso a página do Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas, acessível no sítio do próprio programa, por intermédio do Módulo Consulta Qualificação Cadastral on-line, instrumento que já pode ser utilizado para regularização do cadastro dos empregados.

Acredita-se que a ferramenta da Consulta Qualificação Cadastral, será o ponto inicial para integração das informações que deverão ser encaminhadas pelas organizações, pois a consulta verificará se há inconsistência nos dados cadastrais das bases de registro do Número de Identificação Social (NIS) e do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do trabalhador. A prévia validação dará segurança aos dados corretos, validando se o empregado se encontra apto a ser cadastrado no eSocial por seu empregador.

Gestão e compartilhamento do conhecimento

O objetivo do presente artigo aborda o tema gestão e o compartilhamento do conhecimento frente a era eSocial, tendo como referencial teórico o modelo de conversão do conhecimento (NONAKA e TAKEUCHI, 1997).

A gestão do conhecimento é fundamentada pela lógica do compartilhamento, contudo, muitas organizações possuem a apenas a finalidade de atrair e reter os bons funcionários, sem, entretanto, avaliar o seu planejamento estratégico, táticas e demais procedimentos para que todos esses conhecimentos consigam, em conjunto, fortalecer o negócio desenvolvido.

A administração do conhecimento é importante para alcançar resultados e de acordo com Terra, a gestão do conhecimento tem o papel de organizar as principais políticas, processos e ferramentais gerenciais e tecnológicas à luz de uma melhor compreensão dos processos de geração, identificação, validação, disseminação, compartilhamento, proteção e uso dos conhecimentos estratégicos para gerar resultados (econômicos) para a empresa e benefícios para os colaboradores internos e externos (stakeholders) (TERRA, <www.terraforum.com.br> Acesso em: 5 jul. 2011).

Conforme Nonaka e Takeuchi (1997) o compartilhamento do conhecimento numa organização é o processo de socialização a criação do conhecimento organizacional é um processo em forma de espiral, que inicia no nível individual, vai se ampliando e interagindo entre os setores na organização e com o ambiente externo.

Segundo os autores existem quatro modos de converter o conhecimento, como a socialização, internalização, externalização e combinação.

Análise dos resultados

A pesquisa foi realizada por meio de questionário aberto, abordando 70 (setenta) empresas situadas na região sul de Santa Catarina, obtendo resposta de

apenas 19 (dezenove) empresas, resultando uma representatividade de 27,14% do total de empresas da região objeto de estudo.

A pesquisa segue os conteúdos explanados na espiral do conhecimento.

Porte dos entrevistados

A pesquisa foi elaborada disponibilizando a identificação aos entrevistados referente o seu porte entre pequeno porte, médio porte e grande porte.

O percentual analisado resulta em 39% entrevistados enquadrados em porte médio, mantendo em seus quadros funcionais até 100 ou mais 100 empregados, 36% em porte pequeno com registro de até 10 empregados e 25% em grande porte com mais de 100 empregados.

Departamentos investigados

A pesquisa buscou os dados dos entrevistados para avaliar se as organizações possuem departamentos que integrem os dados aos EFD – Social, e se esses departamentos se localizam de forma interna ou externa de forma terceirizada.

Os resultados foram avaliados por porte dos entrevistados, na seguinte ordem:

Tabela 1 – Avaliação dos departamentos

| Departamentos | Pequeno Porte | Médio Porte | Grande Porte |
|---------------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------|
| Dep. Recursos Humanos | 20% Interna 80% Não Possui | 85% Interna 25% Externo | 100% Interna - |
| Dep. Pessoal | 80% Externa 20% Não Possui | 100% Interna - | 100% interna - |
| Dep. Contábil | 70% Externa 30% Não Possui | 100% Interna - | 100% Interna - |
| Dep. Jurídico | 20% Externo 80% Não Possui | 80% Interna 20% Externo | 100% Interna - |
| Dep. de Segurança e Saúde do Trabalho | 0% Não Possui - | 80% Externo 20% Interno | 100% Interno - |

Fonte: Autores (2016).

Os resultados obtidos demonstram que os entrevistados possuem os principais departamentos que compartilharão as informações que serão

encaminhados ao EFD - Social e somente as empresas de pequeno porte não possuem departamentos jurídicos e SST – Segurança e Saúde do Trabalhador.

Pessoas responsáveis pelo EFD – Social

Foi investigado se as empresas possuem pessoas responsáveis para dar andamento ao projeto EFD -Social e 80% (oitenta por cento) transmitiram que já possuem pessoas envolvidas no assunto, demonstrando, inclusive, que empresas de grande porte, possuem formação de comitês específicos.

Reuniões realizadas para expor informações sobre o EFD - Social

Os entrevistados responderam sobre a quantidade de reuniões já realizadas para exposição de seus conhecimentos sobre o EFD Social, e 84% firmaram que realizaram apenas uma reunião e 70% alegaram que as reuniões foram pouco produtivas, com a permanência de dúvidas.

Embora a sociabilidade esteja presente nas empresas pesquisadas, percebe-se que 65% (sessenta e cinco por cento) das empresas não conseguem transmitir corretamente suas experiências, pois conforme resultados, muitas empresas não disponibilizam tempo hábil para interação, através de reuniões entre os departamentos envolvidos, não conseguindo, a conversão do conhecimento tácito em conhecimento tácito e para que a sociabilização seja inteiramente satisfatória é necessário uma interação entre indivíduos estimulados a compartilhar seus conhecimentos, suas habilidades, ideias e experiências.

Compartilhamento das informações entre departamentos

Os entrevistados responderam que 75% compartilham as informações entre os departamentos estudados, através dos sistemas disponibilizados:

Tabela 2 – Compartilhamento das informações entre departamentos

| Instrumento | Pequeno Porte | Médio Porte | Grande Porte |
|---------------------|---------------|-------------|--------------|
| Sistema Integrado | - | - | 100% |
| Corresp. Eletrônica | - | 80% | 20% |
| Papel | 80% | 20% | - |

Fonte: Autores (2016).

Observa-se nos resultados que os departamentos não tem a prática de compartilhar os conhecimentos, pois os dados pertinentes a cada setor não estão sendo compartilhados de forma tácita ou explícita.

Caso a empresa possua processo administrativo ou judicial, por exemplo, com decisão/sentença favorável, suspendendo a incidência tributária sobre determinada rubrica, o jurídico deverá informar o departamento responsável pela folha para o lançamentos dos códigos de incidência suspensa “codIncCP”, “codIncIRRF” e “codIncFGTS”, os códigos de incidência suspensa. O evento S-1070 – Tabela de Processos Administrativos/Judiciais deve ser enviado antes deste evento.

Por consequência, as empresas envolvidas não conseguiram externalizar o conteúdo, pois 100% (cem por cento) não converteram o conhecimento tácito em conhecimento explícito. Não há sequer registros catalogados das poucas reuniões realizadas, resultando a média de reuniões em número máximo de 5 (cinco) encontros, e 90% (noventa por cento) relataram que não foram encontros satisfatórios para o aprimoramento e execução do projeto EFD - Social.

A maioria das empresas, 85% (oitenta e cinco por cento) possuem departamentos internos, como: contábil, fiscal, departamento pessoal, recursos humanos e jurídico internos, possuindo sistemas próprios, contudo, muitos departamentos não integram suas informações adequadamente, resultado que demonstra que na pesquisa a combinação da espiral não está convertendo o conhecimento explícito em conhecimento explícito. Não constata-se a conversão dos conhecimentos explícitos elencados nos sistemas existentes em testes ao novo leiaute do EFD - Social, faltando um refinamento dos conhecimentos existentes, exemplos práticos laboratórios de gestão, análise das rubricas elencadas na tabela 3 do eSocial.

Outro exemplo é o registro dos empregados, que deve ser realizado mediatamente antes de se iniciar o trabalho.

Atualmente, essa informação é transmitida para o Ministério do Trabalho através do Caged, entregue até o dia sete do mês seguinte. Com a implantação da eSocial, essa informação deverá ser gerada imediatamente, ou no prazo máximo de 48 horas. Constata-se, que muitas empresas não conseguem uniformizar seus procedimentos para que o registro se concretize em tempo hábil, adequado ao EFD - Social.

Capacitação dos responsáveis pelo EFD - Social

Os entrevistados afirmam que 65% dos responsáveis pela transmissão das informações aos EFD – Social não possuem conhecimento suficiente para a devida transmissão de dados e somente 45% disponibilizam acesso a cursos e atualizações sobre o assunto.

Problemas encontrados para validação do EFD - Social

Foram apresentados aos entrevistados 4 (quatro) problemas para validação do EFD Social e entre eles, 90% afirmaram que o maior problema enfrentado são os terceirizados (pessoas físicas e jurídicas) contratados sem o repasse das informações ao RH e Departamento Pessoal, 85% mencionaram que encontram problemas com o encaminhamento ao RH e Departamento Pessoal da CTPS – Carteira de Trabalho e Emprego para o registro da admissão, após o início da jornada de trabalho do empregado, 80% dispuseram que encontram problemas pertinentes às informações relativas aos processos judiciais que não são repassadas ao RH e Departamento Pessoal. Ex: Informações referente à recuperação de créditos previdenciários, com diminuição de encargos na folha de pagamento e 70% afirmaram que não são repassadas todas as informações dos pagamentos efetuados aos empregados ao RH e Departamento Pessoal. Ex: Informações referentes ao pagamento de aluguel, bolsa de estudos, empréstimos, ajudas de custo, diárias para viagem, etc.

Evidencia-se, portanto, que em muitos casos, as dificuldades são provenientes de procedimentos que burlam a legislação, afetando, sobremaneira, o desenvolvimento dos departamentos que encaminharão as informações ao EFD – Social.

O maior desafio encontrado, portanto, é a estruturação cultural das organizações. Para Chiavenato (2010), a cultura organizacional representa as percepções dos dirigentes e colaboradores da organização e reflete a mentalidade que predomina na organização.

Estratégias para a estruturação do EFD Social

Os entrevistados foram questionados sobre as medidas estratégicas para a estruturação do EFD - Social, compondo os resultados:

Tabela 3 - Medidas estratégicas para a estruturação do EFD - Social

| Estratégias | Pequeno Porte | Médio Porte | Grande Porte |
|---------------------------------|---------------|-------------|--------------|
| Mudanças Culturais | 45% | 85% | 100% |
| Mapeamento - Possíveis Falhas | 30% | 70% | 85% |
| Planejamento de Ações e Revisão | 30% | 67% | 85% |
| Integração de Softwares | 25% | 80% | 100% |
| Outros ⁶ | - | - | 50% |

Fonte: Autores (2016).

Chega-se à conclusão que 85% dos entrevistados com pequeno porte não possuem o processo de internalização, que é a conversão do conhecimento explícito em conhecimento tácito, pois nenhuma apresentou conhecimento suficiente através do Manual do e Social e obrigações impostas, através do projeto EFD – Social.

Nonaka e Takeuchi (1997) afirmam que “...quando há interação entre o conhecimento explícito e o conhecimento tácito, surge a inovação.

É necessário, que as organizações criem condições que permitam desenvolver o aprimoramento.

Os resultados obtidos dos entrevistados de médio e grande porte demonstram que embora haja a integralização de informações, mesmo em que percentuais razoáveis, acredita-se que as informações referentes ao EFD – Social devam ser estudadas e analisadas com profundidade, pois em sua grande maioria percebe-se fragilidades estruturais quanto as estratégias adotadas.

Por meio dos resultados obtidos dos entrevistados de pequeno porte, muitas empresas possuem departamento contábil externo terceirizado, e em sua grande maioria aposta que somente as empresas contábeis têm o dever do cumprimento das obrigações acessórias.

A Escrituração Fiscal Digital eSocial certamente é uma complexa estrutura de escrituração digital e o conhecimento das informações que serão exigidas é dever de todas as organizações para uma boa gestão.

No caso dos serviços terceirizados, todos têm a obrigação de passagem das informações, pois os departamentos internos dependeram 100% das informações

⁶ 50% dos entrevistados com grande porte já possuem comitês formados para discussão do EFD – Social.

geradas pelas organizações, ao contrário, informações poderão ser repassadas em datas atrasadas e com conteúdos errôneos.

Há que se estruturar adequadamente todos os dados necessários para a transmissão ao eSocial entre os departamentos, independentemente se foram alocados interno e externamente, pois, frisa-se as obrigações recaíram diretamente as organizações envolvidas.

Importância de contratação de profissionais habilitados

O questionário de pesquisa elucida pergunta sobre como o entrevistado considera a importância, em contratar profissionais capacitados para atuar na área de recursos humanos e setor pessoal para a adoção do eSocial, e 89% afirmaram que é muito importante, 11% importante e somente 10% acreditam que a matéria não tem relevância.

Prazo para adaptação

Os entrevistados acreditam que o tempo necessário para adequar todos departamentos das organizações que sofrerão algum tipo de impacto com a implantação do eSocial, 85% acreditam da necessidade do prazo de mais de 1 ano e meio e 25% de 7 meses a 1 ano.

Os resultados obtidos demonstram que a maioria dos entrevistados atualmente não estão preparados e que necessitam de período superior a um ano para as devidas estruturas ao eSocial.

Questão aberta para demais contribuições

Por meio do campo deixado à disposição dos entrevistados, apenas um contribuiu além dos questionamentos expostos, dispondo sobre a sua percepção sobre o assunto: “Percebo que falta maior comunicação entre a nossa empresa e terceirizado. Gestores da empresa muito ocupados com operacional sobrando pouco tempo para cobrar questões como eSocial dos terceirizados. Esperamos que venha pronto.”

O entrevistado contempla empresa de médio porte, compondo entre 11 a 50 empregados, possuindo departamento contábil terceirizado.

Fato que coaduna com a pesquisa realizada, pois os resultados comprovam que pequenas de pequeno porte transferem as responsabilidades do EFD – Social aos escritórios contábeis.

Considerações Finais

A implantação do Sistema Público de Escrituração Digital (Sped) e em especial a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e), revolucionam as obrigações tributárias das empresas através do cruzamento de dados, simplificando a apuração dos impostos em curto espaço de tempo. Portanto, a tendência é que o fisco também não medirá esforços para que o eSocial tenha as mesmas expectativas, sobre as obrigações trabalhistas e previdenciárias e fiscais.

Os resultados dessa pesquisa demonstram que a maioria das empresas entrevistadas não estão preparadas totalmente para planejar as mudanças necessárias. O entrave inicial inicia com o sistema cultural já impregnado nas organizações e no todo corpo funcional e claro, entre os maiores desafios que compõe adequação ao eSocial, encontra-se dificuldade na integração das informações necessárias entre os departamentos.

A partir dos resultados obtidos, é unânime a importância do eSocial, contudo, entrevistados de pequeno porte não demonstram preocupação, em muitos casos transferem a responsabilidade dos envios das informações aos escritórios contábeis.

Percebe-se, também, de forma unânime, que as empresas têm ciência que seus operadores necessitam de maior capacitação e maior prazo para adaptação, média estimada de mais 12 meses para melhor gestão dos conhecimentos existentes e integração dos dados ao projeto eSocial.

Não resta dúvida que a maioria dos entrevistados entendem que com a implantação do eSocial o fluxo das informações resultará em significativa melhoria nas rotinas internas das organizações.

Portanto, conclui-se que as organizações já possuem conhecimento do projeto eSocial, mas necessitam de adequação, adotando medidas de saneamento cadastral, base de dados e principalmente que haja governança na gestão dos departamentos para que todas as informações necessárias sejam compartilhadas de forma adequada e aprazada.

Em nada adiantará a empresa dominar o planejamento da gestão do seu TI, mas não conseguir a integração de todas as informações necessárias que deverão

ser encaminhadas ao eSocial, necessitando, portanto, mapear seus procedimentos, identificar os setores envolvidos, evitar duplicidade de informações e capacitar pessoas para que mantenham o conhecimento necessário das legislações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

A verdade é que o eSocial ainda é um desafio aos entrevistados e a todas as organizações envolvidas, principalmente aos desenvolvedores quanto a conclusão do programa, pois os grandes entraves refletem na definição e composição das informações que serão coletadas através dos leiautes desenvolvidos.

É conveniente a continuidade da presente pesquisa, após a vigência do eSocial, para avaliação da evolução do compartilhamento das informações e quais eventuais dificuldades enfrentadas.

Referências

BRASIL. **Decreto nº. 6.022**, de 22 de janeiro de 2007. Decreto do Presidente da República, o qual institui o sistema público de escrituração digital. Brasília, jan. 2007; 186º da independência e 119º da república. Disponível em: <<http://www.receita.gov.br>>. Acesso em: 1 mar. 2015.

_____. **Lei nº. 8.213/91**. Presidência da República. Casa Civil. 1991b. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8213cons.htm>. Acesso em 13 nov. 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3 ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2010 – 6ª impressão. **Consolidação das Leis do Trabalho**. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del5452.htm BRASIL. Acesso em: 01 de março de 2015.

FANTONI, O. R. **eSocial Fácil: implantação conciente**. 2 ed. São Paulo: LTr; 2015. **GESTÃO DO CONHECIMENTO NAS ORGANIZAÇÕES: desafios e oportunidades**. Daniela Borges Lima de Souza. Estação Científica, Juiz de Fora, n. 03, Outubro 2006.

Manual de orientação do eSocial - versão. 2.1. Disponível em: <http://www.esocial.gov.br/doc/Manual%20de%20Orientacao%20do%20eSocial%20_%20versao%201.0.pdf>. Acesso em: 1 mar. 2015.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **The knowledge-creating company**. Oxford: Oxford University Press, 1995.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Criação e dialética do conhecimento**. In: TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TERRA, J. C. C. **Definindo Gestão do Conhecimento no Brasil: cenário atual e perspectivas futuras**. Documento da web, URL. Disponível em: <www.terraforum.com.br>. Acesso em: 5 jul. 2011.

TERRA, J. C. C. **Gestão do conhecimento**: o grande desafio empresarial. 3. ed. São Paulo: Negócio Editora, 2001.

Instituição de fomento: FAPESC

Dados para contato:

Autor: Melissa Chanazis Valentini

E-mail: mcvjuridico@gmail.com

TERCEIRO SETOR E SERVIÇOS: REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER

Gestão e estratégia das organizações

Adriana Zomer de Moraes¹; Mirele Cruz Debiasi Périco¹

¹UNIBAVE

Resumo: O estudo ora apresentado desenvolveu-se a partir da compreensão de organizações do Terceiro Setor, as quais sem fins lucrativos e não governamentais, localizam-se entre as organizações privadas e as públicas, ocupando um espaço que na grande maioria das vezes não é atendido pelo Estado, atuando no campo sociocomunitário. O objetivo do estudo é conhecer a qualidade dos serviços prestados pela rede feminina de combate ao câncer no exame Papanicolau na percepção das usuárias. A trajetória de pesquisa foi guiada pelo método descritivo com abordagem quantitativa, utilizando-se como instrumento de pesquisa um questionário. Esta pesquisa permitiu perceber que a instituição foco, apresenta boa qualidade nos serviços prestados, necessitando apenas dar maior atenção ao prazo de entrega dos resultados dos exames.

Palavras-chave: RFCC (Rede Feminina de Combate ao Câncer). Terceiro setor. Serviços. Atendimento.

Introdução

O desenvolvimento deste estudo percorre o conhecimento sobre o terceiro setor, colocando-o sob o olhar de uma base teórica. Neste caso específico, debruça-se sobre o conhecimento já produzido e, remonta um olhar sobre uma unidade da rede Feminina de Combate ao Câncer, analisando os serviços oferecidos pela mesma no exame Papa Nicolau.

Lançar um olhar sobre as organizações do Terceiro Setor requer a compreensão de que as mesmas se constituem num campo existente entre o público e privado. Para Paes (2004), estas organizações acabam ocupando um espaço de intervenção social no qual existe carências da ação do estado.

O autor referido acima demonstra ainda que a origem destas organizações está diretamente relacionada à necessidade humana de agir em grupo, sobre o grupo e para o grupo. O homem como ser social, age em função de um sentimento de compaixão, solidariedade e fraternidade. E, que só nas últimas décadas, o Terceiro

Setor vem sendo estudado dentro dos princípios administrativos, devido a importância social que o mesmo vem atingindo (PAES, 2004).

Dentro do rol das organizações do Terceiro Setor, encontra-se a Rede Feminina de Combate ao Câncer, uma organização que abrange grande parte do território nacional e, que volta suas atividades para a prevenção e promoção da saúde, especialmente no combate ao câncer na mulher (câncer de colo de útero e de mama, mais especificamente). A organização é composta por várias unidades que possuem estatuto próprio e autonomia administrativa. Este estudo voltará suas atenções a compreensão dos serviços da RFCC de Orleans, tendo como problemática conhecer: Como está a qualidade dos serviços prestados pela rede feminina de combate ao câncer no exame Papanicolau a partir da percepção das usuárias.

Diante de tal questão norteadora, persegue como objetivo primário: conhecer como está a qualidade dos serviços prestados pela rede feminina de combate ao câncer no exame Papanicolau a partir da percepção das usuárias. O qual se ramifica em objetivos específicos, de modo, a descrever com maior eficiência o fenômeno estudado e, os quais se definem como: a) Buscar a compreensão teórica do terceiro setor como organização e espaço de intervenção do administrador; b) Visualizar a qualidade de serviços prestados pela rede, tanto no que concerne ao trabalho voluntário como no que concerne ao trabalho técnico; c) Sistematizar conhecimentos sobre a RFCC, vislumbrando inferir sobre possíveis melhorias nos serviços prestados.

O olhar para este fenômeno surge a partir de uma percepção empírica da pesquisadora sobre a importância de uma unidade da RFCC, por meio de sua ação voluntária, e a convicção de que processos e conhecimentos administrativos poderão contribuir efetivamente para o aperfeiçoamento das atividades da rede. Nesta direção, a produção de conhecimentos sobre serviços e terceiro setor, pautando-se sobre a realidade de uma unidade da RFCC, tem relevância social, na medida em que infere sobre as intervenções da organização no âmbito da saúde. Bem como, relevância científica, na medida em que permite o desenvolvimento de conhecimentos no que se refere às organizações de terceiro setor e serviços, avançando do ponto de vista da Ciência Administrativa.

Procedimentos Metodológicos

As produções científicas necessitam ser guiadas pelo rigor de um método científico que siga delimitando as trajetórias do estudo, suas implicações conceituais

e éticas, bem como, suas formas de investigar e analisar os dados coletados, garantido a composição técnico-ética da produção deste conhecimento. Neste sentido, as delimitações metodológicas deste estudo, encontram-se planejadas na sequência.

Para a realização do estudo, a pesquisadora optou pela pesquisa descritiva, de abordagem quantitativa. A pesquisa descritiva tem como finalidade descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade, e exige uma descrição exata dos mesmos, contudo também tem como exigência uma série de informações referentes ao que se deseja pesquisar (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

A pesquisa quantitativa é focada na objetividade e considera que a realidade é compreendida com base nos dados recolhidos, os quais são adquiridos por meio de instrumentos padronizados e neutros (GERHART; SILVEIRA, 2009).

Diante disto, a pesquisa quantitativa, permitiu descrever o fenômeno e inferir sobre o mesmo a partir de análise estatística de dados e análise de conteúdos, produzindo uma consistente descrição do fenômeno estudado.

Para a coleta de dados a pesquisa, foi utilizado um questionário, aplicado a 50 usuárias de uma unidade da RFCC, atendidas para a realização do exame de Papanicolau no mês de outubro do ano de 2013, constituindo 100% das usuárias atendidas neste período.

Pesquisa realizada na RFCC que, conforme delimitações já apresentadas na base teórica, constitui-se como uma instituição sem fins lucrativos que desenvolve atividades de prevenção e promoção de saúde.

Resultados e Discussões

A população atendida pela rede feminina, no período da pesquisa, no que tange ao exame Papanicolau, apresenta-se assim distribuída: 20% da população encontra-se entre 16 e 29 anos, 28% entre 30 e 45 anos, 32% entre 46 e 60 anos, 20% com mais de 60 anos. Demonstrando que a rede atende uma população de faixa etária diversificada, o que significa que ela atinge a população como um todo, tendo certa prevalência de mulheres entre 46 e 60 anos. Possivelmente, isto se deve ao fato, da rede feminina ter uma cultura local, para atendimento desta faixa etária. Mas, pode-se inferir também que os cuidados com a saúde são mais incorporados com a maturidade. No caso, de uma cultura de especificidade, pode-se pensar que existe um indicativo de ampliação de serviços para atingir outras faixas etárias da população,

de modo que a instituição atenda com maior eficácia seu real propósito que é a ação preventiva, neste caso, a prevenção de câncer de colo de útero.

Direcionando o olhar para a questão dos serviços, há que se observar que Kotler (1980) sustenta que a determinação de que o serviço oferecido deve estar em consonância com as necessidades dos usuários / beneficiários, exigindo coordenação dos esforços das mais diversas áreas em nome de que a satisfação do cidadão ser uma função da totalidade dos estímulos organizacionais. E, diante dos quais, pode-se atingir de fato os objetivos desta mesma organização.

Neste sentido, a rede feminina precisa redirecionar seu olhar e, ou estabelecer suas políticas de prevenção pensando em atingir maior parcela de população ainda mais jovem, o que levaria a uma prática preventiva de maior resultado, ampliando e qualificando os serviços por ela prestados.

Os dados de estado civil das mulheres que procuram a Rede Feminina de Combate ao Câncer indicam que 70% das coletas de exame preventivos foram feitos em mulheres casadas, 12% solteiras, 12% viúvas, 4% separada/divorciada e 2% viúvas. Com isso conclui-se que na procura dos serviços oferecidos prevalecem mulheres casadas. Possivelmente, isto decorre do fato de que as mulheres casadas, diante da sociedade, não têm problemas em assumir que possuem vida sexual ativa. Os preconceitos, subjacentes ou explícitos, no contexto social, podem inibir as mulheres não casadas de assumir que possuem vida sexual ativa e, sendo assim de buscar acompanhamento médico no que tange às questões relacionadas a sexualidade.

Esta é uma construção histórica, apoiada numa moral cristalizada. Neste sentido, sabe-se que ao longo do tempo, as funções sociais de casamento, maternidade e educação dos filhos davam uma imagem de mulher moralmente superior, contudo, esta mesma mulher teria que controlar seus desejos e não se entregar ao desregramento. Ressalta-se que esse modelo, paradoxalmente, nega o corpo feminino na sua sexualidade, sendo esta voltada para a reprodução (Martins, 2004). Quando fala-se de práticas preventivas em saúde, há que se considerar estes preceitos sociais para intervir. Como a rede feminina, têm seus serviços voltados para as mulheres, independente do estado civil, para prestar serviços ainda mais assertivos não descuidando de seu propósito preventivo podem reafirmar seus serviços também pelo enfrentamento de tais preconceitos.

Cabe lembrar que, há uma constante necessidade de se pensar a qualidade de serviços prestados na direção de buscar aperfeiçoamento. Conforme Ribeiro, Silva e Marcondes (2007), é fundamental que se desenvolva um processo de qualidade e melhoria que potencialize o serviço oferecido, em outras palavras, não deve ter diferenças no serviço prestado e no que é desejado.

Quanto a espera pelo atendimento, verificou-se que 46% das pessoas atendidas consideram o atendimento muito breve, 36% breve, 9% mais ou menos breve, 9% demorada e nenhuma pessoa relatou que o atendimento é muito demorado. Manter a brevidade do tempo de espera qualifica o atendimento e a relação com a equipe de trabalho torna o tempo de espera mais agradável.

Um excelente atendimento ao cliente vai resultar das expectativas do cliente e do serviço/produto prestado pela organização e pelo atendente. Por isso considera-se fundamental que os profissionais do atendimento,[...] primem pelo autodesenvolvimento, ou seja, desenvolvimento de suas habilidades no relacionamento interpessoal, de tal forma que consigam, cada vez mais, tornarem-se empáticos no momento de satisfazer qualquer necessidade do cliente. (MEDEIROS, HERNANDES, 1999 apud NETTO e DAMINI, 2011, p. 08).

Neste sentido, cabe ressaltar, que a rede feminina está demonstrando que existe satisfação de seus usuários no que tange ao tempo de espera.

De acordo com as mulheres que realizaram seu exame preventivo (papanicolau) nesta unidade da RFCC, no que se refere ao profissional que o atendeu, nos aspectos técnicos, 76% consideraram muito bem preparado, 24% bem preparado. Com isso, fica claro que o conhecimento técnico do profissional mostra-se compatível com as necessidades do serviço prestado, satisfazendo os usuários.

A qualidade nos serviços prestados está ligada ao interesse e comprometimento do profissional com a visão da organização, sabe-se que na área da prestação de serviços, o profissional é visto como a empresa num todo. A Enfermagem é uma profissão comprometida com a saúde e qualidade de vida da pessoa, família e coletividade, onde o profissional de enfermagem atua na promoção, prevenção, recuperação e reabilitação da saúde, com autonomia e em consonância com os preceitos éticos e legais (SÃO PAULO, 2013).

No que se refere aos aspectos técnico-profissionais, a rede feminina vem atendendo as necessidades das suas usuárias e, simultaneamente, contribuindo para a prevenção e promoção de saúde no que se refere ao câncer de colo de útero.

Os motivos da procura pela população pelos serviços prestados por esta unidade da RFCC, se distribuem da seguinte forma: 48% procuram a entidade por causa da qualidade dos serviços prestados, 30% facilidade de atendimento, 17% gratuidade, 5% outros., 30% facilidade de atendimento, 17% gratuidade, 5% outros. Levando a constatação de que a qualidade dos serviços e a facilidade de atendimento predominam na escolha da rede feminina para fazer seu exame preventivo (papanicolau).

Compreender a motivação e o comportamento da população atendida na Rede Feminina colabora para a tomada de decisões e assertividade dos programas oferecidos, tornando o atendimento mais eficaz. Cabe salientar, que são princípios básicos relevantes para um bom atendimento ao cliente, conhecer quais são os tipos de clientes que existem, o que o cliente espera ao entrar em uma organização e onde estas precisam investir para alcançar excelência.

Na compreensão de Chiavenato (2004, p. 15) "as organizações são criadas para produzir bens ou serviços e que os mesmos terão que satisfazer uma clientela". Sendo assim é fundamental não só conquistar, mas sim, manter a qualidade dos serviços prestados.

A referida qualidade de serviços é apontada pelos seus usuários, o que demonstra que a RFCC vem atendendo seus objetivos.

A opção por esta unidade da RFCC, foi realizada por indicação de conhecidos 47% da população estudada, meios de comunicação 44% e, indicação médica 9%. Verificando-se a importância e eficácia da comunicação interpessoal e, dos meios de comunicação para a divulgação dos serviços prestados e, conseqüentemente, para a divulgação, orientação e ações de prevenção e promoção de saúde.

Atualmente sabe-se da importância do marketing na decisão do cliente no momento da escolha de uma organização ou serviço, o qual pode ser feito de varias formas. Os mais comuns são o marketing boca-a-boca, divulgação por folhetos, rádios locais e mala direta, que seria a vinculação da propaganda através de cartas. Nesta perspectiva, Etzel, Walker e Stanton (2001, p. 11) afirmam que "[...] o conceito de marketing enfatiza a orientação ao cliente e a coordenação das atividades de marketing para se alcançar os objetivos de desempenho da organização".

Cabe lembrar, deste modo, que a RFCC mesmo sem uma estrutura formal de marketing, tem atingido a população alvo de suas intervenções, com ações simples, porém eficazes de divulgação. Ressaltando-se, entretanto, que o aperfeiçoamento

destas ações pode contribuir efetivamente para que a organização possa aperfeiçoar suas formas de divulgação e orientação de serviços.

No que se refere ao atendimento na coleta de material, a maioria das mulheres (68%) atendidas consideraram muito bom, 24% bom, 6% satisfatório, 0% ruim e 2% muito ruim. Com isso verifica-se que a maior parte dos usuários considera muito boa a qualidade do atendimento oferecido na coleta do exame preventivo (Papanicolau).

A importância de investir em treinamentos de capacitação dos colaboradores em busca de manter os clientes e conquistar novos é uma preocupação frequente nas organizações. No caso da rede feminina, especificamente, a qualidade de atendimento está diretamente vinculada a possibilidade de maior eficácia na prevenção e promoção de saúde, seu maior objetivo, uma vez que atrai mais usuárias e, mantém as que tem no controle e na prevenção do câncer de colo de útero.

Sabe-se que, “O atendimento estabelece dessa forma uma relação de dependência entre o atendente, a organização e o cliente” (CARVALHO, 1999, p. 233). Com isso, percebe-se que o atendimento que o cliente recebe está diretamente ligado a satisfação, confiança e retorno do cliente nesta empresa. O que reafirma a importância da qualidade do atendimento.

A maioria das mulheres (64%) que fizeram seu exame preventivo (Papanicolau) na RFCC sentiu-se muito à vontade, 30% sentiu-se à vontade, 4% mais ou menos a vontade, 2% pouco à vontade e nenhuma relatou sentir-se nada à vontade. Percebe-se que as mulheres ficaram tranquilas, relaxadas e seguras no momento da sua coleta do exame preventivo.

O exame de Papanicolau pode causar certos constrangimentos, em função de preceitos socioculturais que são estabelecidos por uma moral na qual as mulheres foram levadas durante toda a história da humanidade a negar sua sexualidade, ficando conseqüentemente constrangidas com exposição de seu corpo. Vygostsky (1996) demonstra que a subjetividade é resultado de nossas relações sociais, da cultura a qual pertencemos e, ao tempo no qual o sujeito vive, conhecimento este que nos permite compreender porque algumas mulheres ainda sentem-se constrangidas. Entretanto, a maioria das mulheres se sentiu à vontade ou muito à vontade, o que possivelmente se deve ao fato de serem atendidas por outras mulheres, as quais estão preparadas para conduzi-las na vivência do exame.

Com relação à satisfação com o atendimento das voluntárias pelas usuárias, 92% das usuárias considera o atendimento muito bom, 8% bom. Com este resultado,

percebe-se que a satisfação com o atendimento das voluntárias é um diferencial importante.

O atendimento ao cliente é um dos aspectos principais quando se trata de satisfação do cliente. Sabe-se que o atendimento é o primeiro contato feito entre organização e cliente. A forma que o cliente é abordado ou atendido pode ser um ultimato para qualquer organização, os deslizes que ocorrerem podem ameaçar a organização e se configuram como ineficácia. Segundo Cobra (2003.p.32) “esses deslizes representam a maior ameaça ao negócio de qualquer empresa”.

Entretanto, não foi isto que foi percebido nos dados, obtidos por meio de pesquisa com as usuárias da rede que referem satisfação com o atendimento, o que indica que a instituição tem atendido as necessidades deste mercado para o qual atua.

No que tange à qualidade do atendimento dos profissionais da RFCC, 86% das mulheres atendidas o consideram muito bom, 12% bom, 2% satisfatório. Percebendo-se que as usuárias estão em sua grande maioria satisfeitas. O cliente quer sentir-se bem-vindo quando entra na organização, torna-se necessário demonstrar o quanto o mesmo é importante para a organização, ouvir o que ele tem a dizer, usando um vocabulário simples, claro e objetivo; tirando todas as dúvidas de forma correta. Lembrando que “ O cliente é o maior patrimônio de uma empresa” (RODRIGUES,1998, p.27).

No que se refere ao tempo de espera para o recebimento do resultado do exame, percebe-se que 26% o consideram muito bom, 24% bom, 12% satisfatório, 10% ruim, 28% muito ruim. Com estes dados, percebe-se a que a quantidade de pessoas que consideram muito bom e muito ruim equivale-se. Estes dados indicam que ainda existe uma preocupação com o tempo de espera do resultado do exame, possivelmente, este fator pode estar relacionado à ansiedade produzida subjetivamente sobre este resultado. Entretanto, não se pode desconsiderar que neste aspecto existe um indicativo de insatisfação, o que deve ser observado pela RFCC com maior atenção, de modo que este aspecto possa ser superado, respeitando-se sempre o tempo técnico necessário à realização do exame.

Considerações finais

A pesquisa ora apresentada permitiu desenvolver conhecimentos acerca das organizações denominadas do Terceiro Setor, as quais norteadas por princípios humanitários vêm gradativamente ao longo da história e diante de sua significativa

contribuição social, ganhando espaço entre os estudos e processos de ordem administrativa.

As organizações do terceiro setor continuam mantendo seus princípios numa essência humanitária, como em sua origem, entretanto, hoje ganham novos nuances no que se refere a sua estruturação e aos seus procedimentos administrativos. Podendo nesta direção, utilizar-se dos conhecimentos historicamente produzidos pela Administração, para garantir sua sustentabilidade e eficácia.

A grande maioria das organizações do terceiro setor, baseia suas atividades na prestação de serviços, o que se apresenta também na instituição foco deste estudo a RFCC de um determinado município do sul catarinense.

O estudo lançou um olhar mais especificamente, sobre a qualidade dos serviços prestados por esta unidade da RFCC, por meio da percepção das usuárias dos serviços de exame de Papanicolau, exame preventivo de câncer de colo de útero. Nesta direção, atingiu seus objetivos, respondendo a pergunta de pesquisa, na medida em que permitiu compreender como está a qualidade dos serviços da RFCC, sob o olhar de suas usuárias.

Nesta direção, foi possível constatar um excelente nível de satisfação das usuárias dos serviços, tanto no que tange aos procedimentos, agendamento, tempo de espera para a realização do exame, qualidade do atendimento (técnica e das voluntárias), acolhimento no momento do exame. As usuárias referiram ainda, num percentual de 100%, a importância social dos serviços prestados por esta unidade da RFCC. Entretanto, um índice refere a necessidade de atenção por parte da organização, que o posicionamento negativo apresentando diante da demora em receber os resultados do exame. Este resultado pode ser por necessidade técnica, porém, há que se fazer um trabalho de esclarecimento as usuárias para a compreensão do processo ou, de fato estudar a possibilidade de agilizar a devolutiva dos resultados, minimizando a ansiedade causada pelo mesmo.

Este estudo possibilitou avançar nos conhecimentos técnicos da administração, bem como, reafirmou a importância das organizações do terceiro setor e, as implicações sociais das mesmas. Possibilitando, a articulação dos conhecimentos adquiridos ao longo da formação da Administração, no que concerne a análise e as proposições de intervenção em organizações. Entretanto, ele não se encerra, outras formas de estudo podem se desenvolver para o avanço destas organizações, que

diante de sua complexidade e multidimensionalidade necessitam de maior compreensão.

Referências

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro Setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summos, 2006.

CARVALHO, Pedro Carlos de. **Administração mercadológica**. 1.ed. Campinas: Editora Alínea. 1999.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo, Cobra Editora de Marketing, 2003.

ETZEL, Michael; WALKER, Bruce; STANTON, William. **Marketing**. São Paulo: Makron Books, 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**, 2ª Edição revista e ampliada, Nova Fronteira, 1986.

GERHARDT, Tatiana Engels. SILVEIRA, Denise Tolfo.[org.] **Métodos de Pesquisa**. Editora UFRGS. 1ª Ed.2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

HUDSON, Mike. **Administrando Organizações do Terceiro Setor**. São Paulo: Makron Books, 1999.

KOTLER, P. **Marketing**. São Paulo, Atlas, 1980.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Atlas, 1996.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, A. P. V. **Visões do feminino: a medicina da mulher nos séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2004. (Coleção história e saúde).

NETTO, Gabriela Berneira e DAMINI, Nedir Rosane. **O atendimento ao cliente como estratégia de sucesso**. 2011. Disponível em www.upf.br/seer/index.php/ser/article/download/1754/1868. Acesso 26/11/2013.

RFCCN. **Rede Feminina de Combate ao Câncer Nacional**. Disponível em: <http://www.redefemininanacional.org.br/rfncc.html>. Acesso em 24/09/2013.

RIBEIRO, Maria Solange Pereira; SILVA, Rose Meire da; MARCONDES, Márcia Regina Sevillano. **Gerenciamento na busca de qualidade nos serviços de atendimento.** Disponível em: <www.alb.com.br/anais16/sem02pdf/sm02ss07_05.pdf>. Acesso em: 26/11/2013.

RODRIGUES, Valter. **Varejo na era digital: Seu negocio está mudando. Você já sabe o que fazer?** São Paulo: Globo, 1998.

SÃO PAULO. **Ética e Enfermagem na saúde Pública.** Disponível em <http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/ssauade/saudepessoal/enferm/m-etica-enfermagem.pdf>. Acesso em 27/11/2013.

TEIXEIRA, José Paulo. **O ethos das Ongs: a emergência do terceiro setor social.** Florianópolis: Cidade Futura, 2005.

Dados para contato:

Nome: Adriana Zomer de Moraes

E-mail: pos@unibave.net

TRANSFORMAR A PERSPECTIVA DE TRABALHO ATRÁVES DO SOCIODRAMA

Gestão e estratégia das organizações

Lays Jasper¹; Letícia Souza¹; Thuane Oenning Kuntz¹; Alexandra Sombrio Cardoso¹**¹.UNIBAVE**

Resumo: O presente artigo busca elucidar as principais contribuições do sociodrama no processo de desenvolvimento de equipes. O método foi utilizado com líderes de uma empresa do ramo metalúrgico, possuindo como objetivo principal a construção de um processo reflexivo do grupo em relação a temas do cotidiano dentro da organização. Os resultados foram apresentados a partir das dificuldades expostas pelos líderes, diante de situações que a longo prazo tornam-se estressoras. O pensar e o agir através do Sociodrama possibilita a transformação da perspectiva de trabalho. Surge uma ressignificação dos participantes na forma de atingir soluções de uma maneira diferenciada e eficaz.

Palavras-Chaves: Sociodrama. Grupos. Organização. Atividades empresariais. Trabalho.

Introdução

Na visão Moreniana, os recursos inatos do homem são a espontaneidade, a criatividade e a sensibilidade. Desde o início, ele traz consigo fatores favoráveis a seu desenvolvimento, que não vêm acompanhados por tendências destrutivas. Entretanto, essas condições que favorecem a vida e a criação, podem ser perturbadas por ambientes ou sistemas sociais constrangedores. Nesse caso, está aí a possibilidade de recuperação dos fatores vitais, através da renovação das relações afetivas e da ação transformadora sobre o meio (GONÇALVES; WOLFF; ALMEIDA, 1988).

Para Moreno, o homem nasce espontâneo, porém decorrente a mudanças frequentes no ambiente ele acaba perdendo sua *espontaneidade*. Em suma, a “Espontaneidade é a capacidade de dar respostas novas a problemas antigos, ou respostas adequadas a problemas novos” (NERY; COSTA, 2008, p.07) Segundo Menegazzo et al. (1995) o homem vem ao mundo com liberdade e espontaneidade que é a fonte das possibilidades criativas. Esta possibilidade espontânea do ser

humano qualifica a capacidade lúdica inata e aciona o impulso vital básico em suas formas de fome de atos e de transformação.

Moreno ainda afirma que o homem precisa estar adequado e ajustado a si mesmo, acredita que o sujeito precisa se reconhecer como agente do próprio destino. Já as conservas culturais⁷ precisam ser o ponto de partida e não a estagnação da criatividade, para isso é necessário que o ser humano não se submeta a elas e cultive o estado espontâneo de ser.

Toda criatividade buscará focar numa realidade particular, determinados aspectos destes valores, para iluminá-los e ressaltá-los. Para o autor Romaña (1992, p.38) “A resposta criativa seria como por um novo ser no mundo físico ou cultural” (MENEZZO et al, 1995).

A sensibilidade, o *fator tele*² promove os encontros, reciprocidades, percepções internas, a percepção do outro. O fenômeno da tele também se manifesta nos vínculos grupais. Com energia de atração, rejeição e indiferença, e evidência uma atividade de comunicação (MENEZZO et al., 1995).

Dentre todas as teorias que Moreno criou, iriá-se-á focar na Teoria Socionômica. A teoria socionômica de Moreno tem como campo de pesquisa retratar o indivíduo em situações cotidianas, em seus grupos e comunidades, ou seja, “o indivíduo é concebido e estudado através de suas relações interpessoais” (GONÇALVES, WOLFF E ALMEIDA, 1988). Destacando seus principais eixos: a sociodinâmica, a sociometria e a sociatria.

A sociometria é uma intervenção terapêutica (não apenas uma mensuração objetiva) com o propósito de promover a escolha pessoal e favorecer o insight dos processos físicos, biológicos, sociais e psicológicos que os predeterminam, e que podem situar-se amplamente fora do domínio da livre escolha. (CARLSON-SABELLI, SABELLI e HALE apud HOLMES, KARP e WATSON, 1998, p. 190)

Dentro da Sociatria, tem-se o método Sociodrama, que traz como protagonista o próprio grupo, nessa abordagem os participantes têm a possibilidade

⁷A conserva cultural é o produto de uma sociedade, caracterizado pela arte, mitos, costumes, etc

² A tele é uma relação elementar que pode existir entre um indivíduo como, também, entre indivíduos e objetos, e que no homem se desenvolve a partir das relações interpessoais, um processo emotivo projetado entre duas ou mais pessoas.

desconstruírem seu espaço, desenvolverem sua autonomia, refletindo sobre novos modos de enfrentarem e resolverem problemas do presente (RAMALHO, 2010).

O Sociodrama surgiu do Teatro Espontâneo, criado por Moreno, no início do século XX. Trata-se de um dos métodos sociátricos para pesquisar e tratar os grupos e as relações intergrupais, seus conflitos e sofrimentos. Segundo Moreno (1979) o verdadeiro sujeito do sociodrama é o grupo. O sociodrama trabalha as vinculariedades das relações, e estas vinculariedades são representadas por meio de dos papéis sociais desempenhados do dia a dia.

Os procedimentos sociodramáticos, potencializam a vivência do drama, abordando assuntos, temas ou conflitos peculiares. O efeito terapêutico surge a partir da integração que acontece na dramatização, onde libera-se papéis cristalizados possibilitando novas condutas (MENEGAZZO; TOMASINI; ZURETTI, 1995 apud NERY; COSTA; CONCEIÇÃO, 2006).

Ao utilizar o sociodrama, está se privilegiando um método de educação grupal, elaborado por moreno em 1921, no qual o grupo concretiza o próprio aprendizado, através de técnicas do teatro, da sociologia e da psicologia, criando respostas espontâneo-criativas ao que se vivencia.

Esse método por sua vez é utilizado em grupos sociais, instituições, comunidades, visando definir responsabilidades e disponibilidades, abrindo novas formas para uma reorganização afetiva, pedagógica, estrutural do grupo. (ALMEIDA, 1999). Diante desta realidade, este trabalho pretende construir um processo reflexivo num grupo de colaboradores de uma metalúrgica, nos temas cotidianos trabalhistas.

Ao fim do milênio se reconhece que o trabalho é fundamental para o homem, não apenas como garantia de sobrevivência, mas de realização pessoal, de pertencer a um grupo, ser respeitado e valorizado (FLEURY, 2005).

O indivíduo ao longo de sua existência direciona voluntária e involuntariamente suas ações, pensamentos e desejos para o trabalho. Percebe-se a necessidade de buscar soluções para os problemas por meio de tratamentos que objetivem maior movimentação, agilidade, rapidez e comunicação, numa tentativa de trabalhar tanto o indivíduo em sua interação como também todos os tipos de relação.

O ser humano é um indivíduo que necessita estar agregado a outros membros da mesma tribo, sentir-se igual. Assim entende-se que se ele não se sentir pertencer, adoce física e emocionalmente em suas vinculariedades. Em um ambiente profissional, as pessoas se

relacionam melhor quando se sentem pertencentes, ocorrendo assim o primeiro passo para uma melhora na qualidade de vida e alavancando a eficiência, já que toda a energia é canalizada para os resultados e não para as disputas e conflitos pessoais. (DRUMMOND 2008, p. 41)

O sociodrama visa a melhoria da qualidade de vida e a resolução de problemas intrapsíquicos e relacionados por meio da ação psicodramática. Prioriza ainda o verdadeiro encontro em todas as relações. Isso significa que a utilização do sociodrama é muito produtiva, não só no âmbito terapêutico, mas também em todas as áreas da atividade humana.

Sendo assim, o sociodrama pode ser definido como um método de intervenção que busca trabalhar os conflitos do indivíduo e do grupo, por meio de técnicas inspiradas no teatro (MORENO, 1974; MARINEAU, 1992; GONÇALVES; WOLFF; ALMEIDA, 1988).

O sociodrama por ser um método vivencial de troca de experiências, além do envolvimento emocional e afetivo entre os participantes, permite assimilar novos conhecimentos. Interagir com as mudanças, em vez de ser levado por elas é o diferencial que determina a qualidade do profissional. O grupo ao discutir sobre si e sobre a estrutura organizacional no qual está inserido, para então buscar soluções e parcerias em conjunto, estabelece um dos fundamentos da efetivação das mudanças necessárias para trabalhar sem estresses e com a devida eficácia (DRUMMOND, 2008).

Atuar com Sociodrama nas Organizações é atuar com papéis. É trabalhar os temas protagônicos que afetam os papéis dos profissionais. Drummond (2008) afirma que o foco do sociodrama é trabalhar com papéis sociais, a sua atuação e a corresponsabilidade no contexto social. Ele centra-se no emergente do grupo.

As experiências e os conflitos dos componentes do grupo propiciam uma ação afetiva, efetiva e ativa, acarretando a busca de soluções práticas e reais para as questões abordadas, a criação de novas alternativas e respostas será o resultado da participação de todos os colaboradores.

Percebe-se também que o Sociodrama facilita o conhecimento das dinâmicas do grupo, expressão e integração de sentimentos e permite ter novas percepções, aprofundando o autoconhecimento, treinando a empatia, espontaneidade e a criatividade, além de ajudar a desenvolver a inteligência emocional por meio da reflexão da ação e da busca de saídas cabíveis para as diferentes situações, tornando

os participantes corresponsáveis pelo seu destino e das organizações na qual atuam. (DRUMMOND, 2008).

Todavia, considerando que a criatividade e a espontaneidade ficam restritas quando as pessoas têm medo ou vergonha de se expor, é de suma importância a escolha do aquecimento, pois facilita a expressão, a abertura para experimentação e novos modos de pensar e agir entre os participantes.

A proposta e o objetivo deste trabalho surgiram diante da necessidade de verificar os sentidos produzidos a partir da aplicação do método Sociodrama no contexto organizacional, ligando teoria e prática, possibilitando mudanças significativas no ambiente de trabalho quando se trata de resoluções de problemas compartilhados pelo grupo e corroborando para ampliação do olhar acerca da eficácia desse método que se mostrou eficiente em todas as cenas.

Procedimentos Metodológicos

O presente artigo descreve uma pesquisa ação de cunho qualitativo, ou seja, “uma metodologia de intervenção e pesquisa que orienta o trabalho desde a fase exploratória, passando pelo diagnóstico, pela construção do conhecimento, até o tratamento” (MARRA, 2004, p. 38).

Os métodos qualitativos mostram uma abordagem diferente da investigação acadêmica do que aquela dos métodos da pesquisa quantitativa. A investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; e método de coleta análise e interpretação de dados. Embora os processos sejam similares, os procedimentos qualitativos baseiam-se em dados de texto e imagem, tem passos singulares na análise dos dados e se valem de diferentes estratégias de investigação. (CRESWELL, 2001, p.206)

Desenvolveu-se a partir do método interventivo do sociodrama para desenvolver o processo reflexivo dos líderes de uma empresa metalúrgica no sul de Santa Catarina. O sociodrama é uma metodologia de investigação e intervenção nas relações interpessoais, nos grupos ou entre grupos.

O trabalho se desenvolveu por meio de uma sessão sociodramática e teve por objetivo proporcionar ao grupo a discussão de problemas sociais apresentados pelos próprios líderes.

A intervenção aconteceu na sala de reuniões da própria empresa e participaram da intervenção os líderes da organização. Os líderes foram informados dos aspectos de sigilo ético sobre o que iria acontecer na sessão. O trabalho justifica-se na base de aprendizado teórico e prático da disciplina de Psicodrama, na sétima fase do curso de Psicologia.

Resultados e Discussão

Realizou-se a aplicação do Sociodrama, com oito líderes de setores de uma determinada empresa do ramo de metalurgia, localizada no Sul de Santa Catarina, sendo ele dirigido por uma acadêmica do grupo.

Iniciou-se a sessão de Sociodrama com o aquecimento. Etapa importantíssima e necessária para que cada um do grupo se mobilize para ação, realizando a atividade proposta.

Moreno (1974) retratou o aquecimento como uma complexa mobilização involuntária do sistema neuromuscular, desencadeado por um ato voluntário qualquer, mostrando-nos que até fisiologicamente, mudanças e adaptações acontecem. Já Gonçalves; Wolff e Almeida (1988) definiram o aquecimento como o momento em que se dá a escolha do protagonista, no caso do sociodrama o emergir do tema e a preparação para a dramatização.

Nesse momento é interessante que os participantes relaxem, e foquem nas instruções que lhe são dadas, para que o método seja bem aplicado, para isso é interessante que eles possam realizar um alongamento, aquecendo primeiramente seu corpo para em seguida aquecer a mente. A partir dessa etapa é possível dirigir os indivíduos do grupo a pensar no tema a ser trabalhado.

Dessa forma, o aquecimento tem várias funções significativas, dentre elas: estimular a criatividade e a espontaneidade dos membros do grupo, facilitar a interação dentro do grupo, desenvolvendo confiança e auxiliar os membros a focalizar os problemas sociais aos quais desejam trabalhar (HOLMES, KARP, p.28).

O público a ser trabalhado foi orientado a ficar de pé e aos poucos e lentamente fosse conjecturando, pensando de forma livre em situações que comprometem de alguma forma seu trabalho no cotidiano.

Deste modo, o tema a ser trabalhado foi proposto pelos próprios líderes, sendo eles os participantes, em que conversaram sobre as situações corriqueiras do dia a dia e que podem acabar prejudicando o sistema como um todo, uma vez que na

fábrica geralmente trabalha com linhas de produção sequenciadas e setoriais, ou seja, para que um produto final fique pronto é necessário que cada setor faça sua “parte” e passe adiante.

A partir disso os líderes foram orientados a formarem dois grupos. Essa divisão em dois grupos é importante para que haja maior troca de saberes e que ocorra um processo mais dinâmico, ocorrendo nesse momento o processo reflexivo intersíquico, dessa forma, posteriormente, é partilhado com os demais do seu grupo os temas que surgiram durante a etapa do aquecimento.

Neste momento cada indivíduo possui o espaço para expor suas percepções diante de dificuldade que acontecem no seu trabalho. Esta etapa atua realmente como aquecimento de corpo e mente, pois dessa forma com todos os líderes aquecidos, instrui-se que em comum acordo, ou seja, que escolham um tema que todos se identifiquem, para que em seguida possam montar a dramatização. “Na forma centrada no grupo, o aquecimento pode ser realizado a partir das intervenções verbais, gestuais, ou posturais dos integrantes do grupo, por associações em cadeia ou coletivas” (MENEGAZZO; TOMASINI; ZURETTI, 1992, p. 22).

Com as situações escolhidas pelos grupos, solicitou-se que escolhessem um título para a sua cena a ser apresentada, podendo ser definida por uma palavra, ou uma frase, para que ao final de cada dramatização pudessem resumir em uma palavra ou frase o que encenaram, sendo isso depois utilizado para o fechamento.

A partir disso, o próximo passo seria a dramatização das situações na cena. A ação dramática é a condição indispensável da representação dramática. Entende-se por ação dramática o desenvolvimento e conflito dramático durante uma representação dramática (MENEGAZZO; TOMASINI; ZURETTI, 1992, p. 14). Para Moreno (1975), é através da ação dramática que o indivíduo se torna inteiro.

Pode-se perceber que ambas temáticas elegidas pelos grupos se assemelham. O primeiro grupo apresentou em sua vivência a dificuldade de seguir um planejamento. A principal queixa apresentada é: a dificuldade em começar e terminar um trabalho.

O segundo grupo apresentou na dramatização a falta de planejamento, onde a principal queixa emerge da seguinte condição: “*não sabemos qual a prioridade de produção muitas vezes, pois não temos planejamento*” (Sic). O sociodrama se encaminha então para o processo de representação, em que o grupo explora as

questões configuradas durante o aquecimento. Não há *script*, a dramatização é espontânea, criada no momento pelo grupo (HOLMES, KARP p. 29).

Ponderando a queixa dramatizada pelo primeiro grupo, pode-se verificar o quanto é essencial um planejamento em uma empresa, bem como um cronograma a ser seguido, pois auxilia na organização, além de situar os colaboradores mediante suas funções diárias.

No entanto, quando se trata de uma empresa de grande porte, é ainda mais essencial que se tenha uma sequência de produção. A queixa, portanto, fundamenta-se principalmente em que os setores devem se organizar também para que essa falta de planejamento não aconteça, pois sabe-se que imprevistos acontecem em qualquer ambiente de trabalho, porém é necessário não fazer disso algo diário, impedindo assim a sequência de produção que deve ser seguida.

Na cena apresentada em questão mostraram-se peças que deviam ser fabricadas, porém um colaborador não tinha sucesso na produção, ou seja, ele não conseguia terminar seu trabalho no qual havia proposto fazer, pois por ser responsável pela produção de determinada peça, era muito procurado para colocar a produção de outros setores em prioridade, quebrando de certa forma o seu planejamento e pontuando também a falta de planejamento dos demais setores. Eventualmente essas situações podem ocorrer, a questão preponderante é quando isso vira rotina e acaba por prejudicar o sistema fabril como um todo.

Discorrendo sobre a segunda dramatização, percebe-se a compatibilidade entre as duas temáticas levantadas pelos grupos, e dessa forma, pode-se afirmar que assim como não seguir um planejamento é maléfico para os processos de produção, a falta de planejamento também interfere negativamente na produção de uma empresa, tanto que eles se relacionam, bem porque, fica evidente na empresa a mudança constante no planejamento, alternando as prioridades.

Nessa cena, os líderes dramatizam a situação em que o gerente de produção solicita que alguns colaboradores de determinados setores, produzam em grande quantidade uma máquina, pois essa mesma está em alta no mercado. Porém, após o comando agregado em uma ligação, o Gerente de Vendas de uma hora para outra, recebe uma demanda de outra linha de produção que está em evidencia no mercado brasileiro, e assim sucessivamente.

Levando em consideração que nenhum dos dois gerentes tem um planejamento a ser seguido que embasa a produção, ou até mesmo a falta de

comunicação entre ambos, já que por ser um processo em série é necessário que os setores conversem entre si, para que o trabalho final saia com excelência.

Todavia, nas organizações é extremamente necessário que haja uma comunicação interna eficaz, que faça que os colaboradores, independente de locação no organograma, ou situação de hierarquia, utilizem para que todos falem a mesma linguagem fabril, e que dessa primeira parte passe-se então a colocar em prática os procedimentos que a empresa segue, bem como o planejamento.

Neste caso, se atendessem a primeira solicitação, eles estariam fabricando a máquina, consumindo tempo e material, sem ter uma previsão se iriam vender o produto posteriormente, gerando um prejuízo antecipado, gerando assim um estoque desnecessário.

Após as dramatizações, solicitou-se aos grupos que nomeassem cada dramatização com um título apropriado. Sendo o primeiro grupo denominado: “A dificuldade de seguir um planejamento” e o segundo grupo “A falta de planejamento”. Consequente deixou-se que eles conversassem a respeito do que ambos haviam dramatizado, possibilitando uma troca de ideias.

Nesse momento pode-se perceber como um se coloca no lugar do outro, imaginando-se naquela situação os diálogos baseados em possíveis soluções para tais impasses. Após isso, pediu-se para que eles redefinissem os títulos que haviam dado às dramatizações, possibilitando a todos uma nova visão, possibilidades de mudanças e soluções para tal.

Um representante da primeira dramatização traz como palavra que definiria uma possível mudança a seguinte frase: **respeito à hierarquia**, ele enfatiza dizendo que: (sic) “*isso não se muda do dia pra noite, e é difícil pregar isso lá em cima, pregar isso lá embaixo é muito fácil (...) tem muita autonomia aqui dentro, mas tem uma hierarquia para seguir de cima pra baixo, não só de baixo pra cima*” (...)(sic) corroborando com a ideia de que todo setor tem o seu superior.

O representante do segundo grupo traz situações que podem ocorrer devido a esta condição, citando: *problema de comunicação, baixa produtividade e possíveis conflitos* o que adere como palavra **planejamento estratégico**, e enfatiza que o mesmo já é uma ideia pensada pela empresa.

Pode-se perceber que os diálogos para o compartilhar do Sociodrama foram pensados sobre a perspectiva atual de dificuldades que o grupo encontra no ambiente de trabalho. Pois, é no *sharing* que o grupo muitas vezes se dá conta do que pode ser

feito, do que pode ser trabalhado, para modificar essas situações de dificuldades em solução e o Sociodrama proporciona isso, propõem a ressignificação.

É transformar as perspectivas dos líderes mediante o trabalho de uma forma inovadora. Para Nery e Costa (2008) o compartilhar do que se pensa, do que se sente e das emoções expressas é vivido não apenas na linguagem verbal, mas também nas atitudes, na espacialidade e corporeidade, nos atos, nos processos pré-semânticos e não-verbais dos participantes.

Para Bustos (1979), a fase dos comentários compreende depoimentos a respeito das repercussões emocionais e da encenação que se acabou de concluir, sob a forma de descrições de sentimentos ou reminiscências pessoais. Ainda para Bustos (1979), a fase do compartilhar compreende depoimentos a respeito das repercussões emocionais e da encenação que se acabou de concluir, sob a forma de descrições de sentimentos ou reminiscências pessoais.

Nesta fase do *Sharing*, o diretor deve ter o cuidado para que os comentários não se dirijam para um caminho crítico ou valorativo, uma vez que a dramatização desnudou e fragilizou, de certa forma, o protagonista (CUKIER, 1992).

Assim o sociodrama possibilitou trabalhar em grupo dificuldades sociais presentes na rotina de trabalho, especificamente neste caso o que diz respeito a planejamento.

Finalizado a sessão, cada um pode compartilhar sobre a sua vivência, qual sua percepção sobre o Sociodrama, suas impressões. Alguns depoimentos foram: **(sic)** “é uma dinâmica diferente” (...) **(sic)** “Gravamos muito mais quando estamos em cena” (...) **(sic)** “temos um foco” (...) **(sic)** “é interessante que com essa brincadeira acabamos falando coisas que em reuniões normais não conseguimos falar” (...) **(sic)** “Método divertido e eficaz” (...) **(sic)** “Importante essa interação”.

Pode-se concluir que o principal objetivo do trabalho foi alcançado com sucesso, pois os colaboradores através do método psicodramático puderam perceber um problema que girava no dia a dia da empresa, compreendendo de uma forma diferente e podendo assim pensar em soluções cabíveis para que melhore seu trabalho, e conseqüentemente o trabalho dos demais colaboradores, pois quanto mais qualidade o produto final possui, mais satisfação clientes terão, assim os administradores também, o que é de grande valia para os colaboradores, pois a máquina fabricada nesse caso é resultado de seus trabalhos.

Considerações Finais

Durante a sessão realizada do Sociodrama foi possível perceber que quando os colaboradores pensam e expõem problemas e dificuldades que os afligem, possuem a liberdade de vivenciar novamente um problema que já lhes aborrece há algum tempo, porém, dessa maneira possibilitam uma nova ressignificação, mudando assim a perspectiva no ambiente de trabalho. E o mais importante, ele não está sozinho. O grupo compartilha seus sentimentos.

Esse novo olhar diante de tais dificuldades apresentadas é de suma importância, pois o Sociodrama torna possível a interpretação, o reviver e transformar a visão de trabalho e suas relações através de suas etapas.

O artigo conseguiu atingir seu objetivo de descrever o método e como ele pode ser uma excelente ferramenta de trabalho em empresas, neste caso de grande valia para os líderes de setores, pois os mesmos estão hierarquicamente acima e são eles os grandes responsáveis por perpassar seus conhecimentos técnicos e em gestão de pessoas, podendo conhecer e explorar as rotinas de trabalho.

Durante as etapas da sessão foi possível perceber que as questões levantadas pelos grupos de uma forma geral já vinham há algum tempo atrapalhando seu desempenho, e de certa forma o de seus subordinados, ou seja, dos colaboradores aos quais possuem responsabilidade em liderar.

Todavia, não tinham tido uma oportunidade que pudessem refletir sobre os temas levantados e a partir das dramatizações realizadas, houve-se um espaço em que além do pensar, pode acontecer a ressignificação, e possíveis situações para solucionar a falta de um planejamento ou o não seguimento do mesmo, e está aí uma das grandes possibilidades do Sociodrama, gerar esse repensar, esse novo olhar através desse método de intervenção, sendo assim, foi possível que ambas as partes pudessem repensar em algo novo que pudesse então fazer sentido ao planejamento.

Referências

ALMEIDA, Lucia. **O trabalhador no mundo contemporâneo: Psicodrama nas organizações**. São Paulo: Ágora, 2004.

ALMEIDA, Castello, Wilson; **Grupos: A proposta do Psicodrama**; São Paulo: Ágora, 1999

DATNER, Bett, Yvette. Pesquisa de clima organizacional com psicodrama; **Revista Brasileira de Psicodrama**, p. 100 - 106, 2014.

- DIAS, Silva, Victor; **Psicodrama – Teoria e Prática**; São Paulo, Agora, 2005
- DRUMMOND, Joceli. **Sociodrama nas organizações**. São Paulo, Ágora, 2008
- FLEURY, Junqueira, Heloisa; MARRA, Marlene. **Intervenções grupais nos direitos humanos**. São Paulo: Ágora, 2005
- GONÇALVES, C. S.; WOLFF, J. R.; ALMEIDA, W. C. de. **Lições de psicodrama: introdução ao pensamento de J. L. Moreno**. São Paulo: Agora, 1988.
- HOLMES, Paul. **Psicodrama: inspiração e técnica**. São Paulo: Ágora, 1992.
- LEONIDIA; Alfredo, Guimares; **Aspectos teóricos e filosóficos do psicodrama**, Bahia, Febrap, 2000.
- LOPES, Magda; CARBAJAL, Maria; CAPUTO, Vera; **Diccionario de Psicodrama y Sociodrama**. São Paulo: Ágora, 1992.
- MONTEIRO, Padrini, Rodrigo; **Psicodrama e o desenvolvimento de equipes de trabalho**. *Revista Brasileira de Psicodrama*; p. 78 - 84, 2014
- MORENO, J.L. **Psicodrama**. São Paulo: Cultrix, 1984.
- MORENO, J. L. **Quem Sobreviverá? Fundamentos da Sociometria, Psicoterapia de Grupo e Sociodrama**. Goiânia: Dimensão Editora, 1992.
- NETO, Naffah, Alfredo; **Psicodramatizar: ensaios**; São Paulo, Ágora, 1980
- NERY, M. D. P., COSTA, L. F., & CONCEIÇÃO, M. I. Sociodrama as a qualitative research method. *Paidéia*, Ribeirão Preto, p.305-313, 2006.
- RAMALHO, Cybele M. R. **Psicodrama e dinâmica de grupo**. São Paulo, Ed. Iglu: 2010
- RIBEIRO, Jorge, Ponciano; **Psicoterapia de grupo Analítico: Teoria e Prática**; São Paulo: Casa do Psicólogo, 1995.
- ROJAS-BERMÚDEZ, Jaime G. **Introdução ao psicodrama**. Editora Agora, 2016.
- SCHIMIDT, Luiza, Maria; **Saúde e doença do trabalho: uma perspectiva sociodramática**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2010.
- WILLIAMS, A. **Psicodrama estratégico: a técnica apaixonada**. São Paulo: Ágora, 1994.

Dados para contato:**Autor:** Letícia Souza**E-mail:** leticiadarela@hotmail.com

UMA ANÁLISE DOS TRAÇOS DO CONSUMIDOR: OS DESAFIOS SOB A PERSPECTIVA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Gestão e estratégia das organizações

Marina de Bettio Topanotti ¹; Thiago Henrique Almino Francisco ¹; Yuri Borba Vefago¹

¹.UNESC

Resumo: Este estudo objetivou a análise de traços comportamentais do consumidor para orientar a sugestão de uma loja virtual para a empresa comercial Atenas. A metodologia utilizada caracterizou-se como uma pesquisa bibliográfica e de campo para os meios de investigação também utilizando a análise de conteúdo. A população alvo foi delimitada pelos 300 clientes cadastrados na empresa em estudo. A caracterização do estudo ocorreu através da coleta de dados primários e técnica de coleta de dados quantitativa. O instrumento utilizado para a coleta dos dados foi um questionário aplicado pessoalmente com cada cliente. A análise dos dados foi de forma qualitativa.

Palavras-chave: *E-commerce*. Inovação. Eletroportáteis.

Introdução:

O *e-commerce* pode ser definido como tipo de negócio ou transação através da internet. Este tipo de comércio eletrônico consiste basicamente na venda de bens e produtos, que podem variar desde poucos reais até milhões de dólares. Segundo estudos de Bloch, Pigneur e Segev, (1996 *apud* ALBERTIN 2002), o comércio eletrônico, ou *e-commerce*, como é conhecido, surgiu em meados de 1990 como um suporte para qualquer tipo de transação de negócio que utilize uma infraestrutura digital. Também é um dos negócios que mais cresce na internet atualmente.

De acordo com Albertin (2002), o ambiente para os negócios virtuais está mudando rapidamente, consumidores estão buscando mais flexibilidade, inovação e modificando as estratégias de negócios, visando o crescimento a médio e longo prazo.

Mais do que um campo de vendas *online*, o *e-commerce* é um canal de comercialização. Envolvendo logística, marketing, tecnologia, infraestrutura e administração, tornando-se um grande atrativo que busca atender seus clientes de

forma eficiente e com rapidez. Uma das características desse tipo de comércio é a disponibilidade do software para lojas *online* chamado de carrinho de compras.

No Brasil o comércio *online* vem ganhando força e passou a fazer parte da rotina de compras diárias dos consumidores. As compras *online* vão desde os itens importados e mais caros até os mais básicos e necessários para o dia a dia. Com a facilidade de comprar em apenas um clique e sem sair do conforto do lar, as condições de pagamento variadas e a rapidez na entrega também são pontos positivos – e decisivos, na hora da escolha.

De acordo com Veloso (2007), muitas lojas físicas estão abrindo também sites de compras para não perder os seus clientes, que estão migrando para o *e-commerce*. Alguns dos fatores dessa migração são a facilidade de comprar sem sair de casa e as inúmeras opções de produtos e serviços num mesmo site, não precisando ir de loja em loja para encontrar o que procura.

Um número expressivo de empresas já está também no mundo virtual e com serviços disponíveis através de seus sites. Embora o comércio *online* não tenha surgido para competir com o físico, indiretamente isso acaba acontecendo e muitas lojas virtuais já ultrapassam as vendas de suas precursoras (VELOSO, 2007).

Baseado nestes dados, a empresa Comercial Atenas, objeto de estudo desta pesquisa, se enquadra no ramo de atuação de prestação de serviços há mais de 30 anos. Com sede em Turvo-SC, a empresa agora busca expandir sua marca abrindo uma loja virtual. Atuando no ramo de prestação de serviços de refrigeração e consertos de eletrodomésticos e eletroportáteis, a empresa ainda possui vasto acessório de peças, compra e venda de produtos novos, seminovos e usados. Presta ainda assistência técnica autorizada de fábrica para mais de 38 marcas, dentre elas as multinacionais Mabe, GE, Continental, Bosch, dentre outras. Para tanto, este trabalho encaminhou-se no sentido de estudar a possibilidade, com seus pontos positivos e negativos, da abertura de uma loja virtual para a empresa citada. Como ponto de partida se tem um estudo de caso e uma pesquisa de campo.

Procedimentos Metodológicos

De acordo com Barros e Lehfeld (1998) a pesquisa científica é um dos itens mais importante de uma busca, onde a meta é solucionar problemas e sancionar dúvidas, interpretando fatos incluídos em uma certa realidade, fazendo o uso de procedimentos científicos. Estas buscas compõem-se por estudos de fenômenos e

observações, ignorando certas compreensões demandadas de apreensões subjetivas, superficiais e imediatas.

Para Ruiz (1996) a pesquisa científica é a consumação concreta de uma investigação projetada, ampliada e redigida conforme as normas metodológicas aceitas pela ciência. Sendo um método de aproximar-se de um problema em estudo que leva em consideração o aspecto científico da pesquisa.

De acordo com Martins (2008) a pesquisa bibliográfica é o início de todo o tipo de levantamentos de dados e pesquisa feitos através de materiais encontrados em revistas, sites online, jornais, artigos, livros, dentre outras formas de escritas, quando publicadas corretamente. Podendo ser acrescentada com outros métodos como, por exemplo, a coleta de dados, sendo aplicados por intermédio de questionamentos com formulários, entrevistas, questionários, dentre outros. A pesquisa bibliográfica se faz necessária nesta pesquisa devido a sua importante função na abrangência de dados disponíveis para o engajamento da pesquisa, auxiliando na formação do conteúdo, sendo utilizada no desenvolver da pesquisa, desde a fundamentação teórica, até o momento atual.

Conforme Ruiz (1996) a pesquisa de campo consiste na observação dos acontecimentos tal como eles ocorrem, na sua junção de dados e no apontamento de variáveis possivelmente relevantes que possibilitam a outros a análise destes fatos. Porém com esta pesquisa não se torna possível o isolamento e o controle destas variáveis possivelmente relevantes, mas permite a instabilidade de relações contínuas entre diversas condições. Este tipo de pesquisa foi utilizado devido a algumas informações serem coletadas na empresa Comercial Atenas e através da aplicação de questionário na busca por informações sobre a temática abordada no estudo.

A pesquisa utilizada para os fins de investigação foi à exploratória, que visa expor o problema, torna-lo específico e construir hipóteses (GIL, 1999). Este tipo de pesquisa serve para a definição de objetivos e na busca de informações sobre certos temas, não havendo a necessidade da aplicação destas hipóteses em estudos. As hipóteses levam também como objetivo o conhecimento de novas percepções sobre os temas abordados, até mesmo gerando novas ideias.

A pesquisa exploratória busca descobrir as conexões que existem entre seus elementos, requerendo um planejamento maleável, objetivando possibilitar a consideração dos mais variados aspectos de um acontecimento ou problema.

Recomenda-se esta pesquisa quando se sabe pouco sobre o problema a ser estudado.

Definiu-se que o questionário seria de maior valor se aplicado diretamente aos clientes das duas lojas da empresa Comercial Atenas, tendo o livre acesso a esse público, sendo de forma pessoal, tem-se mais chances de um material mais completo coletando com o próprio cliente, além de sua importantíssima opinião, também mais dados e vontades dos mesmos em relação a compra virtual.

Já para Ruiz (1996) na utilização da técnica do questionário o solicitante escreve ou responde a uma série de questões elaboradas pelo pesquisador criteriosamente. Tendo como vantagem sua utilização para um número vantajoso de entrevistados, em alguns casos como uma segunda vantagem onde podemos alocar o anonimato, porém é de extrema relevância salientar a importância do questionário, utilizando sempre o uso do português correto e clareza no vocabulário com a colocação das questões aos entrevistados. Orientando-os no preenchimento, quando necessário e na devolução do mesmo devidamente preenchido.

De acordo com Marconi e Lakatos (2008) dados primários são dados que ainda não foram descobertos. Já os dados secundários são dados já descobertos, avaliados, tabulados, porém podem ser melhorados.

Nesta pesquisa foi utilizado o método qualitativo, que pode ser definida como a pesquisa onde principalmente é fundamentada em estudos qualitativos, não baseando-se em meios estatísticos na sua análise. (VIEIRA; ZOUAIR, 2007).

Caracterização do objeto de estudo

Fundada em 1984 pelo senhor Valdir Topanotti, a empresa Comercial Atenas segue atuando fortemente no ramo de prestação de serviços, através do concerto de eletrodomésticos, sendo credenciadas por mais de 28 marcas, dentre elas: Cadence, Britânia, Arno, Ventisol, Latina, Wanke, Mueller, Electrolux, Dako, NKS, Continental, dentre outras. Atuando também com balcão de vendas de peças e acessórios para os produtos atendidos pela empresa.

Com o intuito de expandir a atuação empresarial em 1990 iniciou suas atividades com a revenda no ramo de molduraria, vidraçaria, box para w.c. e materiais para pintura em telas. Deixando de atuar nesta área, no ano de 2010 devido à falta de mão de obra especializada, investindo o dinheiro adquirido com a venda do capital

imobilizado desta parte do negócio em terrenos rurais e urbanos, com o intuito de proteger o capital.

Em 1998 os sócios Mariluci e Valdir optaram por abrir uma filial da empresa na cidade de Araranguá, devido à oportunidade de expansão dos negócios. Já que a cidade na época era objeto de desejo dos comerciantes de outras regiões, graças ao notável crescimento que o município vinha tendo.

No ano de 2000 foi construído um posto de apoio da empresa na cidade de Balneário Arroio do Silva, servindo de estoque e sede para pequenos concertos e atendimentos, sendo desativado em 2008.

Já em 2011 após quatro decepções com gerentes contratados em salas locadas, o sócio majoritário Valdir resolveu adquirir um terreno em uma localidade estratégica comercialmente na cidade de Araranguá e construir sede própria, trazendo consigo sua filha mais nova para gerenciar o estabelecimento na cidade das avenidas, esta ação veio após as ações de má fé dos antigos gerentes contratados.

Hoje em 2015 tanto a loja de Turvo-SC que sempre permaneceu no mesmo endereço, sendo gerenciada pela sócia Mariluci, tanto a loja de Araranguá-SC que desde 2012 seguem em sede própria atuam no ramo da prestação de serviços no concerto de eletrodomésticos atendendo os estados do Rio Grande do Sul, com os municípios próximos a Rota do sol, e nos municípios do extremo sul de Santa Catarina até a entrada da cidade de Criciúma.

Resultados e Discussão

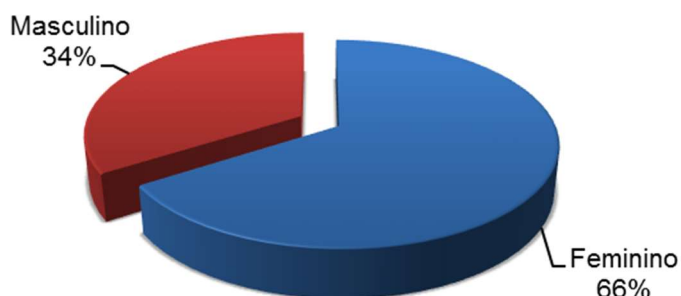
Uma análise geral dos dados

O atual capítulo trata da descrição e discussão do resultado dos dados obtidos através do questionário aplicado com os clientes da empresa em estudo Comercial Atenas, no período de 40 dias, dentre os dias 02 de Março de 2015 ao dia 16 de Abril de 2015.

O primeiro quesito a ser analisado foi o gênero dos clientes entrevistados. Destes, 300 entrevistados 198 são mulheres (66%) e 102 são homens (34%). A importância do descobrimento dos gêneros entrevistados se deve a opções de identificação do público atendido pela empresa, sugerindo assim, ideias e formatos que agradem principalmente as mulheres, como maioria na pesquisa, na fundação da

futura loja virtual. Na figura 1 segue o gráfico com as porcentagens dos gêneros entrevistados na pesquisa.

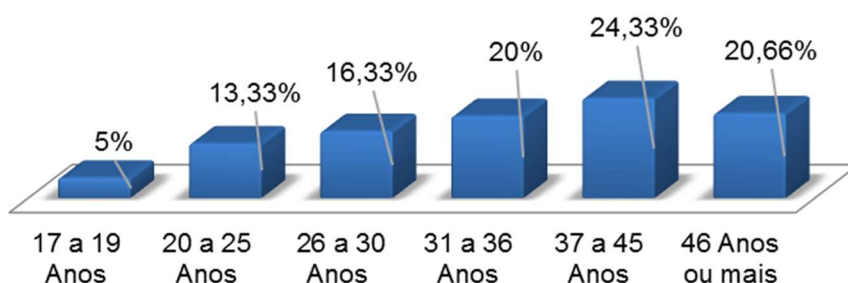
Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados



Fonte: Autores (2016).

Dando continuidade aos dados obtidos na pesquisa, após a identificação do gênero dos entrevistados, pode-se observar que no Gráfico 2 encontram-se a idade dos entrevistados, sendo que na maioria atendida no período da pesquisa foram os clientes com idade entre 37 a 45 anos, seguidos pelos clientes com 46 anos ou mais, estando em terceiro lugar, os entrevistados com idade entre 31 a 36 anos. As demais faixas etárias seguem em ordem decrescente por idade, finalizando com os clientes de 17 a 19 anos onde se entende perante os dados tabulados que são clientes agindo como auxiliares de suas mães ou dos lojistas atendidos na retirada de produtos concertados pela empresa ou na compra de algum item já identificado anteriormente via telefone ou pessoalmente.

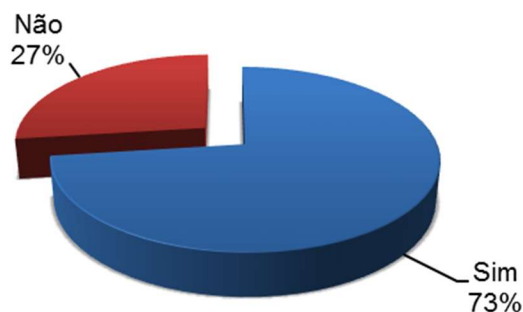
Gráfico 2 – Idade dos clientes entrevistados



Fonte: Autores (2016).

Após a identificação dos dados básicos, como gênero e idade, direcionando a questão três do questionário, sendo demonstrada no Gráfico 3 a porcentagem dos dados tabulados referente aos clientes que possuem o costume de efetuar compras em lojas virtuais. Dos 300 clientes da Atenas entrevistados, os que costumam efetuar compras online somam 219 pessoas (73%) sendo que apenas 81 clientes (27%) não tem o costume de efetuar suas compras em lojas virtuais. A resposta foi positiva, pois em sua maioria os clientes independentemente de sua idade ou gênero, efetuam sim, compras em lojas virtuais, com isso, impulsionando ainda mais a possível execução da criação do site de vendas online da empresa Comercial Atenas.

Gráfico 3 – Costume de efetuar compras online

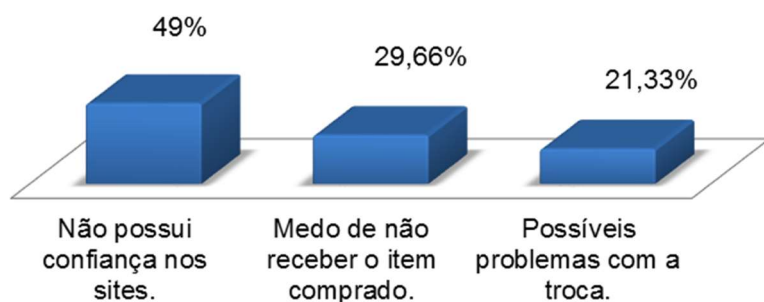


Fonte: Autores (2016).

Dentre os motivos citados pelos entrevistados o que obteve maior destaque foi a não confiança nos sites das lojas virtuais, cerca de 147 clientes (49%), dos 300 entrevistados não possuem confiança suficiente em sites online para efetuar suas compras virtualmente. Cerca de 89 clientes citaram a insegurança no recebimento do produto, ficando em segundo colocado com (29,66%), sendo com avarias ou até mesmo a não entrega do item comprado.

Como serão demonstrados no Gráfico 4, os itens mais comprados virtualmente pelos entrevistados envolvem vestuário, ficando em terceiro lugar na pesquisa, os possíveis problemas com a troca do produto (21,33%), sendo que em lojas físicas este processo é feito pessoalmente, e em lojas virtuais o processo é mais demorado e trabalhoso. Estes dados dão a sugestão de uma ação mercadológica envolvendo a segurança da compra online e a garantia da troca do produto ou solução do problema solicitado pelos compradores de forma mais ágil, ganhando assim a confiança dos mesmos fazendo-os efetuar mais compras no site da empresa.

Gráfico 4 - Motivo de não efetuar compras em lojas virtuais



Fonte: Autores (2016).

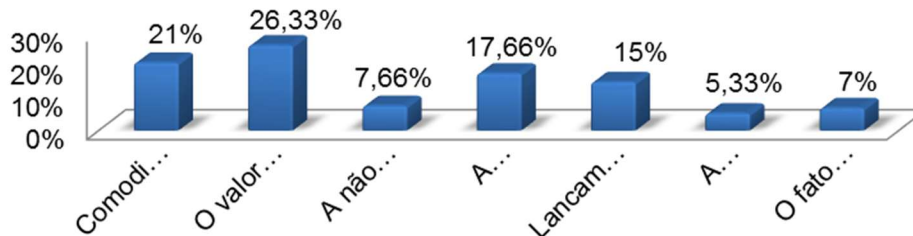
Como se pôde verificar no Gráfico 5 o que mais leva os entrevistados a comprarem virtualmente é o valor dos itens comprados, cerca de 79 clientes (26,33%) levam como ponto de partida para uma venda o valor do item comprado, seguido pela comodidade, o fato de não ter que sair do conforto do lar para efetuar suas compras, podendo fazê-las em horários não comerciais, todos os dias da semana faz com que 63 clientes (21%) obtenham esta escolha. Seguida pela terceira opção mais votada com 53 clientes (17,66%) optando por ela, pela opção dos itens vendidos nos sites. Pelo fato dos softwares aceitarem um número maior de itens esta opção acaba não sendo muito limitada, fazendo com o cliente tenha mais opções de um mesmo segmento em uma loja virtual.

Os lançamentos onde em alguns casos negociáveis podendo ser lançados primeiramente nas lojas virtuais através de parcerias, fez com que 45 clientes (15%) levem em consideração na hora de efetuar suas compras online este item. Ficando a deixa para a Comercial Atenas diversificar nos itens que serão oferecidos no site, ampliando seu mix de produtos para agradar seus consumidores e futuros consumidores em sua loja online. A não existência de uma loja física da mesma marca, faz com que 23 clientes (7,66%) optem por comprar em lojas virtuais, não sendo o caso da empresa em estudo. Já bem próximo a este item, temos com 21 clientes (7%) a opção de comprar online devido ao fato de não haver a necessidade de um contato direto com algum vendedor. Fazendo com que, mesmo com uma porcentagem considerada baixa, a Atenas verifique este fato em seu estabelecimento como um bônus a mais na hora do atendimento, gerando posteriormente uma venda.

Em último lugar, 16 clientes (5,33%) optam pela compra *online* devido à facilidade de localização do item, através de abas direcionadas nos sites, sendo especificadas pelos variados tipos de segmento. Estes dados demonstram a Atenas

que distribuir de forma correta seus itens na loja virtual, pode sim, ser um auxiliador no momento da efetuação da compra.

Gráfico 5 – O que leva a efetuar compras em lojas virtuais

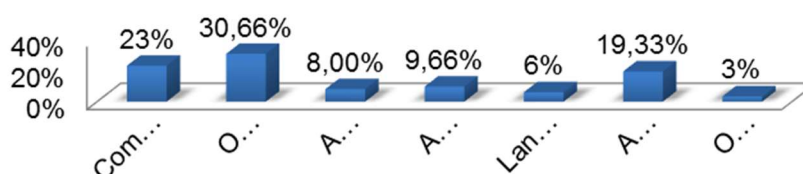


Fonte: Autores (2016).

Dentre os itens destacados no Gráfico 5 acima, a questão seis do questionário delimita-se aos três itens de maior prioridade na hora de efetuar as compras online. Já no Gráfico 6, que segue abaixo, observa-se o resultado da pesquisa referente a este questionamento, dando o percentual de cada opção, mais sendo levados em consideração apenas os três primeiros. Como alternativa mais votada também como destaque na questão anterior do Gráfico 5, temos o valor do item comprado. Esta deixa faz com que a empresa reflita na sua política de preços de venda na execução do site, já que este quesito foi à opção de 92 clientes da empresa (30,66%) um número expressivo como destaque.

Seguindo a ordem também assim como na questão anterior, a comodidade foi à opção de 69 clientes (23%) ficando em segundo lugar como mais votada. Com a correria do dia a dia, alguns clientes optam pelas compras nos finais de semana ou em horários fora do trabalho. Fazendo com que a Atenas tenha sempre seu site atualizado e fora de manutenção nesses períodos primordiais.

Gráfico 6 – Itens com maior prioridade para os clientes

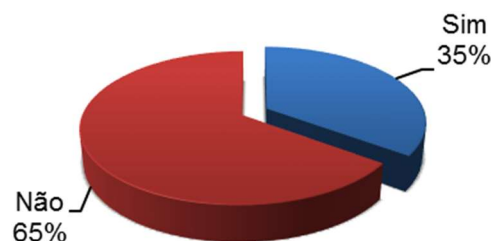


Fonte: Autores (2016).

Focando no Gráfico 7, que segue abaixo, obtém-se o percentual dos clientes da Atenas que possuem o costume de efetuar a compra de eletroportáteis em lojas virtuais. Como demonstrado no Gráfico 9, os eletroportáteis entram na lista dos eletrônicos (TV, celulares e eletroportáteis) vindo logo atrás do primeiro colocado, que é a linha que engloba o vestuário. O fato de apenas 105 dos clientes (35%) efetuar compras de eletroportáteis através de lojas online sugere a ideia de que a empresa opte por tornar seu site mais amplo, ofertando além de eletroportáteis, outros itens, como peças de reposição e acessórios para esta linha de eletros. Já que os clientes que não efetuam a compra de eletroportáteis via comércio eletrônico somam 195 (65%), sendo assim a maior porcentagem acaba se tornando negativa com relação a criação de um site exclusivo para a venda de eletroportáteis.

Este item se tornou de grande importância, pois sancionou uma das principais dúvidas da empresa em estudo, no qual sugere-se a criação de um site de vendas online da mesma, mas não mais apenas exclusivamente para eletroportáteis, e sim, tendo ainda a disposição de seus clientes outros itens, como as peças de reposição.

Gráfico 7 – Costume de efetuar a compra de eletroportáteis na internet



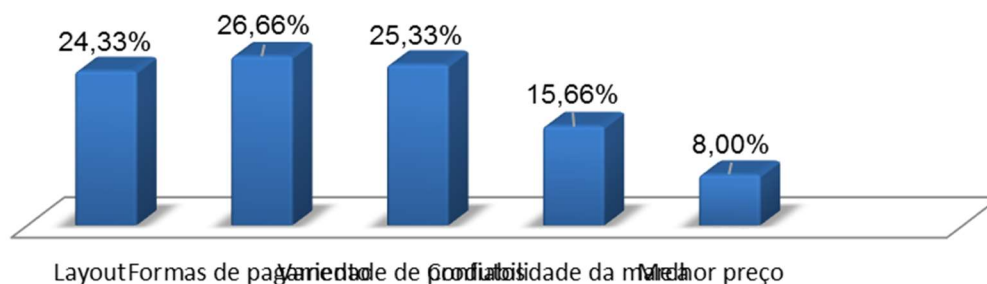
Fonte: Autores (2016).

Os dados destacados no Gráfico 8 apresentam os critérios levados em consideração na hora da escolha do site. Cerca de 80 clientes (26,66%) levam em consideração as formas de pagamento ofertadas pelo site escolhido. Fazendo com que a Atenas opte por variados meios de pagamento em seu site, assim já se dá o ponta pé inicial para a venda dos itens ofertados. Além dos valores dos itens, já que nas figuras 5 e 6 esta opção teve o maior destaque entre os clientes entrevistados na pesquisa.

Já a variedade dos itens se encontra em segundo lugar, sendo escolhida por 76 clientes (25,33%) sendo este um grande diferencial e ponto forte, se bem estudado pela empresa, saber o que colocar e como colocar à venda é o segredo. O terceiro

item destacado foi escolhido por 73 clientes (24,33%) é o layout, um site bem apresentável e claro, também é um quesito de destaque na hora da efetivação da compra em um meio eletrônico. O segredo se encontra na união do atrativo com o objetivo, sendo de fácil compreensão para quem o utiliza e visita. Vindo logo atrás do layout a opção da confiabilidade da marca, sendo a escolha de 47 clientes (15,66%). Trabalhar com marcas conceituadas e bem vistas no mercado é um ponto positivo para a empresa. Tendo como sugestão a Atenas esta verificação, fazendo uma pré-seleção das marcas que terão seus itens à venda no site da empresa. Já que a Comercial Atenas está no mercado a cerca de 30 anos e já tem sua clientela fidelizada. Com isso, auxilia no aumento deste número e divulga melhor a marca.

Gráfico 8 – Critérios utilizados na escolha do site



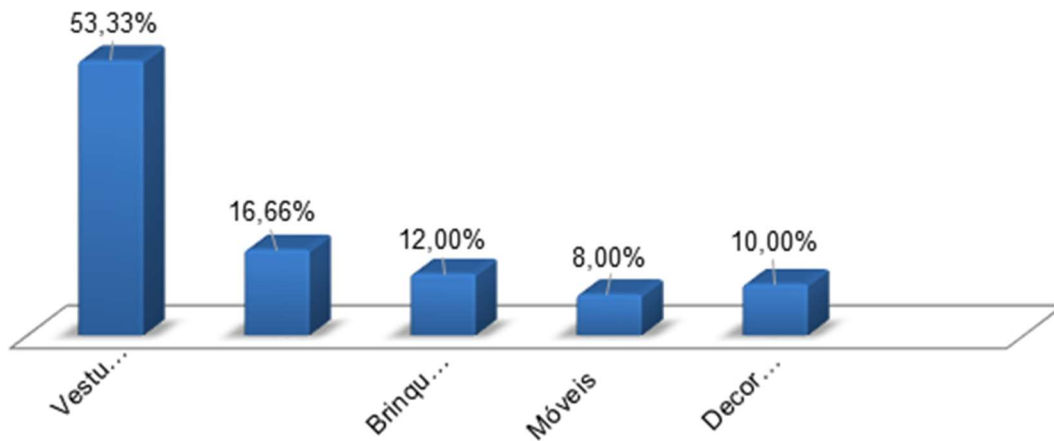
Fonte: Autores (2016).

Na pergunta 9 do questionário foi questionado aos clientes entrevistados o que os mesmos costumam comprar em lojas virtuais. Obtivemos esta resposta que está tabulada no Gráfico 9. Cerca de 160 clientes (53,33%) o maior percentual de destaque envolvendo todo o questionário. Os clientes responderam que costumam comprar itens de vestuário quando se trata de alguma loja online. Sites como Aliexpress, Privália e Dafiti foram citados pelos entrevistados como fonte de compra no quesito vestuário.

Já em segundo lugar vêm os eletrônicos (TV / celulares / eletroportáteis) sendo a opção de 50 clientes (16,66%) sendo citados os sites das empresas Magazine Luiza, Casas Bahia, Lojas Americanas e Extra. Nos outros três itens restantes nas opções dos clientes, por ordem decrescente, ambas com 2% de diferença entre elas, temos brinquedos escolhidos por 36 clientes (12%), itens de decoração escolhidos por 30 clientes (10%) e finalizando com móveis que foi a opção escolhida por 24 clientes (8%).

Este resultado demonstra que dentre as três últimas opções o público é mais focado em um só segmento, por exemplo, sites de lojas que vendam brinquedos, para mães e familiares comprarem brinquedos para seus filhos. Já de móveis, para consulta de ideias e exemplos para mobílias, efetuando poucas vendas. Sendo o mesmo caso no quesito decoração.

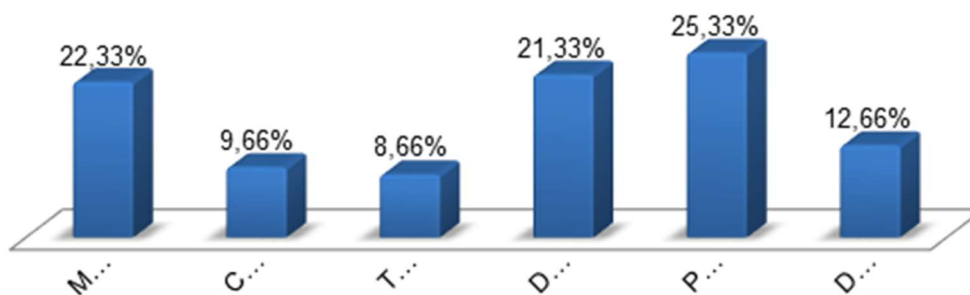
Gráfico 9 - O que costuma comprar pela internet



Fonte: Autores (2016).

No Gráfico 10 obtêm-se os resultados sobre o questionamento de quais os critérios que determinam a compra de um eletro portátil. Tendo como opção mais votada encontra-se o preço do produto onde 76 clientes (25,33%) optaram como principal critério na hora de efetivar a compra.

Gráfico 10 - Critérios que determinam a compra de um eletro portátil:



Fonte: Autores (2016).

Já em segundo lugar vem à marca do produto com 67 clientes (22,33%) optando, assim como no Gráfico 8, vale ressaltar que a confiabilidade da marca do produto é fundamental nesta escolha. Logo em seguida veem os optantes pelo design

do produto, sendo a opção de 64 clientes (21,33%), um produto bem elaborado enche os olhos dos consumidores. Por ordem decrescente na opinião dos outros clientes entrevistados vêm as opções de durabilidade como sendo a escolha de 38 clientes (12,66%), já o item consumo de energia foi a escolha de 29 clientes (9,66%) e o tamanho do produto adquirido foi escolhido por 26 clientes (8,66%).

Com este último parágrafo nota-se que por mais que o produto tenha um valor acessível e sendo considerado de uma marca respeitada no mercado a questão em relação à economia de energia não é levada muito em consideração pelos entrevistados.

Considerações Finais

Graças ao surgimento da internet, sua ampla distribuição ao alcance de todos e sua evolução atual, este mercado tecnológico abre novas portas aos comerciantes com experiência, e também aos novos empreendedores modernos.

Analisando os resultados dos questionamentos feitos aos clientes da empresa Comercial Atenas, pode-se observar que a maioria do público atendido pela organização é do público feminino, sendo em sua maioria clientes com mais experiência de vida. O valor dos itens é de extrema importância na hora da efetivação da compra, ficando a sugestão a instituição a busca por melhores fornecedores e negociação de preços, para poder repassar aos clientes produtos com valores mais competitivos de mercado, ressaltando que a pesquisa também mostra que os valores precisam não ser tão baixos, se não vira caso de desconfiança entre os clientes. O layout do site também é uma questão de destaque, pois além de ser atrativo ele precisa ser básico, de fácil compreensão, com um mix amplo de produtos que estejam de fácil localização aos compradores e futuros compradores.

Dentre as vantagens e desvantagens do comércio eletrônico um dos maiores atrativos para este meio é o ato da compra não precisar ser em horários comerciais como em qualquer loja física. No *e-commerce* estas compras podem ser efetuadas a qualquer horário, desde que o comprador esteja conectado à rede através de algum dispositivo. Já nas desvantagens o não recebimento do produto e a não confiança nestes meios eletrônicos faz com que alguns consumidores ainda prefiram a loja física a virtual.

Concluiu-se ao final deste trabalho que o *e-commerce* está a plena evolução no meio tecnológico. As vendas em lojas virtuais em alguns casos estão até mesmo

superando as físicas. O valor agregado disso nos mostra que é um mercado promissor, tanto para a venda de eletroportáteis como é o objetivo de estudo desta monografia, como também a outros meios, com seus variados segmentos. Ficando como aprendizado ao final desta monografia, que seria uma melhor opção à Comercial Atenas que além de uma loja virtual de eletroportáteis, a mesma poderia investir em outros tipos de produtos e revendas de peças à venda no mesmo site, atraindo um público maior de clientes, alavancando ainda mais a empresa.

Referências

ALBERTIN, Alberto Luiz and MOURA, Rosa Maria de. **Comércio eletrônico: mais evolução, menos revolução**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. Alberto Luiz. **Comércio Eletrônico: modelo, aspectos e contribuições de sua aplicação**. Atlas: 2002.

BARROS, Aildi de Jesus Paes de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. Ed. Editora: Atlas. São Paulo, 1999.

MACEIRA, Mauro; CARVALHO, Frederico; LIMA, Vânia. **Fatores demográficos na percepção do risco de compra pela Internet: O caso de um site brasileiro de venda de ingressos**. Rev. portuguesa e Brasileira de Gestão, Lisboa, v. 10, n. 1-2, jan.2011.

MARCONI, Marina Andrade de; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração e análise de dados**. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia Científica: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Juruá, 2008

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

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

VELOSO, Denise. **Os altos e baixos do Comércio Eletrônico**. Disponível em <http://clipping.nic.br/clipping-2007/marco/imagens/25-03-06_os-autos-e-baixos-do-comercio-eletronic.gif>. Acesso em: 13 set. 2014.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIR, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

Instituição de fomento:

UNESC – Universidade do Extremo Sul Catarinense e Curso de Administração da UNESC

Dados para contato:

Autor: Marina de Bettio Topanotti

E-mail: marinatopanotti@hotmail.com